

Атырауская область
Индерский район
село Индербор

БИЗНЕС-ПЛАН

МАГАЗИН ДЕТСКОЙ ОДЕЖДЫ



2020 год

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	4
1. Концепция проекта.....	5
2. Описание продукта (услуги).....	5
3. Программа реализации товара.....	6
4. Маркетинговый план.....	6
4.1 SWOT-анализ положения компании на рынке.....	8
5. Техническое планирование.....	8
6. Реализация проекта.....	9
6.1. План реализации.....	9
6.2. План выручки.....	10
7. Потребность в финансировании.....	11
8. Эффективность проекта.....	14
8.1 Расчет прибыли и убытков.....	14
9. Социально-экономическое и экологическое воздействие.....	15
9.1 Социально-экономическое значение проекта.....	15

Резюме

Концепция проекта предусматривает открытие магазина детской одежды в селе Индербор.

Целью деятельности предприятия является извлечение дохода для улучшения материального благосостояния его участника.

Целевой группой планируемого предприятия будут являться потребители услуг – население города и близлежащих районов.

Финансирование проекта планируется осуществить как за счет собственных средств инициатора проекта, так и за счет заемного капитала.

Основные / оборотные средства	Сумма всего (тенге)	Удельный вес, %	Источники финансирования			
			Собственные средства		Средства займа	
			Сумма всего (тенге)	Удельный вес, %	Сумма всего (тенге)	Удельный вес, %
Основные средства	25000000	100%	0	0%	25000000	100%
Оборотные средства	0	0%	0	0%	0	0%
Итого	25000000	100%				

Данный проект будет осуществляться за счет кредитных средств:

Основные / оборотные средства	Сумма всего (тенге)
Основные средства	25000000
Оборотные средства	0
Итого	25000000

Приняты следующие условия кредитования:

Срок запрашиваемого займа

Основные / оборотные средства	месяцев
Основные средства	60

Ставка вознаграждения

Основные / оборотные средства	кол-во годовых, %
Основные средства	6%

График погашения процентов и основной суммы займа

Основные/оборотные средства	График
Основные средства	Основной долг – начисление процентов по остатку (аннуитетный)

Льготный период

Основные/оборотные средства	ОД/Вознаграждение
Основные средства	ОД - 6 месяцев. Вознаграждение – 6 месяцев

Залоговое обеспечение

*примерная рыночная стоимость.

Наименование	Единица измерения	Количество	Стоимость актива, вероятная рыночная стоимость
Жилой дом	Площадь 230 кв.м.	1	25000000
Итого			25000000

Введение

Одежда и обувь, в том числе детская, в Казахстане на 80% — импортный товар, который привозят из таких стран как Китай, Турция, Узбекистан, Бангладеш и Италия. Статистика утверждает, что в целом импорт одежды за последние полгода немного сократился. Однако общие тенденции свидетельствуют о существенном росте. Аналитический портал Финпром в середине августа 2018 года сообщил об уменьшении поставок одежды импортных производителей в течение полугода на 144,3 миллиона долларов. В 2019 году объем импорта был увеличен почти на 10%. Также выросли поставки обуви, импорт которой составил более 100 миллионов долларов за год.

Из каких стран импортируется одежда и обувь в Казахстан? Данные статистики свидетельствуют о том, что 80% всех поставок одежды, в том числе детской, пришло в республику из Турции, Италии, Узбекистана, Китая и Бангладеш. По количеству поставок и объему проданного товара лидирует Турция.

Снижение роста импорта из Турции более чем на 25% не повлияло на стабильность работы турецких предпринимателей. Второй лидер продаж — это Китай, импорт из которого увеличился практически на 10%. Ввоз одежды турецких производителей сократил доходы на 28% и составил чуть больше 37 млн. долларов, а ввоз китайских вещей повседневного спроса в магазины и на рынки Казахстана вырос на 9% и составил 33 млн. долларов. Что касается

поступления товаров импортного производства из Бангладеш, то одежды из этой страны было привезено на 45% больше (в результате общий объем в денежном эквиваленте составил 22 миллиона долларов). Также возрос импорт итальянских товаров более чем на 20%, а вот одежда, импортируемая из Узбекистана, потеряла при ввозе до 13% объема. Данные по типу ввозимого товара: Поставками детской одежды вплотную занимается Бангладеш, рынок которого составляет более 40%, тогда как детская одежда из Китая представлена статистикой всего 10%. Что касается женской и мужской повседневной одежды, то главные поставщики — это Турция и Китай.

1. Концепция проекта

Концепция проекта предусматривает открытие магазина детской одежды.

Целью деятельности предприятия является извлечение дохода для улучшения материального благосостояния его участника.

Целевой группой планируемого магазина будут являться потребители услуг – население области и села Индербор.

Преимущества продукции составляет:

- широкий ассортимент;
- демократичные цены.

2. Описание продукта (услуги)

Детская одежда — это одежда, предназначенная исключительно для детей. Различают одежду для новорожденных (от рождения до 36 месяцев), дошкольников (до 7 лет), детей (от 7 до 12 лет) и подростков (от 12 до 16 лет). Первоначально как таковой детской одежды не существовало. Дети либо одевались таким же образом, как и взрослые, либо и вовсе облачались в подручные средства (например, дети бедняков зачастую носили мешковину).

Выделяться детская одежда из общей массы начала в XIX веке в Англии на фоне старта упрощения нарядов. Большой популярностью в те времена пользовались так называемые «костюмы матросов» (sailor).

Одежда для детей шьется в основном из более мягких и удобных материалов, чем для взрослых. Большинство родителей старается оградить своих детей от синтетики, которая может раздражать кожу. Часто в качестве материала для детской одежды используется трикотаж, как практичный и легкий материал.

Грудных младенцев всегда одевали отлично от более взрослых детей. Связано это прежде всего с тем, что они очень зависимы от перемены температуры и близости матери. Кроме того, существует очень много одежды исключительно для новорожденных — комбинезоны, распашонки, всевозможные боди. Малыши нуждаются в качественной натуральной одежде во избежание болезней и расстройств.

Детская одежда требует более тщательного ухода, чем взрослая. Это заключается в том, что для стирки не следует применять сильные химические средства, которые могут раздражать кожу ребёнка. Для этого подходят так называемые «мягкие порошки», которые находятся в свободной продаже наряду с другими химическими средствами стирки. Прежде всего, одежду малышей рекомендуется стирать отдельно от всех остальных вещей, что продиктовано гигиеническими соображениями. Это заметно усложняет процесс — ведь приходится делать больше загрузок. С другой стороны, белья будет скапливаться очень и очень немало. Поэтому, несмотря на настоятельные рекомендации некоторых педиатров, многие молодые родители не стирают белье руками, а продолжают пользоваться стиральными машинами.

3. Программа реализации товара

Планируемая программа продаж

Продукция	Сумма покупки	Торговая наценка, тенге	Сумма реализации за месяц	
Детская одежда			1000000	1000000
Продукция	Сумма закупа за месяц	Торговая наценка, %	Сумма реализации за месяц	Торговая наценка, тенге
Детская одежда	1000000	100	2000000	1000000

Прогноз доходов

Программа продаж будет осуществляться на основе результатов проведенных маркетинговых исследований (с целью определения предпочтений потребителей), а также посредством рекламных акций и заключения контрактов на поставку продукции.

4. Маркетинговый план

Основная задача маркетинговых мероприятий — это занятие устойчивой позиции на рынке. В данной связи в рамках реализации проекта предполагаются следующие меры устойчивого позиционирования на рынке и организации наращивания клиентской базы в компании:

1. Создание интернет-сайта. Продвижение онлайн магазина в сети.
2. Создание аккаунта в Instagram. Запуск таргетированной рекламы в Instagram. Реклама в Instagram позволяет включать рекламу по геолокации, благодаря этому охват клиентов будет по месту нахождения магазина.
3. Распространение листовок, буклетов.

4. Акции на приобретаемую продукцию, уклон на приобретение большого количество продукции. Доставка продукции до двери.

Маркетинговая стратегия заключается в организации сбыта товара. Цель – доступность для любых слоев населения.

Сегментация маркетинга ориентирована на удовлетворение спроса клиентов с различными доходами (средними, высокими).

Анализ Потенциального сбыта

№	Наименование товаров	Стоимость реализуемого товара в тенге	Возможные каналы сбыта	Местоположение торговой точки	Целевая аудитория
1	Детская одежда	1500 тг	Сансызбаева Лаура	Атырауская область, Индерский район, село Индербор	Дети в возрасте до 6 лет – 5547 человек; дети школьного возраста - 2450
2	Детская одежда	1500 тг	Байбатырова Асемгуль	Атырауская область, Индерский район, село Индербор	Дети в возрасте до 6 лет – 5547 человек; дети школьного возраста - 2450
3	Детская одежда	1500 тг	Нурзахметов а Балгын	Атырауская область, Индерский район, село Индербор	Дети в возрасте до 6 лет – 5547 человек; дети школьного возраста - 2450

Покупательская способность потребителей

Среднемесячный доход 1 потенциального покупателя	80 000 тг
Частота покупки товара потенциальным потребителем в год	4 раза в год

Анализ потенциальных конкурентов

№	Наименование	Вид реализуемого товара конкурентов	Местоположение конкурента	Цена реализации тенге за ед. продукции/услуг
---	--------------	-------------------------------------	---------------------------	--

				и
1	ИП Улболсынова	Детская одежда	Атырауская область, Индерский район, село Индербор	От 2000 тг
2	ИП Бисенова	Детская одежда	Атырауская область, Индерский район, село Индербор	От 2500 тг
3	ИП Рахманова А	Детская одежда	Атырауская область, Индерский район, село Индербор	От 2500 тг

Конкурентное преимущество и способы продвижения

Конкурентное преимущество бизнеса и способы продвижения вашего товара/услуги	Товар дешевле на 15-20% чем у конкурентов. Поставка товаров с Турции
---	---

4.1 SWOT-анализ положения компании на рынке

Внешнее положение	
Возможности	Привлечение клиентов за счет обширной маркетинговой компании. Открытие новых торговых точек по Казахстану Расширения ассортимента товара
Угрозы	Снижение уровня доходов населения вследствие кризиса. Невозможность занять долю рынка и как следствие неполучение прибыли Сложности в продвижении товара

Внутреннее положение	
Преимущества	Профессиональный персонал Конкурентная цена на товар Дизайнерский модельный ряд одежды
Недостатки	Ценовая зависимость от поставщика

Финансовые риски	Коммерческие риски
<p>Финансовые риски, связанные с использованием денежных средств:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ превышение фактических статей расхода над плановыми; ✓ процентные риски; ✓ кредитные риски; ✓ рост инфляции. 	<p>Наличие на рынке широкого круга конкурентов, затрудняет продвижение услуг проекта на рынке.</p> <p>Коммерческие риски связаны с реализацией и продажей услуг:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ демпинг цен со стороны конкурентов; ✓ ухудшение экономической ситуации и снижение спроса на услуги.
Технологические риски	
<p>Технологические риски, связанные с использованием технологии могут быть следующими:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ отключение электроэнергии; ✓ поломка кассового оборудования. 	

5. Техническое планирование

Открытие магазина детской одежды начинается с регистрации фирмы и получения необходимых документов, а именно: разрешения государственного санитарно-эпидемиологического надзора и территориального управления имуществом. Разрешение пожарной инспекции не понадобится в том случае, если вы берете помещение в аренду.

Затем необходимо подобрать помещение, сделать ремонт, но при этом заранее проработать дизайн. Разработка дизайна помещения и торговой марки – опции регулируемые. Если арендовать небольшую площадь, например, в местном супермаркете, то этого не потребуются. Если же открывать брендовый бутик в торговом центре, то разработка торговой марки и дизайн-проекта помещения – вещи не просто необходимые, но являются квинтэссенцией вашего бизнеса. В то же время следует выбрать подходящих поставщиков в зависимости от желаемого качества товара, известности торговых марок и ценового сегмента вашего магазина. Остается нанять квалифицированный персонал и запустить первую рекламную кампанию.

Несомненным плюсом открытия магазина под собственной торговой маркой является полная свобода действий. В зависимости от стоящих перед

вами задач и бизнес-плана вы можете подобрать наиболее подходящий размер и место для магазина, выбрать тот товар, который посчитаете нужным и т.д. Однако за этой свободой действий стоят значительные риски. Любой промах или недостаточные знания ведения бизнеса в данной области могут поставить ваше дело под угрозу. Поэтому данный вариант подходит для тех, у кого уже есть опыт организации новых предприятий.

6. Реализация проекта

6.1. План реализации

Прогнозный Отчет движения денежных средств на период реализации проекта

	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	6 год
Денежные средства на начала периода	-	42119150	68057690	96896149	123466609	150037069
Детская одежда	12000000	42000000	60000000	90000000	120000000	150000000
Семейные доходы	1500000	3600000	3600000	3600000	3600000	2100000
Всего приток от операционной деятельности	37500000	75600000	75600000	75600000	75600000	44100000
Фонд оплаты труда	3761700	3761700	3761700	3761700	3761700	3761700
Детская одежда	6000000	12000000	12000000	12000000	12000000	7000000
Семейные расходы	500000	1200000	1200000	1200000	1200000	700000
Всего отток от операционной деятельности	20380850	40961700	40961700	40961700	40961700	23580850
Чистый поток от операционной деятельности	17119150	34638300	34638300	34638300	34638300	20519150
Средства займа	25000000	-	-	-	-	-
Собственные средства		-	-	-	-	-
Всего приток от инвестиц.	25000000	-	-	-	-	-

Сумма	2000 000	2000 000	2000 000	2000 000	2000 000	2000 000	2000 000	2000 000	2000 000	2000 000	2000 000	2000 000
	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %
Срок	13 меся ц	14 меся ц	15 меся ц	16 меся ц	17 меся ц	18 меся ц	19 меся ц	20 меся ц	21 меся ц	22 меся ц	23 меся ц	24 меся ц
Сумма	2000 000	2000 000	2000 000	2000 000	2000 000	2000 000	2000 000	2000 000	2000 000	2000 000	2000 000	2000 000
	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

7. Потребность в финансировании

Содержание магазина, работающего по франшизе, несколько менее затратное дело, чем магазина под собственной маркой. Общие статьи расходов в том и другом случае: арендная плата, зарплаты сотрудников, закупка нового товара. Но при работе по франшизе вам не придется платить за разработку дизайн-проекта магазина, стратегию маркетинга, рекламных материалов – листовок, флаеров, видео- и аудиороликов, что часто бывает очень дорогостоящим делом. Помимо этого, не понадобится проводить обучение персонала за собственный счет, что также немаловажно.

Поступления в виде займов (KZT)

<i>Название</i>	<i>Дата</i>	<i>Сумма</i>	<i>Срок</i>	<i>Ставка</i>
		<i>(KZT)</i>		<i>%</i>
<i>Кредит</i>	<i>09.2020</i>	<i>25 000 000</i>	<i>60 мес.</i>	<i>6</i>

<i>Сумма кредита</i>	<i>25 000 000</i>
<i>Процентная ставка</i>	<i>6,00%</i>
<i>Срок кредита (кол-во месяцев)</i>	<i>60</i>
<i>Дата выдачи кредита</i>	<i>01.09.2020</i>
<i>Дата погашения кредита</i>	<i>01.08.2025</i>

Выплаты на погашение займов (KZT)

N	Дата	Сумма	Основной	Проценты	Платеж за	Сумма
----------	-------------	--------------	-----------------	-----------------	------------------	--------------

	погашения	кредита на начало периода	долг		период	кредита на конец периода
1	01.09.2020	25 000 000.00	358 320.04	125 000.00	483 320.04	24 641 679.96
2	01.10.2020	24 641 679.96	360 111.64	123 208.40	483 320.04	24 281 568.32
3	01.11.2020	24 281 568.32	361 912.20	121 407.84	483 320.04	23 919 656.13
4	01.12.2020	23 919 656.13	363 721.76	119 598.28	483 320.04	23 555 934.37
5	01.01.2021	23 555 934.37	365 540.37	117 779.67	483 320.04	23 190 394.00
6	01.02.2021	23 190 394.00	367 368.07	115 951.97	483 320.04	22 823 025.93
7	01.03.2021	22 823 025.93	369 204.91	114 115.13	483 320.04	22 453 821.03
8	01.04.2021	22 453 821.03	371 050.93	112 269.11	483 320.04	22 082 770.09
9	01.05.2021	22 082 770.09	372 906.19	110 413.85	483 320.04	21 709 863.91
10	01.06.2021	21 709 863.91	374 770.72	108 549.32	483 320.04	21 335 093.19
11	01.07.2021	21 335 093.19	376 644.57	106 675.47	483 320.04	20 958 448.61
12	01.08.2021	20 958 448.61	378 527.80	104 792.24	483 320.04	20 579 920.82
13	01.09.2021	20 579 920.82	380 420.43	102 899.60	483 320.04	20 199 500.38
14	01.10.2021	20 199 500.38	382 322.54	100 997.50	483 320.04	19 817 177.85
15	01.11.2021	19 817 177.85	384 234.15	99 085.89	483 320.04	19 432 943.70
16	01.12.2021	19 432 943.70	386 155.32	97 164.72	483 320.04	19 046 788.38
17	01.01.2022	19 046 788.38	388 086.10	95 233.94	483 320.04	18 658 702.28
18	01.02.2022	18 658 702.28	390 026.53	93 293.51	483 320.04	18 268 675.76
19	01.03.2022	18 268 675.76	391 976.66	91 343.38	483 320.04	17 876 699.10
20	01.04.2022	17 876 699.10	393 936.54	89 383.50	483 320.04	17 482 762.55
21	01.05.2022	17 482 762.55	395 906.23	87 413.81	483 320.04	17 086 856.33
22	01.06.2022	17 086 856.33	397 885.76	85 434.28	483 320.04	16 688 970.57
23	01.07.2022	16 688 970.57	399 875.19	83 444.85	483 320.04	16 289 095.39
24	01.08.2022	16 289 095.39	401 874.56	81 445.48	483 320.04	15 887 220.83
25	01.09.2022	15 887 220.83	403 883.93	79 436.10	483 320.04	15 483 336.89
26	01.10.2022	15 483 336.89	405 903.35	77 416.68	483 320.04	15 077 433.54
27	01.11.2022	15 077 433.54	407 932.87	75 387.17	483 320.04	14 669 500.67
28	01.12.2022	14 669 500.67	409 972.53	73 347.50	483 320.04	14 259 528.13

29	01.01.2023	14 259 528.13	412 022.40	71 297.64	483 320.04	13 847 505.73
30	01.02.2023	13 847 505.73	414 082.51	69 237.53	483 320.04	13 433 423.23
31	01.03.2023	13 433 423.23	416 152.92	67 167.12	483 320.04	13 017 270.30
32	01.04.2023	13 017 270.30	418 233.69	65 086.35	483 320.04	12 599 036.62
33	01.05.2023	12 599 036.62	420 324.86	62 995.18	483 320.04	12 178 711.76
34	01.06.2023	12 178 711.76	422 426.48	60 893.56	483 320.04	11 756 285.28
35	01.07.2023	11 756 285.28	424 538.61	58 781.43	483 320.04	11 331 746.67
36	01.08.2023	11 331 746.67	426 661.30	56 658.73	483 320.04	10 905 085.37
37	01.09.2023	10 905 085.37	428 794.61	54 525.43	483 320.04	10 476 290.75
38	01.10.2023	10 476 290.75	430 938.58	52 381.45	483 320.04	10 045 352.17
39	01.11.2023	10 045 352.17	433 093.28	50 226.76	483 320.04	9 612 258.89
40	01.12.2023	9 612 258.89	435 258.74	48 061.29	483 320.04	9 177 000.15
41	01.01.2024	9 177 000.15	437 435.04	45 885.00	483 320.04	8 739 565.11
42	01.02.2024	8 739 565.11	439 622.21	43 697.83	483 320.04	8 299 942.90
43	01.03.2024	8 299 942.90	441 820.32	41 499.71	483 320.04	7 858 122.57
44	01.04.2024	7 858 122.57	444 029.43	39 290.61	483 320.04	7 414 093.15
45	01.05.2024	7 414 093.15	446 249.57	37 070.47	483 320.04	6 967 843.58
46	01.06.2024	6 967 843.58	448 480.82	34 839.22	483 320.04	6 519 362.76
47	01.07.2024	6 519 362.76	450 723.22	32 596.81	483 320.04	6 068 639.53
48	01.08.2024	6 068 639.53	452 976.84	30 343.20	483 320.04	5 615 662.69
49	01.09.2024	5 615 662.69	455 241.72	28 078.31	483 320.04	5 160 420.97
50	01.10.2024	5 160 420.97	457 517.93	25 802.10	483 320.04	4 702 903.03
51	01.11.2024	4 702 903.03	459 805.52	23 514.52	483 320.04	4 243 097.51
52	01.12.2024	4 243 097.51	462 104.55	21 215.49	483 320.04	3 780 992.96
53	01.01.2025	3 780 992.96	464 415.07	18 904.96	483 320.04	3 316 577.89
54	01.02.2025	3 316 577.89	466 737.15	16 582.89	483 320.04	2 849 840.74
55	01.03.2025	2 849 840.74	469 070.83	14 249.20	483 320.04	2 380 769.90
56	01.04.2025	2 380 769.90	471 416.19	11 903.85	483 320.04	1 909 353.71
57	01.05.2025	1 909 353.71	473 773.27	9 546.77	483 320.04	1 435 580.44
58	01.06.2025	1 435 580.44	476 142.14	7 177.90	483 320.04	959 438.31

59	01.07.2025	959 438.31	478 522.85	4 797.19	483 320.04	480 915.46
60	01.08.2025	480 915.46	480 915.46	2 404.58	483 320.04	0
Итого						28 999 202.29

8. Эффективность проекта

8.1 Расчет прибыли и убытков

Прогнозный ОПиУ

	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	6 год
Выручка	36000000	72000000	72000000	72000000	72000000	42000000
Детская одежда	12000000	24000000	24000000	24000000	24000000	14000000
Себестоимость	1880850	3761700	3761700	3761700	3761700	1880850
Фонд оплаты труда	3761700	3761700	3761700	3761700	3761700	3761700
Валовая прибыль	34119150	68238300	68238300	68238300	68238300	40119150
Налоги	544050	544050	544050	1025202	1025202	1025202
Прибыль после налогов	34119150	68238300	68238300	66078300	66078300	38859150
Оплата вознаграждения	0	1968436	964588	666360	349738	50079
Чистая прибыль	34119150	66269864	67273712	65411940	65728562	38809071
Рентабельность	94.8%	92%	93.4%	90.8%	91.3%	92.4%

Налоги

Виды налогов и платежей	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	6 год
ИПН	0	0	0	283800	283800	283800
Социальный налог	0	0	0	197352	197352	197352
ОПВ	372000	372000	372000	372000	372000	372000
СО	97650	97650	97650	97650	97650	97650
ООСМС	74400	74400	74400	74400	74400	74400
Итого	544050	544050	544050	1025202	1025202	1025202

План по персоналу

Должность	Кол-во	Зарплата	Платежи
Консультант продавец	1	150 000 тенге	Ежемесячно, весь проект
Кассир	1	160 000 тенге	Ежемесячно, весь проект
Итого	2	310 000 тенге	

Общие затраты по проекту включают в себя:

Показатель	Кол. - во	Ед. измерение	Значение
Помещение	1	тенге	15 000 000
Ремонт	1	тенге	5 000 000
Компьютер	2	штук	1 000 000
Мебель для примерочной	2	штук	3 000 000
Реклама, Маркетинг	1	тенге	1 000 000
Итого			25 000 000

Чистый дисконтированный доход (NPV) и индекс прибыльности (PI)

Чистый дисконтированный доход (NPV)	54141668
индекс прибыльности (PI)	3,7%

9. Социально-экономическое и экологическое воздействие

9.1 Социально-экономическое значение проекта

С экономической точки зрения проект будет способствовать:

- созданию 2 рабочих мест, что позволит работникам получать стабильный доход;
- поступлению в бюджет 1,1 млн. тенге налогов и других отчислений.

Карагандинская область
Жанааркинский район
п. Жанаарка

БИЗНЕС-ПЛАН

ОТКРЫТИЕ АВТОСЕРВИСА, ШИНОМОНТАЖА И АВТОМОЙКИ



2020 год

СОДЕРЖАНИЕ

Резюме	3
Введение.....	4
1. Концепция проекта	4
2. Описание продукта (услуги)	5
3. Программа производства (услуги).....	6
4. Маркетинговый план	7
4.1 Описание рынка продукции (услуги).....	7
4.2 Ситуационный анализ (SWOT).....	11
5. Техническое планирование.....	12
5.1 Оборудование и инвентарь (техника)	12
6. Реализация проекта	13
6.1 План реализации	13
6.2 План выручки.....	14
7. Потребность в финансировании	15
8. Эффективность проекта.....	18
8.1 Расчет прибыли и убытков	18
8.2 Эффективность деятельности предприятия	18
9. Социально-экономическое воздействие	20
9.1 Социально-экономическое значение проекта.....	20

автосервиса								
Оплата соц.отчисления и ОСМС	70554	282216	282216	282216	282216	282216	282216	211662
Коммунальные услуги	60000	240000	240000	240000	240000	240000	240000	180000
Пенсионные отчисления	111000	444000	444000	444000	444000	444000	444000	333000
Себестоимость	0	0	0	0	0	0	0	0
Фонд оплаты труда	4757160	4757160	4757160	4757160	4757160	4757160	4757160	4757160
Валовая прибыль	338024	233624	233624	233624	233624	233624	233624	571648
Налоги	220956	220956	220956	1676952	1676952	1676952	1676952	1676952
Прибыль после налогов	338024	233624	233624	29714	29714	29714	29714	418715
Оплата вознаграждения	0	889178	563155	468141	367268	260173	146472	31036
<i>Чистая прибыль</i>	<i>338024</i>	<i>-655554</i>	<i>-329531</i>	<i>-438427</i>	<i>-337554</i>	<i>-230459</i>	<i>-116758</i>	<i>387679</i>
Рентабельность	20%	10%	5%	6%	5%	3%	2%	8%

Введение

Рынок автосервисов РК насыщен, но пока далек от того, чтобы называться цивилизованным. В ближайшем будущем в выигрыше останется тот, кто лучше обслужит не только автомобиль, но и самого клиента. Объем рынка новых легковых автомобилей в Казахстане по итогам 1 полугодия 2020 года составил 32,6 тыс. единиц, что на 12% выше результата годичной давности.

Спрос на услуги автосервиса, шиномонтажа и автомойки растет высокими темпами пропорционально росту количества автомобилей у наших граждан. Количество сервисных центров, занимающихся обслуживанием автомобилей, неуклонно растёт. Естественно, что конкуренция при этом также стала достаточно серьёзной.

В настоящее время услуги, оказываемые автосервиса, шиномонтажа и автомойки существенно отличаются в ценах, качестве и доступности для населения. Многие автомобилисты предпочитают ремонтировать свои автомобили на автосервисах так как это экономит их время и силы. Поэтому - данный проект является социально значимым для жителей поселка Жанаарка, Жанааркинского района, Карагандинской области в целом. Организация автосервиса на территории района создаст возможность снизить транспортные расходы.

1. Концепция проекта

Концепция проекта предусматривает открытие автосервиса, шиномонтажа и автомойки.

Целью деятельности предприятия является извлечение дохода для улучшения материального благосостояния его участника.

Основными видами услуги будет являться комплекс технического обслуживания и ремонта автомобилей, услуги шиномонтажа, также автомойки.

Целевой группой планируемого предприятия будут являться потребители услуг – население области и близлежащих районов.

Преимущества предоставляемых услуг:

- использование высокотехнологичного и современного оборудования;
- приемлемые цены на оказываемые услуги;
- возможное изменение графика работы сервиса для предоставления услуг в удобное время для клиентов.

Данный бизнес – план не является окончательным вариантом руководства к действию, а показывает лишь потенциальную возможность развития такой бизнес – идеи. Поэтому при реализации настоящего проекта возможно изменение исходных параметров проекта. Следует более подробно раскрыть конкурентные преимущества предоставляемой услуги, а также отличительные особенности приобретаемого оборудования.

2. Описание продукта (услуги)



В рамках настоящего проекта планируется провести деятельность, направленную на удовлетворение потребности жителей поселка Жанаарка, Жанааркинского района, Карагандинской области в ремонте и обслуживании автотранспорта. Автосервис - организация, предоставляющая услуги населению или организациям по плановому техническому обслуживанию, текущему и капитальному ремонтам, устранению авто поломок, установке дополнительного оборудования (тюнингу), восстановительному (кузовному) ремонту автотранспорта.

Автосервис представляет собой комплекс сооружений и механизмов (подъёмники, шиномонтаж, балансировка, стенд развал-схождения, установка для замены масла, промывки топливной системы, рихтовочное и покрасочно — сушильное оборудование, стенды и тестеры для диагностики эл. цепи автомобиля), а также ручной и пневматический инструмент, собранные в одном месте для полноценного комплексного ремонта и обслуживания автомобилей. Для реализации данного проекта необходимо заключить договор поставки необходимого оборудования для оснащения автосервиса. Быстрые типы промышленного развития страны, подъем экономики, привели повышению благосостояния населения. В последнее десятилетие население возросло на 10-12%.

Оказание услуги мойки автотранспортных средств, в т.ч. чистку корпуса, колес, днища, полировку кузова, а также уборку и химчистку салона. Рассмотрим основные услуги, которые будет оказывать наша организация:

1. Мойка кузова автомобиля. В неё входит мойка кузова и колесных дисков. Будет оказываться двумя мойщиками в течении 10 минут.



2. Химическая чистка салона. В данную услугу входит чистка сидений, пола, потолка, дверей, ремней безопасности, пластика.

3. Уборка салона авто. В данную услугу будет входить протирка стекол, чистка тканевых и кожаных поверхностей салона, уборка пыли и мусора (пылесос).

4. Полировочные услуги. Сюда входят обработка кузова жидким воском, полировка кузова полиролью, полировка передней панели и пластика и т.д.

В организации услуга шиномонтажа включает в себя ряд других не менее важных работ, выполнение которых должно проводиться строго опытными мастерами с использованием специального оборудования, и что главное - своевременно. Виды работ шиномонтаж:

- накачка шин;
- ремонт проколов;
- сезонный шиномонтаж;
- бескамерный ремонт;
- демонтаж и монтаж колес;
- балансировка колес.

3. Программа производства (услуги)

В таблице представлена планируемая программа производства по годам.

Планируемая программа производства (услуги) по годам

Наименование продукции, работы, услуги	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	6 год	7 год	8 год	Итого
Техническое обслуживание и ремонт автотранспортных средств	674	2695	2695	2695	2695	2695	2695	2021	18865
Шиномонтаж	270	1080	1080	1080	1080	1080	1080	810	7560
Автомойка	486	1944	1944	1944	1944	1944	1944	1458	13608

При формировании цен была учтена покупательная способность потребителей, определяемая средним уровнем их доходов.

Формирование цен основано на рыночных ценах и полной себестоимости предоставляемой услуги.

Планируемые цены на продукцию

Наименование продукции, работы, услуги	Цена реализации, тенге	Годовой объем производства
Техническое обслуживание и ремонт автотранспортных средств	1400	2695
Шиномонтаж	1000	1080
Автомойка	1000	1944

4. Маркетинговый план

4.1 Описание рынка продукции (услуги)

На современном этапе социально-экономического развития сфера услуг является одним из важнейших секторов экономики, призванным удовлетворять индивидуальные запросы и потребности населения. Она тесным образом связана со всеми областями общественной жизни и является источником мобилизации потенциала национального роста, повышения качества и уровня жизни населения.

Современный автосервис, являясь составной частью сферы услуг и динамично развиваясь, постепенно занимает стабильное положение в экономике Казахстана, характеризуется разнообразием и сложностью состава услуг как адекватная реакция на запросы автовладельцев. Услуги автосервиса направлены на удовлетворение потребностей, связанных с поддержанием нормального технического состояния и эксплуатационных характеристик автотранспортного средства, а также с их восстановлением.

Казахстанский авторынок за 1 квартал 2019 года вырос почти на 130% по отношению к 1 кварталу 2017 года. Об этом говорится в очередном обзоре Ассоциации Казахстанского Авто-Бизнеса по рынку новых легковых автомобилей и легкой коммерческой техники РК по итогам 1 квартала 2019 года.

По итогам 1 квартала 2019 года казахстанский рынок новых легковых автомобилей и коммерческой техники, в т.ч. как импортированных, так и произведенных на территории Казахстана, увеличился почти на 130% в сравнении с 1 кварталом 2017 года. Всего за первые три месяца 2019 года было продано 15 005 единиц автотехники, а в 2017 году за такой же период официальные дилеры реализовали только 6 538 автомобилей.

Несмотря на то, что динамика автомобильных продаж официальными дилерами и дистрибьюторами с января по март 2019 года наблюдалась положительная, общее число реализованных автомобилей почти на 694 единицы ниже результата идущего перед ним периода - за 4 квартал 2017 года продажи автомобильных средств составили порядка 15 699 ед.

Наиболее востребованными автомобилями остаются в Алматы. В Алматы за первое полугодие 2019 года продано 9487 автомобилей (доля рынка 24,01%). В Актау автомобили покупают почти в два раза меньше, чем в Алматы. За 6

месяцев жители Актау приобрели 5559 авто. Третье место по продажам занимает город Атырау (3403 а/м). В Костанае, Усть-Каменогорске, Шымкенте и Актобе продано примерно одинаковое количество машин (2500 – 2800 а/м). Наименьшей популярностью новые автомобили пользуются в Таразе и Талдыкоргане.

По итогам апреля 2019 года казахстанский рынок новых легковых автомобилей и коммерческой техники увеличился почти на 133% в сравнении с апрелем 2017 года.

Больше всего новых автомобилей продается в Алматы. В апреле силами официальных дилеров продано 2162 автомобиля (доля рынка 27,3%), что на 1312 авто больше, чем в марте. Наиболее популярными у алматинцев среди легковых автомобилей являются Toyota, ZAZ Chance и Lada.

Актауские жители (доля рынка 13,5%) предпочитают Lada, Hyundai и Toyota. В Костанае самыми востребованными являются автомобили Hyundai, UAZ (336) и «местный» SsangYong. Hyundai лидирует в Актау, Актобе, Атырау, Караганде, Кызылорде, Павлодаре и Уральске. В Шымкенте, Кызылорде, Усть-Каменогорске и Атырау наряду с Hyundai выбирают узбекские автомобили Daewoo. В Шымкенте и Усть-Каменогорске в тройку наиболее популярных марок входит Chevrolet. В Петропавловске доверяют UAZ и автомобилям SsangYong, собранных в Казахстане.

Как правило, уровень спроса на техническое обслуживание и ремонт автотранспорта зависит от многих факторов как объективного, так и субъективного характера. К числу основных факторов, оказывающих непосредственное влияние на величину спроса, следует отнести следующие:

- парк автомобилей, находящихся в личном пользовании граждан и в собственности организаций. Его общая численность и структурные характеристики — распределение по маркам и моделям, величина годового и общего пробега с начала эксплуатации, срок службы, оценка общего технического состояния;

- уровень организации автотехобслуживания — количество станций технического обслуживания и других предприятий отрасли, их производственные возможности, номенклатура и комплексность производимых работ; время обслуживания клиента, зависящее от пропускной способности постов по каждому виду ремонта; удобство размещения сети автосервисов; резервы запасных частей (как для производства ремонта, так и для продажи), средний уровень качества производимых работ, а также ряд экономических показателей — цена, обеспеченность ресурсами и т.д.

- состояние дорожной сети, протяженность и плотность автомобильных дорог, и их состояние, интенсивность дорожного движения и соответствие ему размещения СТО по территории города, района, области;

- комплекс социальных условий – демографическая характеристика населения, структура занятости с дифференциацией по уровням доходов, квалификация владельцев автомобилей как водителей, общий уровень их технического образования, навыков, склонность к самообслуживанию,

транспортная подвижность населения, соблюдение экологических требований к размещению предприятий автосервиса и т.п.

Отдельные факторы, влияющие на спрос, являются взаимозависимыми величинами, что оказывает усиливающее влияние на динамику спроса.

Доли основных игроков на казахстанском рынке автосервисных услуг представлены на рисунке 1.

Рисунок 1 - Доля основных игроков казахстанского рынка автосервисных услуг.



Рынок сервисного технического обслуживания, ремонта и реализации запасных частей для автомобилей ориентируется преимущественно на:

- потребителей сегмента физических лиц;
- корпоративные клиенты занимают более значительную долю в общем объеме реализации услуг.

Таким образом, успех деятельности предприятия технического обслуживания зависит от всестороннего изучения потребностей и потребительской оценки качества выполняемых работ. Современная стратегия развития предприятия предполагает комплексный подход, сочетающий материальные аспекты производства, а также другие менее осязаемые элементы, выходящие за рамки области рациональных мотивов. Речь идет и об оптимизации производственного процесса, и о хорошей рекламе, и о грамотном менеджменте, и о культуре отношений с потребителем. Только стремление к рациональному использованию всех имеющихся в наличии ресурсов, ориентирование на потребителя может привести к запланированным результатам деятельности, что в свою очередь обеспечивает финансовую устойчивость организации на рынке и ее платежеспособность.

К тому же, население страны, вернее ее перенаселенность и причины этого безудержного роста - один из ключевых факторов развития автобизнеса. Казахстан, во многом, превратился в полигон для испытания новых товаров, услуг, концепций и, безусловно, является самым привлекательным рынком для сбыта товаров и предложения услуг на продажу. То есть искусственное

формирование емкости этого самого рынка и рост конкуренции — во многом и чаще всего, определяется желанием инвесторов и бизнесменов, собственно, работать на этом рынке, а не потребностью населения в данной услуге, товаре, предложении.

Стабильное экономическое положение в стране позволяет сфере услуг в целом, и автобизнесу в частности активно развиваться.

Анализ Потенциального сбыта

№	Наименование услуг	Стоимость оказываемой услуги за единицу в тенге	Возможные каналы сбыта	Местоположение предоставления услуги	Количество потенциальных потребителей услуги (целевая аудитория)
1	Техническое обслуживание и ремонт автотранспортных средств	1000 тенге	Возможное оказание услуг службе такси ИП Накыпбекова Н.Н	Карагандинская обл., Жанааркинский р-он, пос. Жанаарка, ул.Байлы би дом 8А	Парк автотранспортных средств с учетом владельцев частных машин в количестве 20 ед.
2	Техническое обслуживание и ремонт автотранспортных средств	1000 тенге	Возможное оказание услуг ГУ Отдел предпринимательства Жанааркинского района	Карагандинская обл., Жанааркинский р-он, пос. Жанаарка, ул.Байлы би дом 8А	Служебное автотранспортное средство в количестве 1 ед.
3	Техническое обслуживание и ремонт автотранспортных средств	1000 тенге	Возможное оказание услуг КГП Центральная больница Жанааркинского района	Карагандинская обл., Жанааркинский р-он, пос. Жанаарка, ул.Байлы би дом 8А	Гаражный парк КГП составляет не менее 5-ти автотранспортных средств.
Дополнительная информация о сбыте		Возможное оказание услуг службе такси ИП Накыпбекова Н.Н по уборке салона автотранспорта, также мойка кузова и колесных дисков.			

Покупательская способность потребителей

Среднемесячный доход 1 потенциального покупателя	ИП оказывает услуги по ремонту и техобслуживанию транспортных средств поселка и ближайших с/о, среднемесячный доход одного потенциального покупателя 167 000 тенге.
Частота использования услуги потенциальным покупателям в год	По расчетам в среднем потенциальный покупатель будет пользоваться нашей услугой 3-4 раза в год.
Дополнительная информация о покупательской способности клиентов	Проведя анализ рынка автомобилей района, было установлено, что на 35 000 жителей приходится 10% автомобилей. Следовательно, поддержанных на данный момент более 2000. Товар будет распространяться по каналу прямого маркетинга, так как услуга может осуществляться только при наличии потребителя.

Локация точки предоставления услуг

Местоположение точки предоставления услуг	Карагандинская обл., Жанааркинский р-н, пос. Жанаарка, ул. Байлы би дом 8А.
--	---

Преимущество локации	При выборе локации точки оказания услуг были учтены трафик людей в месте предоставления услуги, и поэтому точка (СТО) будет располагаться в непосредственной близости основной дороги транспортного узла. Возможность установки рекламных баннеров большого размера.
Дополнительная информация о локации	Удобство расположения и подъезда к СТО большегабаритных транспортных средств, с возможностью беспрепятственной парковки. При формировании и осуществлении технической политики предприятия основной упор делается на высокое качество выполняемых работ и разнообразие в предлагаемой услуге.

Анализ потенциальных конкурентов

№	Потенциальные конкуренты	Вид предоставляемых услуг конкурентов	Местоположение конкурента	Цена реализации тенге за ед. продукции/услуги
1	ИП Думан	Оказание услуг только на транспортные средства производство	Жанааркинский р-н, пос.Жанаарка, ул. Даулетбекова 101 А,	1500 тг
2	ИП Бокенаев	Ремонт автотранспортных средств с ограниченным перечнем услуг. Автомоечная станция	Жанааркинский р-н, пос.Жанаарка, ул. Б.Майлина 2 А,	1150 тг
3	ИП Оспанов С.	Автомоечная станция. Ремонт автотранспортных средств	Жанааркинский р-н, пос.Жанаарка, ул. пр. С.Сейфуллина 6А	1200 тг
Дополнительная информация о конкурентах			Невозможность расчета безналичными деньгами, очень ограниченная квалификация персонала, нет предоставление клиенту письменных гарантий на свою работу.	

Конкурентное преимущество и способы продвижения

Конкурентное преимущество бизнеса и способы продвижения услуг	Высокое качество исполнения работ, широкий спектр услуг, низкий уровень цен, гарантии на выполненные работы, аккуратность в обращении с автомобилем, работа на выезде, предоставление дополнительных услуг по другим сферам, взаимозаменяемость сотрудников, готовность работать в выходные дни.
--	--

4.2 Ситуационный анализ (SWOT)

SWOT-анализ - один из самых распространенных методов, оценивающих в комплексе внутренние и внешние факторы, влияющие на развитие компании. Это анализ сильных и слабых сторон организации, а также возможностей и угроз со стороны внешней окружающей среды.

При анализе ситуации рынка и потенциала создаваемого предприятия были определены следующие сильные и слабые стороны проекта.

SWOT-анализ

Сильные стороны:	Слабые стороны:
<ul style="list-style-type: none"> ✓ выгодное расположение; ✓ яркая вывеска, видимость с трассы; 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ отсутствие желаемой квалификации специалистов;

<ul style="list-style-type: none"> ✓ низкий прейскурант для завлечения клиентов; ✓ высокие потолки для ремонта крупногабаритных машин; ✓ новейшее качественное оборудование. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ отсутствие клиентской базы.
Возможности:	Угрозы:
<ul style="list-style-type: none"> ✓ перспектива развития – расширять бизнес по открытию автомойки и шиномонтаж. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ открытие по соседству конкурентов; ✓ снижение дохода населения.

5. Техническое планирование

5.1 Оборудование и инвентарь (техника)

Среди основного оборудования, необходимого для организации по услугам автосервиса, шиномонтажа и автомойки указано в таблице.

Перечень необходимого оборудования для организации по услугам автосервиса, шиномонтажа и автомойки

Направление использования средств	Кол. - во	Цена	Сумма всего (тенге)	В том числе (тенге): за счет займа/ За счет собств. средств
Автоподъемник 2-х стоечный, 4 тонны	3	710 000	2 130 000	За счет займа
Диагностический сканер	1	600 000	600 000	За счет займа
Трансмиссионная стойка	1	85 000	85 000	За счет займа
Стенд для подъема двигателя	1	300 000	300 000	За счет займа
Стенд сход развал	1	2 500 000	2 500 000	За счет займа
Прибор для контроля схождения	1	383 000	383 000	За счет займа
Рихтовочное оборудование	1	371 000	371 000	За счет займа
Сварочный аппарат	1	90 000	90 000	За счет займа
Пускозарядное устройство	1	60 000	60 000	За счет займа
Оборудование для замены масла	1	90 000	90 000	За счет займа
Набор инструментов (ключи, головки, шестигранники, пассатижи, кусачки, отвертки и т. д.)	3	100 000	300 000	За счет займа
Шкафы, верстаки инструментальные	1	108 000	108 000	За счет займа
Шиномонтажный стенд для легковых автомобилей	1	320 000	320 000	За счет займа
Балансировочный станок	1	300 000	300 000	За счет займа
Вулканизатор	1	132 000	132 000	За счет займа
Гидравлический пресс	1	96 000	96 000	За счет займа
Поршневой компрессор	1	120 000	120 000	За счет собств. средств
Домкрат гидравлический подкатной	3	45 000	135 000	За счет займа
Установка для мойки автомобилей	1	260 000	260 000	За счет собств. средств
Пылесос	1	80 000	80 000	За счет собств. средств
Пеногенератор- распылитель	1	70 000	70 000	За счет собств. средств
Система очистки и рециркуляции	1	230 000	230 000	За счет собств.

воды				средств
Строительные материалы для возведения автосервиса	1	4 000 000	4 000 000	За счет займа
Итого			12 000 000	

Общая стоимость оборудования составит 12 000 000 тг.

6. Реализация проекта

6.1 План реализации

Затраты на реализацию проекта представлена.

Прогнозный Отчет движения денежных средств на период реализации проекта

	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	6 год	7 год	8 год
Денежные средства на начала периода	-	1750297 6	2329142 2	2594974 9	3011103 2	3427231 4	3843359 6	4259487 9
Услуги	1699250	6797000	6797000	6797000	6797000	6797000	6797000	5097750
Семейные доходы	1740000	6960000	6960000	6960000	6960000	6960000	6960000	5220000
Всего приток от операционной деятельности	3439250	1375700 0	1375700 0	1375700 0	1375700 0	1375700 0	1375700 0	1031775 0
Расходы на содержание и обслуживание автосервиса	210000	840000	840000	840000	840000	840000	840000	630000
Оплата соц.отчислений и ОСМС	70554	282216	282216	282216	282216	282216	282216	211662
Коммунальные услуги	60000	240000	240000	240000	240000	240000	240000	180000
Пенсионные отчисления	111000	444000	444000	444000	444000	444000	444000	333000
Себестоимость	0	0	0	0	0	0	0	0
Фонд оплаты труда	4757160	4757160	4757160	4757160	4757160	4757160	4757160	4757160
Семейные расходы	129000	516000	516000	516000	516000	516000	516000	387000
Всего отток от операционной деятельности	2166274	7079376	7079376	7079376	7079376	7079376	7079376	4913102
Чистый поток от операционной деятельности	1272976	6677624	6677624	6677624	6677624	6677624	6677624	5404648
Собственные средства	-	-	-	-	-	-	-	-
За счет займа	4000000	-	-	-	-	-	-	-

Шиномонтаж	22 %	67 %	112 %	112 %	120 %	98 %	112 %	112 %	89 %	160 %	98 %	92 %
	19800	60300	100800	100800	108000	88200	100800	100800	80100	144000	88200	82800
	13 месяц	14 месяц	15 месяц	16 месяц	17 месяц	18 месяц	19 месяц	20 месяц	21 месяц	22 месяц	23 месяц	24 месяц
	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %
	90000	90000	90000	90000	90000	90000	90000	90000	90000	90000	90000	90000

Наименование	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
	месяц	месяц	месяц	месяц	месяц	месяц	месяц	месяц	месяц	месяц	месяц	месяц
Автомойка	6 %	46 %	64 %	120 %	146 %	146 %	200 %	200 %	200 %	185 %	146 %	47 %
	9720	74520	103680	194400	236520	236520	324000	324000	324000	299700	236520	761400

7. Потребность в финансировании

Общие инвестиционные затраты по проекту включают в себя:

Инвестиции проекта, тыс. тг.

Расходы, тыс.тг.	2020
Инвестиции в основной капитал	12 000 000
Оборотный капитал	0
Всего	12 000 000

Финансирование проекта планируется осуществить как за счет собственных средств инициатора проекта, так и за счет заемного капитала.

Программа финансирования на 2020 г., тыс. тг.

Источник финансирования, тыс.тг.	Сумма	Доля
Собственные средства	760 000	6%
Заемные средства	12 000 000	94%
Всего	12 760 000	100%

Приняты следующие условия кредитования:

Условия кредитования

Валюта кредита	тенге
Процентная ставка, годовых	6%
Срок погашения, лет	7,0
Выплата процентов и основного долга	ежемесячно
Льготный период погашения процентов, мес.	6
Льготный период погашения основного долга, мес.	24
Тип погашения основного долга	равными долями

Поступления в виде займов (KZT)

<i>Название</i>	<i>Дата</i>	<i>Сумма</i>	<i>Срок</i>	<i>Ставка</i>
		<i>(KZT)</i>		<i>%</i>
<i>Кредит</i>	<i>09.2020</i>	<i>12 000 000</i>	<i>84 мес.</i>	<i>6</i>

<i>Сумма кредита</i>	<i>12 000 000</i>
<i>Процентная ставка</i>	<i>6,00%</i>
<i>Срок кредита (кол-во месяцев)</i>	<i>84</i>
<i>Льготный период по ОД</i>	<i>-</i>
<i>Дата выдачи кредита</i>	<i>01.09.2020</i>
<i>Дата погашения кредита</i>	<i>01.08.2027</i>
<i>Тип расчета графика</i>	<i>Равными долями</i>

Выплаты на погашение займов (KZT)

N	Дата погашения	Сумма кредита на начало периода	Основной долг	Проценты	Платеж за период	Сумма кредита на конец периода
1	01.09.2020	12 000 000.00	142 857.14	60 000.00	202 857.14	11 857 142.86
2	01.10.2020	11 857 142.86	142 857.14	59 285.71	202 142.86	11 714 285.71
3	01.11.2020	11 714 285.71	142 857.14	58 571.43	201 428.57	11 571 428.57
4	01.12.2020	11 571 428.57	142 857.14	57 857.14	200 714.29	11 428 571.43
5	01.01.2021	11 428 571.43	142 857.14	57 142.86	200 000.00	11 285 714.29
6	01.02.2021	11 285 714.29	142 857.14	56 428.57	199 285.71	11 142 857.14
7	01.03.2021	11 142 857.14	142 857.14	55 714.29	198 571.43	11 000 000.00
8	01.04.2021	11 000 000.00	142 857.14	55 000.00	197 857.14	10 857 142.86
9	01.05.2021	10 857 142.86	142 857.14	54 285.71	197 142.86	10 714 285.71
10	01.06.2021	10 714 285.71	142 857.14	53 571.43	196 428.57	10 571 428.57
11	01.07.2021	10 571 428.57	142 857.14	52 857.14	195 714.29	10 428 571.43
12	01.08.2021	10 428 571.43	142 857.14	52 142.86	195 000.00	10 285 714.29
13	01.09.2021	10 285 714.29	142 857.14	51 428.57	194 285.71	10 142 857.14
14	01.10.2021	10 142 857.14	142 857.14	50 714.29	193 571.43	10 000 000.00
15	01.11.2021	10 000 000.00	142 857.14	50 000.00	192 857.14	9 857 142.86
16	01.12.2021	9 857 142.86	142 857.14	49 285.71	192 142.86	9 714 285.71
17	01.01.2022	9 714 285.71	142 857.14	48 571.43	191 428.57	9 571 428.57
18	01.02.2022	9 571 428.57	142 857.14	47 857.14	190 714.29	9 428 571.43
19	01.03.2022	9 428 571.43	142 857.14	47 142.86	190 000.00	9 285 714.29
20	01.04.2022	9 285 714.29	142 857.14	46 428.57	189 285.71	9 142 857.14
21	01.05.2022	9 142 857.14	142 857.14	45 714.29	188 571.43	9 000 000.00
22	01.06.2022	9 000 000.00	142 857.14	45 000.00	187 857.14	8 857 142.86
23	01.07.2022	8 857 142.86	142 857.14	44 285.71	187 142.86	8 714 285.71
24	01.08.2022	8 714 285.71	142 857.14	43 571.43	186 428.57	8 571 428.57
25	01.09.2022	8 571 428.57	142 857.14	42 857.14	185 714.29	8 428 571.43

26	01.10.2022	8 428 571.43	142 857.14	42 142.86	185 000.00	8 285 714.29
27	01.11.2022	8 285 714.29	142 857.14	41 428.57	184 285.71	8 142 857.14
28	01.12.2022	8 142 857.14	142 857.14	40 714.29	183 571.43	8 000 000.00
29	01.01.2023	8 000 000.00	142 857.14	40 000.00	182 857.14	7 857 142.86
30	01.02.2023	7 857 142.86	142 857.14	39 285.71	182 142.86	7 714 285.71
31	01.03.2023	7 714 285.71	142 857.14	38 571.43	181 428.57	7 571 428.57
32	01.04.2023	7 571 428.57	142 857.14	37 857.14	180 714.29	7 428 571.43
33	01.05.2023	7 428 571.43	142 857.14	37 142.86	180 000.00	7 285 714.29
34	01.06.2023	7 285 714.29	142 857.14	36 428.57	179 285.71	7 142 857.14
35	01.07.2023	7 142 857.14	142 857.14	35 714.29	178 571.43	7 000 000.00
36	01.08.2023	7 000 000.00	142 857.14	35 000.00	177 857.14	6 857 142.86
37	01.09.2023	6 857 142.86	142 857.14	34 285.71	177 142.86	6 714 285.71
38	01.10.2023	6 714 285.71	142 857.14	33 571.43	176 428.57	6 571 428.57
39	01.11.2023	6 571 428.57	142 857.14	32 857.14	175 714.29	6 428 571.43
40	01.12.2023	6 428 571.43	142 857.14	32 142.86	175 000.00	6 285 714.29
41	01.01.2024	6 285 714.29	142 857.14	31 428.57	174 285.71	6 142 857.14
42	01.02.2024	6 142 857.14	142 857.14	30 714.29	173 571.43	6 000 000.00
43	01.03.2024	6 000 000.00	142 857.14	30 000.00	172 857.14	5 857 142.86
44	01.04.2024	5 857 142.86	142 857.14	29 285.71	172 142.86	5 714 285.71
45	01.05.2024	5 714 285.71	142 857.14	28 571.43	171 428.57	5 571 428.57
46	01.06.2024	5 571 428.57	142 857.14	27 857.14	170 714.29	5 428 571.43
47	01.07.2024	5 428 571.43	142 857.14	27 142.86	170 000.00	5 285 714.29
48	01.08.2024	5 285 714.29	142 857.14	26 428.57	169 285.71	5 142 857.14
49	01.09.2024	5 142 857.14	142 857.14	25 714.29	168 571.43	5 000 000.00
50	01.10.2024	5 000 000.00	142 857.14	25 000.00	167 857.14	4 857 142.86
51	01.11.2024	4 857 142.86	142 857.14	24 285.71	167 142.86	4 714 285.71
52	01.12.2024	4 714 285.71	142 857.14	23 571.43	166 428.57	4 571 428.57
53	01.01.2025	4 571 428.57	142 857.14	22 857.14	165 714.29	4 428 571.43
54	01.02.2025	4 428 571.43	142 857.14	22 142.86	165 000.00	4 285 714.29
55	01.03.2025	4 285 714.29	142 857.14	21 428.57	164 285.71	4 142 857.14
56	01.04.2025	4 142 857.14	142 857.14	20 714.29	163 571.43	4 000 000.00
57	01.05.2025	4 000 000.00	142 857.14	20 000.00	162 857.14	3 857 142.86
58	01.06.2025	3 857 142.86	142 857.14	19 285.71	162 142.86	3 714 285.71
59	01.07.2025	3 714 285.71	142 857.14	18 571.43	161 428.57	3 571 428.57
60	01.08.2025	3 571 428.57	142 857.14	17 857.14	160 714.29	3 428 571.43
61	01.09.2025	3 428 571.43	142 857.14	17 142.86	160 000.00	3 285 714.29
62	01.10.2025	3 285 714.29	142 857.14	16 428.57	159 285.71	3 142 857.14
63	01.11.2025	3 142 857.14	142 857.14	15 714.29	158 571.43	3 000 000.00
64	01.12.2025	3 000 000.00	142 857.14	15 000.00	157 857.14	2 857 142.86
65	01.01.2026	2 857 142.86	142 857.14	14 285.71	157 142.86	2 714 285.71
66	01.02.2026	2 714 285.71	142 857.14	13 571.43	156 428.57	2 571 428.57
67	01.03.2026	2 571 428.57	142 857.14	12 857.14	155 714.29	2 428 571.43
68	01.04.2026	2 428 571.43	142 857.14	12 142.86	155 000.00	2 285 714.29
69	01.05.2026	2 285 714.29	142 857.14	11 428.57	154 285.71	2 142 857.14
70	01.06.2026	2 142 857.14	142 857.14	10 714.29	153 571.43	2 000 000.00
71	01.07.2026	2 000 000.00	142 857.14	10 000.00	152 857.14	1 857 142.86
72	01.08.2026	1 857 142.86	142 857.14	9 285.71	152 142.86	1 714 285.71

73	01.09.2026	1 714 285.71	142 857.14	8 571.43	151 428.57	1 571 428.57
74	01.10.2026	1 571 428.57	142 857.14	7 857.14	150 714.29	1 428 571.43
75	01.11.2026	1 428 571.43	142 857.14	7 142.86	150 000.00	1 285 714.29
76	01.12.2026	1 285 714.29	142 857.14	6 428.57	149 285.71	1 142 857.14
77	01.01.2027	1 142 857.14	142 857.14	5 714.29	148 571.43	1 000 000.00
78	01.02.2027	1 000 000.00	142 857.14	5 000.00	147 857.14	857 142.86
79	01.03.2027	857 142.86	142 857.14	4 285.71	147 142.86	714 285.71
80	01.04.2027	714 285.71	142 857.14	3 571.43	146 428.57	571 428.57
81	01.05.2027	571 428.57	142 857.14	2 857.14	145 714.29	428 571.43
82	01.06.2027	428 571.43	142 857.14	2 142.86	145 000.00	285 714.29
83	01.07.2027	285 714.29	142 857.14	1 428.57	144 285.71	142 857.14
84	01.08.2027	142 857.14	142 857.14	714.29	143 571.43	0
Итого					14 550 000.00	

8. Эффективность проекта

8.1 Расчет прибыли и убытков

Показатели рентабельности указано в таблице.

Показатели рентабельности

Чистый дисконтированный доход (NPV)	387679
Индекс прибыльности (PI)	8%

8.2 Эффективность деятельности предприятия

Показатели эффективности деятельности предприятия на 8 год проекта.

	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	6 год	7 год	8 год
Выручка	1699250	6797000	6797000	6797000	6797000	6797000	6797000	5097750
Услуги	1699250	6797000	6797000	6797000	6797000	6797000	6797000	5097750
Себестоимость	2037274	6563376	6563376	6563376	6563376	6563376	6563376	4526102
Расходы на содержание и обслуживание автосервиса	210000	840000	840000	840000	840000	840000	840000	630000
Оплата соц. отчислений и ОСМС	70554	282216	282216	282216	282216	282216	282216	211662
Коммунальные услуги	60000	240000	240000	240000	240000	240000	240000	180000
Пенсионные отчисления	111000	444000	444000	444000	444000	444000	444000	333000
Себестоимость	0	0	0	0	0	0	0	0
Фонд оплаты труда	4757160	4757160	4757160	4757160	4757160	4757160	4757160	4757160
Валовая прибыль	338024	233624	233624	233624	233624	233624	233624	571648
Налоги	220956	220956	220956	1676952	1676952	1676952	1676952	1676952
Прибыль после налогов	338024	233624	233624	29714	29714	29714	29714	418715
Оплата вознаграждения	0	889178	563155	468141	367268	260173	146472	31036
<i>Чистая прибыль</i>	338024	655554	329531	438427	337554	230459	116758	387679
Рентабельность	20%	10%	5%	6%	5%	3%	2%	8%

Налоги

Виды налогов и платежей	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	6 год	7 год	8 год
ИПН	0	0	0	381000	381000	381000	381000	381000
Социальный налог	0	0	0	690996	690996	690996	690996	690996
ОПВ	48000 0	48000 0	48000 0	480000	480000	480000	480000	480000
СО	12495 6	12495 6	12495 6	124956	124956	124956	124956	124956
ОСМС	48000	48000	48000	48000	48000	48000	48000	48000
Итого	22095 6	22095 6	22095 6	167695 2	167695 2	167695 2	167695 2	167695 2

План по персоналу

Должность	Кол-во	Зарплата	Платежи
Автоэлектрик	1	110 000 тенге	Ежемесячно, весь проект
Автомойщик	2	180 000 тенге	Ежемесячно, весь проект
Механик	1	110 000 тенге	Ежемесячно, весь проект
Итого	4	400 000 тенге	

Общие затраты по проекту включают в себя:

Показатель	Кол. - во	Ед. измерение	Стоимость (тенге)
Автоподъемник 2-х стоечный, 4 тонны	3	штук	2 130 000
Диагностический сканер	1	штук	600 000
Трансмиссионная стойка	1	штук	85 000
Стенд для подъема двигателя	1	штук	300 000
Стенд сход развал	1	штук	2 500 000
Прибор для контроля схождения	1	штук	383 000
Рихтовочное оборудование	1	штук	371 000
Сварочный аппарат	1	штук	90 000

Пускозарядное устройство	1	штук	60 000
Оборудование для замены масла	1	штук	90 000
Набор инструментов (ключи, головки, шестигранники, пассатижи, кусачки, отвертки и т. д.)	3	штук	300 000
Шкафы, верстаки инструментальные	1	штук	108 000
Шиномонтажный стенд для легковых автомобилей	1	штук	320 000
Балансировочный станок	1	штук	300 000
Вулканизатор	1	штук	132 000
Гидравлический пресс	1	штук	96 000
Поршневой компрессор	1	штук	120 000
Домкрат гидравлический подкатной	3	штук	135 000
Установка для мойки автомобилей	1	штук	260 000
Пылесос	1	штук	80 000
Пеногенератор- распылитель	1	штук	70 000
Система очистки и рециркуляции воды	1	штук	230 000
Строительные материалы для возведения автосервиса	1	штук	4 000 000
Итого			12 000 000

9. Социально-экономическое воздействие

9.1 Социально-экономическое значение проекта

С экономической точки зрения проект будет способствовать:

- созданию 4 рабочих места, что позволит работникам получать стабильный доход;
- создание нового автосервиса, также дополнительно к услугам автосервиса будет предоставляться услуги шиномонтажа и автомойки;
- поступлению в местный бюджет 815 тысяч тенге налогов и других отчислений.

Среди социальных воздействий можно выделить:

- удовлетворение спроса населения/потребителей, через предоставление широкого спектра услуг количество потребителей будет составлять около 3000 человек в год.

Костанайская область
Житикаринского район
город Житикара

БИЗНЕС-ПЛАН ОТКРЫТИЕ АПТЕКИ И РЕАЛИЗАЦИЮ МЕДИЦИНСКИХ ТОВАРОВ



2020 год

СОДЕРЖАНИЕ

Резюме.....	3
Введение.....	3
1. Концепция проекта.....	4
2. Описание продукта (услуги).....	5
3. Программа производства.....	5
4. Маркетинговый план.....	6
4.1 Описание рынка услуги.....	6
4.2 Ситуационный анализ (SWOT).....	8
5. Организация, управление и персонал.....	9
6. Реализация проекта.....	9
6.1 План реализации.....	9
7. Потребность в финансировании.....	10
8. Эффективность проекта.....	13
8.1 Расчет прибыли и убытков.....	13
9. Социально-экономическое воздействие.....	14
9.1 Социально-экономическое значение проекта.....	14

Резюме

Инициатор проекта планирует открытие аптеки и реализацию медицинских товаров. Разместить бизнес планируется в городе Житикара, Житикаринского района, Костанайской области помещении соответствующий всем нормам и требованиям РК.

Целью деятельности предприятия является извлечение дохода для улучшения материального благосостояния его участника.

Целевой группой планируемого предприятия будут являться потребители услуг – население области и близлежащих районов.

Планируется приобретение оборудования.

Общие инвестиционные затраты по проекту включают в себя:

Расходы, тыс.тг.	2020
Инвестиции в основной капитал	10 000 000
Оборотный капитал	0
Всего	10 000 000

Финансирование проекта планируется осуществить за счет заемного капитала.

Источник финансирования, тыс.тг.	Сумма	Доля
Собственные средства	0	0
Заемные средства	10 000 000	100%
Всего	10 000 000	100%

Приняты следующие условия кредитования:

Валюта кредита	тенге
Процентная ставка, годовых	6%
Срок погашения, лет	5
Выплата процентов и основного долга	ежемесячно
Льготный период погашения процентов, мес.	9
Льготный период погашения основного долга, мес.	6
Тип погашения основного долга	Аннуитет

Введение

В Казахстане функционирует 3970 аптек (без учета аптечных пунктов в государственных медицинских учреждениях).

Больше всего аптек в Алматы – 870. Также в тройке лидеров по количеству аптек Нур-Султан и Шымкент- по 442 аптеки. В тройке аутсайдеров Тараз, Кокшетау, Темиртау — 69, 59, 57 аптек соответственно.

В среднем, на 100 тысяч населения крупных городов Казахстана (не рассматриваются города с количеством аптек меньше 50) приходится 53 аптеки. Если сравнить эти данные с мировыми значениями, то согласно

отчетов Международной фармацевтической федерации (FIP), в Китае на 100 тысяч населения приходится 67 аптек, в Ливане – 60, в Непале – 57, в Украине 51, в России – 37, в США -19, в Германии – 26.

При этом, эксперты FIP отмечают, что для стран, где существует развитая система здравоохранения, средним показателем считается не более 30 аптек на 100 тысяч населения. Показатель 40 и более аптек на 100 тысяч населения указывает на наличие перекосов в системе общественного здравоохранения. Прежде всего — на недостаточную работу государства по формированию у населения приоритетов здорового образа жизни.

Повышенный спрос на лекарственные препараты, формируется еще и потому, что существующая система здравоохранения не оправдывает ожиданий населения — люди предпочитают заниматься самолечением, получая назначения не от врача, а от провизора аптеки или в интернете.

Чтобы сделать выводы о плотности концентрации аптек по городам РК, следует брать в расчет взаимосвязь количества аптек с населением города. В самом густонаселенном и имеющем наибольшее количество аптек Алматы, на 10 тысяч жителей приходится всего 5,1 аптеки. Для сравнения – в довольно скромном по количеству жителей и аптек Уральске этот параметр составляет 7,3. В тройку лидеров по количеству аптек на 10 тыс. населения, также входят Атырау и Актау, с результатом 6,5 и 6,2 аптеки соответственно. Алматы и Нур-Султан делят 6 и 7 места уступив Талдыкоргану и Павлодару. Меньше всего аптек на 10 тыс. жителей в Таразе – 1,9.

1. Концепция проекта

Концепция проекта предусматривает открытие аптеки и реализацию медицинских товаров.

Целью деятельности предприятия является извлечение дохода для улучшения материального благосостояния его участника.

Основными видами продукции будет являться лекарственные препараты.

Целевой группой планируемого предприятия будут являться потребители услуг – население области и близлежащих районов.

Преимущества продукции составляет:

- цены дешевле на лекарственные средства;
- большой ассортимент;
- доступное местоположение;
- высокое качество обслуживания.

Данный бизнес – план не является окончательным вариантом руководства к действию, а показывает лишь потенциальную возможность развития такой бизнес – идеи. Поэтому при реализации настоящего проекта возможно изменение исходных параметров проекта. Следует более подробно раскрыть конкурентные преимущества предоставляемой услуги, а также отличительные особенности приобретаемого оборудования.

	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2
	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4
	мес	мес	мес	мес	мес	мес	мес	мес	мес	мес	мес	мес
	яц	яц	яц	яц	яц	яц	яц	яц	яц	яц	яц	яц
	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
	0500	0500	0500	0500	0500	0500	0500	0500	0500	0500	0500	0500
	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00

При формировании цен была учтена покупательная способность потребителей, определяемая средним уровнем их доходов.

Формирование цен основано на рыночных ценах и полной себестоимости предоставляемой услуги.

Планируемые цены на продукцию

Аптека	Перечень продукции	Торговая наценка, тенге	Сумма реализации за месяц	
	3000000	1050000	4050000	
Продукция	Сумма закупа за месяц,	Торговая наценка, %	Сумма реализации за месяц, тенге	Торговая наценка, тенге
Лекарства и изделия медицинского назначения	3000000	35	4050000	1050000

4. Маркетинговый план

4.1 Описание рынка услуги

Аптечный бизнес на сегодняшний день является одним из самых прибыльных способов заработка. Все дело в том, что на многие лекарства существует очень серьезная наценка — возможно это не очень гуманно, однако речь в статье пойдет не о гуманизме, а в первую о заработке денег. Тем более, что у всех дорогих лекарств существуют дешевые аналоги, которые ничем не хуже.

Анализ рынка при составлении бизнес-плана по открытию аптеки стоит разделить на два этапа.

Первый этап — анализ глобального рынка, на международном уровне. Второй этап — анализ рынка казахстанского.

Анализ глобального рынка не должны быть сильно подробным - достаточно поверхностного взгляда, чтобы представлять общую конъюнктуру. К примеру, если в мире идет активная работа над созданием дешевых и доступных лекарств, то скорее всего аптечным бизнесом заниматься будет выгодно. Если же взято направление на лечение народной медициной, то, очевидно, аптечный бизнес — это не то, чем стоит заниматься. К сегодняшнему дню вторая ситуация в истории не встречалась.

Однако, подобное происходило на других рынках: к примеру, запрет на торговлю алкоголем в некоторых странах в начале двадцатого века.

Во-первых, объем торговли фармацевтической продукцией за последние десять лет показывает стабильный рост. Увеличивается общее количество аптек и их потенциальных клиентов. Во-вторых, правительством выбран явный курс на импортозамещение в области лекарств — западные аналоги становятся труднодоступными, большинство аналогов не отвечают необходимым стандартам качества. Это неприятная особенность рынка, однако, открывает перед аптечными сетями новые направления. В условиях дешевой национальной валюты закупка иностранных лекарств была бы сильно убыточна, а их последующая продажа не принесла бы необходимой выручки. Поэтому, сегодня выгодно работать с местным производителем, который предлагает наиболее низкую цену на свою продукцию. В-третьих, необходимо учитывать и общее состояние сферы здравоохранения. В Казахстане сегодня данная сфера активно развивается — строятся крупные медицинские центры, разрабатывается новое оборудование. Как итог, вся медицина находится в стадии роста. Фармацевтика напрямую относится к медицине, а это значит, что и в аптечном бизнесе сложился благоприятный инвестиционный климат.

Исходя из полученных данных, а также имея на руках минимальную информацию о финансовом благополучии потенциальных конкурентов, можно принимать решение о вхождении или не вхождении в аптечный бизнес в регионе. Однако надо учитывать, что это глобальная картина, которая подходит скорее для открытия сети аптек. Если же в Ваши планы входит исключительно открытие небольшого аптечного пункта, то здесь стоит обратить свое внимание на более поверхностные вещи: местоположение, удаленность от новых микрорайонов, целевую аудиторию. Целевая аудитория любого аптечного пункта — пенсионеры, а также молодые родители в возрасте от 25 до 45 лет. Как показывает опыт и практика, именно молодые родители являются самыми частыми посетителями аптечных пунктов.

Анализ Потенциального сбыта

№	Наименование товара	Стоимость реализуемого товара в тенге	Возможные каналы сбыта	Местоположение точки продажи	Потенциальные потребители товара и их количество
1	Лекарства	500 тенге	Рамазана Мадина Бауржановна	Костанайская обл, Житикаринский район, г. Житикара	Потенциальные покупатели являются люди в возрасте от 5 до 85 лет,

					количество потенциальных потребителей равняется 26 280
2	Лекарства	500 тенге	Жаркеева Динара Манатовна	Костанайская обл, Житикаринский район, г.Житикара	Потенциальные покупатели являются люди в возрасте от 5 до 85 лет, количество потенциальных потребителей равняется 26 280
3	Лекарства	500 тенге	Мусина Зарина Глеухановна	Костанайская обл, Житикаринский район, г.Житикара,	Потенциальные покупатели являются люди в возрасте от 5 до 85 лет, количество потенциальных потребителей равняется 26 280
Дополнительная информация о сбыте			Возможные каналы сбыта с Шакутовой Айгерим Болатхановна в г.Житикара о реализации лекарств.		

Покупательская способность потребителей

Среднемесячный доход 1 потенциального покупателя	Средний доход потенциального покупателя 95 000 тенге.
Частота пользования услугой потенциальным покупателем в год	По статистике пик заболеваемости приходится весной и зимой. Поэтому клиенты будут приобретать препараты 2 раза в год.
Дополнительная информация о покупательской способности клиентов	Потенциальные клиенты прежде всего пенсионеры а также работники гос.учреждений, ТОО, ИП а также частных фирм. Это люди с достаточным уровнем дохода которые готовы платить хорошие деньги за качественный товар.

Анализ потенциальных конкурентов

№	Потенциальные конкуренты	Вид реализуемого товара	Местоположение конкурента	Цена реализации тенге за ед. продукции/услуги
---	--------------------------	-------------------------	---------------------------	---

		конкуренентов		
1	ИП "Амантаева"	Лекарства	Костанайская обл, Житикаринский район, г. Житикара	600 тенге средняя цена
2	ИП "Беимбетов"	Лекарства	Костанайская обл, Житикаринский район, г. Житикара	500 тенге средняя цена
3	ТОО "Фармаком"	Лекарства и медицинские препараты	Костанайская обл, Житикаринский район, г. Житикара	700 тенге средняя цена
Дополнительная информацию о потенциальных конкурентах			Указанные конкуренты на рынке работают более 10 лет. Лекарства продают по приемлемой цене.	

Конкурентное преимущество и способы продвижения

Конкурентное преимущество и способы продвижения услуг	Преимущество в том, что аптека находится в центре города. Цены на лекарства дешевле на 10 % чем у конкурентов. Имеется бесплатная доставка лекарства по городу.
--	---

4.2 Ситуационный анализ (SWOT)

SWOT-анализ позволяет нам определить причины эффективной или неэффективной работы предприятия на рынке, это сжатый анализ маркетинговой информации, на основании которого можно сделать вывод о том, в каком направлении предприятие должна развивать свой хозяйственную деятельность и в конечном итоге определить полученные ресурсы по сегментам.

Результатом анализа является разработка маркетинговой стратегии. Для стратегической перспективы, созданных в ходе реализации проекта, особенно значимы сильные стороны, так как они являются основой стратегии для достижения конкурентных преимуществ. В то же время хорошая стратегия требует анализа слабых сторон, для разработки мероприятий по их укреплению или устранению.

При анализе ситуации рынка и потенциала создаваемого предприятия были определены следующие сильные и слабые стороны проекта.

SWOT-анализ

Сильные стороны услуг	Благоприятные факторы ситуации
- индивидуальный подход к каждому клиенту; - большой ассортимент лекарств	- лекарственные препараты пользуются постоянным спросом у людей - удобное расположение; - быстрая окупаемость проекта
Слабые стороны услуг	Неблагоприятные факторы ситуации и риски
- сравнительно небольшая	- конкуренция на рынке;

помещение. — отсутствие рекламы	— форс-мажор;
------------------------------------	---------------

Анализируя данные, полученные SWOT-анализе, можно сделать вывод. Проект имеет больше сильных сторон и возможностей, чем угроз и слабых сторон. Использование возможностей сильных сторон и благоприятных факторов, индивидуальный предприниматель имеет возможность повысить привлекательность проекта среди потребителей, активная маркетинговая стратегия компании, позволит увеличить круг потенциальных потребителей.

5. Организация, управление и персонал

Количество персонала зависит от масштабов. В среднем необходимо 3 - 5 сотрудников:

- фармацевта- работает с рецептами;
- фармацевта;
- работника склада.

Дополнительно нужен уборщик для поддержания чистоты. Важно наличие санитарных книжек.

6. Реализация проекта

6.1 План реализации

Затраты на реализацию проекта представлена на таблице.

Прогнозный Отчет движения денежных средств на период реализации проекта

	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	6 год
Денежные средства на начала периода	-	16505	26137	36928	46208	55488
Аптека	24300 000	48600 000	48600 000	48600 000	48600 000	28350 000
Семейные доходы	75000 0	18000 00	18000 00	18000 00	18000 00	10500 00
Всего приток от операционной деятельности	25050 000	50400 000	50400 000	50400 000	50400 000	29400 000
Фонд оплаты труда	33000 0	33000 0	33000 0	33000 0	33000 0	33000 0
Аптека	18000 000	36000 000	36000 000	36000 000	36000 000	21000 000
Семейные расходы	50000 0	12000 00	12000 00	12000 00	12000 00	70000 0
Всего отток от операционной	18544 244	37288 488	37288 488	37288 488	37288 488	21744 244

деятельности						
Чистый поток от операционной деятельности	6505756	13111512	13111512	13111512	13111512	7655756
Средства займа	10000000	-	-	-	-	-
Собственные средства	-	-	-	-	-	-
Всего приток от инвестиц. деятельности	10000000	-	-	-	-	-
Всего отток от инвестиц. деят-ти	-	-	-	-	-	-
Чистый поток от инвестиц. деят-ти	10000000	-	-	-	-	-
Всего приток от фин. деятельности	0	0	0	0	0	0
Выплата вознаграждения	0	787375	385835	266544	139895	20032
Основной долг	0	2692530	1934101	2053392	2180041	1139936
Налоги	639540	639540	639540	1512000	1512000	1512000
Всего отток от фин. деятельности	0	3479905	2319936	3831936	3831936	2041968
Чистый поток от фин. деятельности	0	3479905	2319936	3831936	3831936	2041968
Изменения за период	16505756	9631607	10791576	9279576	9279576	5613788
Конечная наличность	16505756	26137363	36928939	46208515	55488091	61101879

7. Потребность в финансировании

Общие инвестиционные затраты по проекту включают в себя:

Инвестиции проекта, тыс. тг.

Расходы, тыс.тг.	2020
Инвестиции в основной капитал	10 000 000
Оборотный капитал	0
Всего	10 000 000

Финансирование проекта планируется осуществить за счет заемного капитала.

Программа финансирования на 2020 г., тыс. тг.

Источник финансирования, тыс.тг.	Сумма	Доля
Собственные средства	0	0
Заемные средства	10 000 000	100%
Всего	10 000 000	100%

Приняты следующие условия кредитования:

Поступления в виде займов (KZT)

<i>Название</i>	<i>Дата</i>	<i>Сумма</i> <i>(KZT)</i>	<i>Срок</i>	<i>Ставка</i> <i>%</i>
<i>Кредит</i>	<i>01.07.2020</i>	<i>1000000</i>	<i>6 мес.</i>	<i>6</i>

<i>Сумма кредита</i>	<i>10000000</i>
<i>Процентная ставка</i>	<i>6,00%</i>
<i>Срок кредита (кол-во месяцев)</i>	<i>60</i>
<i>Льготный период по ОД</i>	<i>6 месяцев</i>
<i>Дата выдачи кредита</i>	<i>01.07.2020</i>
<i>Дата погашения кредита</i>	<i>01.12.2024</i>

Выплаты на погашение займов (KZT)

№ платежа	Дата погашения	Сумма кредита на начало периода	Основной долг	Проценты	Платеж за период	Сумма кредита на конец периода
1	01.07.2020	10 000 000	143 328	50 000	193 328	9 856 671
2	01.02.2020	9 856 671	144 044	49 283	193 328	9 712 627
3	01.03.2020	9 712 627	144 764	48 563	193 328	9 567 862
4	01.04.2020	9 567 862	145 488	47 839	193 328	9 422 373
5	01.05.2020	9 422 373	146 216	47 111	193 328	9 276 157
6	01.06.2020	9 276 157	146 947	46 380	193 328	9 129 210
7	01.07.2020	9 129 210	147 681	45 646	193 328	8 981 528
8	01.08.2020	8 981 528	148 420	44 907	193 328	8 833 108
9	01.09.2020	8 833 108	149 162	44 165	193 328	8 683 945
10	01.10.2020	8 683 945	149 908	43 419	193 328	8 534 037
11	01.11.2020	8 534 037	150 657	42 670	193 328	8 383 379
12	01.12.2020	8 383 379	151 411	41 916	193 328	8 231 968
13	01.01.2021	8 231 968	152 168	41 159	193 328	8 079 800
14	01.02.2021	8 079 800	152 929	40 399	193 328	7 926 871
15	01.03.2021	7 926 871	153 693	39 634	193 328	7 773 177
16	01.04.2021	7 773 177	154 462	38 865	193 328	7 618 715
17	01.05.2021	7 618 715	155 234	38 093	193 328	7 463 480
18	01.06.2021	7 463 480	156 010	37 317	193 328	7 307 470
19	01.07.2021	7 307 470	156 790	36 537	193 328	7 150 679
20	01.08.2021	7 150 679	157 574	35 753	193 328	6 993 105
21	01.09.2021	6 993 105	158 362	34 965	193 328	6 834 742

22	01.10.2021	6 834 742	159 154	34 173	193 328	6 675 588
23	01.11.2021	6 675 588	159 950	33 377	193 328	6 515 638
24	01.12.2021	6 515 638	160 749	32 578	193 328	6 354 888
25	01.01.2022	6 354 888	161 553	31 774	193 328	6 193 334
26	01.02.2022	6 193 334	162 361	30 966	193 328	6 030 973
27	01.03.2022	6 030 973	163 173	30 154	193 328	5 867 800
28	01.04.2022	5 867 800	163 989	29 339	193 328	5 703 811
29	01.05.2022	5 703 811	164 808	28 519	193 328	5 539 002
30	01.06.2022	5 539 002	165 633	27 695	193 328	5 373 369
31	01.07.2022	5 373 369	166 461	26 866	193 328	5 206 908
32	01.08.2022	5 206 908	167 293	26 034	193 328	5 039 614
33	01.09.2022	5 039 614	168 129	25 198	193 328	4 871 484
34	01.10.2022	4 871 484	168 970	24 357	193 328	4 702 514
35	01.11.2022	4 702 514	169 815	23 512	193 328	4 532 698
36	01.12.2022	4 532 698	170 664	22 663	193 328	4 362 034
37	01.01.2023	4 362 034	171 517	21 810	193 328	4 190 516
38	01.02.2023	4 190 516	172 375	20 952	193 328	4 018 140
39	01.03.2023	4 018 140	173 237	20 090	193 328	3 844 903
40	01.04.2023	3 844 903	174 103	19 224	193 328	3 670 800
41	01.05.2023	3 670 800	174 974	18 354	193 328	3 495 826
42	01.06.2023	3 495 826	175 848	17 479	193 328	3 319 977
43	01.07.2023	3 319 977	176 728	16 599	193 328	3 143 249
44	01.08.2023	3 143 249	177 611	15 716	193 328	2 965 637
45	01.09.2023	2 965 637	178 499	14 828	193 328	2 787 137
46	01.10.2023	2 787 137	179 392	13 935	193 328	2 607 745
47	01.11.2023	2 607 745	180 289	13 038	193 328	2 427 455
48	01.12.2023	2 427 455	181 190	12 137	193 328	2 246 265
49	01.01.2024	2 246 265	182 096	11 231	193 328	2 064 168
50	01.02.2024	2 064 168	183 007	10 320	193 328	1 881 161
51	01.03.2024	1 881 161	183 922	9 405	193 328	1 697 239
52	01.04.2024	1 697 239	184 841	8 486	193 328	1 512 397
53	01.05.2024	1 512 397	185 766	7 561	193 328	1 326 631
54	01.06.2024	1 326 631	186 694	6 633	193 328	1 139 936
55	01.07.2024	1 139 936	187 628	5 699	193 328	952 307
56	01.08.2024	952 307	188 566	4 761	193 328	763 741
57	01.09.2024	763 741	189 509	3 818	193 328	574 232
58	01.10.2024	574 232	190 456	2 871	193 328	383 775
59	01.11.2024	383 775	191 409	1 918	193 328	192 366
60	01.12.2024	192 366	192 366	961	193 328	0
Итого						11 599 680

8. Эффективность проекта

8.1 Расчет прибыли и убытков

Показатели рентабельности указано в таблице.

Показатели рентабельности

	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	6 год
Выручка	24300	48600	48600	48600	48600	28350
	000	000	000	000	000	000
Аптека	24300	48600	48600	48600	48600	28350
	000	000	000	000	000	000
Себестоимость	44244	88488	88488	88488	88488	44244
Фонд	33000	33000	33000	33000	33000	33000
оплаты труда	0	0	0	0	0	0
Валовая	24255	48511	48511	48511	48511	28305
прибыль	756	512	512	512	512	756
Налоги	0	0	0	10758	10758	10758
				24	24	24
Прибыль	24255	48511	48511	47053	47053	27455
после налогов	756	512	512	512	512	256
Оплата		78737	38583	26654	13989	
вознаграждения	0	5	5	4	5	20032
Чистая	24255	47724	48125	46786	46913	27435
прибыль	756	137	677	968	617	224
Рентабельность	99.8%	98.2%	99%	96.3%	96.5%	96.8%
оость						

Чистый дисконтированный доход (NPV) и индекс прибыльности (PI)

Чистый дисконтированный доход (NPV)	16 807 126
Индекс прибыльности (PI)	2,7%

Налоги

Виды налогов и платежей	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	6 год
ИПН	0	0	0	305400	305400	305400
Социальный налог	0	0	0	210084	210084	210084
ОПВ	396000	396000	396000	396000	396000	396000
СО	124740	124740	124740	124740	124740	124740
ВОСМС	39600	39600	39600	39600	39600	39600
ООСМС	79200	79200	79200	79200	79200	79200
Итого	639540	639540	639540	1155024	1155024	1155024

План по персоналу

Должность	Кол-во	Зарплата	Платежи
Заведующий аптеки;	1	150 000 тенге	Ежемесячно

Фармацевт	1	100 000 тенге	Ежемесячно
Работника склада	1	80000 тенге	Ежемесячно
Итого	3	3300000	

Основные затраты по проекту включают в себя:

Показатель	Кол. - во	Ед. измерение	Значение
Ремонт	1	тенге	5 000 000
Компьютер	2	штук	1 000 000
Мебель для примерочной	2	штук	3 000 000
Реклама, Маркетинг	1	тенге	1 000 000
Итого			10000000

9. Социально-экономическое воздействие

9.1 Социально-экономическое значение проекта

С экономической точки зрения проект будет способствовать:

- созданию 3 рабочих мест, что позволит работникам получать стабильный доход;
- открытие аптеки и реализация медицинских товаров;
- поступлению в местный бюджет 2,8 млн тенге налогов и других отчислений в год.

Среди социальных воздействий можно выделить:

- удовлетворение спроса населения в фармацевтических препаратах.

Костанайская область
Костанай Г.А.
город Костанай

БИЗНЕС-ПЛАН ПО ОКАЗАНИЮ УСЛУГ ФРОНТАЛЬНОГО ПОГРУЗЧИКА



2020 год

СОДЕРЖАНИЕ

Резюме.....	3
Введение.....	3
1. Концепция проекта.....	4
2. Описание продукта (услуги).....	4
3. Производственный план.....	5
4. Маркетинговый план.....	5
5. Техническое планирование.....	8
6. Реализация проекта.....	8
7. Потребность в финансировании.....	8
8. Эффективность проекта.....	10
9. Социально-экономическое воздействие.....	12

Резюме

Бизнес-план предусматривает приобретение фронтального погрузчика и оказание услуг по погрузке и разгрузке грузов, используя приобретенную технику.

Целью деятельности предприятия является извлечение дохода для улучшения материального благосостояния инициатора проекта.

Инициатор проекта планирует оказывать услуги по фронтальным погрузкам. Разместить бизнес планируется в г. Костанай.

Целевой группой планируемого предприятия будут являться потребители услуг – население Костанайской области г. Костаная и близлежащих районов.

Планируется приобретение фронтального погрузчика.

Общие инвестиционные затраты по проекту включают в себя:

Расходы	2020
Инвестиции в основной капитал	15 000 000
Оборотный капитал	0
Всего	15 000 000

Финансирование проекта планируется осуществить и за счет заемного капитала.

Источник финансирования, тыс.тг.	Сумма	Период	Доля
Собственные средства	0	2020	0%
Заемные средства	15 000 000	2020	100%
Всего	15 000 000		100%

Приняты следующие условия кредитования:

Валюта кредита	тенге
Процентная ставка, годовых	6%
Срок погашения, лет	5,0
Выплата процентов и основного долга	ежемесячно
Льготный период погашения процентов, мес.	0
Льготный период погашения основного долга, мес.	60
Тип погашения основного долга	равными долями

Показатели эффективности деятельности предприятия на 6 год проекта.

Годовая прибыль (7 год), тыс. тг.	8 172 117
Рентабельность активов	83%

Введение

Спецтехника сегодня является чрезвычайно востребованным товаром. Но, к тому же, и недешевым. Именно поэтому многие компании стремятся брать подобную технику в аренду, не покупая целый парк дорогостоящих машин. Это отличный вариант для работ, которые требуется проводить несколько раз в год, или для конкретного проекта. Ведь купить погрузчик фронтальный – еще половина дела. Его еще нужно где-то содержать,

ремонттировать и терпеть убытки за время простоя. Так что, если организовывать бизнес по оказанию услуг спецтехники, очевидным становится выбор оказания услуг на фронтальном погрузчике, так как это популярная техника, которая не будет простаивать.

В современных реалиях практически ни одна дорожно-строительная работа не может обойтись без фронтальных. Более того, рынок аренды фронтальных погрузчиков демонстрирует стойкую тенденцию к развитию и значительному росту продаж.

1. Концепция проекта

Концепция проекта предусматривает приобретение фронтального погрузчика и оказание услуг по погрузке и разгрузке грузов, используя приобретённую технику.

Целью деятельности предприятия является извлечение дохода для улучшения материального благосостояния его участника.

Целевой группой планируемого предприятия будут являться потребители услуг – население Костанайской области и близлежащих районов.

На конкурентоспособность услуги напрямую влияют следующие факторы:

- цена услуги;
- быстрота выполнения заказов;
- качество услуги;
- качество сервиса.

2. Описание продукта (услуги)

Фронтальный погрузчик – разновидность спецтехники для выполнения погрузочно-разгрузочных и других видов работ. Эти машины отличаются компактными размерами, маневренностью, высокой мощностью и универсальностью применения. В конструктивном плане фронтальный погрузчик представляет собой тяжелый агрегат с вместительным и широким ковшом. Двигаясь, он забирает сыпучие материалы и мелкоштучные грузы, а затем перемещает их с одного места на другое, не используя при этом толкание (как в случае с бульдозерами или грейдерами).

Фронтальные погрузчики востребованы в ходе строительных и дорожно-ремонтных работ, на производстве, для организации перевозок, в складской деятельности. Машины этого типа часто присутствуют на балансе коммунальных служб и других хозяйств. Чаще всего фронтальные погрузчики используют для перемещения грунта, глины, песка, щебня. На строительных площадках транспортировке таким способом подвергается кирпич, металлические балки, трубная продукция. Нередко машины используют для уборки снега на городских улицах и тротуарах.

Ковшовые фронтальные погрузчики можно условно разделить на две большие группы: колесные и гусеничные. Рассмотрим их детально.

Колесные фронтальные погрузчики – самая крупная категория машин данного типа. Модели на таком шасси широко применяются в землеройных работах, в ходе планировки площадок, для перемещения сыпучих материалов. Колесные фронтальные погрузчики являются универсальными, отличаются хорошей маневренностью, легко перемещаются по дорожному покрытию на любые расстояния. Они хотя и имеют небольшой вес, но способны поднимать тяжелые грузы, а также работать в относительно стесненных условиях.

Гусеничные фронтальные погрузчики используются преимущественно на больших строительных площадках. Они актуальны там, где есть риск прокола шины в колесных моделях. Такую машину необходимо дополнительно транспортировать к месту ее последующего применения, используя грузовой тягач с платформой. Сама она отличается низкой маневренностью и соответствующей скоростью передвижения.

По классу грузоподъемности погрузчики можно разделить на четыре категории:

- минимашины,
- малые,
- средние,
- большие.

По количеству навесного оборудования:

- одноковшовые,
- многоковшовые.

Еще один способ классификации фронтальных погрузчиков зависит от их оснащения. Это могут быть вилы или ковш. Первый вариант используется для подъема и перемещения унифицированных поддонов, широко используемых в складской деятельности и торговле. Второй вариант – универсальный, подходит для сыпучих и мелкоштучных грузов.

3. Производственный план

Производимая продукция

Наименование продукции, работы, услуги	Цена реализации, тенге	Годовой объем производства
услуги фронтального погрузчика	8500	1990

Годовой объем производства

Наименование продукции, работы, услуги	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	6 год	Итого
услуги фронтального погрузчика	82	199	199	199	199	116	9950
	9	0	0	0	0	1	

При расчете программы продаж инфляция во внимание не принималась, поскольку связанное с инфляцией повышение цен пропорционально отразится на увеличении цен продаж.

4. Маркетинговый план

Оценка потенциальных групп клиентов, которые могут быть заинтересованы в услугах фирмы, предоставляющей спецтехнику в аренду, во многом зависит от специфики конкретного региона или города. Тем не менее, исходя из российской практики, основными клиентами аренды спецтехники могут быть:

● небольшие строительные компании, у которых нет своей спецтехники, и они используют ее периодически, например, услуги кранов для ремонта крыши дома или экскаватора для рытья котлована под фундамент. В эту же группу могут входить корпоративные клиенты, которым необходимо произвести разовый ремонт зданий, сооружений и прочих инженерных коммуникаций. Доля заказов со стороны этой группы клиентов в общем объеме услуг фирмы составляет примерно 30-50%;

● во вторую по значимости группу клиентов входят садовые, дачные и коттеджные кооперативы, которым нужна спецтехника для периодических работ по благоустройству общей территории, а также для ремонтных и строительных работ. В эту группу можно включить многочисленные ТСЖ и прочие общественные объединения собственников жилья (многоквартирных домов), которым нужна спецтехника для проведения каких — либо работ. Доля клиентов этой группы в общем портфеле заказов может составлять до 40%.

● заказы со стороны частных лиц, в том числе и индивидуальных предпринимателей, которым требуется спецтехника для строительных или ремонтных работ своих частных домов, зданий, офисов или сооружений. Доля таких клиентов может составлять примерно 10%.

Кроме этих трех основных сегментов потенциальных клиентов аренды спецтехники также следует рассмотреть работу с государственными или муниципальными заказчиками, которым требуется спецтехника. Работа с такими клиентами строится через участие в аукционах и тендерах на поставку товаров и услуг для государственных и муниципальных нужд. В некоторых случаях (особенно в небольших муниципалитетах) доля заказов со стороны таких клиентов может достигать до 50% в общей структуре заказов компании, сдающей в аренду спецтехнику.

Анализ потенциального сбыта

№	Наименование услуги	Стоимость оказываемой услуги за единицу в тенге	Возможные каналы сбыта	Местоположение предоставления услуг	Количество потенциальных потребителей услуги (целевая аудитория)
1	Услуги фронтального погрузчика	8000 тенге/ час	Возможное оказание услуг ТОО "Bi Group"	г. Нур Султан, ул. Мамбетова, 24	Потенциальные потребители услуги крупные

					предприятия, функционирующие в горнодобывающей, строительной отраслях, в количестве 4 предприятий
2	Услуги фронтального погрузчика	8000 тенге/ час	Возможное оказание услуг ИП"Карбаев Н.М."	Костанайская область, г. Костанай, ул Летунова, 17	В качестве потенциальных клиентов можно рассматривать строительные компании, пользующиеся услугами погрузчика, в количестве 4 предприятий
3	Услуги фронтального погрузчика	8000 тенге/ час	Возможное оказание услуг ТОО "ЖитикараАстыкТрейд"	Костанайская область, г Житикара, 2 км Денисовской трассы. Жаманкулова Г.С.	В качестве потенциальных клиентов можно рассматривать зерновые элеваторы, пользующиеся услугами погрузчика, в количестве 4 предприятий: ТОО "Компания Саламат", ТОО "Романа", АО "Костанайский мелькомбинат", ТОО "Бест Костанай"
Дополнительная информация о сбыте		Имеется возможность заключить договор на оказание услуг с предприятиями находящимися в Костанайской области: АО "ССГПО", АО "Костанайские Минералы", ТОО "Полиметалл", ТОО "Житикара астык трейд".			

Покупательская способность потребителей

Среднемесячный доход 1 потенциального покупателя	153600000 тенге
Частота пользования услугой потенциальным покупателем в год	Потенциальный потребитель будет пользоваться услугами фронтального погрузчика от 6-12 раз в год
Дополнительная информация о покупательской способности клиентов	"Vi Group" является генеральным подрядчиком строительства республиканской трассы "Рудный Денисовка" и "Денисовка – граница РФ". Генеральный подряд на 3 года.

Локация точки предоставления услуг

Местоположение точки предоставления услуг	Местоположение точки предоставления услуг республиканская трасса "Рудный Денисовка", находящийся от Костаная в 40 км.
Преимущество локации	Преимущество локации бизнеса заключается в его мобильности, отсутствия географической привязки, что позволяет оказывать услуги в любой точке Казахстана и ближнего зарубежья.
Дополнительную информацию о локации	Крупные предприятия берут автотранспортные средства в аренду, т.к. это намного дешевле, чем содержать собственный автопарк. При наличии генерального подряда на строительство автотрассы республиканского значения, Инициатор проекта, при заключении договора будет задействован в работе на 2 года

Анализ потенциальных конкурентов

№	Потенциальные конкуренты	Вид предоставляемых услуг конкурентов	Местоположение конкурента	Цена реализации тенге за ед. продукции/услуги
1	ИП "Каирбаева А."	Услуги фронтального погрузчика	Костанайская область, г. Костанай, ул. Бородина, 66	9000 тенге /час
2	ИП "Курманов В."	Услуги фронтального погрузчика	Костанайская область, г. Костанай, ул. Гоголя, 6	9000 тенге/час
3	ИП "Куанышев М."	Услуги фронтального погрузчика	Костанайская область, г. Костанай, ул. Майлина, 8/1	9000 тенге/час
Дополнительная информация о конкурентах		На постоянной основе проводится мониторинг деятельности конкурентов через посещения их личной страницы в Instagram, сайтов в Google.		

Конкурентное преимущество и способы продвижения

Конкурентное преимущество бизнеса и способ продвижения услуг	Стоимость оказываемых услуг ниже на 11%, фронтальный погрузчик совершенно новый, что позволит осуществлять услугу без простоев на ремонт, тогда как у конкурентов техника б/у. Планируется соблюдение и качественное исполнение условий контракта для формирования положительного резюме предприятия. Продвигать услугу планируется путем ведения переговоров с потенциальными клиентами, используя рекомендации и наработанный положительный имидж предприятия.
---	--

5. Техническое планирование

Себестоимость услуги фронтального погрузчика

Наименование	Ед. изм.	Кол- во	Цена за единицу	Сумма
дизельное топливо	литров	6	194	1164
Цена реализации	8500			

6. Реализация проекта

План выручки

Наименование	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	1	1
	месяц	месяц	месяц	месяц	месяц	месяц	месяц	месяц	месяц	0	1	2
	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	00 %	00 %	00 %	00 %	00 %	00 %	00 %	00 %	00 %	00 %	00 %	00 %
Услуги и фронтального погрузчика	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	4095 83	4095 83	4095 83	4095 83	4095 83	4095 83	4095 83	4095 83	4095 83	4095 83	4095 83	4095 83
	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2
	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4
	месяц	месяц	месяц	месяц	месяц	месяц	месяц	месяц	месяц	месяц	месяц	месяц
	ц	ц	ц	ц	ц	ц	ц	ц	ц	ц	ц	ц
	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	00 %	00 %	00 %	00 %	00 %	00 %	00 %	00 %	00 %	00 %	00 %	00 %
	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	4095 83	4095 83	4095 83	4095 83	4095 83	4095 83	4095 83	4095 83	4095 83	4095 83	4095 83	4095 83

7. Потребность в финансировании

Общие инвестиционные затраты по проекту включают в себя:

Наименование статей инвестиций	Сумма	Удельный вес	Источники финансирования			
			Собственные средства		Средства займа	
			Сумма	Удельный вес	Сумма	Удельный вес
Основные средства	150000 00	100 %	0	0 %	150000 00	100 %
Оборотные средства	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Итого	150000 00	100 %	0	0 %	150000 00	100 %
Удельный вес		100 %		0 %		100 %

Поступления в виде займов (KZT)

Название	Дата	Сумма (KZT)	Срок	Ставка %
Кредит	07.2020	15000000	60 мес.	6

Сумма кредита	15000000
Процентная ставка	6,00%
Срок кредита (кол-во месяцев)	60
Льготный период по ОД	-
Дата выдачи кредита	01.07.2020
Дата погашения кредита	01.06.2025

Выплаты на погашение займов (KZT)

№ платежа	Дата погашения	Сумма кредита на начало периода	Основной долг	Проценты	Платеж за период	Сумма кредита на конец периода
1	01.07.2020	15000000	289 992	75 000	214 992	14785007
2	01.08.2020	14785007	289 992	73 925	216 066	14568940
3	01.09.2020	14568940	289 992	72 844	217 147	14351793
4	01.10.2020	14351793	289 992	71 758	218 233	14133560
5	01.11.2020	14133560	289 992	70 667	219 324	13914236
6	01.12.2020	13914236	289 992	69 571	220 420	13693815
7	01.01.2021	13693815	289 992	68 469	221 522	13472292
8	01.02.2021	13472292	289 992	67 361	222 630	13249662
9	01.03.2021	13249662	289 992	66 248	223 743	13025918
10	01.04.2021	13025918	289 992	65 129	224 862	12801055
11	01.05.2021	12801055	289 992	64 005	225 986	12575069
12	01.06.2021	12575069	289 992	62 875	227 116	12347952
13	01.07.2021	12347952	289 992	61 739	228 252	12119700
14	01.08.2021	12119700	289 992	60 598	229 393	11890306
15	01.09.2021	11890306	289 992	59 451	230 540	11659766
16	01.10.2021	11659766	289 992	58 298	231 693	11428073
17	01.11.2021	11428073	289 992	57 140	232 851	11195221
18	01.12.2021	11195221	289 992	55 976	234 015	10961205
19	01.01.2022	10961205	289 992	54 806	235 186	10726019
20	01.02.2022	10726019	289 992	53 630	236 361	10489657
21	01.03.2022	10489657	289 992	52 448	237 543	10252113
22	01.04.2022	10252113	289 992	51 260	238 731	10013382
23	01.05.2022	10013382	289 992	50 066	239 925	9773457
24	01.06.2022	9773457	289 992	48 867	241 124	9532332
25	01.07.2022	9532332	289 992	47 661	242 330	9290002
26	01.08.2022	9290002	289 992	46 450	243 542	9046460
27	01.09.2022	9046460	289 992	45 232	244 759	8801700
28	01.10.2022	8801700	289 992	44 008	245 983	8555716
29	01.11.2022	8555716	289 992	42 778	247 213	8308503
30	01.12.2022	8308503	289 992	41 542	248 449	8060053
31	01.01.2023	8060053	289 992	40 300	249 691	7810362
32	01.02.2023	7810362	289 992	39 051	250 940	7559421
33	01.03.2023	7559421	289 992	37 797	252 194	7307227
34	01.04.2023	7307227	289 992	36 536	253 455	7053771
35	01.05.2023	7053771	289 992	35 268	254 723	6799048

36	01.06.2023	6799048	289 992	33 995	255 996	6543051
37	01.07.2023	6543051	289 992	32 715	257 276	6285774
38	01.08.2023	6285774	289 992	31 428	258 563	6027211
39	01.09.2023	6027211	289 992	30 136	259 855	5767355
40	01.10.2023	5767355	289 992	28 836	261 155	5506200
41	01.11.2023	5506200	289 992	27 531	262 461	5243739
42	01.12.2023	5243739	289 992	26 218	263 773	4979965
43	01.01.2024	4979965	289 992	24 899	265 092	4714873
44	01.02.2024	4714873	289 992	23 574	266 417	4448455
45	01.03.2024	4448455	289 992	22 242	267 749	4180706
46	01.04.2024	4180706	289 992	20 903	269 088	3911617
47	01.05.2024	3911617	289 992	19 558	270 433	3641183
48	01.06.2024	3641183	289 992	18 205	271 786	3369397
49	01.07.2024	3369397	289 992	16 846	273 145	3096252
50	01.08.2024	3096252	289 992	15 481	274 510	2821741
51	01.09.2024	2821741	289 992	14 108	275 883	2545858
52	01.10.2024	2545858	289 992	12 729	277 262	2268595
53	01.11.2024	2268595	289 992	6 179	278 649	1989946
54	01.12.2024	1989946	289 992	5 420	280 042	1709904
55	01.01.2025	1709904	289 992	4 657	281 442	1428461
56	01.02.2025	1428461	289 992	3 891	282 849	1145612
57	01.03.2025	1145612	289 992	3 120	284 263	861348
58	01.04.2025	861348	289 992	2 346	285 685	575662
59	01.05.2025	575662	289 992	1 568	287 113	288549
60	01.06.2025	288549	289 992	786	288 549	0
Итого						17 399 521

8. Эффективность проекта

Основные экономические, финансовые параметры реализации бизнес-плана:

Чистый дисконтированный доход (NPV) и индекс прибыльности (PI)

Чистый дисконтированный доход (NPV)	1420314
Индекс прибыльности (PI)	0,2%

Прогнозыний ОПиУ

	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	6 год
Выручка	70479 17	169150 00	169150 00	169150 00	169150 00	98670 83
Услуги	70479 17	169150 00	169150 00	169150 00	169150 00	98670 83
Себестоимость	10118 94	241084 8	241084 8	241084 8	241084 8	13989 54
Административно-хозяйственные расходы	2500	6000	6000	6000	6000	3500
Себестоимость	96515 0	231636 0	231636 0	231636 0	231636 0	13512 10
Фонд оплаты труда	33000 0	330000	330000	330000	330000	33000 0
Валовая прибыль	60360 23	145041 52	145041 52	145041 52	145041 52	84681 29

Налоги	63954 2	639542	639542	115502 4	115502 4	11550 24
Прибыль после налогов	60360 23	145041 52	145041 52	139967 02	139967 02	81721 17
Оплата вознаграждения	43125 0	727500	547500	367500	187500	26250
Чистая прибыль	56047 73	137766 52	139566 52	136292 02	138092 02	81458 67
Рентабельность	80%	81%	83%	81%	82%	83%

Налоги

Виды налогов и платежей	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	6 год
ИПН	0	0	0	305400	305400	305400
Социальный налог	0	0	0	210084	210084	210084
ОПВ	396000	396000	396000	396000	396000	396000
СО	124740	124740	124740	124740	124740	124740
ВОСМС	39600	39600	39600	39600	39600	39600
ООСМС	79200	79200	79200	79200	79200	79200
ИТОГО	639542	639542	639542	1155024	1155024	1155024

План по персоналу

Должность	Кол-во	Зарплата	Платежи
Водитель	1	180000 тенге	Ежемесячно, весь проект
Механик	1	150 000 тенге	Ежемесячно, весь проект
Итого	2	330000 тенге	

Общие затраты по проекту

Показатель	Кол. - во	Ед. измерение	Значение
1. Грузовая техника	1	шт	15000000
Итого			15000000

9. Социально-экономическое воздействие

Социально-экономическое значение проекта

С экономической точки зрения проект будет способствовать:

- созданию 2 рабочих мест, что позволит работникам получать стабильный доход;

- поступлению в местный бюджет 2 млн тенге налогов и других отчислений в год.

Среди социальных воздействий можно выделить:

- удовлетворение спроса населения/потребителей, через предоставление широкого спектра услуг количество потребителей будет составлять около 1900 человек в год.

Павлодарская область
Павлодарский район
с. Ефремовка

БИЗНЕС-ПЛАН ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ УСЛУГ ГРУЗОВЫХ ПЕРЕВОЗОК



2020 год

СОДЕРЖАНИЕ

Резюме	3
Введение	3
1. Концепция проекта	5
2. Описание проекта	6
2.1 Цели и задачи проекта	6
3. Описание предприятия	7
3.1 Инициатор проекта	7
4. Маркетинговый план	8
4.1 Анализ рынка	8
5. Ситуационный анализ (SWOT)	10
6. Организационный план	14
6.1 План по персоналу	14
7. Финансовый план	18
8. Прогноз отчета о прибылях и убытках	20
9. Плановое движение денежных средств	23
9.1 Проекция Cash-flow	23

Резюме

Проект предусматривает предоставление услуги по грузовым перевозкам автомобильным транспортом в Павлодарской области Республики Казахстан.

Целью деятельности предприятия является извлечение дохода для улучшения материального благосостояния его участника.

Задачей является приобретение грузового автотранспорта DAF для последующего использования в текущей деятельности.

Целевой группой планируемого предприятия будут являться потребители услуг, а именно:

- крупные товаропроизводители
- торговые компании, которым необходима перевозка грузов автомобильным транспортом
- частные лица

В сравнении с другими видами, рынок автотранспортных услуг в наибольшей степени либерализован – лицензированию подлежат только международные перевозки пассажиров и перевозки опасных грузов, а объем аттестационных и технических требований на выполнение регулярных перевозок, по существу, сведен к минимуму.

Введение

Грузовые перевозки — это очень важная сфера услуг для любого государства, поскольку редко, какая сделка сможет обойтись без услуг грузоперевозки.

Исходя из вида транспорта, который используется при перевозке грузов, грузовые перевозки можно подразделить на четыре основных вида:

- железнодорожные перевозки;
- автомобильные перевозки грузов
- морские грузовые перевозки
- авиаперевозки.

В наше время самым популярным видом грузоперевозки являются автомобильные грузовые перевозки, которые обладают целым рядом, не подвергающихся сомнению, преимуществ. Поэтому данным видом перевозки грузов пользуются как обычные люди, так и крупные компании, для которых быстрая и качественная доставка груза напрямую связана с успехом в их бизнесе.

Автоперевозки грузов: преимущества и недостатки

На сегодняшний день автоперевозки являются одним из самых популярных видов транспортировки грузов, которым активно пользуются как частные заказчики, так и компании. Современные рыночные отношения сложно себе представить без грузоперевозок. Между городами и странами происходит постоянный товарообмен, поэтому в услугах автоперевозок грузов нуждаются практически все крупные и небольшие фирмы.

Одним из основных плюсов автоперевозок в сравнении, например, с доставкой грузов железнодорожным транспортом, является большая скорость

доставки, в силу отсутствия характерных для железнодорожных перевозок промежуточных операций, таких как, например, сортировка вагонов и контейнеров, ожидание формирования подвижного состава, стыковка подвижных составов, если предполагается транзит.

Скорость же доставки, является одним из основных не только субъективных, но и вполне объективных требований для транспортировки различного рода грузов (скоропортящиеся продукты). Когда речь идет о железнодорожных, авиа или морских перевозках, то возникает необходимость консолидации груза. Это значит, что груз не будет отправлен, пока не будет укомплектован вагон, борт самолета или корабля. Если же выбирается автомобильная перевозка, то груз можно отправить уже в тот день, когда клиент туда обратился. Транспортная компания подберет наиболее оптимальный по габаритам автомобиль, оформит все необходимые грузы и выполнит доставку в указанное клиентом место.

Также преимуществом автоперевозок перед доставкой грузов железнодорожным транспортом является более гибкая и удобная система планирования маршрутов, что, во-первых, сказывается на скорости доставки, во-вторых, маршрут может учитывать пожелания клиента-грузоотправителя, в-третьих, чаще всего, позволяет избежать мультимодальных схем доставки, требующих комбинировать и стыковать виды транспорта. В маршрутах, которые все-таки невозможно осуществить одним из видов транспорта, будь то морские, авиа или железнодорожные перевозки, с пункта отправки/до пункта назначения, на помощь, конечно, всегда приходит автотранспорт.

Автоперевозки на сравнительно небольшие расстояния могут составить альтернативу любому другому виду транспортировки грузов. При использовании автоперевозок на расстояния, не превышающие 2000 км., значительно сокращаются расходы на транспортировку груза за счет таких нюансов, как отсутствие стыковочных пунктов, дополнительных погрузок (разгрузок), складского хранения. Кроме того, следует также отметить в качестве одного из преимуществ автоперевозок — возможность постоянного отслеживания местонахождения груза.

Автомобили – это единственный вид транспорта, который позволяет осуществить перевозку по принципу «из рук в руки», без дополнительных посредников. Ведь даже если доставку осуществляет компания-перевозчик, она способна забрать товар в точке отправления и доставить их в пункт назначения без перегрузки и смены транспорта, а это – дополнительная гарантия. Это тот вид транспортировки грузов, который легче всего проконтролировать. Например, всегда можно устранить проблемы, даже если они возникли уже в процессе перевозки груза, и не задерживать груз надолго, а также обеспечить максимальную безопасность даже очень специфическому грузу в пути. Во время следования груза можно связаться с водителем по телефону и отследить график движения автомобиля.

Обычно любой перевозчик грузов имеет обширный автопарк машин, от «Газелей» до мощных длинномерных монстров, поэтому можно выбрать подходящий вид транспорта. Поэтому компании готовы предложить клиенту

наиболее экономичный по цене и оптимальный по габаритам вид транспорта. Существует много способов транспортировки груза: в открытом кузове, контейнере, тентовом фургоне, или рефрижераторе, с соблюдением нужного температурного режима. Для специализированных видов грузов всегда можно создать необходимые условия перевозки, например, оборудовать рефрижератор или специальные условия крепления опасных грузов. В зависимости от объема осуществляемых перевозок автопарк компаний может включать разное количество единиц техники. Крупные компании осуществляют единовременную доставку больших объемов груза, обслуживая сразу десятки клиентов.

Существующие недостатки не делают автомобильные перевозки грузов менее популярными, и ими продолжает пользоваться подавляющее большинство компаний, ценящих скорость доставки, удобство подобных перевозок и комфорт для самого заказчика.

В последнее десятилетие в Казахстане автотранспортные перевозки получили новый импульс к развитию. Основой для этого послужила возросшая потребность в таких перевозках, развитие инфраструктуры дорожного хозяйства, а также импорт транспортных средств различного назначения.

Перевозка грузов по Казахстану автотранспортом занимает первое место по объему. Рост объема перевозок грузов автомобильным транспортом в нашей стране обусловлен ростом объемов производства сельскохозяйственной продукции, строительной отрасли, а также оборота розничной торговли.

1. Концепция проекта

Концепция проекта предусматривает организацию грузоперевозок по Павлодарской области и Казахстану. В рамках реализации проекта планируется приобретение 1-го грузового автомобиля DAF.

Целью деятельности предприятия является извлечение дохода для улучшения материального благосостояния его участника.

Задачей предприятия на данный момент является приобретение 1 грузового автомобиля DAF для последующего использования в текущей деятельности.

Целевой группой планируемого предприятия будут являться потребители услуг, а именно:

- торговые компании, которым необходима перевозка грузов автомобильным транспортом;
- частные лица.

Данный бизнес-план предназначен для рассмотрения с целью получения кредита в сумме 18 000 000 тенге на 5 лет, с процентной ставкой 6%.

Общие инвестиционные затраты по проекту включают в себя:

Финансирование проекта планируется осуществить за счет заемного капитала.

Источник финансирования	Сумма	Доля
Заемные средства	6 000 000	60 %

Собственные средства	4 000 000	40 %
Всего	10 000 000	100%

Источником окупаемости инвестиций является чистый доход от реализации услуг по грузоперевозкам.

	Единица измерения	Значение
Ставка дисконтирования (D)	%	10%
Период окупаемости (PB)	мес.	40
Дисконтированный период окупаемости (DPB)	мес.	45
Чистый приведенный доход (NPV)	KZT	6 242
Индекс прибыльности (PI)	коэфф.	0,3
Внутренняя норма рентабельности (IRR)	%	23%

Таким образом, представленный проект имеет достаточно высокий уровень доходности и способен в кратчайшие сроки развиваться за счет собственных средств. Расчет по проекту произведен на 5 лет. Ставка дисконтирования, рассчитана по средневзвешенной стоимости капитала (WACC) и составляет 13%.

Данный бизнес – план не является окончательным вариантом руководства к действию, а показывает лишь потенциальную возможность развития такой бизнес – идеи. Поэтому при реализации настоящего проекта возможно изменение первоначальных допущений.

С экономической точки зрения проект будет способствовать:

- созданию новых 2 рабочих мест, что позволит работникам получать стабильный доход;
- создание нового предприятия по предоставлению услуги по грузовым перевозкам автомобильным транспортом;
- поступлению в бюджет 216 тысяч тенге налогов и других отчислений.

Среди социальных воздействий можно выделить:

- удовлетворение спроса населения, товаропроизводителей и торговых компаний в услугах грузовых перевозок автомобильным транспортом.

2. Описание проекта

2.1 Цели и задачи проекта

Реализация данного проекта подразумевает привлечение финансовых ресурсов для приобретения грузового автотранспорта (DAF XF 105.460) для осуществления грузовых перевозок, как в Актюбинской области, так и за ее пределами.

Основные задачи проекта:

- Получение заемных средств для реализации проекта;
- Приобретение необходимого автомобиля;
- Увеличение объемов предоставления грузовых перевозок;
- Определение доли рынка и ее увеличение;

Учитывая запланированные в настоящем бизнес – плане обороты предприятия рекомендуется осуществлять деятельность в рамках упрощенного режима налогообложения.

Цели бизнеса:

- закрепиться на рынке авто-услуг города.
- обеспечить стабильный уровень входящих денежных потоков.;
- достичь безубыточного уровня реализации услуг и обеспечить прирост прибыли.
- обеспечить окупаемость и доходность вложенных инвестиций.

Местом реализации проекта предполагается Павлодарская область и Республика Казахстан.

Общая стоимость проекта по предоставлению грузовых перевозок 10 млн. тенге.

Общие инвестиционные затраты по проекту включают в себя:

Источник финансирования,	Сумма	Период	Доля
Заемные средства	6 000 000	09.2020	60 %
Собственные средства	4 000 000	09.2020	40 %
Всего	10 000 000		100%

Приняты следующие условия кредитования:

Валюта кредита	тенге
Ставка дисконтирования	6,25%
Срок кредита	60 мес.
Процентная ставка, годовых	6 %
Выплата процентов и основного долга	ежемесячно
Льготный период погашения процентов, мес.	6
Льготный период погашения основного долга, мес.	6
Тип погашения основного долга	аннуитетные платежи

3. Описание предприятия

3.1 Инициатор проекта

Инициатором представленного проекта является ИП «_____». Индивидуальный предприниматель, в рамках существующих законов Республики Казахстан и принятых на себя обязательств, несет ответственность за успешную реализацию настоящего проекта.

Наименование предприятия	ИП «_____»
Юридический адрес	Павлодарская область, г. Павлодар, Павлодарский район, с.Ефремовка
Фактический адрес	Павлодарская область, г. Павлодар, Павлодарский район, с.Ефремовка
Опыт работы	Более 1 года
ИНН	123456789012
Контактное лицо	ФИО

Преимуществами компании являются:

1. Надежные водители. От того, каков водитель, зависит успех выполнения операции. Предприятие выбирает в команду только настоящих профессионалов, надежных и проверенных людей, которые никогда не оставят груз без внимания;
2. Приобретаемый автотранспорт, выполняющий грузоперевозку товаров, будет застрахован;
3. Простота заказа автотранспортной перевозки;
4. Удобство передачи грузов;
5. Знание, где находится груз клиента в настоящее время;
6. Удобство при расчете. Цены, установленные предприятием на автотранспортные грузоперевозки, приемлемы;
7. Минимальное количество используемых документов. Для того чтобы грузоперевозка автотранспортом была осуществлена, необходимо лишь заполнить заявку.

4. Маркетинговый план

4.1 Анализ рынка

Грузовые перевозки — это очень важная сфера услуг для любого государства нашей планеты, поскольку редко, какая сделка сможет обойтись без услуг грузоперевозки.

Исходя из вида транспорта, который используется при перевозке грузов, грузовые перевозки можно подразделить на четыре основных вида:

- железнодорожные перевозки;
- автомобильные перевозки грузов;
- морские грузовые перевозки;
- авиаперевозки.

В наше время самым популярным видом грузоперевозки являются автомобильные грузовые перевозки, которые обладают целым рядом, неподвергающихся сомнению, преимуществ. Поэтому данным видом перевозки грузов пользуются как обычные люди, так и крупные компании, для которых быстрая и качественная доставка груза напрямую связана с успехом в их бизнесе.

Автоперевозки грузов: преимущества и недостатки

На сегодняшний день автоперевозки являются одним из самых популярных видов транспортировки грузов, которым активно пользуются как частные заказчики, так и компании. Современные рыночные отношения сложно себе представить без грузоперевозок. Между городами и странами происходит постоянный товарообмен, поэтому в услугах автоперевозок грузов нуждаются практически все крупные и небольшие фирмы.

Одним из основных плюсов автоперевозок в сравнении, например, с доставкой грузов железнодорожным транспортом, является большая скорость доставки, в силу отсутствия характерных для железнодорожных перевозок промежуточных операций, таких как, например, сортировка вагонов и

контейнеров, ожидание формирования подвижного состава, стыковка подвижных составов, если предполагается транзит.

Скорость же доставки, является одним из основных не только субъективных, но и вполне объективных требований для транспортировки различного рода грузов (скоропортящиеся продукты). Когда речь идет о железнодорожных, авиа или морских перевозках, то возникает необходимость консолидации груза. Это значит, что груз не будет отправлен, пока не будет укомплектован вагон, борт самолета или корабля. Если же выбирается автомобильная перевозка, то груз можно отправить уже в тот день, когда клиент туда обратился. Транспортная компания подберет наиболее оптимальный по габаритам автомобиль, оформит все необходимые грузы и выполнит доставку в указанное клиентом место.

Также преимуществом автоперевозок перед доставкой грузов железнодорожным транспортом является более гибкая и удобная система планирования маршрутов, что, во-первых, сказывается на скорости доставки, во-вторых, маршрут может учитывать пожелания клиента грузоотправителя, в-третьих, чаще всего, позволяет избежать мультимодальных схем доставки, требующих комбинировать и стыковать виды транспорта. В маршрутах, которые все-таки невозможно осуществить одним из видов транспорта, будь то морские, авиа или железнодорожные перевозки, с пункта отправки/до пункта назначения, на помощь, конечно, всегда приходит автотранспорт.

Автоперевозки на сравнительно небольшие расстояния могут составить альтернативу любому другому виду транспортировки грузов. При использовании автоперевозок на расстояния, не превышающие 2000 км., значительно сокращаются расходы на транспортировку груза за счет таких нюансов, как отсутствие стыковочных пунктов, дополнительных погрузок (разгрузок), складского хранения. Кроме того, следует также отметить в качестве одного из преимуществ автоперевозок — возможность постоянного отслеживания местонахождения груза.

Автомобили – это единственный вид транспорта, который позволяет осуществить перевозку по принципу «из рук в руки», без дополнительных посредников. Ведь даже если доставку осуществляет компания-перевозчик, она способна забрать товар в точке отправления и доставить их в пункт назначения без перегрузки и смены транспорта, а это – дополнительная гарантия. Это тот вид транспортировки грузов, который легче всего проконтролировать. Например, всегда можно устранить проблемы, даже если они возникли уже в процессе перевозки груза, и не задерживать груз надолго, а также обеспечить максимальную безопасность даже очень специфическому грузу в пути. Во время следования груза можно связаться с водителем по телефону и отследить график движения автомобиля.

Обычно любой перевозчик грузов имеет обширный автопарк машин, от «Газелей» до мощных длинномерных монстров, поэтому можно выбрать подходящий вид транспорта. Поэтому компании готовы предложить клиенту наиболее экономичный по цене и оптимальный по габаритам вид транспорта. Существует много способов транспортировки груза: в открытом кузове,

контейнере, тентовом фургоне, или рефрижераторе, с соблюдением нужного температурного режима. Для специализированных видов грузов всегда можно создать необходимые условия перевозки, например, оборудовать рефрижератор или специальные условия крепления опасных грузов. В зависимости от объема осуществляемых перевозок автопарк компаний может включать разное количество единиц техники. Крупные компании осуществляют единовременную доставку больших объемов груза, обслуживая сразу десятки клиентов.

Существующие недостатки не делают автомобильные перевозки грузов менее популярными, и ими продолжает пользоваться подавляющее большинство компаний, ценящих скорость доставки, удобство подобных перевозок и комфорт для самого заказчика.

В последнее десятилетие в Казахстане автотранспортные перевозки получили новый импульс к развитию. Основой для этого послужила возросшая потребность в таких перевозках, развитие инфраструктуры дорожного хозяйства, а также импорт транспортных средств различного назначения.

Перевозка грузов по Казахстану автотранспортом занимает первое место по объему. Рост объема перевозок грузов автомобильным транспортом в нашей стране обусловлен ростом объемов производства сельскохозяйственной продукции, строительной отрасли, а также оборота розничной торговли.

Наименование	Кол-во рабочих дней, день	Кол-во рейсов в день	Общее кол-во рейсов в месяц, рейс	Количество грузов, тонна	Количество рейсов	Загруженность, %	Стоимость рейса, в среднем тенге	Выручка в месяц, тенге
Выручка	26	2	52	260	26	80%	35 000	910 000

5. Ситуационный анализ (SWOT)

SWOT-анализ позволяет нам определить причины эффективной или неэффективной работы предприятия на рынке, это сжатый анализ маркетинговой информации, на основании которого можно сделать вывод о том, в каком направлении предприятие должна развивать свой хозяйственную деятельность и в конечном итоге определить полученные ресурсы по сегментам.

Сильные стороны услуг	Благоприятные факторы ситуации
<ul style="list-style-type: none"> - индивидуальный подход к каждому заказу и клиенту; - для каждого клиента и отдельно 	<ul style="list-style-type: none"> - автомобильные перевозки, пользуются постоянным спросом у клиентов

взятого груза, разрабатывается оптимальный маршрут; - разработка схемы крепления, погрузки и разгрузки негабаритных грузов; - контроль груза на всем пути следования.	- возможность доставки груза автомобилем в любой уголок страны; - возможность международных перевозок - быстрая окупаемость проекта
Слабые стороны услуг	Неблагоприятные факторы ситуации и риски
- Сравнительно небольшой парк автомобилей. - Отсутствие рекламы	- конкуренция на рынке; - форс-мажор; - возможное увеличения тарифов на ГСМ.

Результатом анализа является разработка маркетинговой стратегии. Для стратегической перспективы, созданных в ходе реализации проекта, особенно значимы сильные стороны, так как они являются основой стратегии для достижения конкурентных преимуществ. В то же время хорошая стратегия требует анализа слабых сторон, для разработки мероприятий по их укреплению или устранению.

При анализе ситуации рынка и потенциала создаваемого предприятия были определены следующие сильные и слабые стороны проекта.

Анализируя данные, полученные SWOT-анализе можно сделать вывод. Проект имеет больше сильных сторон и возможностей, чем угроз и слабых сторон. Использование возможностей сильных сторон и благоприятных факторов, индивидуальный предприниматель имеет возможность повысить привлекательность проекта среди потребителей, активная маркетинговая стратегия компании, позволит увеличить круг потенциальных потребителей.

Стратегия маркетинга

Старт предприятия (включая детальную проработку) и дальнейшие стадии развития проекта составляют в автотранспортном бизнесе 2 – 4 года. Помимо этого, что чрезвычайно важно для успешной реализации проекта, осуществление мониторинга маркетинговых перспектив и рисков по ходу дальнейшей его реализации.

В ходе реализации проекта, проблема управленческого выбора для менеджера современного автотранспортного предприятия (АТП) будет выглядеть как процесс формирования и развития портфеля заказов, который будет строиться на основе анализа следующих групп факторов:

- география перевозок;
- экономический и маркетинговый потенциал географических направлений;
- типы клиентских контрактов и потенциальные объемы перевозок;
- характер, интенсивность и ритм перевозок;
- полнота и качество оказания транспортной услуги клиентам;
- возможность оказания сопутствующих и дополнительных логистических услуг.

Общую стратегию маркетинга создаваемого предприятия можно сформулировать как внедрение на рынок с целью удовлетворения потребностей населения по оказанию услуг по грузовым перевозкам. Маркетинговая стратегия на данном этапе заключается в долгосрочном согласовании возможностей предприятия, с ситуацией на рынке.

В основе стратегии маркетинга лежат пять стратегических концепций:

- выбор целевых рынков;
- сегментация рынка, т. е. выделение конкурентных целевых рынков в рамках совокупного;
- выбор методов выхода на них;
- выбор методов и средств маркетинга;
- определение времени выхода на рынок.

Инструментами реализации маркетинговых мероприятий выступают:

- совершенствование организационной структуры предприятия;
- увеличение и обучение персонала;
- создание сервиса и повышение эффективности предприятия;
- рекламные мероприятия;
- управление ценами.

Организацию оказания услуг на предприятии предполагается осуществлять с учетом следующих принципов:

- Постоянный мониторинг конкурентоспособности и работа над ее совершенствованием;
- Использование комплекса мер по формированию спроса и стимулированию сбыта, формированию имиджа и закреплению постоянных клиентов.

Конкуренция

В настоящее время в Казахстане наблюдается увеличение объемов товарооборота, соответственно, повышается спрос на грузовые автоперевозки. Таким образом, складывается благоприятная ситуация для развития действующих компаний и выхода на рынок новых участников. Однако, чтобы укрепиться и получить преимущества, необходимо повышать качество собственных услуг, стремясь к западным стандартам.

Чтобы соответствовать заданному уровню услуг, казахстанским компаниям приходится работать сразу в нескольких направлениях. Во-первых, большим минусом отечественных грузоперевозчиков является отсутствие или слабое развитие собственной сети складов, стоянок, представительств. В особенности это сказывается на работе компаний, осуществляющих грузовые автоперевозки на большие расстояния, в частности, за рубеж. Выходом для них может быть заключение соглашений с иностранными логистическими компаниями, налаживание партнерских отношений. Второй важный фактор — это низкий уровень сервиса и ответственности, грузоотправители зачастую вынуждены самостоятельно отслеживать маршрут и ход перевозок.

Пока что, в условиях низкой конкуренции, у казахстанских предприятий есть стимул работать в данных направлениях.

Стратегия ценообразования

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.

План реализации

Главная задача, стоящая перед предприятием - расширение рынка грузовых перевозок и укрепление завоеванных позиций посредством расширения предоставляемых услуг. В целях следования стратегии развития транспортного предприятия тактический план необходимых мероприятий выглядит следующим образом:

- Использование внутренних потенциальных возможностей для повышения качества услуг.
- В сегодняшних экономических условиях сохранение отпускных цен на услуги при стабильной рентабельности.
- Формирование потребительских предпочтений в сторону услуг предприятия.
- Расширение клиентурной базы в пределах города и региона.
- Организация четкой обратной связи с клиентами.
- Продвижение услуг предприятия всеми доступными рекламными средствами.
- Обеспечение динамики развития конкурентных преимуществ - цены, качества, стабильности на рынке.
- Диверсификация бизнеса на основе разработки новых видов услуг.

Для завоевания рынка, предполагается постоянное изменение и расширение предоставления автогрузовых перевозок, за счет разработки и внедрения новых видов грузовых автомобилей, основанного на маркетинговых исследованиях потребительского спроса и предпочтения заказчика.

Сохранение стабильного, высокого качества предоставления данной услуги позволит рассматривать возможность корректировки ценовой политики для сохранения высокой рентабельности грузоперевозок.

План реализации услуг

Маршруты	Расстояние, км.	Прод-ность 1 рейса, дн.	Кол-во рейсов в 1 мес.	Цена тенге за рейс	Пробег, км.	Перевозка, тн/км.
Павлодар - Алматы	1 502	6	2	250 000	3 000	54 000
Павлодар - Караганда	442	1	2	300 000	3 600	64 800
Павлодар -	2 375	4	2	120 000	1 000	18 000

Уральск						
Павлодар - Тенгиз	2 566	4	2	250 000	3 200	57 600
В среднем на авто					10 800	194 400

Программа производства была основана на договорах намерения о предоставлении услуг грузоперевозок. При расчете программы продаж инфляция во внимание не принималась, поскольку связанное с инфляцией повышение цен пропорционально отразится на увеличении цен продаж предприятия.

6. Организационный план

6.1 План по персоналу

Одним из важнейших факторов успешной реализации проекта, считает формирование сплоченной и опытной команды профессионалов, которая обеспечит решение намеченных задач, по осуществлению планов организации и стабильного развития, создаваемого предприятия.

Поэтому, для формирования кадрового состава предприятия, будут привлекаться высококвалифицированные специалисты, опыт работы, обладающие высоким производственным и интеллектуальным потенциалом, способные обеспечить высокий уровень организации и хозяйственной деятельности предприятия.

В соответствие со штатным расписанием количество работников предприятия составит 2 человека:

Директор - 1

Водитель – 1

Организационная структура предприятия

№	Наименование персонала	Кол-во ед	Оклад	Сумма
1	Директор	1	150 000	150 000
2	Водитель	1	100 000	150 000
	Итого	2		250 000

Производственный раздел

Здания и сооружения

В рамках реализации данного проекта необходимость в зданиях и сооружениях отсутствует.

Коммуникационная инфраструктура

Потребность данного проекта в коммуникационной инфраструктуре отсутствует.

Описание услуг

Автомобильные перевозки — это перевозки грузов и пассажиров сухопутным транспортом по безрельсовым путям.

Основные сферы целесообразного применения автомобильных перевозок - развоз и подвоз грузов к магистральным видам транспорта, доставка промышленных и сельскохозяйственных грузов на короткие

расстояния, внутригородские перевозки, доставки грузов для торговли и строительства.

Дальние расстояния автомобильные перевозки применяются для перевозки скоропортящихся, особо ценных, требующих быстрой доставки, неудобных для перегрузки другими видами транспорта грузов. Достоинство автомобильных перевозок в маневренности и гибкости, недостаток - достаточно высокая стоимость перевозок.

Автоперевозки являются одним из наиболее популярных видов доставки грузов. Как и любой другой вид грузовых перевозок, этот вид обладает своими "плюсами" и "минусами".

К преимуществам можно отнести большую мобильность и скорость доставки за счет отсутствия промежуточных операций в пути следования груза как при железнодорожных перевозках грузов (особенно это заметно при перевозках на сравнительно небольшие расстояния).

Также плюсами являются ритмичность перевозки грузов (т.е. нет необходимости накопления грузов в большом объеме), обеспечение высокой сохранности груза, возможность доставки грузов от грузоотправителя до получателя без перегрузки, независимость местоположения отправителя и получателя грузов от морских и речных портов, а так же крупных городов, железнодорожных путей. Это самый эффективный вид грузоперевозок на небольшие расстояния.

Среди недостатков выделяют ограниченность использования на большие расстояния при перевозке значительных партий грузов, зависимость от дорожной сети, ограниченность по перевозке негабаритных грузов. При грузовых перевозках на большие расстояния этот вид транспорта является весьма дорогим. Кроме того, в зимний период сужается география доставки.

Технология грузоперевозок

Организация перевозок грузов – сложный процесс, включающий погрузку и разгрузку, перевозку груза, оформление документов и др. Однако самой важной его составляющей является построение оптимальной цепочки, с тем чтобы организовать своевременную доставку и минимизировать затраты на нее.

Как процесс, грузоперевозка включает простейшие этапы:

- погрузка в месте отправления и доставка товара до склада;
- консолидация грузов на складе;
- погрузка в транспортное средство;
- таможенное оформление (для международных грузов);
- перевозка – одним или несколькими видами транспорта, перегрузка в местах смены транспорта;
- таможенное оформление при доставке (для международных грузов);
- разгрузка в месте назначения.

Как можно видеть, на каждом этапе необходимо участие разных специалистов, координация действий которых является одной из важных задач в организации перевозок грузов.

Наше предприятие, предлагающие услуги по перевозке, обеспечивает не только оптимальное построение всей цепи перемещения грузов, но и управление действиями всех участников процесса, будь то специалисты компании либо государственные или частные подрядчики. Нарботанные схемы, выверенные маршруты, прочные деловые связи с подрядчиками, оказывающими услуги перемещения, хранения и обработки грузов, налаженные взаимоотношения с контролирующими органами – все это позволяет осуществлять эффективные грузоперевозки.

Главная цель предприятия – организовать доставку с минимальным и затратами, и высокой скоростью, путем подбора кратчайшего маршрута, планирование мультимодальной перевозки.

Описание техники

ИП планирует приобретение грузовой автомобиль DAF. При этом: как свидетельствуют вышеприведенные данные по проектному закупку – 100 % заемных средств направляются на приобретение основных средств. Приобретаемые основные средства являются остро необходимыми, высокопроизводительными и высоколиквидными, т.е. риск безвозвратной утери заемных средств сведен к нулю.

Марка	daf
Серия	xf
Модификация	105.460
ТЕХНИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ	DAF
Тип кабины	2 м + 2 сп/м
ДВИГАТЕЛЬ ТРАНСМИССИЯ	XF
Двигатель	дизельный
Модель двигателя	paccar mx
Объём двигателя (л. или см3)	12.9
Мощность (л.с.)	460
Крутящий момент (Нм) / об. / мин.	2300
Класс выхлопа	евро 5
Модель КПП	as-tronic
Тип КПП	автомат / механика
ХОДОВАЯ ЧАСТЬ	ДАФ ИКСЭФ
Колесная формула	4x2 / 6x2 / 6x4

DAF XF105 - Создан для дальних перевозок.

Низкие эксплуатационные расходы, максимальное удобство для водителя и высокая надежность: ключевые критерии, учитываемые при создании грузовых автомобилей DAF для больших расстояний. XF105 сегодня лучшее предложение на рынке.

Он оборудован самой просторной кабиной среди автомобилей своего класса, обеспечивает максимальный комфорт для водителя и высокую прибыль на километр пробега. Возможна установка кабин двух типов: Space Cab, Super Space Cab.

12,9-литровый двигатель PACCAR MX обеспечивает отличную производительность: от 410 л.с. до 510 л.с. и крутящим моментом от 2.000 и

2.500 Нм, с максимальным крутящим моментом доступна между 1000 и 1410 об / мин. Кроме того, с DAF SCR Технологией он соответствует Euro 5 и EEV.

Трансмиссия тщательно сбалансирована для обеспечения максимальной производительности в различных условия эксплуатации, и оптимизации потребления топлива. Существует выбор: либо 16-ступенчатая механическая, либо AS-Tronic автоматизированная коробки передач.

Для того, чтобы XF105 подошёл идеально для ваших нужд, его можно подобрать с двумя, тремя или четырьмя осями. Варианты устанавливаемых осей: FT 4*2; FTG 6*2; FTP 6*2; FTR 6*2 (Single mounted trailing axle); FTS 6*2 (Dual mounted trailing axle); FTT 6*4; FTM 8*4. Колесная база 2-осных тягачей – 3,6 м, 3-осных – от 3 до 4,5 м, 4-осных – 4,5 м.

Производственная программа

Программа производства была основана на договорах намерения о предоставлении услуг грузоперевозок. При расчете программы продаж инфляция во внимание не принималась, поскольку связанное с инфляцией повышение цен пропорционально отразится на увеличении цен продаж предприятия.

В соответствие расчетам в первый год работы предоставление услуги будет составлять в среднем 8 рейса в месяц. В последующие годы планируется увеличить объем грузоперевозок. Работа грузовых перевозок в месяц составляет 10 800 км. Средняя цена за рейс от 120 000 до 300 000 тенге.

Маршруты	Расстояние, км.	Прод-ность 1 рейса, дн.	Кол-во рейсов в 1 мес.	Цена тенге за рейс	Пробег, км.	Перевозка, тн/км.
Павлодар - Алматы	1 501	4	2	250 000	3 000	54 000
Павлодар - Караганда	442	4	2	300 000	3 600	64 800
Павлодар - Уральск	2 375	2	2	120 000	1 000	18 000
Павлодар - Тенгиз	2 566	4	2	250 000	3 200	57 600
В среднем на авто	1 700				10 800	194 400

Объем оказания услуг, тенге в месяц

Показатель	апр.19	май.19	июн.19	июл.19	авг.19	сен.19	окт.19
Выручка	1 840 000	1 840 000	1 840 000	1 840 000	1 840 000	1 840 000	1 840 000
Показатель	ноя.19	дек.19	янв.20	фев.20	мар.20	апр.20	май.20
Выручка	1 840 000	1 840 000	1 840 000	1 840 000	1 840 000	1 840 000	1 840 000
Показатель	июн.20	июл.20	авг.20	сен.20	окт.20	ноя.20	дек.20
Выручка	1 840 000	1 840 000	1 840 000	1 840 000	1 840 000	1 840 000	1 840 000
Показатель	1 кв. 2021	2 кв. 2021	3 кв. 2021	4 кв. 2021	2022 г.	2023 г.	2024 г.
Выручка	5 520	5 520	5 520	5 520	22 080	22 080	22 080

	000	000	000	000	000	001	002
--	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

При составлении программы реализации услуг предприятия будет рассматриваться самый низкий порог рентабельности приобретения услуг грузоперевозок.

7. Финансовый план

Основная валюта проекта - Казахстанский тенге (KZT)

Так как предполагаемый к реализации проект является по сумме инвестиций не очень крупным и имеет короткий период окупаемости, все расчеты проведены в тенге.

Потребность в финансировании приходится на начало проекта.

Все эти платежи необходимо осуществить в возможно короткий срок, сразу же по поступлению денежных средств на счет предприятия.

Основные затраты приходятся на приобретение грузового автотранспорта (DAF XF 105.460) Все эти платежи необходимо осуществить в возможно короткий срок сразу же, по поступлению денежных средств на счет индивидуального предпринимателя.

Расчет себестоимости единицы продукции и плана затрат

Расчет калькуляции себестоимости грузоперевозок, произведен по основным расходам, сгруппированным по экономическим элементам и статьям затрат:

- материальные затраты (стоимость ГСМ, техническое обслуживание и ремонт);
- затраты на оплату труда;
- соц. отчисления;
- амортизация;
- накладные расходы (административно-хозяйственные расходы, расходы по реализации, расходы по уплате процентов по кредитам банка и т.д.).

Выплаты на погашение займов (KZT)

№	Дата погашения	Сумма кредита на начало периода	Основной долг	Проценты	Платеж за период	Сумма кредита на конец периода
1	01.07.2020	6 000 000.00	85 996.81	30 000.00	115 996.81	5 914 004
2	01.08.2020	5 914 003.19	86 426.79	29 570.02	115 996.81	5 827 577
3	01.09.2020	5 827 576.40	86 858.93	29 137.88	115 996.81	5 740 718
4	01.10.2020	5 740 717.47	87 293.22	28 703.59	115 996.81	5 653 424
5	01.11.2020	5 653 424.25	87 729.69	28 267.12	115 996.81	5 565 694
6	01.12.2020	5 565 694.56	88 168.34	27 828.47	115 996.81	5 477 526
7	01.01.2021	5 477 526.22	88 609.18	27 387.63	115 996.81	5 388 918
8	01.02.2021	5 388 917.05	89 052.22	26 944.59	115 996.81	5 299 864
9	01.03.2021	5 299 864.82	89 497.49	26 499.32	115 996.81	5 210 368
10	01.04.2021	5 210 367.34	89 944.97	26 051.84	115 996.81	5 120 422

11	01.05.2021	5 120 422.36	90 394.70	25 602.11	115 996.81	5 030 028
12	01.06.2021	5 030 027.67	90 846.67	25 150.14	115 996.81	4 939 181
13	01.07.2021	4 939 181.00	91 300.90	24 695.90	115 996.81	4 847 880
14	01.08.2021	4 847 880.09	91 757.41	24 239.40	115 996.81	4 756 122
15	01.09.2021	4 756 122.68	92 216.20	23 780.61	115 996.81	4 663 907
16	01.10.2021	4 663 906.49	92 677.28	23 319.53	115 996.81	4 571 230
17	01.11.2021	4 571 229.21	93 140.66	22 856.15	115 996.81	4 478 089
18	01.12.2021	4 478 088.55	93 606.37	22 390.44	115 996.81	4 384 482
19	01.01.2022	4 384 482.18	94 074.40	21 922.41	115 996.81	4 290 408
20	01.02.2022	4 290 407.78	94 544.77	21 452.04	115 996.81	4 195 863
21	01.03.2022	4 195 863.01	95 017.49	20 979.32	115 996.81	4 100 846
22	01.04.2022	4 100 845.52	95 492.58	20 504.23	115 996.81	4 005 352
23	01.05.2022	4 005 352.94	95 970.04	20 026.76	115 996.81	3 909 382
24	01.06.2022	3 909 382.89	96 449.89	19 546.91	115 996.81	3 812 933
25	01.07.2022	3 812 933.00	96 932.14	19 064.66	115 996.81	3 716 000
26	01.08.2022	3 716 000.85	97 416.80	18 580.00	115 996.81	3 618 584
27	01.09.2022	3 618 584.05	97 903.89	18 092.92	115 996.81	3 520 680
28	01.10.2022	3 520 680.16	98 393.41	17 603.40	115 996.81	3 422 286
29	01.11.2022	3 422 286.75	98 885.38	17 111.43	115 996.81	3 323 401
30	01.12.2022	3 323 401.38	99 379.80	16 617.01	115 996.81	3 224 021
31	01.01.2023	3 224 021.57	99 876.70	16 120.11	115 996.81	3 124 144
32	01.02.2023	3 124 144.87	100 376.08	15 620.72	115 996.81	3 023 768
33	01.03.2023	3 023 768.79	100 877.97	15 118.84	115 996.81	2 922 890
34	01.04.2023	2 922 890.82	101 382.36	14 614.45	115 996.81	2 821 508
35	01.05.2023	2 821 508.47	101 889.27	14 107.54	115 996.81	2 719 619
36	01.06.2023	2 719 619.20	102 398.71	13 598.10	115 996.81	2 617 220
37	01.07.2023	2 617 220.49	102 910.71	13 086.10	115 996.81	2 514 309
38	01.08.2023	2 514 309.78	103 425.26	12 571.55	115 996.81	2 410 884
39	01.09.2023	2 410 884.52	103 942.39	12 054.42	115 996.81	2 306 942
40	01.10.2023	2 306 942.13	104 462.10	11 534.71	115 996.81	2 202 480
41	01.11.2023	2 202 480.04	104 984.41	11 012.40	115 996.81	2 097 495
42	01.12.2023	2 097 495.63	105 509.33	10 487.48	115 996.81	1 991 986
43	01.01.2024	1 991 986.30	106 036.88	9 959.93	115 996.81	1 885 949
44	01.02.2024	1 885 949.42	106 567.06	9 429.75	115 996.81	1 779 382
45	01.03.2024	1 779 382.36	107 099.90	8 896.91	115 996.81	1 672 282
46	01.04.2024	1 672 282.46	107 635.40	8 361.41	115 996.81	1 564 647
47	01.05.2024	1 564 647.06	108 173.57	7 823.24	115 996.81	1 456 473
48	01.06.2024	1 456 473.49	108 714.44	7 282.37	115 996.81	1 347 759
49	01.07.2024	1 347 759.05	109 258.01	6 738.80	115 996.81	1 238 501
50	01.08.2024	1 238 501.03	109 804.30	6 192.51	115 996.81	1 128 696
51	01.09.2024	1 128 696.73	110 353.33	5 643.48	115 996.81	1 018 343
52	01.10.2024	1 018 343.40	110 905.09	5 091.72	115 996.81	907 438
53	01.11.2024	907 438.31	111 459.62	4 537.19	115 996.81	795 978
54	01.12.2024	795 978.69	112 016.92	3 979.89	115 996.81	683 961
55	01.01.2025	683 961.78	112 577.00	3 419.81	115 996.81	571 384
56	01.02.2025	571 384.78	113 139.89	2 856.92	115 996.81	458 244
57	01.03.2025	458 244.89	113 705.58	2 291.22	115 996.81	344 539
58	01.04.2025	344 539.31	114 274.11	1 722.70	115 996.81	230 265

Суммарные постоянные издержки	291 819	291 819	291 819	291 819	291 819	311 819	291 819
Оплата основного долга	243 409	244 626	245 850	247 079	248 314	249 556	250 804
Проценты по кредитам	73 649	72 431	71 208	69 979	68 744	67 502	66 254
Суммарные непроизводственные издержки	317 058	317 058	317 058	317 058	317 058	317 058	317 058
Чистая прибыль	348 771	348 771	348 771	348 771	348 771	328 771	348 771

Строка	июн.21	июл.21	авг.21	сен.21	окт.21	ноя.21	дек.21
Валовый объем продаж	1 840 000	1 840 000	1 840 000	1 840 000	1 840 000	1 840 000	1 840 000
Налоги с продаж	55 200	55 200	55 200	55 200	55 200	55 200	55 200
Прямые издержки	577 152	577 152	577 152	577 152	577 152	577 152	577 152
Сдельная зарплата	250 000	250 000	250 000	250 000	250 000	250 000	250 000
Валовая прибыль	957 648	957 648	957 648	957 648	957 648	957 648	957 648
Общие издержки	160 000	160 000	160 000	160 000	175 000	660 000	180 000
Амортизация	95 833	95 833	95 833	95 833	95 833	95 833	95 833
Отчисления от зп	35 986	35 986	35 986	35 986	35 986	35 986	35 986
Суммарные постоянные издержки	291 819	291 819	291 819	291 819	306 819	791 819	311 819
Оплата основного долга	252 058	253 318	254 584	255 857	257 137	258 422	259 714
Проценты по кредитам	65 000	63 740	62 473	61 201	59 921	58 636	57 343
Суммарные непроизводственные издержки	317 058	317 058	317 058	317 058	317 058	317 058	317 058
Чистая прибыль	348 771	348 771	348 771	348 771	333 771	-151 229	328 771

Строка	1 кв. 2022	2 кв. 2022	3 кв. 2022	4 кв. 2022	2023 г.	2024 г.	2025 г.
Валовый объем продаж	5 520 000	5 520 000	5 520 000	5 520 000	22 080 000	22 080 000	22 080 000
Налоги с продаж	165 600	165 600	165 600	165 600	662 400	662 400	662 400
Прямые издержки	1 731 456	1 731 456	1 731 456	1 731 456	6 925 824	6 925 824	6 925 824
Сдельная зарплата	750 000	750 000	750 000	750 000	3 000 000	3 000 000	3 000 000
Валовая прибыль	2 872 944	2 872 944	2 872 944	2 872 944	11 491 776	11 491 776	11 491 776
Общие издержки	980 000	500 000	480 000	495 000	1 955 000	2 455 000	1 955 000
Амортизация	287 500	287 500	287 500	287 500	1 150	1 150	1 150

					000	000	000
Отчисления от зп	107 959	107 959	107 959	107 959	431 837	431 837	431 837
Суммарные постоянные издержки	1 375 459	895 459	875 459	890 459	3 536 837	4 036 837	3 536 837
Оплата основного долга	786 961	798 824	810 867	823 091	3 418 330	3 629 165	941 741
Проценты по кредитам	164 213	152 349	140 307	128 083	386 366	175 531	9 433
Суммарные непроизводственные издержки	951 174	951 174	951 174	951 174	3 804 695	3 804 695	951 174
Чистая прибыль	546 311	1 026 311	1 046 311	1 031 311	4 150 244	3 650 244	7 003 765

Налоги

Виды налогов и платежей	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	6 год	7 год	8 год
ИПН	0	0	0	219 000	219 000	219 000	219 000	219 000
Социальный налог	0	0	0	159 156	159 156	159 156	159 156	159 156
ОПВ	300 000	300 000	300 000	300 000	300 000	300 000	300 000	300 000
СО	94 500	94 500	94 500	94 500	94 500	94 500	94 500	94 500
ВОСМС	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000
ООСМС	60 000	60 000	60 000	60 000	60 000	60 000	60 000	60 000
Итого	484 500	484 500	484 500	665 556	665 556	665 556	665 556	665 556

План по персоналу

Должность	Кол-во	Зарплата	Платежи
Директор	1	100 000 тенге	Ежемесячно, весь проект
Водитель	1	150 000 тенге	Ежемесячно, весь проект
Итого	2	250 000 тенге	

Общие затраты по проекту включают в себя

Направление использования средств	Кол-во	Сумма всего (тенге)	В том числе (тенге): За счет займа/ За счет собств. средств
Грузовой автомобиль DAF XF105	1	9 864 000	Частично
Полное техническое обслуживание	1	136 000	За счет собственных средств
Итого		10 000 000	

9. Плановое движение денежных средств

9.1 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). Отчет состоит из 3 частей:

- операционная деятельность - основной вид деятельности, а также прочая деятельность, создающая поступление и расходование денежных средств компании

- инвестиционная деятельность — вид деятельности, связанной с приобретением, созданием и продажей внеоборотных активов (основных средств, нематериальных активов) и прочих инвестиций

- финансовая деятельность — вид деятельности, который приводит к изменениям в размере и составе капитала и заёмных средств компании. Как правило, такая деятельность связана с привлечением и возвратом кредитов и займов, анализ денежного потока показывает его положительную динамику по годам проекта.

Сводный расчет потока денежных средств Кэш-фло (ТЕНГЕ)

Наименование	мар.2 0	апр.2 0	май.2 0	июн.2 0	июл.2 0	авг.2 0	сен.2 0	окт.2 0
Движение ДС от операционной деятельности		741 662	761 662	761 662	761 662	761 662	761 662	746 662
Доходы		1 840 000	1 840 000	1 840 000	1 840 000	1 840 000	1 840 000	1 840 000
Доходы от услуг		1 840 000	1 840 000	1 840 000	1 840 000	1 840 000	1 840 000	1 840 000
Расходы		1 098 338	1 078 338	1 078 338	1 078 338	1 078 338	1 078 338	1 093 338
Затраты на материалы и комплектующие		577 152	577 152	577 152	577 152	577 152	577 152	577 152
Затраты на сдельную заработную плату		250 000	250 000	250 000	250 000	250 000	250 000	250 000
Общие издержки		180 000	160 000	160 000	160 000	160 000	160 000	175 000
Выплата налогов		91 186	91 186	91 186	91 186	91 186	91 186	91 186
Денежный поток от инвестиционной деятельности	-18 000 000							
Приобретение основных средств	18 000 000							

деятельности							
Поступление кредита							
Собственные средства							
Погашение кредита	243 409	244 626	245 850	247 079	248 314	249 556	250 804
Выплаты процентов по займам	73 649	72 431	71 208	69 979	68 744	67 502	66 254
Итого денежных средств	444 604	444 604	444 604	444 604	444 604	424 604	444 604
Баланс наличности на начало периода	3 077 228	3 521 832	3 966 436	4 411 041	4 855 645	5 300 249	5 724 853
Баланс наличности на конец периода	3 521 832	3 966 436	4 411 041	4 855 645	5 300 249	5 724 853	6 169 457

Наименование	июн.21	июл.21	авг.21	сен.21	окт.21	ноя.21	дек.21
Движение ДС от операционной деятельности	761 662	761 662	761 662	761 662	746 662	261 662	741 662
Доходы	1 840 000	1 840 000	1 840 000	1 840 000	1 840 000	1 840 000	1 840 000
Доходы от услуг	1 840 000	1 840 000	1 840 000	1 840 000	1 840 000	1 840 000	1 840 000
Расходы	1 078 338	1 078 338	1 078 338	1 078 338	1 093 338	1 578 338	1 098 338
Затраты на материалы и комплектующие	577 152	577 152	577 152	577 152	577 152	577 152	577 152
Затраты на сдельную заработную плату	250 000	250 000	250 000	250 000	250 000	250 000	250 000
Общие издержки	160 000	160 000	160 000	160 000	175 000	660 000	180 000
Выплата налогов	91 186	91 186	91 186	91 186	91 186	91 186	91 186
Денежный поток от инвестиционной деятельности							
Приобретение основных средств							
Денежный поток от финансовой деятельности	-317 058	-317 058	-317 058	-317 058	-317 058	-317 058	-317 058
Поступление кредита							
Погашение	252 058	253 318	254 584	255 857	257	258	259 714

кредита					137	422	
Выплаты процентов по займам	65 000	63 740	62 473	61 201	59 921	58 636	57 343
Итого денежных средств	444 604	444 604	444 604	444 604	429 604	-55 396	424 604
Баланс наличности на начало периода	6 169 457	6 614 061	7 058 665	7 503 269	7 947 873	8 377 477	8 322 081
Баланс наличности на конец периода	6 614 061	7 058 665	7 503 269	7 947 873	8 377 477	8 322 081	8 746 685

Наименование	1 кв. 22	2 кв. 22	3 кв. 22	4 кв. 22	2023 г.	2024 г.	2025 г.
Движение ДС от операционной деятельности	1 784 985	2 264 985	2 284 985	2 269 985	9 104 939	8 604 939	9 104 939
Доходы	5 520 000	5 520 000	5 520 000	5 520 000	22 080 000	22 080 000	22 080 000
Доходы от услуг	5 520 000	5 520 000	5 520 000	5 520 000	22 080 000	22 080 000	22 080 000
Расходы	3 735 015	3 255 015	3 235 015	3 250 015	12 975 061	13 475 061	12 975 061
Затраты на материалы и комплектующие	1 731 456	1 731 456	1 731 456	1 731 456	6 925 824	6 925 824	6 925 824
Затраты на сдельную заработную плату	750 000	750 000	750 000	750 000	3 000 000	3 000 000	3 000 000
Общие издержки	980 000	500 000	480 000	495 000	1 955 000	2 455 000	1 955 000
Выплата налогов	273 559	273 559	273 559	273 559	1 094 237	1 094 237	1 094 237
Денежный поток от инвестиционной деятельности							
Приобретение основных средств							
Денежный поток от финансовой деятельности	-951 174	-951 174	-951 174	-951 174	-3 804 695	-3 804 695	-951 174
Поступление кредита							
Собственные средства							
Погашение кредита	786 961	798 824	810 867	823 091	3 418 330	3 629 165	941 741
Выплаты процентов по	164 213	152 349	140 307	128 083	386 366	175 531	9 433

займам							
Итого денежных средств	833 811	1 313 811	1 333 811	1 318 811	5 300 244	4 800 244	8 153 765
Баланс наличности на начало периода	8 746 685	9 580 496	10 894 307	12 228 119	13 546 930	18 847 173	23 647 417
Баланс наличности на конец периода	9 580 496	10 894 307	12 228 119	13 546 930	18 847 173	23 647 417	31 801 182

Основные показатели экономической эффективности проекта

Одним из главных инструментов анализа инвестиционного проекта являются показатели эффективности.

Период расчета интегральных показателей - 60 мес.

Для финансового анализа воспользуемся анализом чувствительности проекта путем расчета основных экономических показателей для следующих экономических факторов: общие издержки, цена сбыта, объем сбыта, объем инвестиций, ставки налогов, зарплата персонала, прямые издержки.

Данные расчета представлены в таблицах. Анализ проводился по показателям экономической эффективности:

Расчеты велись для изменения величин параметров проекта от -10% до +10%.

Их анализ показывает, что проблемой может стать падение рыночной цены на конечную продукцию. Причем критической является величина цены сбыта, на 10 % и снижение объемов продаж на 10 % ниже назначенной.

Данная проблема не опасна для нашего предприятия, так как принятые в расчете цены на услугу минимальные, ниже, чем у конкурентов, и вряд ли можно ожидать снижения цен ниже установленной цены, наоборот цена постепенно у всех повышается.

Объем прироста реализации взят равномерно, фактический ожидается больше, соответственно увеличится и объем поступлений от продаж. В то же время предприятие имеет возможность еще значительно увеличить прибыльность путем увеличения объемов предоставления услуг и введением дополнительных услуг.

Таким образом, проект не обладает крупными рисками и не чувствителен к возможным изменениям рыночной конъюнктуры.

Цель анализа безубыточности состоит в определении объема сбыта, при котором затраты полностью перекрываются доходами от предоставления услуг.

Дисконтированный срок окупаемости инвестиции (DPP)

Ставка дисконта	10%					
	0	1	2	3	4	5
Cash Flow	(18 000,0)	8 746,7	4 800,2	5 300,2	4 800,2	8 153,8
Накопленный CF	(18 000,0)	(9 253,3)	(4 453,1)	847,2	5 647,4	13 801,2
DCF		7 951,5	3 967,1	3 982,2	3 278,6	5 062,8
Накопленный		(10 048,5)	(6 081,3)	(2 099,2)	1 179,5	6 242,3

DCF						
PBP	3,3					
DPB	3,77					

Коэффициент эффективности инвестиции (ARR)

Начальные инвестиции,	Движение денежных средств, тенге	Чистая прибыль, тенге	Продолжительность проекта, лет	Средняя прибыль, тенге	ARR, %
18 000	24 242	6 242	5,0	1 248	7

Чистая приведенная стоимость

Ставка дисконтирования	10%	10%
Год	Движение денежных средств	DCF
0	-18 000	
1	8 747	7 952
2	4 800	3 967
3	5 300	3 982
4	4 800	3 279
5	8 154	5 063
Итого DCF:	0	24 242
Чистый приведенный доход (NPV)		6 242

Индекс прибыльности (Profitability Index)

Начальные инвестиции, тыс. тенге	Чистая приведенная стоимость	Индекс прибыльности
18 000	6 242	0,3

Внутренняя норма рентабельности (IRR)

Год	0	1	2	3	4	5
Движение денежных средств	(18 000,00)	8 747	4 800	5 300	4 800	8 154

Внутренняя норма рентабельности	23%
--	------------

Анализ эффективности и рисков

Наименование статей:	Года					
	0	1	2	3	4	5
Net Cash Flow	(18 000,00)	8 746,69	4 800,24	5 300,24	4 800,24	8 153,77

Чистая приведенная стоимость (NPV), тыс.тенге	6 242,31
Внутренняя норма доходности (IRR), %	23%
Индекс рентабельности инвестиций (PI)	0,35
Ставка дисконтирования	10%

Расчет срока окупаемости инвестиций

Наименование статей:	Года				
	1	2	3	4	5
Накопленный денежный поток	(9 253,31)	(4	847,17	5	13

		453,07)		647,42	801,18
Дисконтированный поток	7 951,53	3 967,14	3 982,15	³ 278,63	5 062,85
Накопленный дисконтированный поток	(10 048,47)	(6 081,32)	(2 099,17)	1 179,46	6 242,31

Срок окупаемости (PP), лет	3,3
Дисконтированный срок окупаемости (PP), лет	8

Расчет коэффициентов эффективности, основанных на учетных оценках

Коэффициент эффективности инвестиций (ARR),	7
Чистый приведенный доход (NPV)	6 242
Внутренняя норма рентабельности	23%
Ставка дисконтирования	10%
PBP	3,3
DPB	3,8

	Единица измерения	Значение
Ставка дисконтирования (D)	%	17%
Период окупаемости (PB)	мес.	40
Дисконтированный период окупаемости (DPB)	мес.	45
Чистый приведенный доход (NPV)	KZT	6 242
Индекс прибыльности (PI)	коэфф.	0,3
Внутренняя норма рентабельности (IRR)	%	23%

Социальный раздел

Реализация проекта дает экономические выгоды инициатору проекта, позволяет увеличить объемы предоставления услуг грузовых перевозок, а также их высокое качество.

Преимущества автомобильного перед другими видами транспорта состоят в следующем:

- маневренность - возможность концентрации транспорта там, где требуется. Сбор и доставка грузов могут быть выполнены без перегрузок, во все пункты, куда может доехать автомобиль. Именно эта характеристика в большей степени, чем любая другая, принимается во внимание, когда во внутренних перевозках отдают предпочтение автомобильному транспорту по сравнению со всеми другими видами транспорта;

- срочность и регулярность доставки. Время сбора и доставки грузов может быть назначено довольно точно. Это важно, когда для погрузки и выгрузки привлекают рабочую силу и когда прибытие груза синхронизировано с потребностями производства. Доставка может быть организована по системе "just in time" -точно в срок;

- большая сохранность перевозимых грузов. По сравнению с перевозкой другими видами транспорта, потери, пропажи и загрязнение груза значительно ниже в связи с тем, что водитель, осуществляющий перевозку, несет ответственность за сохранность перевозимого груза. При этом

упаковка требуется в меньших объемах или даже не требуется поскольку, как правило, отсутствует перевалка грузов.

Предприниматель ИП «» обеспечит максимально комфортную для клиента перевозку разных типов грузов по Актюбинской области с заботой не только о грузе и интересах заказчика, но и о природе.

Риски и факторы, снижающие риск

Так как наше предприятие оказывает услуги, которые зависят от поставок ГСМ и запасных частей, основными рисками в нашем проекте рассматривается вопрос изменения их стоимости, но данную проблему можно устранить за счет соответствующего повышения стоимости проезда. Резерв у нас есть.

Проект не встретит никаких проблем с точки зрения социально-культурных проблем или демографических особенностей населения.

Проект не является новым и не вызовет отрицательных изменений в культурной жизни людей и не будет конфликтовать со сложившейся окружающей средой.

Ограничения, накладываемые международными организациями сводятся к соблюдению норм экологической и санитарной безопасности грузовых автотранспортов, оказывающих услуги. В связи с тем, что оказывающий услуги в нашей компании новый, выпущен в России, он соответствует всем нормам безопасности, предъявляемым к грузовым перевозкам и автомобильному транспорту. Такие фуры уже довольно продолжительное время возят грузы по России и Казахстану, так что проблем не предвидится. Ограничения, накладываемые государственными органами Республики Казахстан, сводятся к соблюдению правил перевозки грузов, санитарно-гигиенических и экологических норм.

Ограничения, накладываемые местными органами власти и управления, в основном дублируют те ограничения, которые накладывают государственные органы Республики Казахстан.

Специфических ограничений нет.

Проект не будет оказывать явно негативное влияние на окружающую среду при условиях соблюдения правил эксплуатации и техники безопасности.

Социально-экономическое значение проекта

С экономической точки зрения проект будет способствовать:

- созданию новых 2 рабочих мест, что позволит работникам получать стабильный доход;
- создание нового предприятия по предоставлению услуги по грузовым перевозкам автомобильным транспортом;
- поступлению в бюджет 2 тысяч тенге налогов и других отчислений.

Среди социальных воздействий можно выделить:

- удовлетворение спроса населения, товаропроизводителей и торговых компаний в услугах грузовых перевозок автомобильным транспортом.

город Шымкент

БИЗНЕС-ПЛАН ОТКРЫТИЕ КАФЕ БЫСТРОГО ПИТАНИЯ



2020 год

Содержание

Резюме.....	3
Введение.....	4
1. Концепция проекта.....	5
2. Описание продукта (услуги).....	5
3. Программа производств.....	6
4. Маркетинговый план.....	7
5. Техническое планирование.....	10
6. Реализация проекта.....	12
6.1 План реализации проекта.....	13
7. Потребность в финансировании.....	14
8. Эффективность проекта.....	16
8.1 Расчет прибыли и убытков.....	16
9. Социально-экономическое и экологическое воздействие.....	19
9.1 Социально-экономическое значение проекта.....	19

Резюме

Концепция проекта предусматривает открытие кафе в г. Шымкент.

Целью деятельности предприятия является извлечение дохода для улучшения материального благосостояния его участника.

Целевой группой планируемого предприятия будут являться потребители услуг – население города и близлежащих районов.

Финансирование проекта планируется осуществить как за счет собственных средств инициатора проекта, так и за счет заемного капитала.

Основные оборотные средства	Сумма всего (тенге)	Удельный вес, %	Источники финансирования			
			Собственные средства		Средства займа	
			Сумма всего (тенге)	Удельный вес, %	Сумма всего (тенге)	Удельный вес, %
Основные средства	21261400	100%	1018000	5%	20243400	95%
Оборотные средства	0	0%	0	0%	0	0%
Итого	21261400	100%				

Данный проект будет осуществляться за счет кредитных средств:

Основные / оборотные средства	Сумма всего (тенге)
Основные средства	20243400
Оборотные средства	0
Итого	20243400

Срок запрашиваемого займа

Основные / оборотные средства	Месяцев
Основные средства	60

Ставка вознаграждения

Основные / оборотные средства	Кол-во годовых, %
Основные средства	6

График погашения процентов и основной суммы займа

Основные/оборотные средства	График
Основные средства	Основной долг – начисление процентов по остатку (аннуитетный)

Льготный период

Основные/оборотные средства	ОД/Вознаграждение
Основные средства	ОД - 6 месяцев. Вознаграждение – 6 месяцев

Наличие имущества

Наименование	Ед.изм., (шт, кг, голов и т.п.)	Кол-во	Стоимость активов, возможная рыночная стоимость
Денежные средства	тенге	1	1000000
Квартира (в аресте)	шт	1	10000000
Итого			11000000

Введение

На сегодняшний день существует достаточно большое количество заведений быстрого обслуживания, которые уже давно заслужили любовь, уважение и доверие от клиентов.

Каждая фирма, начиная свою деятельность, должна ясно представлять потребность на перспективу в финансовых, материальных, трудовых и интеллектуальных ресурсах, источники их получения, а также уметь четко рассчитывать эффективность использования ресурсов в процессе работы фирмы.

При всем многообразии форм предпринимательства существуют ключевые положения, применимые практически во всех областях коммерческой деятельности и для разных фирм. Но необходимые для того, чтобы своевременно подготовиться и обойти потенциальные трудности и опасности, тем самым уменьшить риск в достижении поставленных целей.

Важной задачей является проблема привлечения инвестиций, в том числе и зарубежных, в действующие и развивающиеся предприятия. Для этого необходимо аргументировать и обосновать оформление проектов (предложений), требующих инвестиций. Для этих и некоторых других целей применяется бизнес-план открытия бизнеса.

Несмотря на все трудности и проблемы, в сфере частного предпринимательства, заняты уже тысяча людей. Однако бизнес - это совершенно особая манера жизни, предполагающая готовность предпринимать самостоятельные решения и рисковать. Решив заняться бизнесом, предприниматель должен тщательно спланировать его организацию. Речь идет о бизнес-планах открытия нового предприятия, с которыми во всем мире принято начинать любое коммерческое предприятие. В условиях рынка подобные планы необходимы всем: банкирам и потребителям-инвесторам, сотрудникам фирм, желающим оценить свои перспективы и задачи, и, прежде всего, самому предпринимателю, который должен тщательно проанализировать свои идеи, проверить их реалистичность. Собственно говоря, без бизнес-плана открытия нового предприятия, вообще нельзя браться за коммерческую деятельность, т.к. возможность неудачи будет слишком велика.

При всем многообразии форм предпринимательства существуют ключевые положения, применимые практически во всех областях коммерческой деятельности и для различных фирм, необходимые для того, чтобы своевременно подготовиться, обойти потенциальные трудности и опасности.

В рыночной экономике бизнес-план открытия бизнеса является рабочим инструментом, используемым во всех сферах предпринимательства. Бизнес-план описывает процесс функционирования фирмы, показывает, каким образом ее руководители собираются достичь свои цели и задачи, в первую очередь повышения прибыльности работы. Хорошо разработанный бизнес-план открытия нового предприятия помогает фирме расти, завоевывать новые позиции на рынке, где она функционирует, составлять перспективные планы своего предприятия.

1. Концепция проекта

Концепция проекта предусматривает открытие кафе быстрого питания.

Целью деятельности предприятия является извлечение дохода для улучшения материального благосостояния его участника.

Основными видами продукции будут являться пицца, картофель фри, курица-гриль.

Целевой группой планируемого предприятия будут являться потребители услуг – население города Шымкент.

Преимущества продукции составляет:

- использование высокотехнологичного и современного оборудования;
- демократичные цены.

2. Описание продукта (услуги)

Быстрое питание, блюдо быстрого питания, пищевой продукт быстрого приготовления, фастфуд (англ. fast «быстрый» и food «пища») — питание с уменьшенным временем употребления и приготовления пищи, с упрощёнными или упразднёнными столовыми приборами или вне стола. Для общественного быстрого питания предназначены рестораны быстрого питания, иногда, так же, как и само питание, называемые фаст-фудами.

Блюда быстрого приготовления существуют в национальной кухне различных стран мира (например, итальянская пицца).

В 1921 году в Канзасе открылась компания «*White Castle*», фирменным блюдом которой были диковинные в то время гамбургеры. Устойчивая цена (5 центов вплоть до 1946 года) и необычность привлекали покупателей, а сомнения в безопасности продукта были развеяны в результате хитрого хода владельца компании Билли Инграма (когда специально нанятые люди в белых халатах создавали впечатление, что даже врачи покупают гамбургеры). В конце 1940-х у компании «*White Castle*» стали появляться конкуренты, из которых самым серьёзным стал «*McDonald's*».

Гонконгские *чхачханьтхэны* — азиатская разновидность ресторанов быстрого обслуживания, возникшая в 1950-х годах. В этих заведениях подают блюда, сочетающие в себе китайские и европейские черты — в частности, смесь чая с кофе и сгущённым молоком, суп с лапшой быстрого приготовления и ветчиной, а также разнообразные варианты сэндвичей.

Развитие сети «*McDonald's*» также показывает распространение фастфуда: в 1956 году в США было 14 ресторанов «*McDonald's*», в 1960

	33014 39.7	33014 39.7	33014 39.7	33014 39.7	33014 39.7	33014 39.7	33014 39.7	33014 39.7	33014 39.7	33014 39.7	33014 39.7	33014 39.7
--	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------

Наименование	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
	1 месяц	2 месяц	3 месяц	4 месяц	5 месяц	6 месяц	7 месяц	8 месяц	9 месяц	10 месяц	11 месяц	12 месяц
Напитки (смузи, коктейли и другое)	20404 17.6	20404 17.6	20404 17.6	20404 17.6	20404 17.6	20404 17.6	20404 17.6	20404 17.6	20404 17.6	20404 17.6	20404 17.6	20404 17.6
	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
	13 месяц	14 месяц	15 месяц	16 месяц	17 месяц	18 месяц	19 месяц	20 месяц	21 месяц	22 месяц	23 месяц	24 месяц
	20404 17.6	20404 17.6	20404 17.6	20404 17.6	20404 17.6	20404 17.6	20404 17.6	20404 17.6	20404 17.6	20404 17.6	20404 17.6	20404 17.6

При формировании цен была учтена покупательная способность потребителей, определяемая средним уровнем их доходов.

Формирование цен основано на рыночных ценах и полной себестоимости продукции.

4. Маркетинговый план

В столице Республики Казахстан – Нур-Султане, большое количество современных торговых и развлекательных комплексов и точек общепита были открыты там в 2006-2007 годах - период бурного развития потребительского сектора. Стоит отметить, что **Нур-Султан** в два раза меньше по численности населения, чем **Алматы**, и количество заведений общепита также в два раза уступает алматинскому - 637 (в том числе 196 ресторанов).

Высоким уровнем доходов населения характеризуются и **Актау**, и **Атырау**. Развитие нефтедобывающей отрасли способствует формированию на территории этих городов значительной аудитории состоятельных людей и потребителей среднего класса. А это, в свою очередь, открывает серьезные перспективы для развития бизнеса, направленного на удовлетворение потребительских нужд. Однако пока, опережая другие казахстанские города по количеству и качеству ресторанов, **Атырау** и **Актау** уступают рынку **Нур-Султан** и тем более **Алматы**. По оценкам экспертов, атырауский рынок отстает от алматинского на шесть-семь лет, от астанинского - на четыре-пять лет. Его развитие задерживают невысокая численность городского населения, небольшая прослойка среднего класса. Эти факторы снижают инвестиционную привлекательность ресторанного бизнеса в провинции. Зато тут много иностранцев, и это отразилось на развитой политике распределения: ланчи, комплексные обеды тут распространены шире, чем в столичных городах. На высоком уровне организована доставка блюд в офисы и на дом - об этом свидетельствуют данные исследования **«РосИнтера»**. Так что, несмотря на сдерживающие факторы, рынок ресторанов развивается и в столицах, и в регионах, но со своей спецификой.

Главной проблемой всех казахстанских предприятий общественного питания являлся и является - низкий сервис. «Вежливый, но без искренней заботы о госте» - так оценивается в исследовании «РосИнтера» уровень качества обслуживания многих ресторанов как на рынке Алматы, так и Астаны. Об Атырау и вовсе сказано, что «в работе персонала не ощущается не только искренней заботы о госте, но соблюдения обычных стандартов сервиса».

Возможно, одна из причин индифферентного отношения обслуживающего персонала к клиенту в том, что в казахстанских заведениях принято сразу включать в счет посетителя 10% за обслуживание - вознаграждение официанту (других странах подобное вознаграждение в форме чаевых обычно оставляется на усмотрение клиента). Данное правило не стимулирует официантов, администраторов работать хорошо - так как они и так получают свои деньги.

Во многом проблемы с качеством обслуживания связаны с большой текучкой кадров, отсутствием профподготовки официантов и других работников ресторанов (в Европе на официантов учатся два-три года). В заведениях хорошего уровня администрация уделяет большое внимание, как обучению персонала, так и внутреннему контролю качества обслуживания.

В большинстве казахстанских ресторанов среднего уровня официантами работают в основном студенты, для которых это временная работа. Приходя на временную работу, человек и относится к ней соответственно. Повлиять на ситуацию позволят лишь серьезные усилия со стороны управляющих персоналом, направленные как на обучение этих людей азам профессии, так и на контроль качества их работы.

Проблемы возникают не только с официантами, но и с поварами. Как правило, все повара - одни и те же, просто переходят с места на место. Поэтому в течение последних нескольких лет крупные рестораны приглашают на работу иностранных поваров. Это связано с дефицитом собственных кадров.

Для оживления падающего потребительского спроса рестораны и кафе начали проводить различные акции по снижению цен, одновременно сохраняя качество предоставляемых услуг. Владельцы ресторанов преодолевают кризис с помощью различных маркетинговых акций и скидок. С их помощью бизнесмены хотят заинтересовать потребителей и убедить их, что для экономии финансовых средств необязательно совершать трапезу исключительно дома. Заведения средней ценовой категории (один обед - около трех тысяч тенге) наиболее активны и изобретательны, так как острее ощущают спад потребительского спроса, который достигает 40%. Существуют два вида акций - бонусы, подарки и предоставляющие скидки. Например, в заведении дарят шестую кружку пива бесплатно или закажи пиццу, а за доставку не плати.

Часть заведений делает ставку на снижение цен. Сеть пиццерий в Усть-Каменогорске и Астане «Пицца-блюз» в январе и феврале предлагала своим посетителям специальное «Антикризисное меню» - любое блюдо в нем

обходилось посетителю в 300 тенге. Для сохранения лояльности клиентов и увеличения размеров заказов сеть «РосИнтер» в феврале проводила сразу две акции - фуд-чек и «Вторая пицца бесплатно». Во всех заведениях сети ввели систему фуд-чеков размером в 500 тенге. Посетитель получал фуд-чек, если его счет превышал три тысячи тенге. При следующем посещении клиент мог расплатиться одним фуд-чеком. Преимущества этой акции для ресторанов очевидны - чтобы получить скидку, посетителю нужно вернуться к ним второй раз.

Помимо проведения акций кафе и рестораны для увеличения числа гостей начинают активно работать с постоянными посетителями и внедрять так называемую систему лояльности. Наиболее востребован этот инструмент маркетинга среди ресторанов премиум-класса, так как падение потребительской активности они ощутили меньше, и снижать цены пока не намерены. Заведения нарабатывают базу потенциальных клиентов.

Некоторые рестораны расширяют клиентскую базу и более простым способом. Например, алматинский ресторан Temujin проводит акцию «Ваша визитка - наша скидка». Оставив свои контактные данные, человек соглашается получать информацию об услугах ресторана и всех его нововведениях. Более одного раза визитная карточка на скидку не обменивается. Кроме того, некоторые рестораны направляют свои усилия на привлечение клиентов в будние дни. Например, в алматинском заведении Loud в будни предлагают скидку в 20% на все меню. К подобным мерам начинает прибегать все большее количество заведений, позиционирующих себя между премиум и средним ценовым сегментами. Система лояльности дает свои преимущества, но тенденция такова, что потребители посещают рестораны исключительно в выходные дни.

Антикризисные меры предпринимают не только крупные, но и небольшие компании. В частности, **MM Food Service, владеющая палатками Bubble Tea в Алматы**, разукрасила их веселыми картинками и разноцветными надписями «**Антикризисная политика**». Раньше в этих палатках продавали только чай с различными добавками стоимостью 300 тенге. Теперь к нему добавились хот-доги по 250 тенге.

Часть предпринимателей в условиях кризиса обращается к ресторанному бизнесу, как к возможности вложения денег и поддержания текущего дохода (считается, что ресторанный бизнес один из последних начинает ощущать все негативные моменты кризисного периода - ведь люди всегда едят). Для того чтобы выжить в кризисное время, владельцам ресторанов придется снижать цены, привлекать клиентов различными акциями и специальными предложениями и доказывать, что качество от снижения цен не ухудшилось.

Анализ потенциального сбыта

№	Наименование товара	Стоимость реализуемого товара в тенге	Возможные каналы сбыта	Местоположение	Укажите потенциальных потребителей вашего товара и их количество
---	---------------------	---------------------------------------	------------------------	----------------	--

1	Фаст-фуд (курица-гриль, пицца)	1500-2000	Через розничную торговлю.	г.Шымкент	Потенциальные потребители в возрасте 6-50 лет, в городе проживает более 500 000 -700 000 человек
---	--------------------------------	-----------	---------------------------	-----------	--

Покупательская способность потребителей

Среднемесячный доход 1 потенциального покупателя	Средний доход покупателя 100000 тенге
Частота использования услугой потенциальным покупателям в год	20-24 раз в год
Дополнительная информация о покупательской способности клиентов	Обычный покупатель со средним заработком может купить фаст фуд приблизительно 2 раза в месяц на сумму 2 000 - 4 000 тг, а хлебобулочные изделия и напитки покупать каждый день на 500 - 700 тг.

Анализ потенциальных конкурентов

№	Наименование потенциального конкурента	Вид реализуемого товара конкурентов	Местоположение конкурента	Цена реализации тенге за ед. продукции/услуги
1	Кафе «Эльдоша»	Кафе изготавливают восточную еду (1 и 2 блюда), также имеется доставка готовой еды	город Шымкент, улица Гагарина 7	Средний чек 2000 тенге
2	Кафе «Макси бургер»	Изготавливают только пиццу разных видов	город Шымкент, проспект Республики 25/1	Средний чек 2000 тенге
3	Кафе «Жети тандыр»	Центр плова и разных восточных блюд	город Шымкент, улица Туркестанская 6	Средний чек 1000 тенге
Дополнительная информация о конкурентах		У всех кафе близлежащих указанных выше, основной аспект на изготовлении горячей восточной еды кофейного типа, устраивание банкетов, корпоративов, также упор делается на обслуживании клиентов при котором добавляется к чеку за обслуживание клиента 10% (у некоторых 15%) от суммы заказа.		

Конкурентное преимущество и способы продвижения

Опишите конкурентное преимущество вашего бизнеса и способы продвижения вашего товара/услуги	Еда готовится на глазах у покупателя, имеется индивидуальная упаковка для каждой продукции, что удобно для транспортировки. Также доставка на дом (на авто), что делает доставку быстрее. Продукция будет продаваться потребителям через розничную торговлю.
---	--

5. Техническое планирование

Для реализации Проекта планируется закупить технологическое оборудование, спецтранспорт (ГАЗель), мебель. Автомобили будут использоваться для закупа продуктов и их доставки до ресторана. Также планируется закупка компьютером и специализированного программного обеспечения. Ниже представлена структура инвестиций в основные средства

Инвестиции в основные средства

Наименование	Стоимость	Оплачено	К оплате
Помещение	205 000	205 000	0

Кассовые аппараты	120		120
Мебель и аксессуары	11 820		11 820
Кухонное и складское оборудование	17 000		17 000
Автотранспорт	4 076		4 076
Компьютеры и оргтехника	720		720
Программное обеспечение для ведения бухучета	2 750		2 750
Итого	241 486	205 000	36 442

Помещение

Количество этажей: 9 этажей.

Материал стен: кирпич.

Общая площадь (1 201,6 кв. м): 1-этаж: 26,4 кв. м.;

Технический план помещения

Наименование	Площадь, кв.м
1 – этаж	26,4
Гардероб для посетителей	26,4
Цокольный этаж	488,3
Зал для приема посетителей, состоящий из курящей и некурящей зоны	400,0
Склад бара	48,3
Вспомогательные помещения (коридор, туалет, лестничный проем, моечные и т.д.)	40,0
Подвал	686,9
Зал для приема посетителей, состоящий из курящей и некурящей зоны	150,0
Мясной цех	62,0
Склад продуктовый	70,0
Холодно-горячий цех	50,0
Кондитерский цех	50,0
Склад для хранения кондитерской продукции	50,0
Склад для хозяйственных принадлежностей	75,0
Душ для персонала	20,0
Моечные	99,9

В зависимости от производителя различается не только цена, но и качество техники.

Поэтому руководители компании хотя и обладают достаточным опытом в данном направлении бизнеса, но, тем не менее, при покупке оборудования, обязательно будут согласовывать свой выбор с шеф-поваром и технологом, которые помогут сделать верный выбор.

Другая важная составляющая ресторанного бизнеса - автоматизация системы контроля и учета. Существуют несколько фирм, поставляющих программное обеспечение по контролю и учету. Программное обеспечение будет приобретено у компаний, специализирующихся на разработке программного обеспечения для ресторанного бизнеса. Многие из них имеют

свои представительства в г. Атырау, что позволяет также рассчитывать в дальнейшем и на сервисное обслуживание.

Планируется приобрести обеспечение марки R-keeper либо I-SOFT. ПО позволит снизить риски, типичные для данного бизнеса – хищения и мошенничество со стороны персонала, а также получать аналитическую информацию для принятия управленческих решений.

Инвестиции в оборотный капитал будут использоваться для завершения ремонтных работ, закупа продуктов и покрытия первоначальных расходов в течение инвестиционной фазы и первого месяца работы ресторана. Ниже представлена структура инвестиций в оборотные средства.

Инвестиции в оборотные средства

Наименование	Стоимость	Оплачено	К оплате
Оборотный капитал	194 420	194 420	194 420
Ремонтные работы	160 707	25 901	134 807
Посуда и инвентарь	4 250	0	4 250
Первоначальный закуп продуктов	3 020	0	3 020
Хоз. расходы	150	0	150
Заработная плата	14 780	3 450	11 330
Текущие непроизводственные расходы	60	0	60
Банковская комиссия	2 808	2 808	0
Тренинг персонала	500	0	500
Открытие, презентация	2 570	0	2 570
Маркетинг и реклама	2 500	0	2 500
Налог на имущество	3 075	0	3 075
Общий итог	435 906	435 906	435 906

6. Реализация проекта

Предынвестиционная стадия включает следующие виды деятельности:

- исследование рынков сбыта товаров, продукции, работ, услуг (далее - продукция) и их сегментов, сырьевых зон, балансов производства и потребления, определение возможных клиентов, создание клиентской базы;

- подготовку исходных данных, необходимых для выполнения финансово-экономических расчетов инвестиционного проекта;

- определение схемы и источников финансирования инвестиционного проекта;

- поиск инвесторов.

На предынвестиционной стадии принимается окончательное решение (заказчиком, инвестором и иными заинтересованными) о целесообразности реализации инвестиционного проекта и разработке бизнес-плана.

Начало реализации проекта – январь 2021 года

Инвестиционная стадия инвестиционного проекта

Строительно-ремонтные работы, монтаж оборудования планируется осуществить с января 2021 года по июнь 2021 года включительно.

Эксплуатационная стадия инвестиционного проекта

Начало функционирования запланировано с июля 2021 года.

6.1 План реализации проекта

Доход заведения строится на двух фундаментальных факторах: средний чек и поток гостей.

Стоимость якорных блюд составит примерно 60-70% от среднего чека. Желательно составлять меню ситуативно, прорабатывая каждую отдельно взятую ситуацию. Например, пришел мужчина в обед, пришла молодая пара на свидание или семья с двумя детьми поужинать, бизнес-встреча и т.д.

Поток гостей дает возможность определить оптимальное количество посадочных мест, с учетом формата заведения определяется среднее время нахождения гостя в заведении, что, в свою очередь, определит оборачиваемость посадочных мест. Если мы рассчитываем на поток 400 человек в день в заведении с ограниченным сервисом, то оптимальное количество посадочных мест будет от 90 до 100, или 300-400 кв. метров.

Представим заведение со средним чеком 2000 тенге и потоком гостей 400 человек в день. Годовой доход такого заведения составит 292 млн тенге в год, прибыльность до налогов – около 25%, или 73 млн тенге в год. Оптимальный срок окупаемости заведения в Казахстане должен составить около 2-х лет, то есть максимальная сумма инвестиций равняться сумме дивидендов за этот период, не превышая 100-110 млн тенге.

С учетом наших экономических реалий месячные продажи заведения общепита можно разделить на шесть категорий: до 10 млн тенге считаются низкими, от 10 до 20 млн – удовлетворительными, от 20 до 30 млн – средними, свыше 30 млн – выше среднего, более 45-50 млн – высокими, больше 70 млн тенге – очень высокими.

Дополнительный доход можно получить от ретробонусов и рекламы. При хороших продажах продукции крупные компании выплачивают ретробонусы, но не стоит на них рассчитывать, так как они могут изменяться и не быть стабильными, воспринимайте это скорее, как поощрение. Зачастую ретробонусы выдаются товаром, о котором владелец может не догадываться, со стороны поставщика это стимулирование продаж путем повышения заинтересованности закупщика. Возможна также продажа рекламы, тейбл-тентов, флаеров, роликов, меню, подложек, брендированной продукции, стикеров, подставок, но доходы от такой продукции не будут высокими.

Основные два показателя расходов – себестоимость продукции (food cost) и затраты на персонал, вместе они составляют прямые издержки (prime cost). Данный показатель не должен превышать 60%, если он выше, то стоит задуматься о целесообразности работы такого заведения. Затраты на закуп не должны превышать 28-30% от оборота, с учетом хозтоваров. Если собираетесь работать с ограниченным меню, нужно убедиться, что абсолютное большинство продуктов есть в наличии на местном рынке, просчитать стоимость продуктов и правильное ценообразование – средняя накрутка к себестоимости должна быть х3. Также нужно учитывать, что себестоимость по бару будет не более 17-20%.

7. Потребность в финансировании

Поступления в виде займов (KZT)

Название	Дата	Сумма (KZT)	Срок	Ставка %
Кредит	08.2020	20243400	60 мес.	6

Сумма кредита	20 243 400
Процентная ставка	6,00%
Срок кредита (кол-во месяцев)	60
Льготный период по ОД	-
Дата выдачи кредита	01.08.2020
Дата погашения кредита	01.08.2025
Тип расчета графика	аннуитет

Выплаты на погашение займов (KZT)

№ платежа	Дата погашения	Сумма кредита на начало периода	Основной долг	Проценты	Платеж за период	Сумма кредита на конец периода
1	01.09.20	20243400,00	290144,63	101217	391361,63	19953255,37
2	01.10.20	19953255,37	291595,36	99766,28	391361,63	19661660,01
3	01.11.20	19661660,01	293053,33	98308,3	391361,63	19368606,67
4	01.12.20	19368606,67	294518,60	96843,03	391361,63	19074088,07
5	01.01.21	19074088,07	295991,19	95370,44	391361,63	18778096,88
6	01.02.21	18778096,88	297471,15	93890,48	391361,63	18480625,73
7	01.03.21	18480625,73	298958,51	92403,13	391361,63	18181667,22
8	01.04.21	18181667,22	300453,30	90908,34	391361,63	17881213,92
9	01.05.21	17881213,92	301955,56	89406,07	391361,63	17579258,36
10	01.06.21	17579258,36	303465,34	87896,29	391361,63	17275793,02
11	01.07.21	17275793,02	304982,67	86378,97	391361,63	16970810,35
12	01.08.21	16970810,35	306507,58	84854,05	391361,63	16664302,76
13	01.09.21	16664302,76	308040,12	83321,51	391361,63	16356262,64
14	01.10.21	16356262,64	309580,32	81781,31	391361,63	16046682,32
15	01.11.21	16046682,32	311128,22	80233,41	391361,63	15735554,10
16	01.12.21	15735554,10	312683,86	78677,77	391361,63	15422870,24
17	01.01.22	15422870,24	314247,28	77114,35	391361,63	15108622,95
18	01.02.22	15108622,95	315818,52	75543,11	391361,63	14792804,43
19	01.03.22	14792804,43	317397,61	73964,02	391361,63	14475406,82
20	01.04.22	14475406,82	318984,60	72377,03	391361,63	14156422,22
21	01.05.22	14156422,22	320579,52	70782,11	391361,63	13835842,70
22	01.06.22	13835842,70	322182,42	69179,21	391361,63	13513660,28
23	01.07.22	13513660,28	323793,33	67568,3	391361,63	13189866,94
24	01.08.22	13189866,94	325412,30	65949,33	391361,63	12864454,64
25	01.09.22	12864454,64	327039,36	64322,27	391361,63	12537415,28
26	01.10.22	12537415,28	328674,56	62687,08	391361,63	12208740,72
27	01.11.22	12208740,72	330317,93	61043,7	391361,63	11878422,79

28	01.12.22	11878422,79	331969,52	59392,11	391361,63	11546453,27
29	01.01.23	11546453,27	333629,37	57732,27	391361,63	11212823,90
30	01.02.23	11212823,90	335297,51	56064,12	391361,63	10877526,39
31	01.03.23	10877526,39	336974,00	54387,63	391361,63	10540552,39
32	01.04.23	10540552,39	338658,87	52702,76	391361,63	10201893,51
33	01.05.23	10201893,51	340352,17	51009,47	391361,63	9861541,35
34	01.06.23	9861541,35	342053,93	49307,71	391361,63	9519487,42
35	01.07.23	9519487,42	343764,20	47597,44	391361,63	9175723,22
36	01.08.23	9175723,22	345483,02	45878,62	391361,63	8830240,20
37	01.09.23	8830240,20	347210,43	44151,2	391361,63	8483029,77
38	01.10.23	8483029,77	348946,49	42415,15	391361,63	8134083,28
39	01.11.23	8134083,28	350691,22	40670,42	391361,63	7783392,07
40	01.12.23	7783392,07	352444,67	38916,96	391361,63	7430947,39
41	01.01.24	7430947,39	354206,90	37154,74	391361,63	7076740,49
42	01.02.24	7076740,49	355977,93	35383,7	391361,63	6720762,56
43	01.03.24	6720762,56	357757,82	33603,81	391361,63	6363004,74
44	01.04.24	6363004,74	359546,61	31815,02	391361,63	6003458,13
45	01.05.24	6003458,13	361344,34	30017,29	391361,63	5642113,79
46	01.06.24	5642113,79	363151,07	28210,57	391361,63	5278962,72
47	01.07.24	5278962,72	364966,82	26394,81	391361,63	4913995,90
48	01.08.24	4913995,90	366791,65	24569,98	391361,63	4547204,24
49	01.09.24	4547204,24	368625,61	22736,02	391361,63	4178578,63
50	01.10.24	4178578,63	370468,74	20892,89	391361,63	3808109,89
51	01.11.24	3808109,89	372321,09	19040,55	391361,63	3435788,80
52	01.12.24	3435788,80	374182,69	17178,94	391361,63	3061606,11
53	01.01.25	3061606,11	376053,60	15308,03	391361,63	2685552,51
54	01.02.25	2685552,51	377933,87	13427,76	391361,63	2307618,64
55	01.03.25	2307618,64	379823,54	11538,09	391361,63	1927795,10
56	01.04.25	1927795,10	381722,66	9638,98	391361,63	1546072,44
57	01.05.25	1546072,44	383631,27	7730,36	391361,63	1162441,17
58	01.06.25	1162441,17	385549,43	5812,21	391361,63	776891,74
59	01.07.25	776891,74	387477,18	3884,46	391361,63	389414,56
60	01.08.25	389414,56	389414,56	1947,07	391361,63	0
		ИТОГО	20243400		23481698	

Затраты на персонал в среднем по рынку составляют около 25-28%, в некоторых заведениях за счет эффективной организации труда и использования систем автоматизации данный показатель составляет около 20%. Более глубокое использование систем автоматизации, понимание важности стандартизации бизнес-процессов и оценки их эффективности дает возможность не только повышать качество продукции и сервиса, его можно замерить по тенденции изменения количества жалоб, а также экономить до 8% от оборота.

Идеально, когда арендная плата составляет не более 10%, в отдельных случаях она может достигать до 20%, и предприниматель должен решить, почему он готов переплачивать за помещение.

Коммунальные услуги обычно составляют до 2-3% от оборота, включая затраты на связь, охранную сигнализацию. Хороший интернет понадобится для систем автоматизации, видеонаблюдения, отдельный канал можно выделить для гостей.

В несетевом заведении основные затраты по управлению – это заработная плата директора, который обычно и собственник, в сетевом – накладные затраты на управление составят до 3% (обычно это затраты на регионального руководителя, шефа бара, шефа кухни).

Затраты на поддерживающие функции – бухгалтерию, юридическое сопровождение, поддержание систем автоматизации, отдел кадров, обучение – составят не менее 3%.

Один потраченный тенге на маркетинг должен приносить не менее 33 тенге продаж, затраты на маркетинг не должны превышать 3% от оборота, с выходом на плановые продажи данный показатель может быть снижен.

Подведем итог по затратной части. 29% – себестоимость продукции, 25% – затраты на персонал, 10% – арендная плата, комуслуги – 2,5%, другие затраты – 8,5%, итого получаем 75%. В зависимости от кухни (у местной кухни затраты будут на порядок ниже), формата заведения (в фаст-фуде низкие затраты на персонал) и успешности заведения цифры могут варьироваться в ту или иную сторону.

8. Эффективность проекта

8.1 Расчет прибыли и убытков

Прогнозный ОПиУ

	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	6 год
Выручка	53651878	107303756	107303756	107303756	107303756	62593858
Фаст-фуд (гриль, чикен, пицца, фри)	21600734	43201469	43201469	43201469	43201469	25200857
Хлебобулочные изделия (хлеб, батон, лепешки, булочки)	19808638	39617276	39617276	39617276	39617276	23110078
Напитки (смузи, коктейли и другое)	12242506	24485011	24485011	24485011	24485011	14282923
Себестоимость	5127150	10254300	10254300	10254300	10254300	5127150
Фонд оплаты труда	5127150	10254300	10254300	10254300	10254300	5127150
Валовая прибыль	48524728	97049456	97049456	97049456	97049456	57466708
Налоги	828034,725	1656069,45	1656069,45	2991843,45	2991843,45	1342921,725
Прибыль после налогов	48524728	97049456	97049456	93830343	93830343	55588892
Оплата	0	1593914	781062	539576	283196	40551

вознаграждения						
Чистая прибыль	48524728	95455542	96268394	93290767	93547147	55548341
Рентабельность	90.4%	89%	89.7%	86.9%	87.2%	88.7%

Прогнозный Отчет движения денежных средств на период реализации проекта

	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	6 год
Денежные средства на начала периода	-	34687928	54496474	76653190	95541732	114430274
Фаст-фуд (гриль, чикен, пицца, фри)	21600734	43201469	43201469	43201469	43201469	25200857
Хлебобулочные изделия (хлеб, батон, лепешки, булочки)	19808638	39617276	39617276	39617276	39617276	23110078
Напитки (смузи, коктейли и другое)	12242506	24485011	24485011	24485011	24485011	14282923
Семейные доходы	681410	1635384	1635384	1635384	1635384	953974
Всего приток от операционной деятельности	54333288	108939140	108939140	108939140	108939140	63547832
Фонд оплаты труда	5127150	10254300	10254300	10254300	10254300	5127150
Фаст-фуд (гриль, чикен, пицца, фри)	16862400	33724800	33724800	33724800	33724800	19672800
Хлебобулочные изделия (хлеб, батон, лепешки, булочки)	1 год 11122200	2 год 22244400	3 год 22244400	4 год 22244400	5 год 22244400	6 год 12975900
Напитки (смузи, коктейли и другое)	7113600	14227200	14227200	14227200	14227200	8299200
Семейные расходы	681410	1635384	1635384	1635384	1635384	953974
Всего отток от операционной деятельности	40906760	82086084	82086084	82086084	82086084	47029024
Чистый поток от операционной деятельности	13426528	26853056	26853056	26853056	26853056	16518808
Средства займа	20243400	-	-	-	-	-
Собственные средства	1018000	-	-	-	-	-
Всего приток от инвестиц. деятельности	21261400	-	-	-	-	-

Всего отток от инвестиц. деят-ти	-	-	-	-	-	-
Чистый поток от инвестиц. деят-ти	21261400	-	-	-	-	-
Всего приток от фин. деятельности	0	0	0	0	0	0
Выплата вознаграждения	0	1593914	781062	539576	283196	40551
Основной долг	0	5450596	3915278	4156764	4413144	2307619
Налоги	828034,725	1656069,45	1656069,45	2991843,45	2991843,45	1342921,725
Всего отток от фин. деятельности	0	7044510	4696340	7964514	7964514	4254605
Чистый поток от фин. деятельности	0	-7044510	-4696340	-7964514	-7964514	-4254605
Изменения за период	34687928	19808546	22156716	18888542	18888542	12264203
Конечная наличность	34687928	54496474	76653190	95541732	114430274	126694477

Чистый дисконтированный доход (NPV) и индекс прибыльности (PI)

Чистый дисконтированный доход (NPV)	221566972
Индекс прибыльности (PI)	9.9%

Налоги

Виды налогов и платежей	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	6 год
ИПН	0	0	0	667887	667887	257443,5
Социальный налог	0	0	0	667887	667887	257443,5
ОПВ	512715	1025430	1025430	1025430	1025430	512715
СО	161505,225	323010,45	323010,45	323010,45	323010,45	161505,225
ВОСМС	51271,5	102543	102543	102543	102543	51271,5
ООСМС	102543	205086	205086	205086	205086	102543
Итого	828034,725	1656069,45	1656069,45	2991843,45	2991843,45	1342921,725

План по персоналу на 2020 г.

Должность	Кол-во	Зарплата	Платежи
Директор	1	100 000 тенге	Ежемесячно, один год
Бухгалтер	1	100 000 тенге	Ежемесячно, один год
Менеджер	1	80 000 тенге	Ежемесячно, один год
Официант	2	73 631,25 тенге	Ежемесячно, один год
Итого	5	427 262,5 тенге	

План по персоналу на 2021-2024 г.

Должность	Кол-во	Зарплата	Платежи
Директор	1	150 000 тенге	Ежемесячно, четыре года
Бухгалтер	1	150 000 тенге	Ежемесячно, четыре года
Менеджер	1	150 000 тенге	Ежемесячно, четыре года
Официант	3	115 000 тенге	Ежемесячно, четыре года
Технический персонал	1	59,5 000 тенге	Ежемесячно, четыре года
Итого	7	854,5 000 тенге	

План по персоналу на 2025 г.

Должность	Кол-во	Зарплата	Платежи
Директор	1	100 000 тенге	Ежемесячно, один год
Бухгалтер	1	100 000 тенге	Ежемесячно, один год
Менеджер	1	80 000 тенге	Ежемесячно, один год
Официант	2	73 200 тенге	Ежемесячно, один год
Итого	5	427 262,5 тенге	

Целевое назначение средств

Показатель	Ед. измерение	Значение
Электрическая плита	тенге	2 500 000
Вытяжка	тенге	300 000
Гриль-плита	тенге	1 650 000
Печь для выпечки	тенге	1 700 000
Посуда	тенге	1 400 000
Стол	тенге	1 700 000
Стулья	тенге	1 855 850
Расход на продукты	тенге	1 800 000
Расход на напитки	тенге	1 010 400
ФОТ	в год	5 127 150
Коммунальные услуги	В год	1 200 000
Итого		20 243 400

9. Социально-экономическое и экологическое воздействие

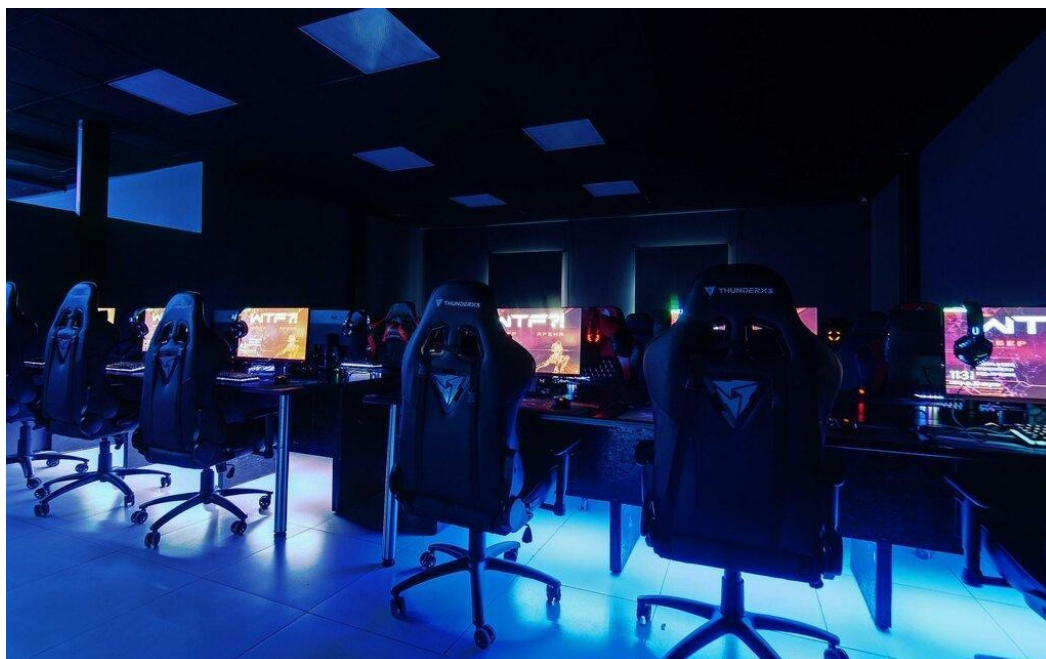
9.1 Социально-экономическое значение проекта

С экономической точки зрения проект будет способствовать:

- созданию 7 рабочих мест, что позволит работникам получать стабильный доход;
- открытию кафе и реализация общественного питания;
- поступлению в бюджет 6,8 млн тенге налогов и других отчислений в год.

Павлодарская область
город Экибастуз

БИЗНЕС-ПЛАН КОМПЬЮТЕРНЫЙ КЛУБ



2020 год

СОДЕРЖАНИЕ

Резюме.....	3
Введение.....	4
1. Концепция проекта.....	5
2. Описание продукта (услуги).....	5
3. Программа продаж.....	6
4. Маркетинговый план.....	6
4.1 Описание рынка продукции (услуги).....	6
4.2 Ситуационный анализ (SWOT).....	7
5. Техническое планирование.....	7
5.1 Оборудование и инвентарь.....	7
6. Реализация проекта.....	9
6.1 Плана реализации.....	9
6.2 Плана выручки.....	9
7. Потребность в финансирование.....	10
8. Эффективность проекта.....	12
8.1 Расчет прибыли и убытков.....	12
9. Социально экономическое воздействие.....	13

Резюме

Концепция проекта предусматривает открытие компьютерного клуба в городе Экибастуз. В услуги компьютерного клуба будет входить предоставление доступа к сети Интернет.

Потенциальными клиентами компьютерного клуба выступят как школьники, проявляющие интерес к сетевым играм и работе в интернете, так и взрослое население, заинтересованное в работе на компьютере.

Общие инвестиционные затраты по проекту включают в себя:

Наименование статей инвестиций	Сумма	Удельный вес	Источники финансирования			
			Собственные средства		Средства займа	
			Сумма	Удельный вес	Сумма	Удельный вес
Основные средства	10730000	100 %	750000	100 %	9980000	100 %
Оборотные средства	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Итого	10730000	100 %	750000	100 %	9980000	100 %
Удельный вес		100 %		6.99 %		93.01 %

Финансирование проекта планируется осуществить как за счет собственных средств инициатора проекта, так и за счет заемного капитала.

Направление использования средств	Количество	Цена	Сумма всего (тенге)	В том числе (тенге): За счет займа/ За счет собств. средств
Системный блок	10	700000	7000000	За счет займа
Монитор	10	118000	1180000	За счет займа
Клавиатура	10	10000	100000	За счет займа
Компьютерная мышь	10	10000	100000	За счет займа
Компьютерные наушники	10	15000	150000	За счет займа
Кресло	10	70000	700000	За счет займа
Стол	10	40000	400000	За счет займа

		000		
Оборудование локальной сети	1	100 000	100 000	За счет займа
Аренда помещения	1	250 000	250 000	За счет собств. средств
Ремонт помещения	1	500 000	500 000	За счет собств. средств
Программное обеспечение	1	150 000	150 000	За счет займа
Система видеонаблюдения	1	100 000	100 000	За счет займа
Итого			9 980 000	

Приняты следующие условия кредитования:

Основные / оборотные средства	Сумма всего (тенге)
Основные средства	9980000
Оборотные средства	0
Итого	9980000

Основные / оборотные средства	месяцев
Основные средства	60

Введение

Бурное развитие новых информационных технологий и расширение сферы их применения привели к проникновению компьютерной техники во все сферы человеческой деятельности. Услуги, связанные с компьютерной техникой – одни из самых востребованных услуг на сегодняшний день городе Экибастуз. Наиболее популярными направлениями в сфере развития компьютерной индустрии в настоящее время выступают компьютерные игры, общение с друзьями и знакомыми в режиме on-line через различные рода социальные сети. Компьютер сегодня стал неотъемлемой частью быта многих домашних хозяйств. Предприниматели в сельской местности должны иметь доступ к государственным и иным электронным закупкам. Тем не менее, учитывая уровень доходов населения сельской местности, не все могут позволить себе иметь компьютер дома.

Кроме того, в настоящее время в городе Экибастуз немного компьютерных клубов с новыми усовершенствованными оборудованьями и высококачественной графикой, которая позволяет.

1. Концепция проекта

Концепция проекта предусматривает создание компьютерного клуба в городе Экибастуз. В услуги компьютерного клуба будет входить предоставление доступа к сети Интернет, компьютерные игры.

Компьютерный клуб планируется разместить в арендованном помещении и подключить к высокоскоростному интернету.

Сеть Интернет является сегодня оперативным источником информации и средством общения между людьми. Для глобальной сети не существует границ, с помощью сети почта доходит за несколько минут в любую точку земного шара, люди получают возможность общаться друг с другом, не выходя из дома. Наиболее популярные сервисы сети в настоящее время – это поиск оборудования, рефератов, докладов, электронные закупки и пр., а также сервисы общения – чаты, форумы, услуги прямого общения с помощью специальных программ. Востребованность сервисов Интернет различными группами людей: студентами, предпринимателями и т.д., согласно статистике, с каждым годом возрастает.

В рамках настоящего проекта планируется следующий режим работы клуба: с 9 до 21 часов без перерыва и выходных.

Потенциальными клиентами компьютерного клуба выступают как школьники, проявляющие интерес к сетевым играм и работе в интернете, так и взрослое население, заинтересованное в обучающих мероприятиях и работе на компьютере.

Учитывая запланированные в настоящем бизнес-плане обороты предприятия, рекомендуется осуществлять деятельность в рамках индивидуального предпринимателя на упрощенном режиме.

2. Описание продукта (услуги)

Сервисные услуги, набор, распечатка текста, Сканирование и ксерокопирование текста. Доступ в интернет с почасовой оплатой Поиск информации в Интернете на заданную тему сотрудниками клуба Регистрация электронного почтового ящика на бесплатном сервере. Сетевые игры (компьютерные игры, в которые одновременно играют от 2 до 10 человек.

Сетевые игры подразумевают не только захватывающие боевые игры, но и игры интеллектуального характера, заставляющие размышлять, развивать такие качества как умение руководить, планировать, созидать, нести ответственность за других, предвидеть результат. Такие игры постоянно совершенствуются, появляются новые версии, поэтому необходимо быть в курсе всех обновлений, что не всегда возможно для простого пользователя ПК.

Для владельцев ноутбуков и нетбуков с беспроводным адаптером возможно предоставлять доступ к интернету по Wi-Fi-доступу. Такой вид услуг будет интересен для владельцев мобильных компьютеров, не имеющих доступа к сети Интернет, а также для приезжих в городе Экибастуз.

3. Программа продаж

Программа продаж была рассчитана исходя из минимальной экономической эффективности проекта.

В первый год реализации проекта предусмотрено последовательное увеличение загрузки компьютерного клуба.

В натуральном выражении программа выглядит следующим образом:

Таблица 1: Программа продаж в натуральном выражении по годам проекта

В денежном выражении программа продаж представлена в следующей таблице

Наименование продукции, работы, услуги	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	6 год	Ито го
Компьютерные услуги	19	47	47	47	47	27	238
почасовые	833	600	600	600	600	767	000

Планируемые цены на продукцию

Наименование продукции, работы, услуги	Цена реализации, тенге	Годовой объем производства
Компьютерные услуги почасовые	300	47600

При расчете программы продаж инфляция во внимание не принималась, поскольку связанное с инфляцией повышение цен пропорционально отразится на издержках производства.

Программа продаж в натуральном и денежном выражении по месяцам в первый год проекта и по годам с 2019 по 2024 гг.

4. Маркетинговый план

4.1 Описание рынка продукции (услуги)

Сервисные услуги, набор, распечатка текста, Сканирование и ксерокопирование текста. Доступ в интернет с почасовой оплатой Поиск информации в Интернете на заданную тему сотрудниками клуба Регистрация электронного почтового ящика на бесплатном сервере. Сетевые игры (компьютерные игры, в которые одновременно играют от 2 до 10 человек.

Сетевые игры подразумевают не только захватывающие боевые игры, но и игры интеллектуального характера, заставляющие размышлять, развивать такие качества как умение руководить, планировать, созидать, нести ответственность за других, предвидеть результат. Такие игры постоянно совершенствуются, появляются новые версии, поэтому необходимо быть в курсе всех обновлений, что не всегда возможно для простого пользователя ПК.

Для владельцев ноутбуков и нетбуков с беспроводным адаптером возможно предоставлять доступ к интернету по Wi-Fi-доступу. Такой вид

услуг будет интересен для владельцев мобильных компьютеров, не имеющих доступа к сети Интернет, а также для приезжих.

4.2 Ситуационный анализ (SWOT)

Сильными сторонами компьютерного клуба могут быть:

- наличие большого количества свободных ресурсов;
- грамотный профессиональный коллектив;
- опытный руководитель;
- хорошие надежные поставщики;
- известность и доверие со стороны потребителей;
- надежные поставщики;

Возможные слабые стороны компьютерного клуба:

- отсутствие собственного сервисного центра;
- наличие сервисных центров только в других городах;
- часто меняющиеся цены на продаваемую компьютерную технику;

Возможности и угрозы, которые могут иметься во внешнем окружении:

Существующие угрозы:

- Например, в настоящее время наблюдается недостаток денежных средств в банках (проблемы с ликвидностью, т.к. многие не возвращают вовремя кредиты), поэтому при необходимости получить кредит можно столкнуться с тем, что банк откажет его нам предоставить.

- кроме того, курсы доллара и евро в настоящее время часто варьируются, поэтому цены на компьютерную технику могут часто и значительно изменяться, что может не понравиться потребителям.

Возможности:

Однако данная ситуация нехватки в экономике свободных наличных денежных средств может привести к появлению новых рыночных ниш (если конкурирующая компания не справится со сложившейся экономической ситуацией и прекратит свою деятельность).

5. Техническое планирование

5.1 Оборудование и инвентарь

В качестве расходных материалов будет использоваться бумага, компакт-диски, тонер для принтера и копировального аппарата.

Копировальный аппарат планируется заправлять 1 раз в 6 месяцев, а принтер 1 раз в 2 месяца.

По условиям проекта компьютерный клуб планируется подключить к ID-Net. Этот тариф является наиболее оптимальным, поскольку является безлимитным и требует только абонентской оплаты за пользование. Согласно тарифам АО «Казахтелеком», ежемесячная абонентская плата за подключение к сети Интернет по этому тарифу составляет 20000 тенге. Абонентская плата за пользование телефонной связью в рамках ИП составляет около 3000 тенге в месяц. Таким образом годовые затраты за пользование сетью Интернет представлены.

Анализ Потенциального сбыта

№	Наименование услуг	Стоимость оказываемой услуги за единицу в тенге	Возможные каналы сбыта	Местоположение предоставления услуги	Количество потенциальных потребителей услуги (целевая аудитория)
1	Компьютерный клуб	300 тг/час	Предоставлять услуги компьютерного клуба в г. Экибастуз	Павлодарская область, г. Экибастуз, ул. Машхур Жусупа 29.	Потенциальными покупателями услуги являются молодое население города от 13 до 30 лет. Это более 20000 человек от населения города, таким образом количество потенциальных покупателей равняется 20000.
2	Компьютерный клуб	300 тг/час	Предоставлять услуги компьютерного клуба в г. Экибастуз	Павлодарская область, г. Экибастуз, ул. Машхур Жусупа 37.	Потенциальными покупателями услуги являются молодое население города от 13 до 30 лет. Это более 20000 человек от населения города, таким образом количество потенциальных покупателей равняется 20000.
3	Компьютерный клуб	300 тг/час	Предоставлять услуги компьютерного клуба в г. Экибастуз	Павлодарская область, г. Экибастуз, ул. Ауэзова 47.	Потенциальными покупателями услуги являются молодое население города от 13 до 30 лет. Это более 20000 человек от населения города, таким образом количество потенциальных покупателей равняется 20000.

Покупательская способность потребителей

Среднемесячный доход 1 потенциального покупателя	Средний доход потенциального покупателя 70000 тенге.
Частота использования услугой потенциальным покупателям в год	Потенциальный покупатель пользуется данной услугой более 180 раз в год. Целевая аудитория пользуется данной услугой 1 раз в день.
Дополнительная информация о покупательской способности клиентов	Потенциальными покупателями услуг являются молодое население города в основном не имеющих возможности приобрести дорогостоящую компьютерную технику. Наши услуги позволяют удовлетворить потребность в современной игровой индустрии.

Локация точки

Местоположение точки предоставления услуг	Павлодарская область, г. Экибастуз, ул. Машхур Жусупа 29.
Преимущество локации	Преимущество локации заключается в том, что она расположена в центре города.
Дополнительная информация о локации	Точка предоставления услуг находится в арендуемом помещении. С выходом на главную улицу города. Наши услуги позволят удовлетворить потребность в современной игровой индустрии.

Анализ потенциальных конкурентов

№	Потенциальные конкуренты	Вид предоставляемых услуг конкурентов	Местоположение конкурента	Цена реализации тенге за ед. продукции/услуги
1	Клуб Дельта	Предоставляет услуги компьютерного клуба.	г. Экибастуз, ул. Ломоносова 39.	300 тг/час.
2	Клуб Арена	Предоставляет услуги компьютерного клуба.	г. Экибастуз, ул. Сатпаева 67/1.	300 тг/час.
3	Клуб Best	Предоставляет услуги компьютерного клуба.	г. Экибастуз, ул. Машхур Жусупа 37Б.	300 тг/час.
Дополнительная информация о конкурентах		Клуб Дельта - устаревшее оборудование. Клуб Арена устаревшее оборудование, тесное помещение. Клуб Best устаревшее оборудование, тесное помещение, не функционирует.		

Конкурентное преимущество и способы продвижения

Конкурентное преимущество бизнеса и способы продвижения услуг	Более мощное оборудование, большой выбор игровой библиотеки. Игровая атмосфера. Современные игры. Проведение турниров среди молодежи города, в таких дисциплинах как Dota 2, Counter strike. В целях проекта дальнейшее развитие и выход на кибер арену СНГ. Способы продвижения услуг - реклама в социальных сетях и трансляция городских турниров на видеостриминговых площадках Twitch и Youtube.
---	--

6. Реализация проекта

6.1 Плана реализации

Предполагается, что реализация настоящего проекта займет период с декабря по январь 2021 г. Далее приведен календарный план реализации проекта.

Календарный план реализации проекта

Мероприятия\Месяц	2020-2021		
	12	1	2
Проведение маркетингового исследования и разработка ТЭО			
Решение вопроса финансирования			

Получение грантового финансирования
Выбор помещения
Поиск персонала
Поставка оборудования, монтаж
Размещение рекламы

6.2 Плана выручки

Наименование	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Компьютерные услуги почасовые	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	190	190	190	190	190	190	190	190	190	190	190	190
	000	000	000	000	000	000	000	000	000	000	000	000
	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	190	190	190	190	190	190	190	190	190	190	190	190
	000	000	000	000	000	000	000	000	000	000	000	000

7. Потребность в финансирование

Суммарные прямые издержки

Расходы, тыс.тг.	2020 г.
Инвестиции в основной капитал	9 980 000
Оборотный капитал	0
Всего	9 980 000

Поступления в виде займов (KZT)

Название	Дата	Сумма (KZT)	Срок	Ставка %
Кредит	01.07.2020	9 836 959	60 мес.	6

Сумма кредита	9 836 959
Процентная ставка	6,00%
Срок кредита (кол-во месяцев)	60
Льготный период по ОД	6 месяцев
Дата выдачи кредита	01.07.2020
Дата погашения кредита	01.06.2025

№ Платежа	Дата погашения	Сумма кредита на начало периода	Основной долг	Проценты	Платеж за период	Сумма кредита на конец периода
1	01.07.2020	9 980 000	143 041	49 900	192 941	9 836 959
2	01.08.2020	9 836 958	143 756	49 184	192 941	9 693 202
3	01.09.2020	9 693 202	144 475	48 466	192 941	9 548 727
4	01.10.2020	9 548 726	145 197	47 743	192 941	9 403 529
5	01.11.2020	9 403 529	145 923	47 017	192 941	9 257 606
6	01.12.2020	9 257 605	146 653	46 288	192 941	9 110 952
7	01.01.2021	9 110 951	147 386	45 554	192 941	8 963 565
8	01.02.2021	8 963 565	148 123	44 817	192 941	8 815 442
9	01.03.2021	8 815 441	148 864	44 077	192 941	8 666 577
10	01.04.2021	8 666 577	149 608	43 332	192 941	8 516 969
11	01.05.2021	8 516 969	150 356	42 584	192 941	8 366 613
12	01.06.2021	8 366 612	151 108	41 833	192 941	8 215 504
13	01.07.2021	8 215 504	151 863	41 077	192 941	8 063 641
14	01.08.2021	8 063 640	152 623	40 318	192 941	7 911 017
15	01.09.2021	7 911 017	153 386	39 555	192 941	7 757 631
16	01.10.2021	7 757 631	154 153	38 788	192 941	7 603 478
17	01.11.2021	7 603 477	154 923	38 017	192 941	7 448 554
18	01.12.2021	7 448 553	155 698	37 242	192 941	7 292 855
19	01.01.2022	7 292 855	156 477	36 464	192 941	7 136 378
20	01.02.2022	7 136 378	157 259	35 681	192 941	6 979 119
21	01.03.2022	6 979 118	158 045	34 895	192 941	6 821 073
22	01.04.2022	6 821 073	158 835	34 105	192 941	6 662 238
23	01.05.2022	6 662 237	159 630	33 311	192 941	6 502 607
24	01.06.2022	6 502 606	160 428	32 513	192 941	6 342 178
25	01.07.2022	6 342 178	161 230	31 710	192 941	6 180 948
26	01.08.2022	6 180 948	162 036	30 904	192 941	6 018 912
27	01.09.2022	6 018 911	162 846	30 094	192 941	5 856 065
28	01.10.2022	5 856 064	163 661	29 280	192 941	5 692 403
29	01.11.2022	5 692 403	164 479	28 462	192 941	5 527 924
30	01.12.2022	5 527 924	165 301	27 639	192 941	5 362 623
31	01.01.2023	5 362 622	166 128	26 813	192 941	5 196 494
32	01.02.2023	5 196 494	166 958	25 982	192 941	5 029 536
33	01.03.2023	5 029 535	167 793	25 147	192 941	4 861 742
34	01.04.2023	4 861 741	168 632	24 308	192 941	4 693 109
35	01.05.2023	4 693 109	169 475	23 465	192 941	4 523 634
36	01.06.2023	4 523 633	170 323	22 618	192 941	4 353 310
37	01.07.2023	4 353 310	171 174	21 766	192 941	4 182 136
38	01.08.2023	4 182 135	172 030	20 910	192 941	4 010 105
39	01.09.2023	4 010 104	172 890	20 050	192 941	3 837 214
40	01.10.2023	3 837 213	173 755	19 186	192 941	3 663 458
41	01.11.2023	3 663 458	174 624	18 317	192 941	3 488 834
42	01.12.2023	3 488 834	175 497	17 444	192 941	3 313 337
43	01.01.2024	3 313 337	176 374	16 566	192 941	3 136 963
44	01.02.2024	3 136 962	177 256	15 684	192 941	2 959 706

45	01.03.2024	2 959 705	178 142	14 798	192 941	2 781 563
46	01.04.2024	2 781 563	179 033	13 907	192 941	2 602 530
47	01.05.2024	2 602 529	179 928	13 012	192 941	2 422 601
48	01.06.2024	2 422 600	180 828	12 113	192 941	2 241 772
49	01.07.2024	2 241 772	181 732	11 208	192 941	2 060 040
50	01.08.2024	2 060 040	182 641	10 317	192 941	1 877 399
51	01.09.2024	1 877 398	183 554	9 386	192 941	1 693 844
52	01.10.2024	1 693 844	184 481	8 469	192 941	1 509 363
53	01.11.2024	1 509 372	185 394	7 546	192 941	1 323 978
54	01.12.2024	1 323 977	186 321	6 619	192 941	1 137 656
55	01.01.2025	1 137 656	187 253	5 698	192 941	950 403
56	01.02.2025	950 403	188 189	4 752	192 941	762 214
57	01.03.2025	762 214	189 150	3 811	192 941	573 064
58	01.04.2025	573 083	190 075	2 865	192 941	383 008
59	01.05.2025	383 007	191 026	1 915	192 941	191 981
60	01.06.2025	191 981	191 981	959	192 941	0
Итого		319 296 283	9 980 000	1 596 481	11 576 481	

8. Эффективность проекта

8.1 Расчет прибыли и убытков

Прогнозный ОПиУ

	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	6 год
Выручка	59500	142800	142800	142800	142800	83300
	00	00	00	00	00	00
Услуги	59500	142800	142800	142800	142800	83300
	00	00	00	00	00	00
Себестоимость	34976	769534	769534	769534	769534	41976
	74	8	8	8	8	74
Аренда помещения	12500	300000	300000	300000	300000	17500
	00	0	0	0	0	00
Коммунальные услуги	25000	600000	600000	600000	600000	35000
	0					0
Интернет	10000	240000	240000	240000	240000	14000
	0					0
Реклама	25000	60000	60000	60000	60000	35000
Хоз. товары	25000	60000	60000	60000	60000	35000
Прочие непредвиденные расходы	10000	240000	240000	240000	240000	14000
	0					0
Себестоимость	0	0	0	0	0	0
Фонд оплаты труда	60000	600000	600000	600000	600000	60000
	00	0	0	0	0	00

Валовая прибыль	24523	658465	658465	658465	658465	41323
	26	2	2	2	2	26
Налоги	96900			164100	164100	16410
	0	969000	969000	0	0	00
Прибыль после налогов	24523	658465	658465	615625	615625	38824
	26	2	2	2	2	26
Оплата вознаграждения	0	785800	385064	266011	139616	19992
Рентабельность	41%	41%	43%	41%	42%	46%

Налоги

Виды налогов и платежей	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	6 год
ИПН	0	0	0	336000	336000	336000
Социальный налог	0	0	0	336000	336000	336000
ОПВ	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000
СО	189000	189000	189000	189000	189000	189000
ВОСМС	60000	60000	60000	60000	60000	60000
ООСМС	120000	120000	120000	120000	120000	120000
Итого	969000	969000	969000	1641000	1641000	1641000

План по персоналу

Должность	Кол-во	Зарплата	Платежи
Программист	2	60 000 тенге	Ежемесячно, весь проект
Администратор	2	90 000 тенге	Ежемесячно, весь проект
Уборщица	2	70 000 тенге	Ежемесячно, весь проект
Стажер	1	60 000 тенге	Ежемесячно, весь проект
Итого	7	500 000 тенге	

8.2 Эффективность деятельности предприятия

Чистый дисконтированный доход полного инвестированного капитала при 1,3% составил 258 600 тыс. тг. (разность между текущей стоимостью потока будущих доходов и текущей стоимостью будущих затрат на протяжении всего жизненного цикла инвестиционного проекта).

Чистый дисконтированный доход (NPV) и индекс прибыльности (PI)

Чистый дисконтированный доход (NPV)	258 600
Индекс прибыльности (PI)	1,3%

9. Социально экономическое воздействие

С экономической точки зрения проект будет способствовать:

● созданию 3 рабочих мест, что позволит работникам получать стабильный доход;

● создание компьютерного клуба и оказание услуг распечатки и доступа в интернет;

● поступлению в местный бюджет 1,6 млн. тенге налогов и других отчислений в год.

Западно-Казахстанская область,
Таскалинский район,
село Шежин

БИЗНЕС-ПЛАН РАЗВЕДЕНИЕ ЛОШАДЕЙ



2020 г.

Содержание

Резюме.....	3
Введение.....	10
1. Концепция проекта.....	11
2. Описание продукта.....	12
3. Программа производств.....	13
4. Маркетинговый план.....	16
5. Техническое планирование.....	17
5.1 Технологический процесс.....	17
6. Реализация проекта.....	17
6.1 План реализаций.....	17
7. Потребность в финансировании.....	19
8. Эффективность проекта.....	22
8.1 Проекция Cash-flow.....	22
8.2 Расчет прибыли и убытков.....	23
9. Социально-экономическое и экологическое воздействие.....	24
9.1 Социально-экономическое значение проекта.....	24

Резюме

Концепция проекта предусматривает разведение лошадей и производство его мяса и кумыса. Разместить бизнес планируется в селе Шежин 2 Таскалинского района Западно - Казахстанской области. Производство будет осуществляться по всем соответствующий нормам и требованиям РК.

Целью деятельности является извлечение дохода для улучшения материального благосостояния его участника.

Проект предусматривает покупку 28 голов лошадей, приобретение корма, за счет заемных средств в размере 12 800 000 тг., со сроком на 78 месяцев; собственное участие в проекте составит 6 700 000 тенге, которые будут направлены на пополнение оборотных средств (приобретение кормов).

Направление использования средств	Ед.изм.,(шт, кг, голов и т.п.)	Кол- во	Цена	Сумма всего (тенге)	В том числе (тенге): За счет займа/ За счет собств. средств
Кобылы старше 2 лет	голова	28	400000	11200000	За счет займа
Корма	тонна	10	80000	800000	За счет займа
Жеребцы старше 2 лет	голова	2	400000	800000	За счет займа
Итого	12 800 000				

Приняты следующие условия кредитования:

Валюта кредита	Тенге
Процентная ставка, годовых	6%
Срокпогашения, месяцев	78
Выплата процентов и основного долга	Основной долг – начисление процентов по остатку (аннуитетный)
Льготный период погашения процентов, мес.	9
Льготный период погашения основного долга, мес.	24
Тип погашения основного долга	Аннуитетными платежами

Показатели эффективности деятельности на 8 год проекта.

Карта движения скота

Отчет о движении скота за 1 год, лошади

Полово-возрастные группы	Возраст	Цена реализации (живойвес)	Поголовье на начало года	Приход				Расход				Поголовье на конец
				Приплод	Перевод	Покупка	Итого	Реализация (живойвес)	Пало	Перевод	Итого	
Жеребцы-производители	старше 3	350000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Жеребцы старше 2 лет	старше 2	300000	0	0	0	2	2	0	0	0	0	2
Жеребцы старше года	старше 1	250000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Жеребцы до одного года	до 1	200000	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1
Кобылы	старше 3	400000	2	0	0	0	0	0	0	0	0	2
Кобылы старше 2 лет	старше 2	350000	0	0	0	28	28	0	0	0	0	28
Кобылы старше года	старше 1	300000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Кобылы до 1 года	до 1	250000	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1
Итого			2	2	0	30	32	0	0	0	0	34

Отчет о движении скота за 2 год, Лошади

Полово-возрастные группы	Возраст	Цена реализации (живойвес)	Поголовье на начало года	Приход				Расход				Поголовье на конец
				Приплод	Перевод	Покупка	Итого	Реализация (живойвес)	Пало	Перевод	Итого	
Жеребцы-производители	старше 3	350000	0	0	2	0	2	0	0	0	0	2

Жеребцы старше 2 лет	старше 2	30000 0	2	0	0	0	0	0	0	0	2	2	0
Жеребцы старше года	старше 1	25000 0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1
Жеребцы до одного года	до 1	20000 0	1	1	0	0	1	5	0	1	6	6	4
Кобылы	старше 3	40000 0	2	0	28	0	28	0	0	0	0	0	30
Кобылы старше 2 лет	старше 2	35000 0	28	0	0	0	0	0	0	28	28	28	0
Кобылы старше года	старше 1	30000 0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1
Кобылы до 1 года	до 1	25000 0	1	1	0	0	1	0	0	1	1	1	1
Итого			34	2	32	0	34	5	0	32	37	31	

Отчет о движении скота за 3 год, Лошади

Половозрастные группы	Возраст	Цена реализации (живойвес)	Поголовье на начало года	Приход				Расход				Поголовье на конец	
				Приплод	Перевод	Покупка	Итого	Реализация (живойвес)	Пало	Перевод	Итого		
Жеребцы-производители	старше 3	35000 0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
Жеребцы старше 2 лет	старше 2	30000 0	0	0	1	0	1	5	0	0	5	5	4
Жеребцы старше года	старше 1	25000 0	1	0	4	0	4	0	0	1	1	1	4
Жеребцы до одного года	до 1	20000 0	4	15	0	0	15	5	4	4	5	5	6

Кобылы	старше 3	40000 0	30	0	0	0	0	0	0	0	0	30
Кобылы старше 2 лет	старше 2	35000 0	0	0	1	0	1	5	0	0	5	4
Кобылы старше года	старше 1	30000 0	1	0	1	0	1	0	0	1	1	1
Кобылы до 1 года	до 1	25000 0	1	15	0	0	15	0	4	1	5	11
Итого			31	30	1	0	29	15	8	1	22	38

Отчет о движении скота за 4 год, Лошади

Половозрастные группы	Возраст	Цена реализации (живойвес)	Поголовье на начало года	Приход				Расход				Поголовье на конец
				Приплод	Перевод	Покупка	Итого	Реализация (живойвес)	Пало	Перевод	Итого	
Жеребцы-производители	старше 3	35000 0	2	0	4	0	4	0	0	0	0	2
Жеребцы старше 2 лет	старше 2	30000 0	4	0	4	0	4	2	0	4	2	6
Жеребцы старше года	старше 1	25000 0	4	0	6	0	6	2	0	4	2	4
Жеребцы до одного года	до 1	20000 0	6	15	0	0	15	5	4	6	15	6
Кобылы	старше 3	40000 0	30	0	4	0	4	0	0	0	0	26
Кобылы старше 2 лет	старше 2	35000 0	4	0	1	0	1	3	0	4	1	2
Кобылы старше года	старше 1	30000 0	1	0	11	0	11	2	0	1	3	9

Кобыл до 1 года	до 1	25000 0	11	15	0	0	15	2	4	11	17	9
Итого			38	30	6	0	36	16	8	6	30	44

Отчет о движении скота за 5 год, Лошади

Полово зрастн ые группы	Воз рас т	Цена реал изац ии (жив ойвес)	Пого ловь е на нача ло года	Приход				Расход				Пого ловь е на коне ц
				При пло д	Пер ев д	Пок упк а	Ит ог о	Реал изац ия (жив ойвес)	П ал о	Пер ев д	Ит ог о	
Жеребц ы- произво дители	ста рше 3	35000 0	2	0	6	0	6	0	0	0	0	8
Жеребц ыстарше 2 лет	ста рше 2	30000 0										
Жеребц ы старше года Жеребц ы до одного года	ста рше 1	25000 0		0	4	0	4	2	0			
Кобылы	ста рше 1	25000 0	4	0	6	0	6	2	0	4	6	4
Кобылы старше 2 лет	до 1	20000 0	6	13	0	0	13	10	4	6	20	1
Кобылы старше года	ста рше 3	40000 0	26	0	2	0	2	0	0	0	0	24
Кобыл до 1 года	ста рше 2	35000 0	2	0	9	0	9	2	0	2	0	7
Жеребц ы- произво дители	ста рше 1	30000 0	9	0	9	0	9	2	0	9	11	7
Жеребц ы старше 2 лет	до 1	25000 0	9	13	0	0	13	2	4	9	15	7
Итого			44	26	20	0	46	20	8	20	48	42

Отчет о движении скота за 6 год, Лошади												
2 лет												
Жеребцы старше года	старше 1	25000 0	4	0	1	0	1	1	0	4	5	2
Жеребцы до одного года	до 1	20000 0										
Кобылы старше 2 лет	старше 2	35000 0		1	0	0	2	15	3	1	1	6
Кобылы старше года	старше 3	40000 0										
Кобылы до 1 года	старше 3	40000 0	24	0	7	0	7	5	0	0	5	26
Жеребцы-производители	старше 2	35000 0	7	0	7	0	7	2	0	7	9	5
Жеребцы старше 2 лет	старше 1	30000 0	7	0	7	0	7	2	0	7	9	5
Жеребцы старше года	до 1	25000 0	7	12	0	0	12	2	3	7	12	7
Итого			42	24	26	0	50	35	6	26	67	25

Отчет о движении скота за 7 год, Лошади

Половозрастные группы	Возраст	Цена реализации (живой вес)	Поголовье на начало года	Приход				Расход				Поголовье на конец
				Приплод	Перевод	Покупка	Итого	Реализация (живой вес)	Пало	Перевод	Итого	
Жеребцы - производители	старше 3	350000	13	0	3	0	3	3	0	0	3	13
Жеребцы старше 2 лет	старше 2	300000	3	0	2	0	2	1	0	3	4	3
Жеребцы старше года	старше 1	250000	2	0	6	0	6	0	0	2	2	6
Жеребцы до одного года	до 1	200000	6	13	0	0	13	15	4	6	13	6
Кобылы Кобылы старше 2 лет	старше 3	400000	26	0	5	0	5	2	0	0	2	29
Кобылы старше года	старше 2	350000	56	0	5	0	5	2	0	5	7	3
Кобылы до 1 года												
Жеребцы - производители	старше 1	300000	5	0	7	0	7	2	0	5	7	5
Жеребцы старше 2 лет	до 1	250000	7	13	0	0	13	2	4	7	13	7
Итого			25	26	12	0	38	27	8	12	47	16

Отчет о движении скота за 8 год, Лошади

Половозрастные группы	Возраст	Цена реализации (живой вес)	Поголовье на начало года	Приход				Расход				Поголовье скота на конец года
				Приплод	Перевод	Покупка	Итого	Реализация (живой вес)	Пало	Перевод	Итого	
Жеребцы-	старш	350000	13	0	3	0	3	3	0	0	3	19

производители	е 3												
Жеребцы старше 2 лет	старше 2	300000	3	0	6	0	6	0	0	3	3	6	
Жеребцы старше года	старше 1	250000	6	0	6	0	6	0	0	6	6	6	
Жеребцы до одного года	до 1	200000	6	14	0	0	14	15	4	6	13	5	
Кобылы старше 2 лет	старше 3	400000	29	0	3	0	3	4	0	0	4	28	
Кобылы старше года	старше 2	350000	3	0	5	0	5	2	0	3	5	3	
Кобылы старше года	старше 1	300000	5	0	7	0	7	2	0	5	7	5	
Кобылы													
							0	14	2	4	7	13	8
							0	28	28	8	0	36	8



Введение

Вопрос увеличения производства кумыса и мясо конины – один из наиболее актуальных в области животноводства. В настоящее время в Казахстане он решается преимущественно за счет разведения скота.

Животные специализированных мясных пород отличаются более высокой мясной продуктивностью и качеством конины, а кумыс известен как диетический и лечебный напиток более 150 лет.

Восстановление и дальнейшее увеличение численности мясного скота ориентировано на развитие фермерских хозяйств, их укрупнение, специализацию, рациональную концентрацию поголовья в зависимости от конкретных природных, экономических условий и рыночной конъюнктуры. Именно в таких хозяйствах возможно эффективно использовать интенсивные технологии производства конины, начиная от заготовки кормов,

воспроизводства и выращивания молодняка, его нагула и откорма, до реализации.

Создание новых копытных пород при укрупнении сельхозформирований достижимо как посредством чистопородного разведения мясного скота при расширенном воспроизводстве, так и на основе скрещивания низкопродуктивных кобыл молочного и молочно-мясного направления с жеребцами мясных пород.

1. Концепция проекта

Концепция проекта предусматривает разведение лошадей и производство его мяса и кумыса.

Целью деятельности является извлечение дохода для улучшения материального благосостояния его участника.

Проект предусматривает покупку 28 голов лошадей, приобретение корма, за счет заемных средств в размере 12 800 000 тг., со сроком на 78 месяцев; собственное участие в проекте составит 6 700 000 тенге, которые будут направлены на пополнение оборотных средств (приобретение кормов).

Целевой группой планируемого будут являться потребители услуг – население области и близлежащих районов.

Преимущества продукции составляют:

- использование высокотехнологичного и современного оборудования;
- высокое качество;
- низкие цены.

Данный бизнес-план не является окончательным вариантом руководства к действию, а показывает лишь потенциальную возможность развития такой бизнес-идеи. Поэтому, при реализации настоящего проекта возможно изменение первоначальных допущений проекта. Следует более подробно раскрыть конкурентные преимущества планируемого предприятия, а также отличительные особенности приобретаемого оборудования.

2. Описание продукта

Мясо относится к наиболее полноценным и распространенным продуктам питания населения. Пищевую и биологическую ценность мяса обеспечивает богатый химический состав, особенно его белковая часть. Оно отличается высокой усвояемостью и питательностью. Легко подвергается кулинарной обработке. Мясо не приедается, из него можно приготовить большой ассортимент блюд, что позволяет значительно разнообразить питание.

Конина – наиболее чистое, постное, калорийное и полезное мясо. Однако ее приготовление требует больших усилий. Мясо рекомендуется предварительно коптить, солить или вялить и уже потом отваривать в

течение нескольких часов. Процесс трудоемкий, но не сравнимый ни с чем вкус оправдывает усилия.

Самый легкоусвояемый продукт

В состав мяса лошадей входят витамины (А, Е, К, группы В), белки, жиры, органические кислоты, пурины, минеральные элементы. По содержанию белка (25%) конина является рекордсменом, а по количеству жира (5%) уступает другим видам мяса. К тому же конский жир по своим свойствам сходен с растительным. Неоценима польза конины для человека благодаря гипоаллергенности, пониженной жирности и наличию белка, превосходно сбалансированного по аминокислотному составу. Она является самым легкоусвояемым мясным продуктом. Для ее переваривания организму человека достаточно нескольких часов. Другие же виды мяса, в том числе и говядина, могут оставаться в желудке по несколько суток.

Чем полезна конина?

Огромную пользу конины для организма человека определяет ее состав:

- витамины группы В регулируют обмен веществ, улучшают нервную деятельность;

- витамин Е нейтрализует свободные радикалы, что способствует замедлению процессов старения и предотвращает образование злокачественных опухолей;

- витамин К, медь и железо принимают участие в синтезе эритроцитов, повышают концентрацию гемоглобина, предотвращая анемию;

- витамин А, кальций и фосфор укрепляют кости, что существенно снижает риск переломов;

- калий и магний оказывают благоприятное действие на работу сердца.

При регулярном употреблении мясо конины принесет выраженную пользу:

- укрепит иммунитет – организм сможет противостоять вирусным и бактериальным инфекциям;

- придает прочность стенкам кровеносных сосудов;

- ускорит циркуляцию крови;

- активизирует циркуляцию крови и процессы кроветворения;

- снижает уровень холестерина и предотвращает образование атеросклеротических бляшек и тромбов;

- стимулирует моторику кишечника;

- улучшает пищеварение;

- стабилизирует кишечную микрофлору;

- ускорит вывод непереваренной пищи из организма;

- очистит кишечник от шлаков и токсинов;

- улучшает умственную деятельность;

- наполнит энергией;

- придаст силу и бодрость;

- избавит от гинекологических проблем (бессонницы, трудностей при засыпании, прерывистого тревожного сна);

- нейтрализует радиационное воздействие;
- предотвратит дистрофические нарушения в мышцах.

Проявляется польза конины для человека и на внешности – улучшится состояние ногтей и волос, кожа приобретет упругость, эластичность и естественный цвет.

Общие инвестиционные затраты по проекту включают в себя:

3. Программа производств

Мясо казахских и якутских лошадей отличается высокой калорийностью и мраморностью, особыми вкусовыми качествами. Вес жеребят якутской и казахской пород в 5,5—6-месячном возрасте составляет 170—190 килограммов, или в среднем 44 процента от веса взрослых кобыл.

Особенно ценно то, что лошади этих пород, обладая высокой мясной продуктивностью, хорошо приспособлены к местным природным условиям — тебеневке. Хорошие результаты могут быть получены при выращивании и откорме жеребят, полученных от скрещивания местных казахских лошадей типа джабе с тяжеловесными породами. Тяжеловозной-казахские помеси имеют высокую энергию роста, хорошо оплачивают корм привесом. За период откорма (50—60 дней) среднесуточный привес таких жеребят составляет свыше 1 килограмма. Хорошими откормочными качествами обладают также лошади адаевского типа и кушумской породной группы.

Содержание жира в мясе лошадей меняется с возрастом. В туше шестимесячного жеребенка типа джабе жира содержится 2,64 процента, у 1,5-летних — 3,60, у 2-летних — 4,85, у 2,5-летних — до 6,1, у 3-летних - 10,1 процента от веса туши. Так как национальные кулинарные изделия (казы, карта, жал, жая, шужук) невозможно приготовить из нежирного мяса, спрос на жирную конину в республике возрастает. Конина выше средней упитанности дороже на 21—44,1 процента средней упитанности. К конине выше средней упитанности относится туша, у которой казы имеют вид сплошного жирового отложения, а на подрезе около белой линии — толщину не менее 15 миллиметров. У туши лошадей типа джабе в возрасте 30 месяцев толщина жира казы уже превосходит требования стандарта, в туше помесного молодняка коренного типа требуемое количество жира накапливается только к 36-месячному возрасту, а у верхового — не достигает и к 3,5-летнему возрасту.

Самый лучший грубый корм для лошади – сено луговое, степное и из сеяных трав – злаковое или злаково-бобовое. Из концентрированных кормов лошадям можно скармливать овес, кукурузу, ячмень, рожь, отруби, жмыхи. Плющенный овес – лучший концентрированный корм в рационе лошади. Бобовым сеном в комбинации с белковыми концентрированными кормами (жмыхом, шротом, зернобобовыми), кукурузой и ячменем можно полностью заменить овес в рационе лошадей. Рожь можно давать взрослым лошадям в

дробленном виде и в смеси с соломенной резкой или хорошей мякиной. Хороший корм для лошадей – свекольно-сахарная патока.

Из сочных для лошадей прекрасным кормом считается красная морковь, как источник каротина, свекла, картофель, доброкачественный кукурузный силос. Лошадям при откорме можно скармливать вволю сочные корма, доводя суточную дачу до 30-50 кг.

В летний период лошадей выпасают на пастбище «из-под ноги», а в конюшне – скошенной травой под 20-30 килограммов на голову. Лошадей нужно кормить чаще в течение суток, чем крупный рогатый скот, - не менее 3-4 раз. Это связано с особенностями их пищеварения.

Хорошо откармливаются лошади и при нагуле. Особенно эффективен нагул лошадей возрасте от 1,5 до 2,5 лет. Наиболее интенсивно нагул идет в мае-июне. В этот период среднесуточный привес лошади составляет 1,5-2 килограмма. У нагулянного молодняка до 3 процентов веса туши приходится на ценные сорта мяса — казы. Самую дешевую конину получают при выращивании жеребят до 8-месячного возраста. К этому возрасту вес помесей, полученных при скрещивании казахских и донских лошадей, достигает 300 килограммов, мясо получается нежное и нежирное. Для получения жирного мяса лошадей выращивают до 2,5 лет.

Взрослые лошади за 2,5—3 месяца, а 2—3-летний молодняк за 4—5 месяцев нагула или стойлового откорма достигают хороших боенских кондиций и дают прекрасное мясо с убойным выходом 50-58 процентов.

Постоянный период, дней в год

Категория	Коэффициент цен по отношению к центру			
	восток	юг	запад	север
Постоянный период, дней в год	30	30	30	30

Коэффициент цены базовых кормов, привязанных к зоне

Восток	5	Базовые цены	Коэффициент цены базовых кормов, привязанных к зоне				
			центр	север	юг	запад	восток
Цена за 1 кг корма, тг / кг	Категория						
	Сено	150	100%	100%	100%	100%	100%
	Концентрированные корма	200	100%	100%	100%	100%	100%

Основные цены на корма, привязанные к региону

	Величина = (коэффициент базовой цены, привязанный к зоне) * (промежуточный коэф-т для весовой позиции в рационе)				
	центр	север	юг	запад	восток
Сено	150	150	150	150	150
Концентрированные корма	200	200	200	200	200

Потребность и затраты на 1 голову корма

Категория	Суточная потребность, кг	Регион	Проект по суточным расходам, с привязкой к региону тг.: Стоимость = цена * вес * Коэф-т	Проект по суточным расходам, с привязкой к региону тг.: Стоимость = цена * вес * Коэф-т годовые затраты по проекту, тг с привязкой к зоне и фондовому периоду, тг: стоимость = оценка * вес * коэффициент * дни фондового периода
Сено	15	восток	2250	742500
Концентрированные корма	3		600	198000
Итого	18		2850	940500

Планируемые цены на продукцию

Кумыс	тг./л.	1000
Мясокопины	тг./кг.	1700

Процесс молокообразования и молоко отделения (лактация) начинается с момента родов и у животных разных видов имеет разную продолжительность. У животных, которых доят, этот период более продолжительный, чем у тех, которых не доят (период кормления потомства).

Период от отела до прекращения молоко отделения называется лактационным. В среднем продолжительность лактации кобыл составляет 270 дней в году. Сухостойный период продолжается в среднем 90 дней, от запуска до следующего отела.

При расчете программы продаж инфляция во внимание не принималась, поскольку связанное с инфляцией повышение цен пропорционально отразится на увеличении цен продаж предприятия.

4. Маркетинговый план

Сбыт производимой продукции планируется осуществлять по следующим направлениям:

1. Реализация продукции на торговых точках, в частности на «мясном рынке»;
2. Реализация мяса в населенном пункте по месту регистрации;
3. Продажа произведенной продукции мелким оптом организациям-перекупщикам;
4. Продажа продукции в форме выездной торговли (с машины) в соседних населенных пунктах.

Реализация продукции будет осуществляться по цене:

- Кони́на, кг :1700 тенге./кг;
- Кумыс, л: 1000 тенге/л

Ценообразование на животноводство подвержено влиянию следующих основных факторов: цикличность, сезонность производства и потребления мяса, погодные условия, болезни, потребление продуктов-заменителей, доходы населения, цены на энергоносители, государственное регулирование.

Анализ потенциального сбыта

№	Наименование продукции	Стоимость реализуемой Продукции за единицу в тенге	Возможные каналы сбыта	Местоположение производимую продукцию	Технические требования к продукции	Количество потенциальных потребителей продукции (целевая аудитория)
1	Кумыс	1000 тг	магазин Арман	В Таскалинском районе ЗКО	1-литровая специальная посуда	Потенциальные потребители — это жители района всех возрастных категорий, население района составляет 7000 человек
2	Мясо конины	1700 тг	магазин Баян	В Таскалинском районе ЗКО	200 кг через специальные весы	Потенциальные потребители — это жители района от 6 лет, численность которых в районе составляет 10000 человек

Покупательская способность потребителей

Среднемесячный доход 1 потенциального покупателя	Среднемесячный доход 1 потенциального потребителя составляет 186 857 тг.
Годовая норма потребления продукции на 1 потенциального потребителя	1 потенциальный потребитель потребляет продукцию 20 раз в месяц, то есть 140 раз в год, то есть 7 месяцев

Наличие сырья

№	Возможные каналы покупки сырья?	Местоположение продавца	Виды сырья, приобретаемой для производства продукции	Цена в тенге и объем закупаемого сырья	Общий объем закупаемого сырья
1	ферма в Таскалинском районе	ЗКО, Таскалинский район	корма	80000 тг	10 тонна

Анализ потенциальных конкурентов

Потенциальные конкуренты	Вид реализуемого товара конкурентов	Местоположение конкурента	Цена реализации тенге за ед. продукции/услуги	Объем производства в месяц
Кушалиев Қазбек	Кумыс	ЗКО, Таскалинский район	1000 тг	500 литр
Дополнительная информация о конкурентах			производство кумыса намного меньше	

Конкурентное преимущество и способы продвижения

Конкурентное преимущество бизнеса и способы продвижения продукции

Продукция проверена (имеется ветеринарную проверку), чем продукция конкурента, всегда находится на рынке, цена ниже чем у конкурентов.

5. Техническое планирование

5.1 Технологический процесс

Проектом предусматривается приобретение лошадей у сторонних организаций с дальнейшим доращиванием поголовья в хозяйстве и реализацией кумыса и мясной продукции.

Деятельность нашего хозяйства будет разделена на 3 этапа:

1. покупка животных;
2. уход за поголовьем лошадей;
3. реализация полученной продукции – кумыс и мяса.

Для выращивания животных будут приобретены лошади местной породы, которые приспособлены к нашему климату. Данная порода отличается выносливостью к жаре и холоду и у нее достаточно высокая продуктивность. Средняя цена лошади составляет 300 000 тенге.

Для выращивания и содержания 1 головы лошадей в месяц требуется в среднем 430 кг кормов. В день одна взрослая лошадь поедает 7,5 кг. сена.

6. Реализация проекта

6.1 План реализаций

Прогнозный расчет движения денежных средств на период реализации проекта

	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	6 год	7 год	8 год
Денежные средства на начала периода	12800 000	944857 6	306889 63	56968 426	854066 55	111905 382	122524 592	130017 793
Продажа лошадей	0	100000 0	425000 0	42500 00	490000 0	980000 0	695000 0	745000 0
Продажа кумыса	10200 000	930000 0	114000 00	13200 000	126000 00	750000 0	480000 0	240000 0
Семейные доходы	16000 00	480000 0	480000 0	48000 00	480000 0	480000 0	480000 0	800000
Всего потоков от операционной деятельности	11800 000	151000 00	204500 00	22250 000	223000 00	221000 00	165500 00	106500 00
Фонд оплаты труда	30000 00	300000 0	300000 0	30000 00	300000 0	300000 0	300000 0	300000 0
Ветеринария	56667	155000	190000	22000	210000	125000	80000	6667

				0				
Расходы на выпас	34	31	38	44	42	25	16	8
Приобретение кормов (1-й год, приобретенные за счет кредита) *	31977000	29155500	35739000	41382000	39501000	23512500	15048000	7524000
Семейные расходы	2000000	6000000	6000000	6000000	6000000	6000000	6000000	1000000
Всего потоков от операционной деятельности	3404857	3534623	4196473	4763774	4574674	2967322	2116371	8551500
Чистый поток от операционной деятельности	2224857	2024623	2151473	2538774	2344674	757322	461371	2098500
Инвестициялык кызметтен келген барлык арын	0	0	0	0	0	0	0	0
Продажа лошадей	11200000	0	0	0	0	0	0	0
Корма	800000	0	0	0	0	0	0	0
Продажа лошадей	800000	0	0	0	0	0	0	0
Всего отток от инвестиц. деят-ти	12800000	0	0	0	0	0	0	0
Чистый поток от инвестиц. деят-ти	12800000	0	0	0	0	0	0	0
Получение кредита на инвестиции	12800000	0	0	0	0	0	0	0
Всего приток от фин. деятельностьи	12800000	0	0	0	0	0	0	0

Выплата вознаграждения	0	994156	575939	464484	346155	220528	87152	988
Основной долг	0	0	4188786	1918501	2036830	2162457	2295833	197594
Налоги	484500	484500	484500	820500	820500	820500	820500	820500
Всего отток от фин. деятельности	0	994156	4764725	3050485	3051985	3045985	2879485	518082
Чистый поток от фин. деятельности	12800000	994156	4764725	3050485	3051985	3045985	2879485	518082
Изменения за период	22248576	21240387	26279463	28438229	26498727	10619210	7493201	1580418
Конечная наличность	9448576	30688963	56968426	85406655	111905382	122524592	130017793	128437375

При расчете прогнозного движения денежных средств за основу взяты карты движения денежных средств, а также значения базовых значений производственно-финансовых показателей.

7. Потребность в финансировании

Общие инвестиционные затраты по проекту включают в себя:

Инвестиции проекта, тыс. тг.

Расходы, тыс.тг.	2020
Инвестиции в основной капитал	12 800 000
Оборотный капитал	0
Всего	12 800 000

Поступления в виде займов (KZT)

Название	Дата	Сумма (KZT)	Срок	Ставка
Кредит	01.2020	12 800 000	78 мес.	6

Сумма кредита	12 800 000
Процентная ставка	6,00%
Срок кредита (кол-во месяцев)	78
Льготный период по ОД	-
Дата выдачи кредита	01.01.2020
Дата погашения кредита	01.12.2026
Тип расчета графика	аннуитет

№ платежа	Дата погашения	Сумма кредита на начало периода	Основной долг	Проценты	Платеж за период	Сумма кредита на конец периода
1	01.07.2020	12 800 000	134 582	64 000	198 582	12 665 418
2	01.08.2020	12 665 417	135 254	63 327	198 582	12 530 163
3	01.09.2020	12 530 162	135 934	62 650	198 582	12 394 228
4	01.10.2020	12 394 231	136 615	61 971	198 582	12 257 616
5	01.11.2020	12 257 620	137 293	61 288	198 582	12 120 327
6	01.12.2020	12 120 326	137 980	60 601	198 582	11 982 346
7	01.01.2021	11 982 346	138 670	59 911	198 582	11 843 676
8	01.02.2021	11 843 675	139 363	59 218	198 582	11 704 312
9	01.03.2021	11 704 312	140 060	58 521	198 582	11 564 252
10	01.04.2021	11 564 251	140 760	57 821	198 582	11 423 491
11	01.05.2021	11 423 490	141 464	57 117	198 582	11 282 026
12	01.06.2021	11 282 026	142 171	56 410	198 582	11 139 855
13	01.07.2021	11 139 854	142 882	55 699	198 582	10 996 972
14	01.08.2021	10 996 971	143 597	54 984	198 582	10 853 374
15	01.09.2021	10 853 374	144 315	54 266	198 582	10 709 059
16	01.10.2021	10 709 059	145 036	53 545	198 582	10 564 023
17	01.11.2021	10 564 022	145 761	52 820	198 582	10 418 261
18	01.12.2021	10 418 260	146 490	52 091	198 582	10 271 770
19	01.01.2022	10 271 769	147 226	51 358	198 582	10 124 543
20	01.02.2022	10 124 546	147 959	50 622	198 582	9 976 587
21	01.03.2022	9 976 586	148 699	49 882	198 582	9 827 887
22	01.04.2022	9 827 887	149 442	49 139	198 582	9 678 445
23	01.05.2022	9 678 445	150 189	48 392	198 582	9 528 256
24	01.06.2022	9 528 255	150 940	47 641	198 582	9 377 315
25	01.07.2022	9 377 314	151 695	46 886	198 582	9 225 619
26	01.08.2022	9 225 619	152 453	46 128	198 582	9 073 166
27	01.09.2022	9 073 165	153 219	45 365	198 582	8 919 946
28	01.10.2022	8 919 948	153 989	44 599	198 582	8 765 959
29	01.11.2022	8 765 966	154 752	43 829	198 582	8 611 214
30	01.12.2022	8 611 214	155 529	43 056	198 582	8 455 685
31	01.01.2023	8 455 688	156 309	42 278	198 582	8 299 379
32	01.02.2023	8 299 384	157 089	41 496	198 582	8 142 295
33	01.03.2023	8 142 299	157 872	40 711	198 582	7 984 427
34	01.04.2023	7 984 428	158 654	39 922	198 582	7 825 774
35	01.05.2023	7 825 768	159 453	39 128	198 582	7 666 315
36	01.06.2023	7 666 315	160 250	38 331	198 582	7 506 065
37	01.07.2023	7 506 065	161 051	37 530	198 582	7 345 014
38	01.08.2023	7 345 013	161 857	36 725	198 582	7 183 156
39	01.09.2023	7 183 156	162 666	35 915	198 582	7 020 490
40	01.10.2023	7 020 490	163 479	35 102	198 582	6 857 011
41	01.11.2023	6 857 010	164 297	34 285	198 582	6 692 713

42	01.12.2023	6 692 713	165 118	33 463	198 582	6 527 595
43	01.01.2024	6 527 594	165 944	32 637	198 582	6 361 650
44	01.02.2024	6 361 650	166 773	31 808	198 582	6 194 877
45	01.03.2024	6 194 876	167 607	30 974	198 582	6 027 269
46	01.04.2024	6 027 269	168 446	30 136	198 582	5 858 823
47	01.05.2024	5 858 823	169 287	29 294	198 582	5 689 536
48	01.06.2024	5 689 535	170 134	28 447	198 582	5 519 401
49	01.07.2024	5 519 401	170 985	27 597	198 582	5 348 416
50	01.08.2024	5 348 416	171 840	26 742	198 582	5 176 576
51	01.09.2024	5 176 576	172 699	25 882	198 582	5 003 877
52	01.10.2024	5 003 876	173 562	25 019	198 582	4 830 314
53	01.11.2024	4 830 314	174 430	24 151	198 582	4 655 884
54	01.12.2024	4 655 883	175 302	23 279	198 582	4 480 581
55	01.01.2025	4 480 580	176 179	22 402	198 582	4 304 401
56	01.02.2025	4 304 401	177 061	21 527	198 582	4 127 340
57	01.03.2025	4 127 341	177 945	20 636	198 582	3 949 396
58	01.04.2025	3 949 396	178 836	19 746	198 582	3 770 560
59	01.05.2025	3 770 561	179 729	18 852	198 582	3 590 832
60	01.06.2025	3 590 831	180 627	17 954	198 582	3 410 204
61	01.07.2025	3 410 204	181 531	17 051	198 582	3 228 673
62	01.08.2025	3 228 672	182 437	16 143	198 582	3 046 235
63	01.09.2025	3 046 234	183 350	15 231	198 582	2 862 884
64	01.10.2025	2 862 883	184 267	14 314	198 582	2 678 616
65	01.11.2025	2 678 615	185 189	13 393	198 582	2 493 426
66	01.12.2025	2 493 426	186 114	12 467	198 582	2 307 312
67	01.01.2026	2 307 311	187 046	11 536	198 582	2 120 265
68	01.02.2026	2 120 266	187 981	10 601	198 582	1 932 285
69	01.03.2026	1 932 285	188 920	9 661	198 582	1 743 365
70	01.04.2026	1 743 364	189 865	8 716	198 582	1 553 499
71	01.05.2026	1 553 499	190 814	7 797	198 582	1 362 685
72	01.06.2026	1 362 684	191 768	6 813	198 582	1 170 916
73	01.07.2026	1 170 916	192 728	5 854	198 582	978 188
74	01.08.2026	978 188	193 691	4 890	198 582	784 497
75	01.09.2026	784 497	194 660	3 922	198 582	589 837
76	01.10.2026	589 838	195 633	2 949	198 582	394 205
77	01.11.2026	394 205	196 612	1 971	198 582	197 593
78	01.12.2026	197 594	197 594	987	198 582	0
Итого					15 489 402	

Финансирование проекта планируется осуществить как за счет собственных средств инициатора проекта, так и за счет заемного капитала.

Программа финансирования на 2020 г., тыс, тг,

Источник финансирования, тыс,тг,	Сумма	Доля
Заемные средства	12 800 000	100%
Всего	12 800 000	100%

Приняты следующие условия кредитования:

Валюта кредита	Тенге
Процентная ставка, годовых	6%
Срок погашения, месяцев	78
Выплата процентов и основного долга	Основной долг – начисление процентов по остатку (аннуитетный)
Льготный период погашения процентов, мес,	9
Льготный период погашения основного долга, мес,	24
Тип погашения основного долга	Аннуитетными платежами

8. Эффективность проекта

8.1 Проекция Cash-flow

Проекция Cash-flow показывает потоки реальных денег, т.е, притоки наличности (притоки реальных денег) и платежи (оттоки реальных денег), Отчет состоит из 3 частей:

- операционная деятельность - основной вид деятельности, а также прочая деятельность, создающая поступление и расходование денежных средств компании;

- инвестиционная деятельность — вид деятельности, связанной с приобретением, созданием и продажей вне оборотных активов (основных средств, нематериальных активов) и прочих инвестиций;

- финансовая деятельность — вид деятельности, который приводит к изменениям в размере и составе капитала и заёмных средств компании, Как правило, такая деятельность связана с привлечением и возвратом кредитов и займов, необходимых для финансирования операционной и инвестиционной деятельности,

- анализ денежного потока показывает его положительную динамику по годам проекта,

Чистый дисконтированный доход (NPV) и индекс прибыльности (PI)

Чистый дисконтированный доход (NPV)	19 962 551
Индекс прибыльности (PI)	2,56%

8.2 Расчет прибыли и убытков

Показатели рентабельности указано в таблице

Годовая прибыль (8 год), тыс,тг,	2002012
Рентабельность	20,3%

Прогнозный отчет о прибылях и убытках

	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	6 год	7 год	8 год
--	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

Выручка	102000 00	103000 00	156500 00	174500 00	175000 00	173000 00	117500 00	98500 00
Продажа лошадей	0	100000 0	425000 0	425000 0	490000 0	980000 0	695000 0	74500 00
Продажа кумыса	102000 00	930000 0	114000 00	132000 00	126000 00	750000 0	480000 0	24000 00
Себестоимость	320485 76	293462 31	359647 38	416377 44	397467 42	236732 25	151637 16	75515 00
Фонд оплаты труда	300000 0	300000 0	300000 0	300000 0	300000 0	300000 0	300000 0	30000 00
Ветеринария	1 год 56667	2 год 155000	3 год 190000	4 год 220000	5 год 210000	6 год 125000	7 год 80000	8 год 6667
Расходы на выпас	34	31	38	44	42	25	16	8
Приобретение кормов (1-й год, приобретение за счет кредита)	319770 00	291555 00	357390 00	413820 00	395010 00	235125 00	150480 00	75240 00
Общая прибыль	218485 76	190462 31	203147 38	241877 44	222467 42	637322 5	341371 6	22985 00
Налоги	484500	484500	484500	820500	820500	820500	820500	82050 0
Прибыль после налогообложения	218485 76	190462 31	203147 38	247112 44	227717 42	689222 5	376621 6	20030 00
Выплата вознаграждения	0	994156	575939	464484	346155	220528	87152	988
Чистая прибыль	218485 76	200403 87	208906 77	251757 28	231178 97	711275 3	385336 8	20020 12
Рентабельность	21.2%	19.6%	13.5%	14.3%	13.1%	41.1%	32.8%	20.3%

Налоги

Виды налогов и платежей	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	6 год	7 год	8 год
ИПН	0	0	0	168000	168000	168000	168000	168000
Социальный налог	0	0	0	168000	168000	168000	168000	168000
ОПВ	300 000	300 000	300 000	300 000	300 000	300 000	300 000	300 000
СО	94500	94500	94500	94500	94500	94500	94500	94500
ВОСМС	30000	30000	30000	30000	30000	30000	30000	30000
ООСМС	60000	60000	60000	60000	60000	60000	60000	60000
Итого	484500	484500	484500	820500	820500	820500	820500	820500

План по персоналу

Должность	Кол-во	Зарплата	Платежи
Пастух	1	100 000 тенге	Ежемесячно, весь проект
Доярка	2	75 000 тенге	Ежемесячно, весь проект
Итого	3	250 000 тенге	

Общие затраты по проекту включают в себя:

Расходы, тыс,тг,	Шт	Кол-во	Цены	2020
Жеребцы до 1 года	голов	35	200000	7 000 000
Лошадь	голов	30	160000	4 800 000
Корма	тонна	14	50000	1 000 000
Всего				12 800 000

9. Социально-экономическое и экологическое воздействие

9.1 Социально-экономическое значение проекта

С экономической точки зрения проект будет способствовать:

- созданию новых 2 рабочих мест, что позволит работникам получать стабильный доход;
- поступлению в местный бюджет 1,2 млн, тенге налогов и других отчислений в год.

Западно-Казахстанская область
Акжайикский район
село Оленти

БИЗНЕС-ПЛАН РАЗВЕДЕНИЕ КРС МОЛОЧНЫХ ПОРОД



2020 год
Содержание

Резюме.....	3
Введение.....	8
1. Концепция проекта.....	9
2. Описание продукта.....	9
3. Программа производств.....	11
4. Маркетинговый план.....	14
4.1 Описание рынка продукции.....	14
4.2 Прогнозные оценки развития рынка, ожидаемые изменения.....	16
4.3 Стратегия маркетинга.....	17
5. Техническое планирование.....	18
5.1 Технологический процесс.....	18
6. Реализация проекта.....	19
6.1 План реализаций.....	19
7. Потребность в финансировании.....	21
8. Эффективность проекта.....	24
8.1 Проекция Cash-flow.....	24
8.2 Расчет прибыли и убытков.....	24
9. Социально-экономическое и экологическое воздействие.....	25
9.1 Социально-экономическое значение проекта.....	25
9.2 Воздействие на окружающую среду.....	25

Резюме

Концепция проекта предусматривает разведение КРС молочных пород. Разместить бизнес планируется в Западно - Казахстанской области. Производство будет осуществляться по всем соответствующий нормам и требованиям РК.

Целью деятельности предприятия является извлечение дохода для улучшения материального благосостояния его участника.

Целевой группой планируемого предприятия будут являться потребители услуг – население области и близлежащих районов.

Планируется приобретение крупного рогатого скота молочного направления.

Финансирование проекта планируется осуществить за счет заемного капитала.

Приняты следующие условия кредитования:

Валюта кредита	тенге
Процентная ставка, годовых	6%
Срок погашения, месяцев	60
Выплата процентов и основного долга	Основной долг – начисление процентов по остатку (аннуитетный)
Льготный период погашения процентов, мес.	9
Льготный период погашения основного долга, мес.	24
Тип погашения основного долга	аннуитетный

Показатели эффективности деятельности на 6 год проекта.

Прогнозный отчет о прибылях и убытках

	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	6 год
Выручка	7732500	8790000	10140000	13213800	18748900	20828500
Приобретение крс	562500	1620000	2970000	3469800	6798900	8878500
Объем производства молока в год, кг	7170000	7170000	7170000	9744000	11950000	11950000
Себестоимость	496716.5	1029056.8	1071812.7	1134801.2	1177620.8	848534
Фонд оплаты труда	329500	790800	790800	790800	790800	461300
Ветеринария	6400	25600	30000	36800	41600	28800
Расходы на выпас	144000	192000	225000	276000	312000	324000
Приобретение кормов (1-й год,	16816.5	20656.8	26012.7	31201.2	33220.8	34434

приобретение за счет кредита) *						
Общая прибыль	7235783	7760943	9068187	12078998	17571279	199799
	.5	.2	.3	.8	.2	66
Налоги	0	0	0	396414	562467	624855
Прибыль после налогообложения	7235783	7760943	9068187	11682584	17008812	193551
	.5	.2	.3	.8	.2	11
Выплата вознаграждения	0	847167	431250	293250	155250	26833
Чистая прибыль	7235783	6913776	8636937	11389334	16853562	193282
	.5	.2	.3	.8	.2	78
Рентабельность	93.6%	78.7%	85.2%	86.2%	89.9%	92.8%

Карта движения скота

Отчет о движении скота за 1 год, КРС

Полвозрастные группы	Возраст	Цена реализации (живой вес)	Цена реализации (в тушах)	Поголовье на начало года	Приход				Расход				Поголовье на конец	Из того	
					Приплод	Перевод	Попка	Итого	Реализация (живой вес)	Реализация (в тушах)	Пало	Перевод			
Коровы	старше 3	59	1500	0	0	0	30	30	0	0	0	0	0	0	30
Телки старше 1 года	старше 1	65	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Телки до 1 года	до 1	65	0	0	12	0	0	12	0	0	1	0	1	0	12
Быки-производители	старше 3	1200	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1
Быч	с	62	15	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

ки старше 1 года	тарше 1	5	00											
Бычки до 1 года	до 1	625	0	0	12	0	0	12	5	0	1	0	6	6
Итого				0	24	0	31	55	5	0	2	0	7	48

Отчет о движении скота за 2 год, КРС

Половозрастные группы	Возраст	Цена реализации (живой вес)	Цена реализации (в тушах)	Поголовье на начало года	Приход				Расход				Поголовье на конец	Итого
					Приплод	Перевод	Прюкпа	Итого	Реализация (живой вес)	Реализация (в тушах)	Пал	Перевод		
Коровы	старше 3	595	1500	30	0	0	0	0	0	0	0	0	0	30
Телки старше 1 года	старше 1	655	0	0	0	11	0	11	0	0	0	0	0	11
Телки до 1 года	до 1	655	0	11	12	0	0	12	0	0	1	1	12	11
Бычки-производители	старше 3	1200	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Бычки старше 1 года	старше 1	625	1500	0	0	6	0	6	0	6	0	0	6	0
Бычки до 1 года	до 1	625	0	6	12	0	0	12	0	0	1	6	7	11

года														
Итого				4	2	1	0	4	0	6	2	1	2	6
				8	4	7	0	1	0	6	2	7	5	4

Отчет о движении скота за 3 год, КРС

Пол овозрас тные группы	В озр аст	Ц ена реал изац ии (жив ой вес)	Ц ена реал изац ии (в туша х)	П огол овье на нача ло года	Приход				Расход				П огол овье на коне ц	И то го
					П рип лод	П ере вод	П оку пка	И то го	Р еали заци я (жив ой вес)	Р еали заци я (в туша х)	П ал о	П ере вод		
Кор овы	с тар ше 3	59 5	15 00	3 0	0	1 1	0	1 1	0	0	0	0	0	4 1
Тел ки старше 1 года	с тар ше 1	65 5	0	1 1	0	1 1	0	1 1	0	0	0	1 1	1 1	1 1
Тел ки до 1 года	д о 1	65 5	0	1 1	1 2	0	0	1 2	0	0	1	1 1	1 2	1 1
Бык и- произв одител и	с тар ше 3	12 00	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Быч ки старше 1 года	с тар ше 1	62 5	15 00	0	0	1 1	0	1 1	0	11	0	0	1 1	0
Быч ки до 1 года	д о 1	62 5	0	1 1	1 2	0	0	1 2	0	0	1	1 1	1 2	1 1
Итого				6 4	2 4	3 3	0	5 7	0	11	2	3 3	4 6	7 5

Отчет о движении скота за 4 год, КРС

Пол	В	Ц	Ц	П	Приход	Расход	П	И
-----	---	---	---	---	--------	--------	---	---

овозрас тные группы	озр аст	ена реал изац ни (жив ой вес)	ена реал изац ни (в туша х)	огол овье на нача ло года									огол овье на коне ц	то го
					П рип лод	П ере вод	П оку пка	И то го	Р еали заци я (жив ой вес)	Р еали заци я (в туша х)	П ал о	П ере вод		
Кор овы	с тар ше 3	59 5	15 00	4 1	0	1 1	0	1 1	2	0	0	0	2	5 0
Тел ки старше 1 года	с тар ше 1	65 5	0	1 1	0	1 1	0	1 1	0	0	0	1 1	1 1	1 1
Тел ки до 1 года	д о 1	65 5	0	1 1	1 6	0	0	1 6	0	0	1 1	1 1	1 2	1 5
Быч и- произв одител и	с тар ше 3	12 00	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Быч ки старше 1 года	с тар ше 1	62 5	15 00	0	0	1 1	0	1 1	0	11	0	0	1 1	0
Быч ки до 1 года	д о 1	62 5	0	1 1	1 6	0	0	1 6	0	0	1 1	1 1	1 2	1 5
Итого				7 5	3 2	3 3	0	6 5	2	11	2	3 3	4 8	9 2

Отчет о движении скота за 5 год, КРС

овозрас тные группы	озр аст	В ена реал изац ни (жив	Ц ена реал изац ни (в туша	П огол овье на нача ло	Приход		Расход		П огол овье на коне ц	И то го

		ой вес)	х)	года	П рип лод	П ере вод	П оку пка	И то го	Р еали заци я (жив ой вес)	Р еали заци я (в туша х)	П ал о	П ере вод		
Кор овы	с тар ше 3	59 5	15 00	5 0	0	1 1	0	1 1	11	0	0	0	1 1	5 0
Тел ки старше 1 года	с тар ше 1	65 5	0	1 1	0	1 5	0	1 5	0	0	0	1 1	1 1	1 5
Тел ки до 1 года	д о 1	65 5	0	1 5	2 0	0	0	2 0	0	0	1	1 5	1 6	1 9
Быч и- произв одител и	с тар ше 3	12 00	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Быч ки старше 1 года	с тар ше 1	62 5	15 00	0	0	1 5	0	1 5	0	15	0	0	1 5	0
Быч ки до 1 года	д о 1	62 5	0	1 5	2 0	0	0	2 0	0	0	1	1 5	1 6	1 9
Итого				9 2	4 0	4 1	0	8 1	11	15	2	4 1	6 9	1 04

Отчет о движении скота за 6 год, КРС

Пол овозрас тные группы	В озр аст	Ц ена реал изац ии (жив ой вес)	Ц ена реал изац ии (в туша х)	П огол овье на нача ло года	Приход				Расход				П огол овье на коне ц	И то го
					П рип лод	П ере вод	П оку пка	И то го	Р еали заци я (жив ой вес)	Р еали заци я (в туша х)	П ал о	П ере вод		

									ой вес)	х)				
Коровы	старше 3	59 5	15 00	5 0	1 0	5 5	0 0	1 5	15	0	0	0	1 5	5 0
Телки старше 1 года	старше 1	65 5	0	1 5	0	1 9	0	1 9	0	0	0	1 5	1 5	1 9
Телки до 1 года	до 1	65 5	0	1 9	2 0	0	0	2 0	0	0	1	1 9	2 0	1 9
Быки-производители	старше 3	12 00	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Быки старше 1 года	старше 1	62 5	15 00	0	0	1 9	0	1 9	0	19	0	0	1 9	0
Быки до 1 года	до 1	62 5	0	1 9	2 0	0	0	2 0	0	0	1	1 9	2 0	1 9
Итого				1 04	4 0	5 3	0	9 3	15	19	2	5 3	8 9	1 08

Введение

Казахстан - один из важнейших животноводческих районов, располагающий большими природными возможностями и исторически сложившимися навыками местного населения для развития отгонно-пастбищных форм содержания скота, приносящих хозяйствам большие доходы с наименьшими затратами труда и средств.

Казахстан со своими специфическими природными условиями и трудовыми навыками местного населения издавна считается одним из крупнейших животноводческих районов.

Вплоть до освоения целинных и залежных земель в середине пятидесятых годов животноводство являлось главной отраслью сельского хозяйства республики. Несмотря на быстрое развитие земледелия со времени освоения целины, значение животноводства в экономике Казахстана и сейчас очень велико.

Основной район разведения крупного рогатого скота - Западный Казахстан -земледельческий более освоенная часть республики.



Другой важный район разведения крупного рогатого скота предгорья Южного и Восточного Казахстана. Среди разводимых в республике пород крупного рогатого скота выделяются красная степная, алатауская, таласская молочно-мясного и казахская белоголовая мясомолочного направления.

Животноводство Казахстана занимает около 43% от всей валовой продукции сельского хозяйства. Животноводство является одной из основных стратегических экономических задач Казахстана и продолжает оставаться основным источником занятости, питания и доходов сельского населения.

Важнейшими отраслями животноводства республики являются овцеводство и скотоводство, развито также свиноводство, птицеводство, коневодство и верблюдоводство. На востоке Республики развито мараловодство.

Характер естественных кормовых угодий предопределяет развитие, прежде всего, овцеводства, мясного скотоводства, на долю которых приходится около 65% произведенного мяса в Республике.

1. Концепция проекта

Концепция проекта предусматривает по разведению КРС молочных пород.

Целью деятельности предприятия является извлечение дохода для улучшения материального благосостояния его участника.

Основными видами продукции будет являться молоко и мясо КРС.

Целевой группой планируемого предприятия будут являться потребители услуг – население области.

Преимущества продукции составляет:

- использование высокотехнологичного и современного оборудования;
- экологичность;
- демократичные цены.

Данный бизнес – план не является окончательным вариантом руководства к действию, а показывает лишь потенциальную возможность развития такой бизнес – идеи. Поэтому при реализации настоящего проекта возможно изменение исходных параметров проекта. Следует более подробно раскрыть конкурентные преимущества планируемой к выпуску продукции, а также отличительные особенности приобретаемого оборудования.

2. Описание продукта

Молоко у коров, коз, овец и других теплокровных образуется в молочной железе — вымени путем сложных преобразований пищевых веществ, поступающих из крови. Для синтеза 1 л молока через вымя должно пройти 400—500 л крови. Молоко и молочные продукты уникальны по своей высокой пищевой ценности.

Молоко и большинство молочных продуктов относятся к числу скоропортящихся продуктов, так как представляют прекрасную среду для развития микроорганизмов. Исключением является парное молоко, которое в течение 2—3 ч после удоя обладает повышенной стойкостью к хранению благодаря наличию в это время естественных антимикробных веществ. Сразу после отела в течение 6—8 дней молоко называют молозивом, которое характеризуется желтоватым цветом, густой консистенцией, специфическим запахом и солоноватым привкусом.

Молочные продукты подразделяют на следующие группы: цельномолочные—молоко, сливки, молочнокислые напитки, сметана, творог; сыры; молочные консервы; масло; мороженое.

В Республике Казахстан получили распространение 6 пород молочного скота и 2 породы комбинированного молочно-мясного направления продуктивности.

Из молочных пород скота 5 являются адаптированными.

Черно-пестрая порода является наиболее многочисленной и представлена популяциями из России, Литвы, Латвии, Эстонии. В настоящее время скот этой породы разводится почти во всех природно-климатических зонах страны. Продуктивность коров колеблется в пределах 2,2-6,0 тыс. кг молока и выше.

Красная степная порода в большей степени распространена на севере республики и частично в западном регионе (Актюбинская область). В среднем по республике от коров этой породы надаивают 2,0 – 4,0 тыс. кг молока. Начиная с 80-х годов прошлого столетия, с целью повышения молочной продуктивности коров красной степной породы, проводилось скрещивание с красной эстонской, бурой латвийской, англеской и красной датской породами. В последние 20 лет в скрещивании используются красно-пестрые голштины. Селекционная работа направлена на создание интенсивного молочного типа красного скота с удоем 4,5 – 5,0 тыс. кг молока за лактацию.

Бурая латвийская порода сосредоточена только в пределах одного племенного стада и особой роли в товарном производстве молока не играет.

Айрширская порода, участвовавшая в селекции для увеличения жирномолочности симментальской, черно-пестрой, аулиеатинской пород сейчас сошла на нет.

Среди скота молочного направления продуктивности можно выделить отечественную аулиеатинскую черно-пеструю породу, получившую распространение в Южно-Казахстанской и частично в Жамбылской областях.

Особенностью этой породы является хорошая приспособленность к условиям жаркого климата юга Казахстана, пастбищному содержанию на предгорных и горных лугах, а также устойчивость к крови паразитарным заболеваниям (тейлериоз и пироплазмоз). На основе этой породы ведется селекция на создание внутривидового молочного черно-пестрого типа скота с использованием генофонда черно-пестрых пород и голштинов из Европы, Северной Америки и Канады.

Молочно-мясные породы представлены отечественной алатауской и адаптированной симментальской породами.

Алатауская порода создана путем воспроизводительного скрещивания местного казахского скота с швицкой породой из Европы и признана как самостоятельная в 1950 году. Распространена на юго-востоке республики. В большинстве племенных хозяйств от коров надаивают по 4 000-5 500 тыс. кг молока жирностью 3,8-4,0%. Молодняк породы отличается высокой энергией роста и при интенсивном откорме бычки к 18 мес. достигают живой массы 500 кг, затрачивая на 1 кг прироста массы 6,5 – 7,0 корм. ед.

В алатауской породе создан внутривидовый бурый тип «Ақ-Ырыс» с использованием шведов американской селекции с продуктивностью более 5,0 тыс. кг молока за лактацию, в племенном ядре соответственно 7,0 – 11,0 тыс. кг молока.

Симментальская порода крупного рогатого скота одна из старейших адаптированных культурных пород в нашей стране, получившая распространение в Павлодарской и Восточно-Казахстанской областях. Основной массив симментальского скота создан путем широкомасштабного скрещивания (1932-1950 гг.) животных казахской, калмыцкой, красной степной пород с симментальскими быками из России, Украины, Австрии, Швейцарии и Германии.

В настоящее время в породе создан (2009 г.) внутривидовый красно-пестрый тип «Ертіс» путем сложного воспроизводительного скрещивания с монбельярдской, немецкой пестрой, айрширской и красно-пестрой голштинской пород.

3. Программа производств

Стоимость за услуги выпаса

Ц ена	Выбранный регион	Кол-во месяцев выпаса	Сумма за 1 голову в год, тенге
50 0	запад	6	3000

Наименование	Ед. изм.	
Оптовая цена реализации молока	тг/л	90
Розничная цена реализации молока	тг/л	200

Цена реализации сметаны	тг/кг	1500
Норма переработки молока в сметану (сколько кг сметаны снимается на 1 литр молока)	кг	0.08
Цена реализации творога	тг/кг	1000
Норма переработки молока в творог (сколько кг творога от 1 литра молока получают)	кг	0.15
Цена реализации сливочного масла	тг/кг	2500
Норма переработки молока в сливочное масло (сколько кг сливочного масла снимается с 1 литра молока)	кг	0.05
Суточный надой с 1-й коровы (средне-взвешенно за год)	л/день	8
Лактационный период, дн.		240

Планируемые цены на продукцию

Оптовая цена молока	тг./литр без НДС	90
Розничная цена молока	тг./литр без НДС	200
Мясо говядина	тг./кг. без НДС	1500

Программа продаж будет осуществляться на основе результатов проведенных маркетинговых исследований (с целью определения предпочтений потребителей), а также посредством рекламных акций и заключения контрактов на поставку продукции.

При формировании цен была учтена покупательная способность потребителей, определяемая средним уровнем их доходов.

Формирование цен основано на рыночных ценах и полной себестоимости продукции.

Цена на молоко рассчитывалась, исходя из закупочных цен (рыночная цена упакованного молока - 125 тг./литр).

При расчете программы продаж инфляция во внимание не принималась, поскольку связанное с инфляцией повышение цен пропорционально отразится на увеличении цен продаж.

Постоянный период, дней в год

Категория	восто к	юг	запа д	север	центр
Постоянный период, дней в год	180	150	210	210	210
Период выпаса, месяцев в году	6	7	5	5	5

Категория	Цена за 1 кг живого веса, тг.	Средний живой вес (1-й головы), кг	Цен а за 1 кг мяса	Средний вес 1 туши, кг
Коровы	595	420	150	230

			0	
Телки старше 1 года	655	320	0	0
Телки до 1 года	655	160	0	0
Быки- производители	1200	700	0	0
Бычки старше 1 года	625	330	150 0	180
Бычки до 1 года	625	180	0	0

Потребность и затраты на корма на 1 голову

	Категор ия	Суточная потребность, кг	Суточные затраты по проекту в тг.	Годовые затраты по проекту в тг.
Коровы	Сено	10	100	18000
	Солома	3	15	2700
	Конц. корма	3	90	16200
	Соль	0.05	2.5	450
Телки старше 1 года	Сено	8	80	14400
	Солома	3	15	2700
	Конц. корма	3	90	16200
	Соль	0.03	1.5	270
Телки до 1 года	Сено	3	30	5400
	Солома	0	0	0
	Конц. корма	1	30	5400
	Соль	0.01	0.5	90
Быки- производители	Сено	12	120	21600
	Солома	3	15	2700
	Конц. корма	4	120	21600
	Соль	0.05	2.5	450
Бычки старше 1 года	Сено	8	80	14400
	Солома	3	15	2700
	Конц. корма	3	90	16200
	Соль	0.03	1.5	270
Бычки до 1	Сено	3	30	5400

года	Солома	0	0	0
	Конц. корма	1	30	5400
	Соль	0.01	0.5	90
Итого		71	962	172620

4. Маркетинговый план

4.1 Описание рынка продукции

На животноводство приходится 40 % валовой продукции мирового сельского хозяйства, где работает почти миллиард человек в мире. Животноводство – одна из наиболее динамичных отраслей сельского хозяйства. В течение последних десятилетий отрасль быстро развивалась и причем ожидается, что спрос на животноводческую продукцию будет продолжать активно расти из-за увеличения народонаселения, повышения благосостояния и урбанизации.

В республике насчитывается более 6,2 млн. голов крупного рогатого скота.

Объем производства молочных продуктов в Казахстане за январь-сентябрь 2019 года вырос с 214,3 млрд до 225,2 млрд тенге за год. Индекс промышленного производства второй год подряд составляет 101,8%. Для сравнения: ИПП всех пищевых продуктов в РК в 2019 году составил 102,5% (1,2 трлн тенге), в 2018 году — 103,3% (1,1 трлн тенге). При этом доля молочной продукции в пищевых продуктах осталась на уровне 18,8%. В целом за 2018 год объем производства молока и молочных продуктов составил 284,9 млрд тенге, в 2017-м — 240,2 млрд тенге.

Среди молочных продуктов существенно увеличилось производство жидкого обработанного молока и сливок: с 387,4 тыс. до 416,4 тыс. тонн, ИПП составил 107,5%. Заметный рост показало также производство сыра и творога: с 20,7 тыс. до 21,8 тыс. тонн, ИПП к соответствующему периоду прошлого года составил 105,6%. Производство сливочного масла и спредов увеличилось с 13,7 тыс. до 14,3 тыс. тонн (ИПП — 104,1%). Выпуск прочих молочных продуктов вырос с 165 тыс. до 166,9 тыс. тонн (ИПП — 101,1%).

Несмотря на увеличение производства молочных продуктов, цены на них также продолжают расти.

Так, за год больше всего подорожало пастеризованное молоко 2,5% — сразу на 12,2%, до 238,2 тенге за 1 литр, пастеризованное молоко подорожало на 11,4%, до 247 тенге за литр. Более чем на 10% за год выросли в цене сычужный сыр (+10,7%, до 2,7 тыс. тенге за кг) и сливочное масло (+10,5%, до 2,3 тыс. тенге за кг).

Среди молочных продуктов из основной продовольственной корзины за год подешевел только творог 5–9%: лишь на 0,2%, до 1,6 тыс. тенге за кг.

С ростом цен на основные молочные продукты сократилось их потребление. За второй квартал 2019 года потребление молока и молочных

продуктов в среднем на душу населения составило 63,3 кг (литра) — на 3,8% меньше по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.

Сокращение объема потребляемых казахстанцами молока и молочных продуктов было отмечено в 12 из 17 регионов РК. Заметнее всего потребление снизилось в городе Шымкенте — на 26,1%, до 51,4 кг (литров), — а также в Мангистауской (-10,9%) и Павлодарской (-10,5%) областях.

Анализ потенциального сбыта

№	Наименование продукции	Стоимость реализованной продукции за единицу в тенге	Возможные каналы сбыта	Местоположение производимую продукцию	Технические требования к продукции	Количество потенциальных потребителей продукции (целевая аудитория)
1	Мясо КРС	1500 тенге	ТОО "Кублей"	Западно-Казахстанская область, город Уральск и поселок Чапаево	санитарная книжка	Численность населения города Уральск составляет 234 155 человек, а поселка Чапаево-234 155 человек. население 9488 человек. Всего 243 643 человека. Количество моих потенциальных потребителей составляет 224 152 человека с учетом того, что 8% этого населения не потребляют говядину.
2	Молоко (Оптовая торговля)	90 тенге	ТОО "Береке"	Западно-Казахстанская область, город Уральск	сертификат	Население Уральска составляет 234 155 человек. Рынок вместимость 75 866 220 тенге.
3	Сут (розничная торговля)	200 тенге	ЖК Имангазиева А.	ЗКО, Акжайыкский район, с. Ж. Молдагалиева	санитарная книжка	Численность населения с. Ж. Молдагалиева составляет 1257 человек. Емкость рынка 9 050, 400 тенге.

Покупательская способность потребителей

Средне месячный доход 1 потенциального покупателя	По официальным данным Комитета по статистике Западно-Казахстанской области среднемесячный доход потребителя составляет 95 621 тенге.
Годовая норма потребления продукции на 1 потенциального потребителя	Годовая норма потребления мяса населения Республики Казахстан в среднем 22 кг. а годовая норма потребления мяса населения Западно-Казахстанской области составляет 22,4 кг. Годовая норма потребления молочных продуктов в среднем равна 36 литрам.

Наличие сырья

№	Возможные каналы покупки сырья	Местоположение продавца	Виды сырья, приобретаемой для производства продукции	Цена в тенге и объем закупаемого сырья	Общий объем закупаемого сырья

1	КХ "Правда"	ЗКО, Сырымский район, с. Тоганас	корма (пшеница, ячмень)	50 000 тенге	20 тонн
2	КХ "Жастілек"	ЗКО, Акжайкский район, Курайлысайский сельский округ, с. Ж. Молдагалиева	Сено	Тонна 10 000 тенге	50 тонн
3	КХ "Төлеш"	ЗКО, Акжайкский район, Курайлысайский сельский округ, с. Сайкудык	Сено	Тонна 10 000 тенге	65 тонн

Анализ потенциальных конкурентов

№	Потенциальные конкуренты	Вид реализуемого товара конкурентов	Местоположение конкурента	Цена реализации тенге за ед. продукции/услуги	Объем производства в месяц
1	КХ "Сұлтан"	мясо крупного рогатого скота, баранина, конина	ЗКО, Акжайкский район, Караултобинский с. о.	1 килограмм 1400 тенге	2250 кг
2	КХ "Қоскөл"	Молоко	ЗКО, Акжайкский район, Курайлысайский сельский округ, с. Ж. Молдагалиева	литр 220 тенге	1500 литр
3	КХ "Альберт"	мясо крупного рогатого	ЗКО, Акжайкский район, Курайлысайский сельский округ, с. Сайкудык	1 килограмм 1700 тенге	690 кг
Дополнительная информация о конкурентах		КХ "Сұлтан" Караултобинского сельского округа Акжайкского района пополнило поголовье скота 86 голов казахской белоголовой породы и 2 быка. Ранее в данном хозяйстве было 135 коров казахской белоголовой породы, в том числе 105 коров маточного поголовья.			

Конкурентное преимущество и способы продвижения

Конкурентное преимущество бизнеса и способы продвижения продукции	Конкурентоспособность предприятия-выдержка на рынке других производителей и производителей аналогичных товаров/продукцией или обеспечением потребностей потребителей, а также эффективностью бизнеса.
--	---

4.2 Прогнозные оценки развития рынка, ожидаемые изменения

Животноводство в республике является одной из основных отраслей аграрного сектора экономики. Богатейшие пастбищные угодья и благоприятные природно-климатические условия создают хорошую основу для развития отрасли. Реализация государственной политики в отрасли животноводства обеспечивает стабильный рост численности скота и птицы, производства продукции животноводства, повышение продуктивности скота и птицы, улучшение воспроизводства стада.

На позитивные сдвиги в отрасли животноводства определенное влияние оказывает проводимая в животноводстве селекционно-племенная работа. Племенная база в животноводстве характеризуется стабильным ростом количества племенных хозяйств, ежегодно их число увеличивается на 40-50 единиц. Однако удельный вес племенных животных в общем поголовье все еще остается низким.

Общий объем финансирования по развитию агропромышленного сектора составляет порядка 4 млрд. долларов США. С учетом выполнения программы развития агропромышленного сектора РК на 2010-2014 годы целями МСХ РК являются:

-увеличение объемов производства животноводческой продукции в сельхоз формированиях и удовлетворение потребности внутреннего рынка в качественной животноводческой продукции;

-создание экспортного потенциала по отдельным видам животноводческой продукции за счет улучшения производства и перевода его на промышленную основу.

В целях повышения эффективности государственной поддержки производителей говядины и молока, выделение субсидий в скотоводстве увязали с обязательностью участия хозяйствующих субъектов в крупномасштабной селекции, предполагающей внедрение в масштабах республики единой системы воспроизводства с использованием лучших генотипов крупного рогатого скота для ускорения процесса улучшения породных и продуктивных качеств разводимых в республике животных.

По мнению РА РФЦА госпрограмма предусматривает развитие животноводческого комплекса без увязки группирования личных подсобных хозяйств, и тем самым ситуация с количеством голов будет улучшаться в будущем только в крупных сельхоз формированиях.

4.3 Стратегия маркетинга

Ценовая политика на молочную продукцию формируется рынком. Ключевыми игроками рынка выступают основные закупщики сырья – предприятия перерабатывающей сферы.

Цены реализации молока в качестве сырья перерабатывающим предприятиям – в течение года претерпевают сезонные колебания. В случае организации на предприятии законченного цикла производства, т.е. организация производства молока с последующей глубокой переработкой с выходом на конечного потребителя, возможно значительное снижение себестоимости молочной продукции, цены при этом также регулируются рынком.

В рассматриваемом случае с организацией молочно-товарной фермы был определен производственный цикл: производство молока сырого. В данном случае каналы сбыта имеет простую структуру и характеризуется как короткий канал. Анализ каналов реализации молочной продукции в Республике Казахстан и сопоставление цен по различным каналам показал, что большая часть продукции реализуется хозяйствами перерабатывающим предприятиям, организациям оптовой торговли, через сеть собственных магазинов.

Частота потребления. Высокая частота потребления требует постоянного наличия и легкости доступа к продукции, соответственно, сложного канала сбыта. В случае с молочной продукцией необходимо

указать на тот факт, что данный вид товара относится к группе часто потребляемых товаров.

Этапы стимулирования сбыта:

- Формирование списка потенциальных покупателей в целевых звеньях каналов сбыта;
- Подготовка имиджевых материалов;
- Разработка системы бонусов и скидок;
- Демпинговая политика на начальном этапе выхода на целевого конечного потребителя.

5. Техническое планирование

5.1 Технологический процесс

Условия содержания животных на молочно-товарных фермах зависят от хозяйственных и других конкретных условий. В настоящее время на крупный рогатый скот применяются три способа содержания поголовья: привязной, беспривязной, комбинированный.

Привязной способ содержания животных применяется на молочных и мясомолочных фермах. Он характеризуется тем, что животные зимой находятся в стойлах на привязи, а летом – на выгульных площадках или в лагерях. При данном способе содержания каждому животному выделяется определенное место, оборудованное привязью, кормушкой, автопоилкой и средствами уборки навоза. При этом содержание коров требует больших затрат труда и денежных средств. Однако при привязном содержании возможно нормированное индивидуальное и групповое кормление коров в стойлах, экономное использование кормов и подстилки, возможности ухода за каждым животным.

Беспривязной способ содержания характеризуется тем, что животные содержатся группами без привязи в помещениях. При таком содержании животные имеют свободный доступ к кормам и воде. Этот способ содержания позволяет упростить процессы обслуживания животных, уменьшить количество необходимой техники, а за счет уменьшения амортизационных отчислений и транспортных операций снизить и себестоимость продукции. Однако непременным условием такого содержания является наличие необходимого количества кормов, производственных помещений и подстилочного материала.

При комбинированном способе содержания животные находятся в помещении на привязи, а в теплое время года весной, летом и осенью – на выгульных площадках. Этот способ содержания совмещает в себе элементы привязного и беспривязного способов содержания. Для группового нормирования кормления животных, при этом способе содержания, у кормушек на выгульно-кормовых площадках необходимо установить оборудование для фиксации животных во время кормления.

Из рассмотренных способов содержания животных принимается привязной способ, так как хозяйство планирует организовать молочную

ферму. Этот способ содержания животных даст хозяйству экономию кормов и подстилки, индивидуальный уход за коровами.

6. Реализация проекта

6.1 План реализаций

Прогнозный расчет движения денежных средств на период реализации проекта

	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	6 год
Денежные средства на начала периода	11500000	187757835	25809559.7	29008164	38188698.8	52833461
Приобретение крс	562500	1620000	2970000	3469800	6798900	8878500
Объем производства молока в год, кг	7170000	7170000	7170000	9744000	11950000	11950000
Семейные доходы	3200000	9600000	9600000	9600000	9600000	6400000
Всего потоков от операционной деятельности	80525000	97500000	111000000	141738000	197089000	214685000
Фонд оплаты труда	3 120 000	3 120 000	3 120 000	3 120 000	3 120 000	3 120 000
Ветеринария	6400	25600	30000	36800	41600	28800
Расходы на выпас	1440000	1920000	2250000	2760000	3120000	3240000
Приобретение кормов (1-й год, приобретение за счет кредита) *	16816.5	20656.8	26012.7	31201.2	33220.8	34434
Семейные расходы	2800000	8400000	8400000	8400000	8400000	5600000
Всего потоков от операционной деятельности	776716.5	1869056.8	1911812.7	1974801.2	2017620.8	1408534

Чистый поток от операционной деятельности	727578 3.5	788094 3.2	918818 7.3	121989 98.8	176912 79.2	20059 966
Чистый поток от инвестиционн ой деятельности	0	0	0	0	0	0
Приобретени е коров	900000 0	0	0	0	0	0
Зерно	100000 0	0	0	0	0	0
Приобретени е быков- производителей	350000	0	0	0	0	0
Сено	115000 0	0	0	0	0	0
Всего отток от инвестиц. деят-ти	115000 00	0	0	0	0	0
Чистый поток от инвестиц. деят-ти	115000 00	0	0	0	0	0
Получение кредита на инвестиции	115000 00	0	0	0	0	0
Всего приток от фин. деятельности	115000 00	0	0	0	0	0
Выплата вознаграждения	0	847167	431250	293250	155250	26833
Основной долг	0	0	555833 3	230000 0	230000 0	13416 67
Налоги	405 000	405 000	405 000	503 000	503 000	503 000
Всего отток от фин.	0	847167	598958 3	301846 4	304651 7	20125 55

деятельности						
Чистый поток от фин. деятельности	115000 00	847167	598958 3	301846 4	304651 7	20125 55
Изменения за период	727578 3.5	703377 6.2	319860 4.3	918053 4.8	146447 62.2	18047 411
Конечная наличность	187757 83.5	258095 59.7	290081 64	381886 98.8	528334 61	70880 872

При расчете прогнозного движения денежных средств за основу взяты карты движения денежных средств, а также значения базовых значений производственно-финансовых показателей.

7. Потребность в финансировании

Общие инвестиционные затраты по проекту включают в себя:

Финансирование проекта планируется осуществить за счет заемного капитала.

Приняты следующие условия кредитования:

Валюта кредита	тенге
Процентная ставка, годовых	6%
Срок погашения, месяцев	60
Выплата процентов и основного долга	Основной долг – начисление процентов по остатку (аннуитетный)
Льготный период погашения процентов, мес.	9
Льготный период погашения основного долга, мес.	24
Тип погашения основного долга	аннуитетный

Поступление в виде займов (KZT)

Период	Кредит	Проценты	Комиссия	Остаток	В месяц
1	164 827.22	57 500.00	0.00	11 500 000.00	222 327.22
2	165 651.35	56 675.86	0.00	11 335 172.78	222 327.22
3	166 479.61	55 847.61	0.00	11 169 521.43	222 327.22
4	167 312.01	55 015.21	0.00	11 003 041.82	222 327.22
5	168 148.57	54 178.65	0.00	10 835 729.81	222 327.22
6	168 989.31	53 337.91	0.00	10 667 581.24	222 327.22
7	169 834.26	52 492.96	0.00	10 498 591.93	222 327.22

8	170 683.43	51 643.79	0.00	10 328 757.67	222 327.22
9	171 536.85	50 790.37	0.00	10 158 074.24	222 327.22
10	172 394.53	49 932.69	0.00	9 986 537.40	222 327.22
11	173 256.50	49 070.71	0.00	9 814 142.87	222 327.22
12	174 122.79	48 204.43	0.00	9 640 886.36	222 327.22
13	174 993.40	47 333.82	0.00	9 466 763.58	222 327.22
14	175 868.37	46 458.85	0.00	9 291 770.18	222 327.22
15	176 747.71	45 579.51	0.00	9 115 901.81	222 327.22
16	177 631.45	44 695.77	0.00	8 939 154.10	222 327.22
17	178 519.60	43 807.61	0.00	8 761 522.65	222 327.22
18	179 412.20	42 915.02	0.00	8 583 003.05	222 327.22
19	180 309.26	42 017.95	0.00	8 403 590.85	222 327.22
20	181 210.81	41 116.41	0.00	8 223 281.58	222 327.22
21	182 116.86	40 210.35	0.00	8 042 070.77	222 327.22
22	183 027.45	39 299.77	0.00	7 859 953.91	222 327.22
23	183 942.59	38 384.63	0.00	7 676 926.46	222 327.22
24	184 862.30	37 464.92	0.00	7 492 983.88	222 327.22
25	185 786.61	36 540.61	0.00	7 308 121.58	222 327.22
26	186 715.54	35 611.67	0.00	7 122 334.97	222 327.22
27	187 649.12	34 678.10	0.00	6 935 619.43	222 327.22
28	188 587.37	33 739.85	0.00	6 747 970.31	222 327.22
29	189 530.30	32 796.91	0.00	6 559 382.94	222 327.22
30	190 477.95	31 849.26	0.00	6 369 852.64	222 327.22
31	191 430.34	30 896.87	0.00	6 179 374.68	222 327.22
32	192 387.50	29 939.72	0.00	5 987 944.34	222 327.22
33	193	28 977.78	0.00	5 795 556.84	222 327.22

	349.43				
34	194 316.18	28 011.04	0.00	5 602 207.41	222 327.22
35	195 287.76	27 039.46	0.00	5 407 891.23	222 327.22
36	196 264.20	26 063.02	0.00	5 212 603.47	222 327.22
37	197 245.52	25 081.70	0.00	5 016 339.27	222 327.22
38	198 231.75	24 095.47	0.00	4 819 093.75	222 327.22
39	199 222.91	23 104.31	0.00	4 620 862.00	222 327.22
40	200 219.02	22 108.20	0.00	4 421 639.09	222 327.22
41	201 220.12	21 107.10	0.00	4 221 420.07	222 327.22
42	202 226.22	20 101.00	0.00	4 020 199.95	222 327.22
43	203 237.35	19 089.87	0.00	3 817 973.73	222 327.22
44	204 253.54	18 073.68	0.00	3 614 736.38	222 327.22
45	205 274.80	17 052.41	0.00	3 410 482.85	222 327.22
46	206 301.18	16 026.04	0.00	3 205 208.05	222 327.22
47	207 332.68	14 994.53	0.00	2 998 906.87	222 327.22
48	208 369.35	13 957.87	0.00	2 791 574.18	222 327.22
49	209 411.19	12 916.02	0.00	2 583 204.84	222 327.22
50	210 458.25	11 868.97	0.00	2 373 793.64	222 327.22
51	211 510.54	10 816.68	0.00	2 163 335.39	222 327.22
52	212 568.09	9 759.12	0.00	1 951 824.85	222 327.22
53	213 630.93	8 696.28	0.00	1 739 256.76	222 327.22
54	214 699.09	7 628.13	0.00	1 525 625.83	222 327.22
55	215 772.58	6 554.63	0.00	1 310 926.74	222 327.22
56	216 851.45	5 475.77	0.00	1 095 154.15	222 327.22
57	217 935.70	4 391.51	0.00	878 302.71	222 327.22
58	219 025.38	3 301.84	0.00	660 367.00	222 327.22

59	220 120.51	2 206.71	0.00	441 341.62	222 327.22
60	221 221.11	1 106.11	0.00	221 221.11	222 327.22
ИТОГО					13 339 633.06

8. Эффективность проекта

8.1 Проекция Cash-flow

Проекция Cash-flow показывает потоки реальных денег, т.е. притоки наличности (притоки реальных денег) и платежи (оттоки реальных денег). Отчет состоит из 3 частей:

- операционная деятельность - основной вид деятельности, а также прочая деятельность, создающая поступление и расходование денежных средств компании;

- инвестиционная деятельность — вид деятельности, связанной с приобретением, созданием и продажей внеоборотных активов (основных средств, нематериальных активов) и прочих инвестиций;

- финансовая деятельность — вид деятельности, который приводит к изменениям в размере и составе капитала и заемных средств компании. Как правило, такая деятельность связана с привлечением и возвратом кредитов и займов, необходимых для финансирования операционной и инвестиционной деятельности.

Анализ денежного потока показывает его положительную динамику по годам проекта.

8.2 Расчет прибыли и убытков

Показатели рентабельности указано в таблице

Годовая прибыль (6 год), тыс.тг.	19328278
Рентабельность	92.8%

Налоги

Виды налогов и платежей	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	6 год	7 год	8 год
ИПН	0	0	0	229 800	229 800	229 800	229 800	229 800
Социальный налог	0	0	0	0	0	0	0	0
ОПВ	312 000	312 000	312 000	312 000	312 000	312 000	312 000	312 000
СО	0	0	0	98 280	98 280	98 280	98 280	98 280
ВОСМС	31 200	31 200	31 200	31 200	31 200	31 200	31 200	31 200
ОСМС	62 400	62 400	62 400	62 400	62 400	62 400	62 400	62 400
ИТОГО	405	405	405	503	503	503	503	503

	000	000	000	000	000	000	000	000
--	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

Общие инвестиционные затраты по проекту включают в себя:

Направление использования средств	Ед.изм., (шт, кг, голов и т.п.)	Ко л- во	Цена	Сумма всего (тенге)	В том числе (тенге): за счет займа/ За счет собств. средств
Коровы	голова	30	3000	90000	За счет займа
Зерно	тонна	20	5000	100000	За счет займа
Быки-производители	голова	1	3500	35000	За счет займа
Сено	тонна	11	1000	11500	За счет займа
Итого		5	0	11 500 000	

План по персоналу

Должность	Кол-во	Зарплата	Платежи
Директор	1	110 000 тенге	Ежемесячно, весь проект
Разнорабочий	1	50 000 тенге	Ежемесячно, весь проект
Доярка	1	50 000 тенге	Ежемесячно, весь проект
Скотник	1	50 000 тенге	Ежемесячно, весь проект
Итого	5	260 000 тенге	

Чистый дисконтированный доход (NPV) и индекс прибыльности (PI)

Чистый дисконтированный доход (NPV)	1709474
Индекс прибыльности (PI)	0,5%

9. Социально-экономическое и экологическое воздействие

9.1 Социально-экономическое значение проекта

При реализации проекта предусмотрено решение следующих задач:

- разведение КРС молочных пород;
- удовлетворение спроса населения в молочной продукции.

С экономической точки зрения проект будет способствовать:

- созданию новых 2 рабочих мест, что позволит работникам получать стабильный доход;
- поступлению в местный бюджет 1,5 млн тенге налогов и других отчислений в год.

9.2 Воздействие на окружающую среду

Применение всё более энергоёмких технологий в современном промышленном животноводстве сопровождается увеличением антропогенной нагрузки на окружающую среду. Это влечет повышение затрат на предотвращение негативных последствий от загрязнений, поступающих от животноводческого комплекса.

Особенно важно выявить возможные негативные последствия и определить методы их предупреждения. К таковым в соответствии можно отнести выбросы в атмосферный воздух загрязняющих и иных веществ; сбросы в водные и подземные объекты и водосборные площади; загрязнение почв; накопление отходов производства и потребления.

Источники загрязнений, выделяемые животноводческими предприятиями в окружающую среду, делятся по видам на:

- газопылевые выбросы — продукты разложения или сжигания органических отходов: микроорганизмы, пыль, органические соединения, окислы азота, серы, углерод;

- сточные воды, содержащие поли дисперсную массу с твёрдыми включениями пыли, остатков корма, а также азот, нитриты, нитраты, хлориды, сульфаты, фосфаты, патогенные микробы, жиры, железо, бактериологические (БПК) и химические (ХПК) загрязняющие вещества, нефтепродукты, СПАВы;

- органические отходы производства с множеством микроорганизмов;

- непищевые отходы животноводческого комплекса: ветеринарные конфискаты, малоценные продукты, а также павший скот.

В целях снижения негативного воздействия на природу в планах предприятия — модернизация и обновление технологического оборудования в подразделениях, внесение изменений в организацию хозяйственной деятельности, соответствующих современным экологическим нормам.

График реализации природоохранных мероприятий в рамках проекта

Цель мероприятия	Мероприятие
Снижение негативного воздействия на природу	1. Модернизация и обновление технологического оборудования 2. Внедрение малоотходных и безотходных технологий 3. Уменьшение объемов органических отходов, газопылевых выбросов, потребления воды и сбрасывания сточных вод
Предотвращение загрязнения газопылевыми выбросами	1. Установка пылегазоулавливающей аппаратуры
Уменьшение	1. Организация правильного хранения, транспортировки,

органических отходов	утилизации и переработки навоза 2.Применение современных методов утилизации и получения вторичной продукции
----------------------	---

Это возможно путем внедрения малоотходных и безотходных технологий, основанных на включение в хозяйственный оборот всех сырьевых ресурсов, которые постоянно образуются и накапливаются в хозяйствах. Уменьшая объемы органических отходов, потребления воды и можно снижать негативное воздействие на окружающую среду.

Уменьшение органических отходов будет достигаться организацией правильного хранения, транспортировки, утилизации и переработки органических отходов, применения современных методов утилизации и получения вторичной продукции.

Восточно-Казахстанская область
район Алтай
город Алтай

БИЗНЕС-ПЛАН ПО ОТКРЫТИЮ ПРОДУКТОВОГО МАГАЗИНА



2020 год

СОДЕРЖАНИЕ

Резюме.....	3
Введение.....	3
1. Концепция проекта.....	4
1.1 Цели и задачи проекта.....	4
1.2 Место реализации проекта.....	4
1.3 Стоимость проекта, источники финансирования.....	4
2. Описание предприятия.....	5
2.1 Инициатор проекта.....	5
2.2 План реализации.....	5
3. Маркетинговый план.....	6
4. Потребность в финансировании.....	8
5. Производственный раздел.....	9
5.1 Описание услуги.....	9
5.2 Производственная программа.....	10
6. Финансовый план.....	11
6.1 Прогноз отчета о прибылях и убытках.....	11
7. Эффективность проекта.....	12
8. Социальный раздел.....	14
9. Риски и факторы, снижающие риск.....	14
9.1 Социально-экономическое значение проекта.....	14

Резюме

Реализация данного проекта подразумевает привлечение финансовых ресурсов для оборотных средств магазина фермерских товаров, в целях получения выгоды.

В настоящее время, ввиду наличия на рынке жёсткой конкуренции, магазинам следует заботиться не только о расширении ассортимента, ценовой политике и логистике, но и не забывать об удобстве рядового покупателя. С каждым годом увеличивается площадь среднего продуктового магазина, в связи с чем покупателю не так-то просто найти то, что ему необходимо среди заполненных товарами стеллажей, витрин и прилавков. Таким образом, планировка магазина может стать одним из основных инструментов в конкурентной борьбе за симпатии покупателей.

Введение

С начала года в Казахстане незначительно подорожала аренда ряда коммерческих площадей. Так, согласно данным Комитета по статистике РК, наибольший прирост цен за пять месяцев отмечен на аренду офисов класса В и D (+1.8 и 1.3 %), складов класса D (+1.6 %), аптек (+1.2 %), фитнес-клубов (+1 %), а также магазинов и административно-офисных помещений (+0.9 %). Заработок с аренды недвижимости стал уже привычным в современном мире, отчасти данный вид заработка пассивный, чем и привлекает владельцев помещений.



Розничный продуктовый магазин расположен вдоль дороги, с высокой проходимостью клиентов в день. Предназначен для реализации населению продуктов народного потребления, то есть потребитель услуг – все население этого населенного пункта.

В планах организации розничного продуктового магазина предполагается разработка формата магазина, его ассортимента, доходов и единовременных затрат, необходимых для приведения его в соответствие с установленными требованиями формата.

Чтобы заполнить полки розничного продуктового магазина следует не только разработать ассортиментную политику, но и провести активную и конструктивную работу с поставщиками. Процесс закупок начинаются с работы с телефонами и обзвона поставщиков по объявлениям в прайс-листах деловых и специализированных изданий. Спустя 2-3 месяца при полном формировании ассортимента товаров задача по поиску товара оказывается решенной. К этому времени коммерческие агенты поставщиков уже сами начнут находить и предлагать свой товар с доставкой. Директору магазина нужно будет находить компромисс с поставщиками в вопросе оплаты, поскольку любой поставщик заинтересован в предоплате, а магазин -

получать товар под реализацию. Это диаметрально противоположные задачи, потому сторонами нужно будет постоянно искать компромиссные решения.

Чем выше спрос на товар, тем сложнее взять его под реализацию. Для поставщиков важна кредитная история магазина, так как если магазин рассчитывается регулярно, то ему возможно и смогут отпускать товар с нужной отсрочкой платежа. В данный момент уже налажена поставка продуктов в магазин.

1. Концепция проекта

1.1 Цели и задачи проекта

Реализация данного проекта подразумевает привлечение финансовых ресурсов для оборотных средств продуктового магазина.

Основной целью данного проекта является:

● Расширение мощности предприятия по реализации продовольственных товаров.

В соответствии с данной целью в работе были поставлены и решены следующие задачи:

- Получить финансирование;
- Приобретение оборудования;
- Пополнение оборотного капитала;
- Оценка ожидаемых финансовых результатов бизнеса и построение финансовой стратегии предприятия.

Целевая группа:

- Население г.Алтай.

1.2 Место реализации проекта

● Местом реализации проекта предполагается ВКО район Алтай. г.Алтай.

1.3 Стоимость проекта, источники финансирования

Общая стоимость проекта по открытию магазина составит 13 870 тыс. тенге.

Инвестиционный план тыс. тенге

Наименование	Сумма,	Доля, %
Инвестиции всего	13 857 000	100%
Собственный капитал	3 000 000	21,6%
Заемный капитал:	10 857 000	78,4%

В качестве заемных средств, планируется привлечение кредитных ресурсов.

Финансирование данного проекта предполагается за счет заемных средств. Получение кредита планируется по ставке вознаграждения в размере 6%.

2. Описание предприятия

2.1 Инициатор проекта

Инициатором представленного проекта является ИП «_____», в рамках существующих законов Республики Казахстан и принятых на себя обязательств, несет ответственность за успешную реализацию настоящего проекта.

Наименование предприятия	ИП «_____»
Адрес	
Дата выдачи	
БИН/ИИН	
Контактное лицо	

2.2 План реализации

Главная задача, стоящая перед предприятием - расширение продовольственного магазина, укрепление завоеванных позиций посредством расширения ассортимента предоставляемых товаров.

В целях следования стратегии развития предприятия тактический план необходимых мероприятий выглядит следующим образом:

- Использование внутренних потенциальных возможностей для повышения качества продукции.
- В сегодняшних экономических условиях сохранение цен на продукцию при стабильной рентабельности.
- Формирование клиентурных предпочтений в сторону предприятия.
- Расширение клиентурной базы в пределах села.
- Организация четкой обратной связи с клиентами.
- Продвижение товара предприятия всеми доступными рекламными средствами.
- Обеспечение динамики развития конкурентных преимуществ - цены, качества, стабильности на рынке.

Для завоевания рынка, предполагается постоянное изменение и расширение ассортимента предоставляемой продукции в продуктовом магазине, за счет разработки и внедрения новых видов услуг, основанного на маркетинговых исследованиях потребительского спроса и предпочтения населения. Освоение и применение новых технологий для качественной

услуги. А также усиленное продвижение услуги с помощью рекламной компании предоставляемой продукции.

Сохранение стабильного, высокого качества предоставления продукции позволит рассматривать возможность корректировки ценовой политики для сохранения высокой рентабельности продовольственного магазина.

План реализации товаров

Наименование	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
	месяц	месяц	месяц	месяц	месяц	месяц	месяц	месяц	месяц	месяц	месяц	месяц
Фермерские продукты	3450 00	3450 00	3450 00	3450 00	3450 00	3450 00	3450 00	3450 00	3450 00	3450 00	3450 00	3450 00
	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
	месяц	месяц	месяц	месяц	месяц	месяц	месяц	месяц	месяц	месяц	месяц	месяц
	3450 00	3450 00	3450 00	3450 00	3450 00	3450 00	3450 00	3450 00	3450 00	3450 00	3450 00	3450 00

3. Маркетинговый план

Статистика свидетельствует: если до гипермаркета приходится добираться более 10 мин., покупатели предпочтут сделать покупку рядом с домом. Поэтому открытие «магазина на углу» всегда принесет прибыль. Мимо магазина должны проходить трассы, тротуары, пешеходный тропы от автобусной остановки к ближайшему жилому массиву. Подъезд магазина должен быть заметен, желательна и важна стоянка для автомобилей поблизости и хорошие подъездные пути, въезд в сам магазин с колясками для детей, и его помещение удобно. Главное - правильно подобрать помещение и грамотно выстроить бизнес-процессы, обеспечивающие жизнедеятельность магазина.

В Казахстане, как и во всем мире, на фоне глобального экономического спада, стал заметен приоритет предприятий FMCG-индустрии (от англ. - Fast Moving Consumer Goods - продукты ежедневного спроса), вынужденных более реалистично оценивать потенциал рынка и быть более дисциплинированными в вопросах управления бизнесом. В современной ситуации существует несколько способов инвестировать в этот сектор средства, заняв свою нишу среди многообразия различных продовольственных магазинов.

При проведении маркетингового анализа и принятия решения об открытии магазина следует учитывать, что существует жесткая конкурентная ситуация, работают крупные сетевые магазины. Можно обратиться в консалтинговую группу за проведением анализа по определению товаров для тех узких и высокодоходных групп, на которые решено ориентироваться в процессе функционирования проекта. Специалисты смогут определить существующие пустые до настоящего момента ниши в районе начала бизнеса, на чем лучше специализироваться, какая группа клиентов не охвачена вниманием крупных сетей, каким образом построить ассортимент, смогут разработать концепцию маркетинга и продвижения. Есть и другой вариант – разработать все эти пункты самостоятельно, что, соответственно, потребует времени и дополнительных средств.

Анализ Потенциального сбыта

№	Наименование товара	Стоимость реализуемого товара в тенге	Возможные каналы сбыта	Местоположение предоставления товара	Количество потенциальных потребителей услуги (целевая аудитория)
1	Фермерские продукты, молоко на розлив	150 тенге за 1 литр	Тухватуллина Расима Шаукатовна	ВКО, район Алтай, город Алтай	Потенциальные потребители — это жители города всех возрастных категорий, население города составляет 36000 чел.
2	Хлебобулочные изделия	200000 тенге в месяц	Аубакирова Лаура Батырбековна	ВКО, район Алтай, город Алтай	Потенциальные потребители — это жители города от 6 лет, численность которых в городе составляет 28000 чел.
Дополнительная информация о сбыте			Средняя цена молока за литр на рынке составляет 200 тенге. В магазине цена за 1 литр молока будет 150 тенге. Магазин расположен в спальном районе города, один на 4 пятиэтажных многоквартирных дома. Имеется парковка.		

Покупательская способность потребителей

Среднемесячный доход 1 потенциального покупателя	Средний доход потенциального покупателя 156000 тенге.
Частота пользования услугой потенциальным покупателем в год	Потенциальный покупатель приобретает продукцию в среднем 360 раз в год
Дополнительная информация о покупательской способности клиентов	Потенциальный потребитель посещает продуктовый магазин каждый день. В среднем совершает покупки на 1500-2000 тенге ежедневно.

Анализ потенциальных конкурентов

№	Потенциальные конкуренты	Вид реализуемого товара конкурентов	Местоположение конкурента	Цена реализации тенге за ед. продукции/услуги
1	магазин "Байкал"	продукты питания	ВКО, район Алтай, город Алтай, ул. Солнечная 2	оптовые цены
2	магазин "Социальный"	молоко на розлив	ВКО, район Алтай, город Алтай, ул. Советская 38	160 тенге за 1 литр
3	ИП "Архипов"	продукты питания	ВКО, района Алтай, город Алтай, ул. Комарова 6	оптовые цены
Дополнительная информация о потенциальных конкурентах			Указанные конкуренты являются реализаторами товара по социальным и оптовым ценам	

Конкурентное преимущество и способы продвижения

Конкурентное преимущество и способы продвижения услуг	Реализация молока на розлив по наиболее низкой цене. Наличие хлеба и хлебобулочных изделий, чего нет в социальных и оптовых магазинах. Работа магазина в круглосуточном режиме. Прием безналичных платежей. Доставка продуктов на дом. Наличие в магазине непродовольственных товаров, таких как спички, туалетная бумага, бытовая химия, канцелярия.
--	---

4. Потребность в финансировании

Условия кредитования

Валюта кредита	тенге
Ставка вознаграждения, в год (%)	6
Срок погашения, лет	5
Выплата процентов и основного долга	ежемесячно
Льготный период погашения процентов, мес.	0
Льготный период погашения основного долга, мес.	9
Тип погашения основного долга	равными долями/аннуитет

Поступление в виде займов (KZT)

Период	Кредит	Проценты	Комиссия	Остаток	В месяц
--------	--------	----------	----------	---------	---------

1	198 609.63	69 285.00	0.00	13 857 000.00	267 894.63
2	199 602.68	68 291.95	0.00	13 658 390.37	267 894.63
3	200 600.69	67 293.94	0.00	13 458 787.69	267 894.63
4	201 603.70	66 290.93	0.00	13 258 187.00	267 894.63
5	202 611.71	65 282.92	0.00	13 056 583.30	267 894.63
6	203 624.77	64 269.86	0.00	12 853 971.59	267 894.63
7	204 642.90	63 251.73	0.00	12 650 346.81	267 894.63
8	205 666.11	62 228.52	0.00	12 445 703.92	267 894.63
9	206 694.44	61 200.19	0.00	12 240 037.81	267 894.63
10	207 727.91	60 166.72	0.00	12 033 343.37	267 894.63
11	208 766.55	59 128.08	0.00	11 825 615.45	267 894.63
12	209 810.39	58 084.24	0.00	11 616 848.90	267 894.63
13	210 859.44	57 035.19	0.00	11 407 038.51	267 894.63
14	211 913.74	55 980.90	0.00	11 196 179.07	267 894.63
15	212 973.30	54 921.33	0.00	10 984 265.34	267 894.63
16	214 038.17	53 856.46	0.00	10 771 292.03	267 894.63
17	215 108.36	52 786.27	0.00	10 557 253.86	267 894.63
18	216 183.90	51 710.73	0.00	10 342 145.50	267 894.63
19	217 264.82	50 629.81	0.00	10 125 961.60	267 894.63
20	218 351.15	49 543.48	0.00	9 908 696.78	267 894.63
21	219 442.90	48 451.73	0.00	9 690 345.63	267 894.63
22	220 540.12	47 354.51	0.00	9 470 902.73	267 894.63
23	221 642.82	46 251.81	0.00	9 250 362.61	267 894.63
24	222 751.03	45 143.60	0.00	9 028 719.79	267 894.63
25	223 864.79	44 029.84	0.00	8 805 968.76	267 894.63
26	224 984.11	42 910.52	0.00	8 582 103.97	267 894.63
27	226 109.03	41 785.60	0.00	8 357 119.86	267 894.63
28	227 239.58	40 655.05	0.00	8 131 010.83	267 894.63
29	228 375.77	39 518.86	0.00	7 903 771.25	267 894.63
30	229 517.65	38 376.98	0.00	7 675 395.48	267 894.63
31	230 665.24	37 229.39	0.00	7 445 877.83	267 894.63
32	231 818.57	36 076.06	0.00	7 215 212.58	267 894.63
33	232 977.66	34 916.97	0.00	6 983 394.02	267 894.63
34	234 142.55	33 752.08	0.00	6 750 416.35	267 894.63
35	235 313.26	32 581.37	0.00	6 516 273.81	267 894.63
36	236 489.83	31 404.80	0.00	6 280 960.54	267 894.63
37	237 672.28	30 222.35	0.00	6 044 470.72	267 894.63
38	238 860.64	29 033.99	0.00	5 806 798.44	267 894.63
39	240 054.94	27 839.69	0.00	5 567 937.80	267 894.63
40	241 255.22	26 639.41	0.00	5 327 882.86	267 894.63
41	242 461.49	25 433.14	0.00	5 086 627.64	267 894.63
42	243 673.80	24 220.83	0.00	4 844 166.15	267 894.63
43	244 892.17	23 002.46	0.00	4 600 492.35	267 894.63
44	246 116.63	21 778.00	0.00	4 355 600.18	267 894.63
45	247 347.21	20 547.42	0.00	4 109 483.55	267 894.63
46	248 583.95	19 310.68	0.00	3 862 136.34	267 894.63
47	249 826.87	18 067.76	0.00	3 613 552.39	267 894.63
48	251 076.00	16 818.63	0.00	3 363 725.52	267 894.63

49	252 331.38	15 563.25	0.00	3 112 649.52	267 894.63
50	253 593.04	14 301.59	0.00	2 860 318.13	267 894.63
51	254 861.01	13 033.63	0.00	2 606 725.09	267 894.63
52	256 135.31	11 759.32	0.00	2 351 864.09	267 894.63
53	257 415.99	10 478.64	0.00	2 095 728.78	267 894.63
54	258 703.07	9 191.56	0.00	1 838 312.79	267 894.63
55	259 996.58	7 898.05	0.00	1 579 609.72	267 894.63
56	261 296.57	6 598.07	0.00	1 319 613.14	267 894.63
57	262 603.05	5 291.58	0.00	1 058 316.58	267 894.63
58	263 916.06	3 978.57	0.00	795 713.53	267 894.63
59	265 235.64	2 658.99	0.00	531 797.47	267 894.63
60	266 561.82	1 332.81	0.00	266 561.82	267 894.63
ИТОГО					16 073 667,85

Источником погашения кредита будут являться доходы от реализации товара.

5. Производственный раздел

5.1 Описание услуги

Торговля продуктами питания один из самых стабильных и надёжных видов предпринимательской деятельности в Казахстане, которым с каждым годом занимается всё большее количество наших соотечественников. Потребность в еде возникает у человека всегда, следовательно, продажа продуктов — это довольно прибыльный бизнес. В настоящее время невозможно себе представить магазин, который мог бы работать без современного торгового оборудования. Любой магазин, торгующий чем угодно. А в особенности магазин, торгующий продуктами питания.

Специальное торговое оборудование для продуктового магазина делает возможным одновременно и продукт выгодно покупателю показать, и сохранить его от потери товарного вида. Качественное торговое оборудование для магазина — неременный атрибут современного продуктового магазина, будь то небольшой павильон рядом с домом или же супермаркет. Безусловно, мало кто отважится посетить торговую точку, которая не имеет в наличии специализированного надежного торгового оборудования. По меньшей мере было бы довольно странно покупать продукты, заведомо зная, что они хранятся в ненадлежащих условиях. Кондитерские торговые витрины, кассовые терминалы, холодильные и морозильные шкафы, стеллажи для овощей и фруктов со специальной системой орошения, витрины холодильные и морозильные — это далеко не полный список торгового оборудования для любого современного продуктового магазина, хозяин которого заботится о клиентах и думает о собственной репутации и, конечно же, прибыли.

Итак, важная составляющая процветания и популярности любого, даже самого небольшого, продуктового магазина — выбор правильного торгового

оборудования. При этом не менее важно профессионально продумать наилучший вариант размещения каждого элемента торгового оборудования, чтобы помещение торговой точки было комфортным и для покупателя, и для продавца. Всякое торговое оборудование для магазинов сейчас выполняет не только лишь практические функции, но и представляет собой неотъемлемый элемент единого дизайна торговой площади продуктового магазина или отдела в супермаркете. Оборудование для любой торговой точки должно отвечать современным требованиям и эталонам, выдвигаемым к аналогичному оборудованию для магазина как по функциональным характеристикам, так и по внешнему виду. Надежные и вместительные холодильные и морозильные шкафы для хранения замороженных продуктов и продуктов с особыми условиями хранения, сияющие торговые витрины с россыпью кондитерских изделий, стеллажи, изобилующие аппетитными фруктами и овощами, – залог посещаемости магазина, его прибыльности и покупательской активности.

5.2 Производственная программа

В соответствие с расчетами в первый год работы продовольственного магазина будет реализовано товаров на сумму 43 216 тыс. тенге. В последующие годы в период реализации услуги ежегодный объем реализованной продукции будет увеличиваться на 10%.

6. Финансовый план

6.1 Прогноз отчета о прибылях и убытках

В данном разделе в сводном виде приведены прогнозы объемов реализации продукции, состав и структура затрат, включая выплаты процентов по кредитам банка.

Величина дохода от реализации данной услуги и как финансовый результат величина прибыли.

Таблица составлена с разбивкой на каждый год за весь период реализации проекта.

Прогноз доходов и расходов

	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	6 год
Выручка	23620000	70860000	70860000	70860000	70860000	53145000
отдел хлебобулочных изделий	1680000	5040000	5040000	5040000	5040000	3780000
отдел бакалея	14400000	43200000	43200000	43200000	43200000	32400000
отдел продажи алкогольных напитков, и	5200000	15600000	15600000	15600000	15600000	11700000

табачных изделий						
фермерские продукты	1380000	4140000	4140000	4140000	4140000	3105000
промышленные товары первой необходимости	960000	2880000	2880000	2880000	2880000	2160000
Себестоимость	242900	728700	728700	728700	728700	485800
Фонд оплаты труда	242900	728700	728700	728700	728700	485800
Валовая прибыль	23377100	70131300	70131300	70131300	70131300	52659200
Налоги	156 000	156 000	156 000	250 800	250 800	250 800
Прибыль после налогов	23377100	70131300	70131300	68005500	68005500	51064850
Оплата вознаграждения	0	772979	439743	311514	175377	37160
Чистая прибыль	23377100	69358321	69691557	67693986	67830123	51027690
Рентабельность	99%	97.9%	98.4%	95.5%	95.7%	96%

7. Эффективность проекта

Прогноз движения денежных средств (Cash flow)

	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	6 год
Денежные средства на начала периода	-	17934100	27107060	37119606	44862352	52605097
отдел хлебобулочных изделий	1680000	5040000	5040000	5040000	5040000	3780000
отдел бакалея	14400000	43200000	43200000	43200000	43200000	32400000
отдел продажи алкогольных напитков, и табачных изделий	5200000	15600000	15600000	15600000	15600000	11700000
фермерские продукты	1380000	4140000	4140000	4140000	4140000	3105000
промышленные товары первой	960000	2880000	2880000	2880000	2880000	2160000

необходимости						
Семейные доходы	1200000	4800000	4800000	4800000	4800000	3600000
Всего приток от операционной деятельности	120000	120000	120000	120000	120000	120000
Фонд оплаты труда	1 200 000	1 200 000	1 200 000	1 200 000	1 200 000	1 200 000
отдел хлебобулочных изделий	1600000	4800000	4800000	4800000	4800000	3600000
отдел бакалея	12000000	36000000	36000000	36000000	36000000	27000000
отдел продажи алкогольных напитков, и табачных изделий	4000000	12000000	12000000	12000000	12000000	9000000
фермерские продукты	1200000	3600000	3600000	3600000	3600000	2700000
промышленные товары первой необходимости	800000	400000	2400000	2400000	2400000	1800000
Семейные расходы	900000	3600000	3600000	3600000	3600000	2700000
Всего отток от операционной деятельности	20742900	63128700	63128700	63128700	63128700	47285800
Чистый поток от операционной деятельности	4077100	12531300	12531300	12531300	12531300	9459200
Средства займа	10857000	-	-	-	-	-
Собственные средства	3000000	-	-	-	-	-
Всего приток от инвестиц. деятельности	13857000	-	-	-	-	-

Всего отток от инвестиц. деят-ти	-	-	-	-	-	-
Чистый поток от инвестиц. деят-ти	13857000	-	-	-	-	-
Всего приток от фин. деятельности	0	0	0	0	0	0
Погашение по действующим займам в банке "гу"	0	0	0	0	0	0
Выплата вознаграждения	0	772979	439743	311514	175377	37160
Основной долг	0	2585361	2079011	2207240	2343378	1642010
Налоги	156 000	156 000	156 000	250 800	250 800	250 800
Всего отток от фин. деятельности	0	3358340	2518754	4788554	4788555	3381520
Чистый поток от фин. деятельности	0	-3358340	-2518754	-4788554	-4788555	-3381520
Изменения за период	17934100	9172960	10012546	7742746	7742745	6077680
Конечная наличность	17934100	27107060	37119606	44862352	52605097	58682777

Налоги

Виды налогов и платежей	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	6 год
ИПН	0	0	0	57 000	57 000	57 000
Социальный налог	0	0	0	0	0	0
ОПВ	120 000	120 000	120 000	120 000	120 000	120 000
СО	0	0	0	37 800	37 800	37 800
ВОСМС	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000
ОСМС	24 000	24 000	24 000	24 000	24 000	24 000
ИТОГО	156 000	156 000	156 000	250 800	250 800	250 800

План по персоналу

Должность	Кол-во человек	Зарботная плата месяц	Зарботная плата в год
Персонал по магазину запасных частей			
Руководитель – продавец	1	50000	60000
Продавец	1	50000	60000
Итого:			120000

Чистый дисконтированный доход (NPV) и индекс прибыльности (PI)

Чистый дисконтированный доход (NPV)	180123041
Индекс прибыльности (PI)	11%

8. Социальный раздел

Данный регион располагает достаточными трудовыми ресурсами для реализации данного проекта, в связи с чем деятельность магазина фермерских товаров будет обеспечена кадрами из местных рабочих.

Помимо этого, реализация данного проекта позволит освоить перспективные системы практического управления сбытом и продвижением товаров на рынке.

Обоснованием проекта с точки зрения социальных и демографических характеристик населения является то, что в магазине будет в широком ассортименте товары первой необходимости, для удовлетворения потребности населения в качественных продовольственных товарах по низким ценам.

Достоинствами проекта являются:

- Предлагаемый ассортимент и гибкая система ценообразования, которые делают продукт доступным продовольственные товары для потребителей с любым уровнем дохода;

- Качество и свежесть;

- Сбалансирование состава и экологическая чистота продукта.

Данный проект будет способствовать:

- Увеличению товарооборота в регионе;

- Создание здоровой конкуренции;

- Создание новых рабочих мест;

- Пополнение казны Восточно-Казахстанской области за счет поступления налогов.

9. Риски и факторы, снижающие риск.

9.1 Социально-экономическое значение проекта

С экономической точки зрения проект будет способствовать:

- созданию новых 2 рабочих мест, что позволит работникам получать стабильный доход;

- поступлению в местный бюджет 2,8 млн. тенге налогов и других отчислений в год.

Акмолинская область
Кокшетау Г.А.
город Кокшетау

**БИЗНЕС-ПЛАН
ПО РАЗВЕДЕНИЮ КРУПНО РОГАТОГО СКОТА
МЯСНОГО НАПРАВЛЕНИЯ**



2020 год

СОДЕРЖАНИЕ

Резюме	3
Введение.....	3
1. Концепция проекта	5
2. Описание продукта (услуги)	5
3. Программа производства	7
4. Маркетинговый план	8
5. Техническое планирование.....	11
5.1 Технологический процесс	11
6. Реализация проекта	12
6.1 План реализации.....	12
7. Потребность в финансировании	14
8. Эффективность проекта.....	17
8.1 Расчет прибыли и убытков	17
9. Социально-экономическое воздействие	18
9.1 Социально-экономическое значение проекта.....	18

Резюме

Инициатор проекта планирует разведение КРС мясного направления. Разместить бизнес планируется в Акмолинской области, в черте г. Кокшетау производство мяса будет соответствовать всем нормам и требованиям РК.

Целью деятельности предприятия является извлечение дохода для улучшения материального благосостояния его участника.

Целевой группой планируемого предприятия будут являться потребители услуг – население области и близлежащих районов.

Планируется приобретение коров и маточного поголовья.

Общие инвестиционные затраты по проекту включают в себя:

Расходы, тыс.тг.	Шт	Кол-во	Цены	2020
Телки до 1 года	голов	40	170000	6 800 000
Коровы	голов	30	170000	5 100 000
Всего				11 900 000

Финансирование проекта планируется осуществить как за счет заемного капитала:

Источник финансирования, тыс.тг.	Сумма	Доля
Собственные средства	0	0%
Заемные средства	11 900 000	100%
Всего	11 900 000	100%

Приняты следующие условия кредитования:

Валюта кредита	тенге
Процентная ставка, годовых	6%
Срок погашения, лет	54 мес
Выплата процентов и основного долга	ежемесячно
Льготный период погашения процентов, мес.	9
Льготный период погашения основного долга, мес.	12
Тип погашения основного долга	равными долями

Введение

Интенсификация воспроизводства стада составляет основную часть работы по увеличению производства молока.

Рост объемов производства животноводческой продукции наряду с кормлением, уходом и содержанием в первую очередь зависит от уровня организации воспроизводства стада. Поэтому в каждом хозяйстве создается база, обеспечивающая ускорение интенсификации воспроизводства крупного рогатого скота.

В целях обеспечения интенсификации воспроизводства необходимо в хозяйствах наряду с полноценным кормлением, комплексной механизацией, укомплектованием ферм квалифицированными кадрами решать следующие вопросы:

- Обеспечить внедрение искусственного осеменения маточного поголовья;
- Ввести поточно-цеховую систему производства молока и воспроизводства стада. Иметь на каждой ферме родильные отделения и телятники - профилактории;
- Осуществлять меры по подготовке коров и нетелей к отелу, обеспечить сохранность нарождающегося молодняка;
- Организовать целенаправленное выращивание ремонтного молодняка для замены выбракованных коров с учетом предусмотренного роста молочной продуктивности;
- Использовать в работе прогрессивные технологии и передовой опыт хозяйств по организации воспроизводства стада.

Основная предпосылка повышения продуктивных качеств крупного рогатого скота - своевременное пополнение стада высокопродуктивными особями при одновременной выбраковке старых и низко продуктивных животных. В настоящее время в связи с повышением продуктивности крупного рогатого скота особенно важна задача увеличения поголовья и улучшения состояния здоровья животных.

Большое значение имеет выращивание молодняка крупного рогатого скота. Выращивание должно быть организовано так, чтобы при рациональных затратах труда и расходе кормов обеспечить оптимальный рост и развитие молодняка и заложить основу для последующей высокой продуктивности взрослых животных.

Правильное выращивание молодняка обуславливает оптимальное проявление генетически заложенных продуктивных возможностей животных в первой стадии их роста и развития. Важна именно эта стадия, и недостатки, допущенные в этот период, уже нельзя компенсировать.

Во многих хозяйствах, несмотря на проведение определенных мероприятий по повышению выхода телят, проблема воспроизводства далеко не решена. Количество коров с межотельным интервалом свыше 12 мес. составляет 33-47%, выбраковка коров - 26-35%. Основная причина выбраковки - снижение молочной продуктивности из-за увеличения сервис-периода вследствие многократных безрезультатных осеменений или полной потери воспроизводительной способности. С увеличением удоев преждевременная выбраковка коров возрастает более чем в 2 раза. Со второй лактации из стада выбывают наиболее продуктивные особи. Вообще продолжительность использования коров в среднем составляет лишь 3,5 лактации, при этом получено 4,3 теленка на корову. При таком снижении долголетия коров и с учетом среднего возраста осеменения телок окупаемость затрат на выращивание коров становится весьма проблематичной. Основными причинами снижения воспроизводительных функций оказались: нарушения обмена веществ, послеродовые осложнения и заболевания коров, недостатки в организации производства и осеменения.

1. Концепция проекта

Концепция проекта предусматривает создание фермы по разведению крупного рогатого скота для получения мяса в области.

Целью деятельности предприятия является извлечение дохода для улучшения материального благосостояния его участника.

Целевой группой планируемого предприятия будут являться потребители услуг – мясоперерабатывающие предприятия, население области и близлежащих районов.

Преимущества продукции составляют:

- использование высокотехнологичного и современного оборудования;
- высокое качество;
- низкие цены.

У предприятия имеется своя кормовая база - пастбища. Общая площадь помещения под коровник составляет 764,4 квадратных метров

Данный бизнес – план не является окончательным вариантом руководства к действию, а показывает лишь потенциальную возможность развития такой бизнес – идеи. Поэтому при реализации настоящего проекта возможно изменение первоначальных допущений проекта. Следует более подробно раскрыть конкурентные преимущества планируемого предприятия, а также отличительные особенности приобретаемого оборудования.

2. Описание продукта (услуги)



Мясо относится к наиболее полноценным и распространённым продуктам питания населения. Пищевую и биологическую ценность мяса обеспечивает богатый химический состав, особенно его белковая часть. Оно отличается высокой усвояемостью и питательностью. Легко подвергается кулинарной обработке. Мясо не приедается, из него можно приготовить большой ассортимент блюд, что позволяет значительно разнообразить питание.

В состав мяса входят полноценные белки, а также жиры, витамины, экстрактивные и минеральные вещества. Мясо и мясопродукты являются существенным источником обеспечения организма белком и жиром. Наиболее полноценны белки мышечной ткани. Менее ценны по химическому составу и усвояемости белки, содержащиеся в соединительной, нервной тканях и хрящах.

Мясо - хороший источник усвояемого фосфора и железа, содержит калий натрий, цинк, йод, медь и другие минеральные вещества, витамины (в основном группы В). В мясе содержится много экстрактивных веществ, переходящих при варке в бульон, они возбуждают деятельность желез

пищеварительного тракта, повышают аппетит, улучшают переваривание пищи, от них зависит в определённой степени вкус и запах мяса.

Химический состав мяса зависит от вида животных. Доброкачественность мяса определяется по его внешнему виду, консистенции, цвету, запаху. Свежее мясо или охлаждённое, имеет, красный цвет, плотную консистенцию.

Мясо применяют для лечебного питания, т.к. оно богато аминокислотами, полноценным белком, минеральными веществами, в частности железом. С этой целью чаще используют блюда из мясного фарша, поскольку они наиболее легко усваиваются.

Убой КРС разрешается только на мясокомбинатах, бойнях, убойных пунктах. Для каждой партии крупного рогатого скота, отправляемого на убой, необходимо специальное ветеринарное свидетельство, указывающее количество голов КРС, маршрут, сведения о прививках.

Перед отправлением на станцию КРС осматривает ветеринар или фельдшер ветеринарно-санитарной службы. Он смотрит документы уточняет количество животных, проверят состояние здоровья. После проверки он делает пометку в документе. На мясоперерабатывающих заводах при приеме КРС проверяют всю сопроводительную документацию, проводят санитарный осмотр животных, после чего скот размещается в базах пред убойного содержания.

Специализированное мясное скотоводство, как самостоятельная отрасль животноводства, в Казахстане начала создаваться в 30-е годы предыдущего века. Путем воспроизводительного и поглотительного скрещивания местного (аборигенного) казахского и калмыцкого скота с герефордами была создана и апробирована в 1950г. казахская белоголовая порода.

Животные этой первой отечественной породы сочетали в себе отличные мясные качества и скороспелость, унаследованные от герефордов, а также характерные местному скоту приспособительные и материнские свойства. Это позволило успешно разводить породу во всех регионах республики, располагающими обширными естественными пастбищами.

До перехода на рыночную экономику в республике насчитывалось 1 млн. 144 тыс. голов скота этой породы, в т.ч. 440 тыс. коров. В настоящее время численность скота казахской белоголовой породы в пределах 650-700 тыс. В России с использованием генофонда казахской белоголовой породы создан новый тип мясного скота, а в Монголии – селентинская порода.

В 1997 году в породе апробированы четыре внутрипородных заводских типа комолого скота «Шагатай», «Анката» на западе, «Калбатау» на северо-востоке и «Алабота» на севере республики.

В 1992 году была апробирована еще одна отечественная порода мясного скота – аулиекольская, выведенная путем сложного воспроизводительного скрещивания. Основой создания породы явились три мясные породы – казахская белоголовая, шароле и абердин-ангусская. Порода получила широкое распространение в Костанайской, Северо-Казахстанской, Алматинской, Карагандинской и Акмолинской областях.

Кроме названных, в Казахстане имеются небольшие по численности стада калмыцкой породы – в полупустынном регионе Южно-Казахстанской области. Санта-гертруда местной селекции (зональный тип «Жетісу») – в Прибалхашье и Галловейская – в горном районе Алматинской области, Геррефордская – в Западно-Казахстанской, Акмолинской и Алматинской областях.

Приоритетными породами для Алматинской области являются Алатауская, Казахская белоголовая, Санта Гертруда, Аулиекольская, Геррефорд и Галловейская.

На базе племенных хозяйств области отечественные селекционеры создали зональный тип мясного скота «Жетысу» породы Санта Гертруда для юго-востока страны.

Проводится определённая работа по улучшению организации искусственного осеменения крупного рогатого скота молочного и молочно-мясного направления. За прошлый год искусственным осеменением охвачено 67,6 процентов от всего маточного поголовья.

3. Программа производства

В таблице представлена планируемая программа производства по годам.

Планируемая программа производства по годам

	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год
Выручка	499800	1249500	1249500	2499000	7497000
Реализация КРС	499800	1249500	1249500	2499000	7497000
Реализация молочной продукции	0	0	0	0	0
Себестоимость	5585723.42	7572150.37	8356942.38	9722058.92	7778416.86
Фонд оплаты труда	300000	300000	300000	300000	300000
Ветеринария	214000	424500	522000	696000	725000
Расходы на выпас	2140000	2830000	3480000	4640000	5800000
Приобретение кормов (1-й год, приобретение за счет кр.) *	64848.42	95150.37	132442.38	163558.92	197791.86
Валовая прибыль	5085923.42	6322650.37	7107442.38	7223058.92	281416.86
Налоги	484500	484500	484500	862656	862656
Прибыль после налогов	5085923.42	6322650.37	7144927.38	7298028.92	506326.86
Оплата вознаграждения	212500	223833	155833	87833	21250
Чистая прибыль	5298423.42	6546483.37	7300760.38	7385861.92	527576.86
Рентабельность	1060.1%	523.9%	584.3%	295.6%	7%

При формировании цен была учтена покупательная способность потребителей, определяемая средним уровнем их доходов.

Формирование цен основано на рыночных ценах и полной себестоимости предоставляемых товаров.

Планируемые цены на продукцию

Наименование	Ед. изм.	Стоимость
Оптовая цена реализации молока	тенге/литр	90
Розничная цена реализации молока	тенге/литр	200
Суточный надой с 1-й коровы (средневзвешенно за год)	литр/сутки	8
Лактационный период, дней		240

Категория	Цена за 1 кг живого веса, тг.	Средний живой вес (1-й головы), кг	Цена за 1 кг мяса	Средний вес 1 туши, кг
Коровы	595	420	1500	230
Телки старше 1 года	655	550	0	0
Телки до 1 года	655	160	0	0
Быки-производители	1200	700	0	0
Бычки старше 1 года	625	330	1500	180
Бычки до 1 года	625	180	0	0

4. Маркетинговый план

В Казахстане функционирует 81 племенной завод и хозяйства по разведению мясного скота, в том числе в области – 25 племенных хозяйств, из них 3 племенных завода. В этих формированиях сосредоточено 72 тыс. племенных животных, в том числе, 30 тыс. коров, что вполне обеспечивает потребности хозяйств-товаропроизводителей в получении необходимого для использования в воспроизводстве контингента быков. Однако спрос на маточное поголовье пока еще не удовлетворен, поскольку деятельность многих племенных хозяйств направлена на увеличение численности поголовья в собственных стадах, и они не располагают свехремонтными телками в достаточном количестве. В связи с этим необходимо дальнейшее расширение племенной базы. В республике насчитывается около 6,2 млн. голов крупного рогатого скота. По состоянию на 1 января 2020 г. в целом по республике увеличилось поголовье: - крупного рогатого скота – на 1,1% до 6 160,4 тыс. голов; - в том числе коров – на 2,3% до 2 778,8 тыс. голов; - птицы – на 1,1% до 33 036,3 тыс. голов.

Ведущее место в агропромышленном комплексе Алматинской области занимает животноводство. По сравнению с 2009 годом производство животноводческой продукции Создания фермы по разведению крупного рогатого скота для получения мяса 13 увеличилось на 10,4 %, а удельный вес в общем объеме валовой продукции сельского хозяйства достиг 53,5%. Основопологающим фактором в достижении названных показателей является созданная прочная кормовая база. В результате площадь кормовых культур достигла 214,8 тысячи гектаров, что составляет 23,7% от общей посевной площади. В расчёте на каждую условную голову заготовлено 13 центнеров

кормовых единиц. Наблюдается положительная тенденция в развитии скотоводства. За 2010 год численность крупного рогатого скота возросла на 1,4% и составила 819,1 тысячи голов, из них 371,1 тысячи голов мясного направления, или 45,4% от общего поголовья.

Ценообразование на скот подвержено влиянию следующих основных факторов: цикличность, сезонность производства и потребления мяса, погодные условия, болезни, потребление продуктов-заменителей, доходы населения, цены на энергоносители, государственное регулирование.

В целом по области выращивание скота и птицы ведут 4 590 сельхоз формирований, из них со средне - и крупно товарным производством - 177. Они производят 43% мясной продукции, а остальная часть приходится на личные подворья населения. Сейчас в области разведением крупного рогатого скота ведут 59 племенных хозяйств, в том числе 35 хозяйств разводят животных мясного направления. Основными конкурентами предприятия являются фермы по разведению КРС мясного и комбинированного направления.

В настоящее время в Казахстане основной упор делается на развитие животноводства. По данным Минсельхоза, экспортный потенциал Казахстана по продукции животноводства выше, чем возможности по экспорту зерна. Благоприятные климатические и экономические условия Казахстана, а также наличие больших площадей неиспользованных пастбищ обуславливают привлекательность данного сектора экономики и создают мотивацию для бизнеса по инвестированию. В связи с этим до 2015 года планируется создать сеть откормочных площадок хозяйств репродукторов и фермерских хозяйств по всей стране. Так, в ближайшие пять лет предстоит создать 60 откормочных площадок с общей мощностью 150 тыс. откормочных мест, 54 хозяйства – репродуктора по разведению и тиражированию племенного КРС мясного направления. С этой целью будет завезено порядка 72 тыс. голов скота зарубежной селекции. Кроме того, планируется создание сети фермерских хозяйств, специализирующихся на разведении мясного скота общей численностью более 300 тыс. маточного поголовья.

Необходимо позиционировать новое предприятие как одно из самых высокотехнологичных и современных животноводческих комплексов, предлагающего продукцию высокого качества в Казахстане. В начальный период, за 1-2 месяца до начала выпуска продукции необходимо провести мощную PR кампанию с размещением в центральной прессе статей о начале производства продукции животноводства и рекламу отечественного товаропроизводителя. Определить льготы по цене для первых оптовых покупателей и разместить PR статьи об этом в областных и республиканских газетах. Формирование спроса и стимулирование сбыта планируется исходя из следующих моментов:

- Выгодное месторасположение животноводческого комплекса;
- Относительно низкий уровень цен по сравнению с другими;
- Квалифицированный персонал;
- Современное оборудование;

- Реализация программ по стимулированию спроса.

Анализ потенциального сбыта

№	Наименование продукции	Стоимость реализуемой продукции за единицу в тенге	Возможные каналы сбыта	Местоположение производимую продукцию	Технические требования к продукции	Количество потенциальных потребителей продукции (целевая аудитория)
1	Мясная продукция	1500 тенге за кг	Возможные каналы сбыта с ТОО "Хладокомбинат"	Акмолинская обл, г.Кокшетау, Восточный проезд У-4.	Ветеринарная справка, разделка туши на 4 части, справка с Акимата	Население города Кокшетау в возрасте от 14 до 70 лет, 85 000 человек
2	Мясная продукция	1500 тенге за кг	Возможные каналы сбыта с ИП «Сулейменов»	Акмолинская обл, г.Кокшетау, ул. Сулейменова 3	Ветеринарная справка, разделка туши на 4 части, справка с Акимата	Население города Кокшетау в возрасте от 14 до 70 лет, 85 000 человек
3	Мясная продукция	1500 тенге за кг	Возможные каналы сбыта с физическим лицом Тусеев Айдос	Акмолинская обл, г.Кокшетау, ул. Сарыарка 3, кв 5	Ветеринарная справка, разделка туши на 4 части, справка с Акимата	Население города Кокшетау в возрасте от 14 до 70 лет, 85 000 человек
Дополнительная информация о сбыте			Имеется наложенные точки сбыта, основные ТОО "Хладокомбинат" и ИП Сулейменов ежегодно поставляю до 48 000 кг мяса.			

Покупательская способность потребителей

Среднемесячный доход 1 потенциального покупателя	131 600 тенге
Частота использования продукцией потенциальным покупателям в год	25 кг в год
Дополнительная информация о покупательской способности клиентов	В рамках маркетингового анализа произведен опрос десяти потенциальных покупателей, по данному анализу получена покупательская способность клиентов.

Наличие сырья

№	Возможные каналы покупки сырья?	Местоположение продавца	Виды сырья, приобретаемой для производства продукции	Цена в тенге и объем закупаемого сырья	Общий объем закупаемого сырья
1	КХ Темирлан	Акмолинская область, Зерендинский район, с. Кордыколь	Сено, зерно, ячмень	7000 тенге за тонну	40 тонн в год

Анализ потенциальных конкурентов

№	Потенциальные конкуренты	Вид реализуемого товара конкурентов	Местоположение конкурента	Цена реализации тенге за ед. продукции/ услуги	Объем производства в месяц
1	ИП «Лида»	Мясо говядины	Акмолинская область, г.Кокшетау	1800 т/кг	50 голов

			ул. Ташенова 55		
2	ИП «Джакупов»	Мясо говядины	Акмолинская обл г.Кокшетау ул.М Сагдиева 158	1800 т/кг	40 голов
3	ИП «Балгынбек»	Мясо говядины	Акмолинская область, г.Кокшетау ул.Кенесары 115	2000 т/кг	15 голов
Дополнительная информация о конкурентах		Непосредственно конкуренты находятся в одном населенном пункте, (животноводческая база), будет преимущество перед ними, в силу того, что в этом же населенном пункте имеется крупное крестьянское хозяйство с посевными площадями около 3000 га, и пастбищем 1000га, со всей необходимой спец техникой и оборудованием.			

Конкурентное преимущество и способы продвижения

Конкурентное преимущество бизнеса и способы продвижения продукции	Производимая продукция дешевле на 5- 10%. чем у конкурентов.
--	--

5. Техническое планирование

5.1 Технологический процесс

Мясное скотоводство — это разведение крупного рогатого скота, в котором коров не доят, телят выращивают на подсосе до отъема в возрасте шести-восьми месяцев, а свёрхремонтный молодняк после нагула и интенсивного откорма реализуют на мясо.

Метод использования коров для получения и выращивания телят на подсосе до отъема называют технологической операцией (системой) «корова-теленки».

Мясное скотоводство как отрасль имеет характерную особенность: получают только один вид продукции — скот для убоя на мясо в результате разведения мясных пород и их помесей.

Мясной скот разводят для производства высококачественной экологически чистой говядины (элитного мяса) и других полезных продуктов убоя, используемых для получения лекарственных и биологически активных веществ и препаратов сычужный фермент, адреналин, инсулин и др.).

В мясном скотоводстве требования к коровам и откормочному молодняку неодинаковы.

Мясной считают корову среднего размера, типичную для породы по типу телосложения, масти и другим признакам, молочностью 500-2000 кг за лактацию, с хорошими материнскими качествами, способную давать отел и выкармливать к отъему здорового теленка, с продуктивным долголетием 6—8 лет и более. Для скота мясных пород характерны широкая и глубокая грудь, заполненная мускулатурой лопаточная часть и поясница, длинные, широкие, с развитой мускулатурой спина и крестец, хорошо выполненные окорока (так называемые «штаны»). Откормочное животное должно обладать следующими свойствами:

- небольшая живая масса при рождении (30—40 кг) — это облегчает отелы коров;
- высокая энергия роста в подсосный период (850—1000 г и более) с достижением к отъему живой массы 280—300 кг,

- хорошие откормочные свойства молодняка при выращивании до тяжелых весовых кондиций (500—600 кг и более) в возрасте до 26—30 месяцев без излишнего ожирения;

- желательная туша: масса около 300 кг с колебаниями от 250 до 350 кг и более при убое в возрасте до трех лет, толщина жира на спине в области 12—13 ребра не более 9 мм, округлые формы, высокая полнотелость, выход туши не менее 55%, убойный выход 60% и более, отсутствие пороков мяса.

6. Реализация проекта

6.1 План реализации

Прогнозный Отчет движения денежных средств на период реализации проекта

Половозрастные группы	Возраст	Цена реализации (живой вес)	Цена реализации (в тушах)	Поголовье на начало года	Приход				Расход				Поголовье на конец	Итого
					Приплод	Перевод	Покупка	Итого	Реализация (живой вес)	Реализация (в тушах)	Пало	Перевод		
Коровы	старше 3	595	1500	70	0	0	30	30	2	0	0	0	2	98
Телки старше 1 года	старше 1	655	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Телки до 1 года	до 1	655	0	0	40	0	40	80	0	0	2	0	2	78
Быки-производители	старше 3	1200	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Бычки старше 1 года	старше 1	625	1500	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Бычки до 1 года	до 1	625	0	0	40	0	0	40	0	0	2	0	2	38

Половозрастные группы	Возраст	Цена реализации (живой вес)	Цена реализации (в тушах)	Поголовье на начало года	Приход				Расход				Поголовье на конец	Итого
					Приплод	Перевод	Покупка	Итого	Реализация (живой вес)	Реализация (в тушах)	Пало	Перевод		
Коровы	старше 3	595	1500	98	0	0	0	0	5	0	0	0	5	93
Телки старше 1 года	старше 1	655	0	0	0	78	0	78	0	0	0	0	0	78
Телки до 1 года	до 1	655	0	78	39	0	0	39	0	0	2	78	80	37
Быки-производители	старше 3	1200	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Бычки старше 1 года	старше 1	625	1500	0	0	38	0	38	0	0	0	0	0	38
Бычки до 1 года	до 1	625	0	38	39	0	0	39	0	0	2	38	40	37
Итого				214	78	116	0	194	5	0	4	116	125	283

Половозрастные группы	Возраст	Цена реализации (живой вес)	Цена реализации (в тушах)	Поголовье на начало года	Приход				Расход				Поголовье на конец	Итого
					приход	Перевод	Покупка	Итого	Реализация (живой вес)	Реализация (в тушах)	Пало	Перевод		
Коровы	старше 3	595	1500	93	0	78	0	78	5	0	0	0	5	166
Телки старше 1 года	старше 1	655	0	78	0	37	0	37	0	0	0	78	78	37
Телки до 1 года	до 1	655	0	37	37	0	0	37	0	0	2	37	39	35
Быки-производители	старше 3	1200	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Бычки старше 1 года	старше 1	625	1500	38	0	37	0	37	0	0	0	0	0	75
Бычки до 1 года	до 1	625	0	37	37	0	0	37	0	0	2	37	39	35
Итого				283	74	152	0	226	5	0	4	152	161	348

Половозрастные группы	Возраст	Цена реализации (живой вес)	Цена реализации (в тушах)	Поголовье на начало года	Приход				Расход				Поголовье на конец	Итого
					Приход	Перевод	Покупка	Итого	Реализация (живой вес)	Реализация (в тушах)	Пало	Перевод		
Коровы	старше 3	595	1500	166	0	37	0	7	10	0	0	0	10	193
Телки старше 1 года	старше 1	655	0	37	0	35	0	35	0	0	0	37	37	35
Телки до 1 года	до 1	655	0	35	66	0	0	66	0	0	3	35	38	63
Быки-производители	старше 3	1200	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Бычки старше 1 года	старше 1	625	1500	75	0	35	0	35	0	0	0	0	0	10

Бычки до 1 года	до 1	625	0	35	66	0	0	66	0	0	3	35	38	63
Итого				348	132	107	0	239	10	0	6	107	123	464

Половозрастные группы	Возраст	Цена реализации (живой вес)	Цена реализации (в тушах)	Поголовье на начало года	Приход				Расход				Поголовье на конец	Итого
					Приплод	Перевод	Покупка	Итого	Реализация (живой вес)	Реализация (в тушах)	Палло	Перевод		
Коровы	старше 3	595	1500	193	0	35	0	35	30	0	0	0	30	198
Телки старше 1 года	старше 1	655	0	35	0	63	0	63	0	0	0	35	35	63
Телки до 1 года	до 1	655	0	63	77	0	0	77	0	0	4	63	67	73
Быки-производители	старше 3	1200	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Бычки старше 1 года	старше 1	625	1500	110	0	63	0	63	0	0	0	0	0	173
Бычки до 1 года	до 1	625	0	63	77	0	0	77	0	0	4	63	67	73
Итого				464	154	161	0	315	30	0	8	161	199	580

7. Потребность в финансировании

Общие инвестиционные затраты по проекту включают в себя:

Инвестиции проекта, тыс. тг.

Расходы, тыс.тг.	2020
Инвестиции в основной капитал	11 900 000
Оборотный капитал	0
Всего	11 900 000

Финансирование проекта планируется осуществить как за счет собственных средств инициатора проекта, так и за счет заемного капитала.

Программа финансирования на 2020 г., тыс. тг.

Источник финансирования, тыс.тг.	Сумма	Доля
Собственные средства	6 800 000	58%
Заемные средства	5 100 000	42%
Всего	11 900 000	100%

Приняты следующие условия кредитования:

Поступления в виде займов (KZT)

Название	Дата	Сумма (KZT)	Срок	Ставка%
Кредит	01.2021	11 900 000	54 мес.	6

Условия кредитования

<i>Сумма кредита</i>	<i>11 900 000</i>
<i>Процентная ставка</i>	<i>6,00%</i>
<i>Срок кредита (кол-во месяцев)</i>	<i>54</i>
<i>Льготный период по ОД</i>	<i>6 мес.</i>
<i>Дата выдачи кредита</i>	<i>01.06.2020</i>
<i>Дата погашения кредита</i>	<i>01.06.2025</i>

Выплаты на погашение займов (KZT)

№ платежа	Дата погашения	Сумма кредита на начало периода	Основной долг	Проценты	Платеж за период	Сумма кредита на конец периода
1	01.01.2021	11 900 000,00	192 504.64	59 500,00	252 004.64	11 840 500,00
2	01.02.2021	11 707 495,36	193 467.16	58 537,48	252 004.64	11 648 957,88
3	01.03.2021	11 514 028,19	194 434.50	57 570,14	252 004.64	11 456 458,05
4	01.04.2021	11 319 593,70	195 406.67	56 597,97	252 004.64	11 262 995,73
5	01.05.2021	11 124 187,02	196 383.71	55 620,94	252 004.64	11 068 566,08
6	01.06.2021	10 927 803,32	197 365.62	54 639,02	252 004.64	10 873 164,30
7	01.07.2021	10 730 437,69	198 352.45	53 652,19	252 004.64	10 676 785,50
8	01.08.2021	10 532 085,24	199 344.21	52 660,43	252 004.64	10 479 424,81
9	01.09.2021	10 332 741,03	200 340.94	51 663,71	252 004.64	10 281 077,32
10	01.10.2021	10 132 400,09	201 342.64	50 662,00	252 004.64	10 081 738,09
11	01.11.2021	9 931 057,45	202 349.35	49 655,29	252 004.64	9 881 402,16
12	01.12.2021	9 728 708,10	203 361.10	48 643,54	252 004.64	9 680 064,56
13	01.01.2022	9 525 347,00	204 377.91	47 626,73	252 004.64	9 477 720,27

14	01.02.2022	9 320 969,09	205 399.80	46 604,85	252 004.64	9 274 364,24
15	01.03.2022	9 115 569,29	206 426.79	45 577,85	252 004.64	9 069 991,44
16	01.04.2022	8 909 142,50	207 458.93	44 545,71	252 004.64	8 864 596,79
17	01.05.2022	8 701 683,57	208 496.22	43 508,42	252 004.64	8 658 175,15
18	01.06.2022	8 493 187,35	209 538.70	42 465,94	252 004.64	8 450 721,41
19	01.07.2022	8 283 648,64	210 586.40	41 418,24	252 004.64	8 242 230,40
20	01.08.2022	8 073 062,25	211 639.33	40 365,31	252 004.64	8 032 696,94
21	01.09.2022	7 861 422,92	212 697.53	39 307,11	252 004.64	7 822 115,81
22	01.10.2022	7 648 725,39	213 761.01	38 243,63	252 004.64	7 610 481,76
23	01.11.2022	7 434 964,38	214 829.82	37 174,82	252 004.64	7 397 789,56
24	01.12.2022	7 220 134,56	215 903.97	36 100,67	252 004.64	7 184 033,89
25	01.01.2023	7 004 230,59	216 983.49	35 021,15	252 004.64	6 969 209,44
26	01.02.2023	6 787 247,10	218 068.41	33 936,24	252 004.64	6 753 310,86
27	01.03.2023	6 569 178,70	219 158.75	32 845,89	252 004.64	6 536 332,81
28	01.04.2023	6 350 019,95	220 254.54	31 750,10	252 004.64	6 318 269,85
29	01.05.2023	6 129 765,41	221 355.81	30 648,83	252 004.64	6 099 116,58
30	01.06.2023	5 908 409,59	222 462.59	29 542,05	252 004.64	5 878 867,54
31	01.07.2023	5 685 947,00	223 574.91	28 429,74	252 004.64	5 657 517,26
32	01.08.2023	5 462 372,09	224 692.78	27 311,86	252 004.64	5 435 060,23
33	01.09.2023	5 237 679,31	225 816.24	26 188,40	252 004.64	5 211 490,91
34	01.10.2023	5 011 863,07	226 945.33	25 059,32	252 004.64	4 986 803,75
35	01.11.2023	4 784 917,74	228 080.05	23 924,59	252 004.64	4 760 993,15
36	01.12.2023	4 556 837,69	229 220.45	22 784,19	252 004.64	4 534 053,50
37	01.01.2024	4 327 617,24	230 366.55	21 638,09	252 004.64	4 305 979,15
38	01.02.2024	4 097 250,68	231 518.39	20 486,25	252 004.64	4 076 764,43

39	01.03.2024	3 865 732,30	232 675.98	19 328,66	252 004.64	3 846 403,64
40	01.04.2024	3 633 056,32	233 839.36	18 165,28	252 004.64	3 614 891,04
41	01.05.2024	3 399 216,96	235 008.56	16 996,08	252 004.64	3 382 220,88
42	01.06.2024	3 164 208,40	236 183.60	15 821,04	252 004.64	3 148 387,36
43	01.07.2024	2 928 024,80	237 364.52	14 640,12	252 004.64	2 913 384,68
44	01.08.2024	2 690 660,29	238 551.34	13 453,30	252 004.64	2 677 206,99
45	01.09.2024	2 452 108,95	239 744.10	12 260,54	252 004.64	2 439 848,41
46	01.10.2024	2 212 364,85	240 942.82	11 061,82	252 004.64	2 201 303,03
47	01.11.2024	1 971 422,03	242 147.53	9 857,11	252 004.64	1 961 564,92
48	01.12.2024	1 729 274,50	243 358.27	8 646,37	252 004.64	1 720 628,13
49	01.01.2025	1 485 916,23	244 575.06	7 429,58	252 004.64	1 478 486,65
50	01.02.2025	1 241 341,18	245 797.94	6 206,71	252 004.64	1 235 134,47
51	01.03.2025	995 543,24	247 026.92	4 977,72	252 004.64	990 565,52
52	01.04.2025	748 516,32	248 262.06	3 742,58	252 004.64	744 773,74
53	01.05.2025	500 254,26	249 503.37	2 501,27	252 004.64	497 752,99
54	01.06.2025	250 750,89	250 750.89	1 253,75	252 004.64	249 497,14
		Итого	11 900 000,01	1 708 250,62	13 608 250,56	

8. Эффективность проекта

8.1 Расчет прибыли и убытков

Чистый дисконтированный доход (NPV) и индекс прибыльности (PI)

Чистый дисконтированный доход (NPV)	3 591 031
Индекс прибыльности (PI)	2,3%

Налоги

Налоги, принятые в расчетах, соответствуют действующему законодательству по налогообложению юридических лиц в РК, льгот нет. Предполагается работа по упрощенной схеме на основании свидетельства индивидуального предпринимателя с выплатой всех видов налогов в размере 3 % от общего оборота. Кроме этого, предполагается выплаты с данного

предпринимателя всех налогов и расходов начисляемых на зарплату сотрудников.

Виды налогов и платежей	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год
ИПН	0	0	0	219000	219000
Социальный налог	0	0	0	159156	159156
ООСМС	60000	60000	60000	60000	60000
ОПВ	300000	300000	300000	300000	300000
СО	94500	94500	94500	94500	94500
ВОСМС	30000	30000	30000	30000	30000
Итого	484500	484500	484500	862656	862656

Общие затраты по проекту включают в себя

Расходы, тыс.тг.	Шт	Кол-во	Цены	Сумма
Телки до 1 года	голов	40	160000	6 400 000
Коровы	голов	30	160000	4 800 000
Корма	тонна	14	50000	700 000
Всего				11 900 000

План по персоналу

Должность	Кол-во	Зарплата	Платежи
Пастух	1	100 000 тенге	Ежемесячно, весь проект
Доярка	2	75 000 тенге	Ежемесячно, весь проект
Итого	3	250 000 тенге	

9. Социально-экономическое воздействие

9.1 Социально-экономическое значение проекта

При реализации проекта предусмотрено решение следующих задач:

- созданию 3 новых рабочих мест, что позволит работникам получать стабильный доход;
- обеспечение молочными продуктами население
- поступлению в бюджет области 860 000 тыс. тенге налогов и других отчислений.

БИЗНЕС-ПЛАН

РАЗРАБОТКА МОБИЛЬНОГО ПРИЛОЖЕНИЕ



СОДЕРЖАНИЕ

Резюме	3
Введение.....	3
1. Концепция проекта	4
2. Описание продукта (услуги)	4
3. Программа производства	5
4. Маркетинговый план	5
4.1 Описание рынка услуги	5
4.2 Ситуационный анализ (SWOT).....	8
5. Техническое планирование.....	9
5.1 Оборудование и инвентарь (техника)	9
6. Реализация проекта	10
6.1 План реализации	10
8. Эффективность проекта.....	13
8.1 Расчет прибыли и убытков	13
9. Социально-экономическое воздействие	15
9.1 Социально-экономическое значение проекта.....	15

Резюме

Инициатор проекта планирует разработку мобильного приложения. Разместить бизнес планируется в г. Нур-Султан помещении, соответствующий всем нормам и требованиям РК.

Целью деятельности предприятия является извлечение дохода для улучшения материального благосостояния его участника.

Целевой группой планируемого предприятия будут являться потребители услуг – население области и близлежащих районов.

Планируется приобретение оборудования в офис.

Общие инвестиционные затраты по проекту включают в себя:

Расходы, тыс.тг.	2020
Инвестиции в основной капитал	19 950 000
Оборотный капитал	0
Всего	19 950 000

Финансирование проекта планируется осуществить за счет заемного капитала.

Источник финансирования, тыс.тг.	Сумма	Доля
Собственные средства	0	100%
Заемные средства	19 950 000	0%
Всего	19 950 000	100%

Приняты следующие условия кредитования:

Валюта кредита	тенге
Процентная ставка, годовых	6%
Срок погашения, лет	5
Выплата процентов и основного долга	ежемесячно
Льготный период погашения процентов, мес.	9
Льготный период погашения основного долга, мес.	8
Тип погашения основного долга	Аннуитет

Введение

Мобильное приложение — это программное обеспечение, специально разработанное под конкретную мобильную платформу (iOS, Android, Windows Phone и т. д.). Предназначено для использования на смартфонах, планшетах, умных часах и других мобильных устройствах.

Мобильные приложения пишутся на языках программирования высокого уровня, а затем компилируются в машинный код операционной системы для получения максимальной производительности. Разработка приложений имеет свои особенности: мобильные устройства работают от батареи и

комплекуются менее производительными процессорами, чем персональные компьютеры. Кроме того, современные смартфоны и планшеты повсеместно оснащены дополнительными устройствами, такими как гироскопы, акселерометры и фотокамеры, дающими уникальные возможности для расширения функционала приложения.

Обычно мобильные устройства продаются уже с некоторыми предустановленными приложениями. Остальные по желанию пользователя можно скачать (как платно, так и бесплатно) на специализированных сервисах: Apple AppStore, Google Play, Windows Phone Store и других. Первые магазины приложений, такие как Apple AppStore и Android Market, ставший впоследствии Google Play, появились в 2008 году. Спустя два года Американское диалектическое общество назвало термин «приложение» словом года.

1. Концепция проекта

Концепция проекта предусматривает разработку мобильного приложения.

Целью деятельности предприятия является извлечение дохода для улучшения материального благосостояния его участника.

Основными видами услуги будет являться разработка мобильного приложения.

Целевой группой планируемого приложения будут являться потребители услуг – население.

Преимущества предоставляемых услуг:

-интерактивность (интеграцией с социальными сетями) и персонализация контента;

- приемлемые цены на оказываемые услуги;

- удобство в использовании и лучшая адаптация под мобильные устройства.

Данный бизнес – план не является окончательным вариантом руководства к действию, а показывает лишь потенциальную возможность развития такой бизнес – идеи. Поэтому при реализации настоящего проекта возможно изменение исходных параметров проекта. Следует более подробно раскрыть конкурентные преимущества предоставляемой услуги, а также отличительные особенности приобретаемого оборудования.

2. Описание продукта (услуги)

В рамках настоящего проекта планируется разработка мобильного приложения, направленную на удовлетворение потребности клиентов.

Мобильное приложение — программное обеспечение, предназначенное для работы на смартфонах, планшетах и других мобильных устройствах, разработанное для конкретной платформы (iOS, Android, Windows Phone и т. д.). Многие мобильные приложения предустановлены на самом устройстве или могут быть загружены на него из онлайн-магазинов приложений, таких как App Store, Google Play, и других, бесплатно или за плату.

Первоначально мобильные приложения использовались для быстрой проверки электронной почты, но их высокий спрос привел к расширению их назначений и в других областях, таких как игры для мобильных телефонов и GPS, общение, просмотр видео и пользование интернетом.

Этот термин стал очень популярным с 2007 года, и в 2010 году был внесен в список «Слова года» Американского диалектического общества^[2].

Рынок мобильных приложений сегодня очень развит и неуклонно растет. Согласно прогнозам Statista, в 2020 году валовой годовой доход в отрасли мобильных приложений превысит \$189 млрд^[3].

Мобильные приложения пишутся на различных языках программирования (Java; PHP/JavaScript; ActionScript; Swift и Objective-C). В процессе создания приложение проходит несколько этапов.

Первый этап: Определить, для чего нужно приложение и какие задачи оно будет выполнять.

Второй этап: Проектирование и дизайн.

Третий этап: Процесс разработки.

Четвертый этап: Тестирование.

Пятый этап: Мониторинг.

3. Программа производства

Планируемая программа производства по годам

Наименование продукции, работы, услуги	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	6 год	Итого
Подписка на месяц	5606	13455	13455	13455	13455	7849	67275
Подписка на 3 месяца	2708	6500	6500	6500	6500	3792	32500
Подписка на 6 месяцев	1250	3000	3000	3000	3000	1750	15000
Подписка 12 месяцев	1042	2500	2500	2500	2500	1458	12500

Формирование цен основано на рыночных ценах и полной себестоимости предоставляемой услуги.

Планируемые цены на продукцию

Наименование	Цена реализации, тенге	Годовой объем продаж, ед
Подписка на месяц	5000	13455
Подписка на 3 месяца	12000	6500
Подписка на 6 месяцев	25000	3000
Подписка 12 месяцев	45000	2500

4. Маркетинговый план

4.1 Описание рынка услуги

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.

Рынок мобильных приложений растет в геометрической прогрессии и Казахстан не исключение. Среднее количество скачиваний одного приложения в стране превышает 50 000. По прогнозам специалистов мобильные приложения в дальнейшем могут составить весомую конкуренцию интернет-сайтам и телевидению. Сейчас в основном их активно используют банки, государственные структуры, рестораны, такси, СМИ и другие крупные организации. Но в большинстве случаев – это инструмент для рекламы и повышения имиджа компании, нежели дополнительный способ заработка. Продавать за деньги у нас в стране их еще не научились.

Выходя из дома, мы обязательно берем с собой три вещи: ключи от дома, кошелек с документами и наличными деньгами и конечно же смартфон, который заменяет записную книжку, ежедневник, а порой и компьютер. В США, 67% пользователей используют смартфон, чтобы выходить в интернет каждый день, и большинство никогда не выйдут из дома без своего телефона. Аналогичная ситуация и в Казахстане. Соответственно если раньше контакт с клиентом шел в основном через интернет по средствам переписки – рассылки или сайт, то сегодня есть возможность контактировать с ним хоть 24 часа в сутки. Главное попасть в его смартфон или планшет. Разработав собственное мобильное приложение, у крупной компании или представителя малого бизнеса, появляется дополнительный инструмент связи с клиентом. Но что бы оно работало и в дальнейшем приносило прибыль, приложение должно решать ряд задач актуальных для пользователя.

1. Через него подписчик должен получать сервис или уникальные данные или же результаты, которые он не может получить через любой другой канал коммуникаций.

2. Мобильное приложение должно работать стабильно. Доступ к нему должен быть в любое время суток.

3. Удобно в использовании.

4. Быть коммерчески выгодным.

Говоря простым языком, мобильное приложение можно использовать для уведомления своих клиентов о новых акциях, предлагать им скидочные купоны, они смогут заказать товар или услугу, посмотреть цены и сделать заказ. Ярким и успешным примером использования мобильных приложений в нашей стране можно считать KolesaKZ. Количество скачиваний превысило 1 миллион пользователей. Приложение имеет как «бесплатный» так и «платный» контент и позволяет связаться с владельцем продаваемого авто, или же выставить свою машину на продажу, поместить фото сделанное телефоном, причем, не выходя из приложения. Еще одним выгодным ресурсом можно по праву считать недавно стартовавший сервис по заказу такси в городах Алматы и Астана. Разработчики зарабатывают в этом случае на том что сводят заказчика и водителя такси, взимая за это процент.

Это, что касается заработка при помощи мобильного приложения. Но ведь можно заработать еще и на самом мобильном приложении.

1. Размещать чужую рекламу. При внушительной цифре на счетчике скачиваний, рекламодатели охотно платят за присутствие своей рекламы в вашем приложении.

2. Платное скачивание. В том же App Store или Google Play, есть категории платных и бесплатных приложений. Вопрос в том, сможете ли вы предоставить потребителю на столько важную для него информацию, за которую он будет готов расстаться с деньгами.

3. Оптимальный вариант – платная и бесплатная версия. Бесплатная версия – это урезанный вариант приложения. Он распространяется бесплатно. Если потребитель хочет расширить возможности, то он платит за расширенную. Таким же образом можно раздавать пробную версию, которая активна определенный промежуток времени. По его истечению, необходимо купить платную.

В заключении стоит сказать еще раз, что в будущем, львиную долю заработка будут приносить мобильные приложения. Связано это с увеличением продаж телефонов, смартфонов и доступностью выхода во всемирную сеть у большего количества людей.

Анализ Потенциального сбыта

№	Наименование услуг	Стоимость оказываемой услуги за единицу в тенге	Возможные каналы сбыта	Местоположение предоставления услуги	Количество потенциальных потребителей услуги (целевая аудитория)
1	Подписка к мобильному приложению	5000 тенге	Возможное оказание услуг ИП Халибекова А.Т	г.Нур-Султан ул. Петрова 19/1	Потенциальными потребителями считаются 66657 субъекта МСБ г.Нур-Султан
2	Подписка к мобильному приложению	15000 тенге	Возможное оказание услуг с интернет-магазином по продаже обуви Ип Rokkies	г.Нур-Султан ул. Петрова 19/1	Потенциальными потребителями считаются 66657 субъекта МСБ г.Нур-Султан
3	Подписка к мобильному приложению	5000 тенге	Возможное оказание услуг с ИП Далабаева А.Д.	г.Нур-Султан ул. Петрова 19/1	Потенциальными потребителями считаются 66657 субъекта МСБ г.Нур-Султан
Дополнительная информация о сбыте		Возможное оказание услуг ИП Кумаров Н.Н			

Покупательская способность потребителей

Среднемесячный доход 1 потенциального покупателя	Средний доход потенциального покупателя 196922 тенге
Частота использования услугой потенциальным покупателям в год	Потенциальный покупатель пользуется продукцией 12 раз в год

Дополнительная информация о покупательской способности клиентов	В Нур-Султане согласно официальной статистике зарегистрировано 167 183 субъекта малого и среднего бизнеса: 68 483 юридических лица, 98 364 индивидуальных предпринимателя и 336 крестьянских хозяйств.
--	--

Локация точки предоставления услуг

Местоположение точки предоставления услуг	г. Нур-Султан ул. Петрова 19/1
Преимущество локации	Штаб-квартира будет находится в городе Нур-султан. Для проекта это лучший вариант поскольку здесь находится Технопарк стартапов Astana HUB. Когда получаешь доступ и становишься их участником, то тебе предоставляют налоговые льготы на оплату труда и привлечение иностранной рабочей силы.
Дополнительная информация о локации	Проект основан на том, чтобы минимизировать контакты людей и гос. органов и позволяя автоматизировать бюрократические процедуры, экономя время и ресурсы обоих.

Анализ потенциальных конкурентов

№	Потенциальные конкуренты	Вид предоставляемых услуг конкурентов	Местоположение конкурента	Цена реализации тенге за ед. продукции/услуги
1	ТОО «ITsheff.kz»	1с бизнес старт предоставляется для ведения бухгалтерской отчетности малому и среднему бизнесу	Казахстан Караганда, пр. Строителей 4, оф.210	15000 тенге
2	Salykmaster.kz	Эта компания предоставляет бухгалтерские услуги по средствам своего приложения.	г. Алматы ул Розыбакиева 173/24	9000 тг
3	ООО «Моё дело»	ООО Мое дело предоставляет услуги по ведению бухгалтерской деятельности через собственный сайт	г.Москва Ленинградский проспект дом 31А	Цена от 5000 тенге в месяц до 85000 тенге
Дополнительная информация о конкурентах			На рынке СНГ основным конкурентом являются две компании "Мое дело" и "1С предприятие"	

Конкурентное преимущество и способы продвижения

Конкурентное преимущество бизнеса и способы продвижения услуг	На рынке СНГ основным конкурентом являются две компании "Мое дело" и "1С предприятие" Мобильное приложение Finzeo Inc будет давать возможность осуществления бухгалтерской деятельности клиента без найма бухгалтера в штат. Тем самым экономя время и деньги клиента.
--	--

4.2 Ситуационный анализ (SWOT)

SWOT-анализ позволяет нам определить причины эффективной или неэффективной работы предприятия на рынке, это сжатый анализ маркетинговой информации, на основании которого можно сделать вывод о том, в каком направлении предприятие должна развивать свой хозяйственную деятельность и в конечном итоге определить полученные ресурсы по сегментам.

Результатом анализа является разработка маркетинговой стратегии. Для стратегической перспективы, созданных в ходе реализации проекта, особенно значимы сильные стороны, так как они являются основой стратегии для достижения конкурентных преимуществ. В то же время хорошая стратегия требует анализа слабых сторон, для разработки мероприятий по их укреплению или устранению.

При анализе ситуации рынка и потенциала создаваемого предприятия были определены следующие сильные и слабые стороны проекта.

Сильные стороны услуг	Благоприятные факторы ситуации
- индивидуальный подход к каждому заказу и клиенту; - для каждого клиента и разрабатывается оптимальное мобильное приложение;	- мобильные приложения пользуются постоянным спросом у клиентов - быстрая окупаемость проекта
Слабые стороны услуг	Неблагоприятные факторы ситуации и риски
- отсутствие рекламы	- конкуренция на рынке; - форс-мажор;

5. Техническое планирование

5.1 Оборудование и инвентарь (техника)

Перечень необходимого оборудования

Направление использования средств	Кол-во	Цена	Сумма всего (тенге)	В том числе (тенге): За счет займа/ За счет собств. средств
Разработка мобильного приложения	1	12 000 000	12 000 000	За счет займа
Аренда сервера (6 месяцев)	6	75 000	450 000	За счет займа
Аренда помещения (6 месяцев)	6	150 000	900 000	За счет займа
Закупка системных блоков	5	400 000	2 000 000	За счет займа
Реклама (6 месяцев)	6	400 000	2 400 000	За счет займа
Заработная плата сотрудникам	6	200 000	1 200 000	За счет займа
Закупка оборудования в офис	1	1 000 000	1 000 000	За счет займа
Итого			19 950 000	

6. Реализация проекта

6.1 План реализации

Прогнозный Отчет движения денежных средств на период реализации проекта

	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	6 год
Денежные средства на начала периода	-	83312115	22609560 2	37119322 5	50625359 9	64131397 2
Продукция	13865625	33277500	33277500	33277500	33277500	19411875
Семейные доходы	750000	1800000	1800000	1800000	1800000	1050000
Всего приток от операционной деятельности	13940625 0	33457500 0	33457500 0	33457500 0	33457500 0	19516875 0
Аренда помещения	750000	1800000	1800000	1800000	1800000	1050000
Аренда сервера	275000	660000	660000	660000	660000	385000
Коммунальные расходы	100000	240000	240000	240000	240000	140000
Расходники офисные	125000	300000	300000	300000	300000	175000
Себестоимость	75152085	18036500 4	18036500 4	18036500 4	18036500 4	10521291 9
Фонд оплаты труда	3000000	3000000	3000000	3000000	3000000	3000000
Семейные расходы	500000	1200000	1200000	1200000	1200000	700000
Всего отток от операционной деятельности	7704413	18484910	18484910	18484910	18484910	10780496
Чистый поток от операционной деятельности	62362115	14972589 6	14972589 6	14972589 6	14972589 6	87363781
Собственные средства	-	-	-	-	-	-
За счет займа	1000000	-	-	-	-	-
Всего приток от инвестиц. деятельности	1000000	-	-	-	-	-
Всего отток от инвестиц. деят-ти	-	-	-	-	-	-
Чистый поток от инвестиц. деят-ти	1000000	-	-	-	-	-

Получение кредита на инвестиции	19950000	0	0	0	0	0
Всего приток от фин. деятельности	19950000	0	0	0	0	0
Выплата вознаграждения	0	1570812	769741	531755	279091	39963
Основной долг	0	5371597	3858532	4096517	4349182	2274173
Налоги	484500	484500	484500	862656	862656	862656
Всего отток от фин. деятельности	0	694240	462827	1466552	1466552	816919
Чистый поток от фин. деятельности	19950000	-6942409	-4628273	-	-	-8169199
Изменения за период	83312115	142783487	145097623	135060374	135060373	79194582
Конечная наличность	83312115	226095602	371193225	506253599	641313972	720508554

7. Потребность в финансировании

Общие инвестиционные затраты по проекту включают в себя:

Инвестиции проекта, тыс. тг.

Расходы, тыс.тг.	2020
Инвестиции в основной капитал	19 950 000
Оборотный капитал	0
Всего	19 950 000

Финансирование проекта планируется осуществить как за счет собственных средств инициатора проекта, так и за счет заемного капитала.

Программа финансирования на 2020 г., тыс. тг.

Источник финансирования, тыс.тг.	Сумма	Доля
Собственные средства	0	0%
Заемные средства	19 950 000	100%
Всего	19 950 000	100%

Приняты следующие условия кредитования:

Поступления в виде займов (KZT)

Название	Дата	Сумма	Срок	Ставка
		(KZT)		%
Кредит	01.2021	19 950 000	60 мес.	6

Условия кредитования

Сумма кредита	19 950 000
Процентная ставка	6,00%
Срок кредита (кол-во месяцев)	54
Льготный период по ОД	6 мес.
Дата выдачи кредита	01.06.2020
Дата погашения кредита	01.06.2026

Выплаты на погашение займов (KZT)

Период	Дата погашения	Кредит	Проценты	Остаток	В месяц
1	01.01.2021	285 939,39	99 750,00	19 950 000,00	385 689,39
2	01.02.2021	287 369,09	98 320,30	19 664 060,61	385 689,39
3	01.03.2021	288 805,93	96 883,46	19 376 691,52	385 689,39
4	01.04.2021	290 249,96	95 439,43	19 087 885,59	385 689,39
5	01.05.2021	291 701,21	93 988,18	18 797 635,63	385 689,39
6	01.06.2021	293 159,72	92 529,67	18 505 934,41	385 689,39
7	01.07.2021	294 625,52	91 063,87	18 212 774,70	385 689,39
8	01.08.2021	296 098,64	89 590,75	17 918 149,18	385 689,39
9	01.09.2021	297 579,14	88 110,25	17 622 050,53	385 689,39
10	01.10.2021	299 067,03	86 622,36	17 324 471,40	385 689,39
11	01.11.2021	300 562,37	85 127,02	17 025 404,36	385 689,39
12	01.12.2021	302 065,18	83 624,21	16 724 841,99	385 689,39
13	01.01.2022	303 575,51	82 113,88	16 422 776,81	385 689,39
14	01.02.2022	305 093,38	80 596,01	16 119 201,31	385 689,39
15	01.03.2022	306 618,85	79 070,54	15 814 107,92	385 689,39
16	01.04.2022	308 151,95	77 537,45	15 507 489,07	385 689,39
17	01.05.2022	309 692,70	75 996,69	15 199 337,13	385 689,39
18	01.06.2022	311 241,17	74 448,22	14 889 644,42	385 689,39
19	01.07.2022	312 797,37	72 892,02	14 578 403,25	385 689,39
20	01.08.2022	314 361,36	71 328,03	14 265 605,88	385 689,39
21	01.09.2022	315 933,17	69 756,22	13 951 244,52	385 689,39
22	01.10.2022	317 512,83	68 176,56	13 635 311,35	385 689,39
23	01.11.2022	319 100,40	66 588,99	13 317 798,52	385 689,39
24	01.12.2022	320 695,90	64 993,49	12 998 698,12	385 689,39
25	01.01.2023	322 299,38	63 390,01	12 678 002,22	385 689,39
26	01.02.2023	323 910,88	61 778,51	12 355 702,84	385 689,39
27	01.03.2023	325 530,43	60 158,96	12 031 791,96	385 689,39
28	01.04.2023	327 158,08	58 531,31	11 706 261,53	385 689,39
29	01.05.2023	328 793,87	56 895,52	11 379 103,45	385 689,39
30	01.06.2023	330 437,84	55 251,55	11 050 309,58	385 689,39
31	01.07.2023	332 090,03	53 599,36	10 719 871,73	385 689,39
32	01.08.2023	333 750,48	51 938,91	10 387 781,70	385 689,39
33	01.09.2023	335 419,23	50 270,16	10 054 031,22	385 689,39
34	01.10.2023	337 096,33	48 593,06	9 718 611,99	385 689,39
35	01.11.2023	338 781,81	46 907,58	9 381 515,65	385 689,39

36	01.12.2023	340 475,72	45 213,67	9 042 733,84	385 689,39
37	01.01.2024	342 178,10	43 511,29	8 702 258,12	385 689,39
38	01.02.2024	343 888,99	41 800,40	8 360 080,02	385 689,39
39	01.03.2024	345 608,44	40 080,96	8 016 191,03	385 689,39
40	01.04.2024	347 336,48	38 352,91	7 670 582,60	385 689,39
41	01.05.2024	349 073,16	36 616,23	7 323 246,12	385 689,39
42	01.06.2024	350 818,53	34 870,86	6 974 172,96	385 689,39
43	01.07.2024	352 572,62	33 116,77	6 623 354,43	385 689,39
44	01.08.2024	354 335,48	31 353,91	6 270 781,81	385 689,39
45	01.09.2024	356 107,16	29 582,23	5 916 446,33	385 689,39
46	01.10.2024	357 887,69	27 801,70	5 560 339,17	385 689,39
47	01.11.2024	359 677,13	26 012,26	5 202 451,48	385 689,39
48	01.12.2024	361 475,52	24 213,87	4 842 774,35	385 689,39
49	01.01.2025	363 282,90	22 406,49	4 481 298,83	385 689,39
50	01.02.2025	365 099,31	20 590,08	4 118 015,93	385 689,39
51	01.03.2025	366 924,81	18 764,58	3 752 916,62	385 689,39
52	01.04.2025	368 759,43	16 929,96	3 385 991,81	385 689,39
53	01.05.2025	370 603,23	15 086,16	3 017 232,38	385 689,39
54	01.06.2025	372 456,24	13 233,15	2 646 629,15	385 689,39
55	01.07.2025	374 318,53	11 370,86	2 274 172,91	385 689,39
56	01.08.2025	376 190,12	9 499,27	1 899 854,38	385 689,39
57	01.09.2025	378 071,07	7 618,32	1 523 664,26	385 689,39
58	01.10.2025	379 961,42	5 727,97	1 145 593,19	385 689,39
59	01.11.2025	381 861,23	3 828,16	765 631,77	385 689,39
60	01.12.2025	383 770,54	1 918,85	383 770,54	385 689,39
	Итого				23 141 363,40

8. Эффективность проекта

8.1 Расчет прибыли и убытков

Показатели рентабельности

	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	6 год
Выручка	13865625	33277500	33277500	33277500	33277500	19411875
	0	0	0	0	0	0
Продукция	13865625	33277500	33277500	33277500	33277500	19411875
Себестоимость	76544135	18364910	18364910	18364910	18364910	10710496
		4	4	4	4	9
Аренда помещения	750000	1800000	1800000	1800000	1800000	1050000
Аренда сервера	275000	660000	660000	660000	660000	385000
Коммунальные расходы	100000	240000	240000	240000	240000	140000
Расходники офисные	125000	300000	300000	300000	300000	175000
Себестоимость	75152085	18036500	18036500	18036500	18036500	10521291
		4	4	4	4	9
Фонд оплаты	3000000	3000000	3000000	3000000	3000000	3000000

труда						
Валовая прибыль	62112115	149125896	149125896	149125896	149125896	87013781
Налоги	484500	484500	484500	862656	862656	484500
Прибыль после налогов	62112115	149125896	149125896	139142646	139142646	81190218
Оплата вознаграждения	0	1570812	769741	531755	279091	39963
Чистая прибыль	62112115	147555084	148356155	138610891	138863555	81150255
Рентабельность	45%	44%	45%	42%	42%	42%

Чистый дисконтированный доход (NPV) и индекс прибыльности (PI)

Чистый дисконтированный доход (NPV)	23 113 013
Индекс прибыльности (PI)	2,16%

Налоги

Налоги, принятые в расчетах, соответствуют действующему законодательству по налогообложению юридических лиц в РК, льгот нет. Предполагается работа по упрощенной схеме на основании свидетельства индивидуального предпринимателя с выплатой всех видов налогов в размере 3 % от общего оборота. Кроме этого, предполагается выплаты с данного предпринимателя всех налогов и расходов начисляемых на зарплату сотрудников.

Виды налогов и платежей	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	6 год
ИПН	0	0	0	219000	219000	
Социальный налог	0	0	0	159156	159156	
ООСМС	60000	60000	60000	60000	60000	
ОПВ	300000	300000	300000	300000	300000	
СО	94500	94500	94500	94500	94500	
ВОСМС	30000	30000	30000	30000	30000	
Итого	484500	484500	484500	862656	862656	

План по персоналу

Должность	Кол-во	Зарплата	Платежи
Программист	1	250 000 тенге	Ежемесячно, весь проект
Итого	1	250 000 тенге	

Общие затраты по проекту включают в себя

Расходы, тыс.тг.	2020 г.
-------------------------	----------------

Маркетинг	950 000
Покупка орг.техники	4 000 000
ФОТ	15 000 000
Всего	19 950 000

9. Социально-экономическое воздействие

9.1 Социально-экономическое значение проекта

С экономической точки зрения проект будет способствовать:

- созданию 1 рабочего места, что позволит работникам получать стабильный доход;
- поступлению в бюджет 16,6 млн. тенге налогов и других отчислений.

Восточно-Казахстанская область
район Алтай
город Алтай

БИЗНЕС-ПЛАН

СДАЧА ДОМИКОВ ОТДЫХА В АРЕНДУ ПОСУТОЧНО НА БАЗЕ ОТДЫХА



2020 год

СОДЕРЖАНИЕ

Резюме.....	3
Введение.....	3
1. Концепция проекта.....	4
2. Описание продукта (услуги).....	5
3. Программа производства.....	5
4. Маркетинговый план.....	6
4.1 Описание рынка продукции (услуги).....	6
5. Техническое планирование.....	9
5.1 Технологический процесс.....	9
6. Реализация проекта.....	9
6.1 План реализации.....	9
7. Потребность в финансировании.....	11
8. Эффективность проекта.....	13
8.1 Расчет прибыли и убытков.....	13
9. Социально-экономическое воздействие.....	15
9.1 Социально-экономическое значение проекта	15

Резюме

Инициатор проекта планирует сдачу домиков отдыха в аренду посуточно на базе отдыха. Разместить бизнес планируется в черте города Алтай Восточно-Казахстанской области, помещении соответствующий всем нормам и требованиям РК.

Целью деятельности предприятия является извлечение дохода для улучшения материального благосостояния его участника.

Целевой группой планируемого предприятия будут являться потребители услуг – население области и близлежащих районов.

Планируется открытие баз отдыха и сдача домиков отдыха в аренду посуточно.

Общие инвестиционные затраты по проекту включают в себя:

Расходы, тыс.тг.	2020
Инвестиции в основной капитал	12 000 000
Оборотный капитал	0
Всего	12 000 000

Финансирование проекта планируется осуществить как за счет собственных средств инициатора проекта, так и за счет заемного капитала.

Источник финансирования, тыс.тг.	Сумма	Доля
Собственные средства	0	0%
Заемные средства	12 000 000	100%
Всего	12 000 000	100%

Приняты следующие условия кредитования:

Валюта кредита	тенге
Процентная ставка, годовых	4%
Срок погашения, лет	7,0
Выплата процентов и основного долга	ежемесячно
Льготный период погашения процентов, мес.	9
Льготный период погашения основного долга, мес.	6
Тип погашения основного долга	равными долями

Введение

Туризм – это не только турфирмы, отели и базы отдыха. Это еще и общепит, и транспорт, и сотовая связь. С тем, что туристическим объектам в стране катастрофически не хватает соответствующей международным стандартам туристической инфраструктуры, согласны и в комитете индустрии туризма министерства культуры и спорта. Также среди проблем здесь называют «сезонность спроса и низкую вовлеченность местного населения в бизнес процессы отрасли».

Вместе тем статистика показывает, что внутренних туристов с каждым годом становится все больше: в 2016 году туристические объекты посетили 9,7 млн внутренних туристов; этот показатель выше результатов предыдущих 2015 и 2014 годов на 16,8% и 38,6% соответственно. Наибольшей популярностью в 2016 году пользовались курортные зоны Алматы (236,6 тыс. посетителей), Щучинско-Боровская курортная зона (127,3 тыс. посетителей) и озеро Алаколь (96,2 тысяч посетителей). К популярным местам можно также отнести национальные природные парки Иле-Алатау, Баянаул и Кокшетау; побережье Балхаша и религиозные памятники в Южном Казахстане и Мангистау.

Основное предназначение туристической базы отдыха – это создание для людей условий для отдыха, восстановления сил, а также укрепления здоровья. Здесь человек сможет отдохнуть от городского шума, насладиться живописной природой и тому подобное.

К целевой аудитории баз отдыха и загородных клубов относятся следующие группы населения:

1. Семейные пары.
2. Компании молодых людей.
3. Люди, отдыхающие в одиночку.
4. Пожилые люди.
5. Дети дошкольного и школьного возраста.
6. Студенты.
7. Спортивные секции.

1. Концепция проекта

Концепция проекта предусматривает сдачу домиков отдыха в аренду посуточно на базе отдыха.

Целью деятельности предприятия является извлечение дохода для улучшения материального благосостояния его участника.

Основными видами услуги будет являться комплекс сдачи домиков отдыха в аренду посуточно на базе отдыха, также услуги территории туристической базы.

Целевой группой планируемого предприятия будут являться потребители услуг – население области и близлежащих районов.

Преимущества предоставляемых услуг:

- использование домиков на базе отдыха;
- приемлемые цены на оказываемые услуги;
- предоставления услуг в удобное время для клиентов.

Данный бизнес – план не является окончательным вариантом руководства к действию, а показывает лишь потенциальную возможность развития такой бизнес – идеи. Поэтому при реализации настоящего проекта возможно изменение исходных параметров проекта. Следует более подробно раскрыть конкурентные преимущества предоставляемой услуги, а также отличительные особенности сдачи домиков в аренду на базе отдыха.

2. Описание продукта (услуги)

Назначение турбазы — создание условий для отдыха вдали от города, укрепление здоровья. Как было сказано выше, все больше казахстанцев предпочитают выезжать на турбазу, чтобы:

- проводить свободное время;
- купаться;
- загорать;
- заниматься спортом.

Список услуг:

1. Проживание на территории турбазы. Строятся главный корпус и несколько домиков для индивидуального размещения. В основном в корпусе доступны номера для разного количества постояльцев (от одного до трех) класса стандарт, полулюкс, люкс, апартаменты с собственной кухней. Различаются они отделкой, мебелью.

2. Развлечения на воде. Для посетителей базы отдыха есть пляж, душевые кабинки и раздевалки, покупает технику и инвентарь.

3. Площадки для занятия спортом и игр. Для волейбола имеется площадка с песком и сеткой. Для футбола поле засеивается газоном, устанавливаются ворота. Отдельно прокладываются дорожки для бегунов, велосипедистов. Устанавливаются турники. Посетители вправе предложить свою тему для развития сферы досуга.

3. Программа производства

В таблице представлена планируемая программа производства по годам.

Планируемая программа производства по годам

Наименование продукции, работы, услуги	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	6 год	7 год	8 год	Итого
Сдача в аренду домиков отдыха и услуги на территории турбазы	83 3	20 00	20 00	20 00	20 00	20 00	20 00	11 67	140 00

При формировании цен была учтена покупательная способность потребителей, определяемая средним уровнем их доходов.

Формирование цен основано на рыночных ценах и полной себестоимости предоставляемой услуги.

Планируемые цены на продукцию

Наименование продукции, работы, услуги	Цена реализации, тенге	Годовой объем производства
--	------------------------	----------------------------

Сдача в аренду домиков отдыха и услуги на территории турбазы	1000	2000
---	------	------

План выручки

Наименование	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
	мес яц	мес яц	мес яц	мес яц	мес яц	мес яц	мес яц	мес яц	мес яц	мес яц	мес яц	мес яц
Сдача в аренду домиков отдыха и услуги на территор ии турбазы	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	00%	00%	00%	00%	00%	00%	00%	00%	00%	00%	00%	00%
	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	666	666	666	666	666	666	666	666	666	666	666	666
	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2
	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4
	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	00%	00%	00%	00%	00%	00%	00%	00%	00%	00%	00%	00%
	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	666	666	666	666	666	666	666	666	666	666	666	666
	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67

4. Маркетинговый план

4.1 Описание рынка продукции (услуги)

Процесс интеграции Казахстана в Мировое Сообщество предполагает развитие в стране новых секторов национальной экономики. Индустрия туризма может стать одним из таких направлений. Казахстан располагает целым рядом уникальных природных мест, привлекающих сотни туристов со всего мира. Это такие места, как побережье Каспийского моря, озера Алаколь и Балхаш, курортная зона Боровое, санатории Сарыагаш и многие другие.

Формирование индустрии туризма на основе развития крупномасштабного туристского бизнеса и рационального использования рекреационного потенциала непосредственно связано с реализацией Стратегии «Казахстан – 2050». Для развития туризма в Казахстане поворотным стал 2017 год. По поручению Главы государства был сформирован Комитет индустрии и туризма, который интегрирован в Министерство культуры и спорта. 31 мая 2019 года Утверждена Государственная программа развития туристской отрасли Республики Казахстан на 2019-2025 годы». Перед отраслью стоит стратегическая задача по увеличению доли туризма в ВВП до 8% к 2025 году. А также увеличение занятости в до 660 тыс. человек к 2025 году. Обеспечение роста предполагается за счет трех основных драйверов: инвестиции в туризм,

расходы внутренних и расходы иностранных туристов. Для реализации стратегической цели Программы по достижению в 2025 году доли туризма в структуре ВВП 8%, три вышеупомянутых драйвера должны иметь среднегодовые темпы роста 7-8%.

Туристская отрасль способствует развитию всей инфраструктуры общества – экономики, культуры, социальной сферы, а также коммуникаций. Около 10% мирового совокупного продукта, 30% мирового экспорта услуг, 7% мировых инвестиций, 10% рабочих мест и 5% всех налоговых поступлений приходится на сферу туризма. Затраты, которые направлены на продвижение туристского продукта являются одними из основных затрат в становлении туризма. Так, по данным ВТО, затраты на пропаганду и становление национального туристского продукта в среднем составляют около половины бюджета стран в которых развита туристская инфраструктура. Например, Таиланд расходует ежегодно на развитие туризма около 90 млн. долларов, Турция более 100 млн. долларов.

Специалисты просчитали, что в среднем, чтобы получить доход, равный посещению страны одним туристом, надо экспортировать около 10 тонн угля. При этом необходимо отметить, что экспорт сырья из Республики истощает невозобновляемые запасы, тогда как сфера туризма не требует больших сырьевых затрат. Этот факт подтверждает приоритетность развития туризма как отрасли.

Существует негласное разделение стран на тех, кто «поставляет туристов» и тех, кто «принимает туристов». В данный момент, в разрезе этого определения, Казахстан относится к поставщику туристов в другие страны. Обычно такими странами являются государства с огромным промышленным потенциалом. Существует вероятность, что такая ситуация сложилась в результате падения производства в легкой промышленности, что повлекло за собой спад рынка потребительских товаров и рост «шоп-туризма». Удельный вес выезжающих в туристические поездки возрос, что явилось негативным фактором для Казахстана.

Так за январь-март 2019 года количество посетителей по внутреннему туризму по сравнению с тем же периодом прошлого года увеличилось на 9,6% и составило 1177,8 тыс. человек.

Количество обслуженных посетителей по типам туризма по Республике Казахстан за 2019 год



Анализ Потенциального сбыта

№	Наименование услуг	Стоимость оказываемой услуги за единицу в тенге	Возможные каналы сбыта	Местоположение предоставления услуги	Количество потенциальных потребителей услуги (целевая аудитория)
1	Сдача домиков отдыха в аренду посуточно на базе отдыха.	от 7000-12000 тенге.	Возможное оказание услуг ЦРГБ города Алтай	Восточно-Казахстанская область, г.Алтай, База отдыха «Солнечный берег».	Потенциальными потребителями услуг являются люди от 6-до 60лет. В районе проживает около 30000 человек в данной возрастной категории, таким образом количество потенциальных клиентов составляет 30000 человек.
2	Сдача домиков отдыха посуточно в аренду на базе отдыха.	от 7000-12000 тенге.	Возможное оказание услуг служащим РОВД города Алтай	Восточно-Казахстанская область, г.Алтай, База отдыха «Солнечный берег».	Потенциальными потребителями услуг являются люди от 6-до 60лет. В районе проживает около 30000 человек в данной возрастной категории, таким образом количество потенциальных клиентов составляет 30000 человек.
3	Сдача домиков отдыха посуточно в аренду на базе отдыха.	от 7000-12000 тенге.	Возможное оказание услуг учителям и персоналу школы №6 им.Островского	Восточно-Казахстанская область, г.Алтай, База отдыха «Солнечный берег».	Потенциальными потребителями услуг являются люди от 6-до 60лет. В районе проживает около 30000 человек в данной возрастной категории, таким образом количество потенциальных клиентов составляет 30000 человек.
Дополнительная информация о сбыте			Возможное оказание услуг с ЦРГБ города Алтай о приемлемой цене на оказываемые услуги на территории турбазы. Район посещают много приезжих в летний период. Гости из РФ и стран дальнего зарубежья.		

Покупательская способность потребителей

Среднемесячный доход 1 потенциального покупателя	Средний доход моего потенциального клиента около 112000 тенге в месяц.
Частота использования услугой потенциальным покупателям в год?	Потенциальный потребитель пользуется моей услугой 10 раз в год.
Дополнительная информация о покупательской способности клиентов	Предварительно согласовывать с администрацией школы №6 им.Островского о благотворительные отдыхи для малообеспеченных и многодетных семей.

Локация точки предоставления услуг

Местоположение точки предоставления услуг	Восточно-Казахстанская область, г.Алтай, База отдыха «Солнечный берег». Побережье Бухтарминского водохранилища.
Преимущество локации	Преимущества локации в том, что база отдыха находится в экологически чистой местности.
Дополнительная информация о локации	На побережье Бухтарминского водохранилища. Не загрязнен участок. Чисто и комфортно. Каждый год люди отдыхают на этой базе отдыха.

Анализ потенциальных конкурентов

№	Укажите потенциального конкурента	Вид предоставляемых услуг конкурентов	Местоположение конкурента	Цена реализации тенге за ед. продукции/услуги
1	База отдыха «Дельфин»	Предоставляет услуги по сдачи домиков отдыха.	Восточно-Казахстанская область, г.Алтай, База отдыха «Дельфин»	Услуги по сдачи домиков отдыха от 7000- до 12000 тенге за единицу домика (за сутки).
2	База отдыха «Ромашка»	Предоставляют услуги по сдачи домиков отдыха.	Восточно-Казахстанская область, г.Алтай, База отдыха «Ромашка»	Услуги по сдачи домиков отдыха по цене от 7000-12000 за единицу домика (за сутки).
3	База отдыха «Минералы»	Предоставляют услуги по сдачи домиков отдыха.	Восточно-Казахстанская область, г.Алтай, База отдыха «Минералы»	Услуги по сдачи домиков отдыха по цене от 7000-12000 за единицу домика (за сутки).
Дополнительная информация о конкурентах			База отдыха «Дельфин» и база отдыха «Ромашка» находятся далеко от песчаного берега, также у них отсутствует площадка для занятия спортом.	

Конкурентное преимущество и способы продвижения

Конкурентное преимущество бизнеса и способы продвижения	Преимущество бизнеса в инновационных технологиях: бесплатный вай-фай, наличие бытовой техники в домиках, чистота и порядок. Территория огорожена двухметровым забором. На территории ведется круглосуточное
--	---

мосьть								
Фонд	3	3	3	3	3	3	3	3
оплаты	360	360	360	360	360	360	360	360
труда	000	000	000	000	000	000	000	000
Семейны	5000	1200	1200	1200	1200	1200	1200	7000
е расходы	00	000	000	000	000	000	000	00
Всего								
отток от								
операционн	1056	2518	2518	2518	2518	2518	2518	1461
ой	744	488	488	488	488	488	488	744
деятельност								
и								
Чистый								
поток от								
операционн	3790	9275	9275	9275	9275	9275	9275	5484
ой	89	12	12	12	12	12	12	23
деятельност								
и								
Собствен								
ные	-	-	-	-	-	-	-	-
средства								
За счет	1200							
займа	0000	-	-	-	-	-	-	-
Всего								
приток от								
инвестиц.	1200	-	-	-	-	-	-	-
деятельност	0000							
и								
Всего								
отток от								
инвестиц.	-	-	-	-	-	-	-	-
деят-ти								
Чистый								
поток от	1200	-	-	-	-	-	-	-
инвестиц.	0000							
деят-ти								
Получени	1200	0	0	0	0	0	0	0
е кредита на	0000							

инвестиции								
Всего приток от фин. деятельность и	1200 0000	0	0	0	0	0	0	0
Выплата вознаграждения	0	6556 08	3588 32	2932 59	2250 15	1539 90	8007 2	1138 0
Основной долг	0	2296 854	1609 477	1675 049	1743 293	1814 318	1888 236	9727 74
Налоги	5426 40	5426 40	5426 40	9722 88	9722 88	9722 88	9722 88	9722 88
Всего отток от фин. деятельность и	0	2952 462	1968 309	2071 688	2071 688	2071 688	2071 688	1044 459
Чистый поток от фин. деятельность и	1200 0000	- 295246 2	- 196830 9	- 207168 8	- 207168 8	- 207168 8	- 207168 8	- 104445 9
Изменения за период	2437 9089	- 202495 0	- 104079 7	- 114417 6	- 114417 6	- 114417 6	- 114417 6	- 496036
Конечная я наличность	2437 9089	2235 4139	2131 3342	2016 9166	1902 4990	1788 0814	1673 6638	1624 0602

7. Потребность в финансировании

Поступления в виде займов (KZT)

Название	Дата	Сумма (KZT)	Срок	Ставка %
Кредит	01.2020	12 000 000	84 мес.	4

Сумма кредита	12 000 000
Процентная ставка	4,00%
Срок кредита (кол-во месяцев)	84

Льготный период по ОД (месяцев)	6
Дата выдачи кредита	01.01.2020
Дата погашения кредита	01.06.2027

Выплаты на погашение займов (KZT)

N	Дата погашения	Сумма кредита на начало периода	Основной долг	Проценты	Платеж за период	Сумма кредита на конец периода
1	01.07.2020	12 000 000.00	124 025.68	40 000.00	164 025.68	11 875 974.32
2	01.08.2020	11 875 974.32	124 439.09	39 586.58	164 025.68	11 751 535.23
3	01.09.2020	11 751 535.23	124 853.89	39 171.78	164 025.68	11 626 681.34
4	01.10.2020	11 626 681.34	125 270.07	38 755.60	164 025.68	11 501 411.27
5	01.11.2020	11 501 411.27	125 687.64	38 338.04	164 025.68	11 375 723.63
6	01.12.2020	11 375 723.63	126 106.60	37 919.08	164 025.68	11 249 617.03
7	01.01.2021	11 249 617.03	126 526.95	37 498.72	164 025.68	11 123 090.08
8	01.02.2021	11 123 090.08	126 948.71	37 076.97	164 025.68	10 996 141.37
9	01.03.2021	10 996 141.37	127 371.87	36 653.80	164 025.68	10 868 769.50
10	01.04.2021	10 868 769.50	127 796.44	36 229.23	164 025.68	10 740 973.05
11	01.05.2021	10 740 973.05	128 222.43	35 803.24	164 025.68	10 612 750.62
12	01.06.2021	10 612 750.62	128 649.84	35 375.84	164 025.68	10 484 100.78
13	01.07.2021	10 484 100.78	129 078.67	34 947.00	164 025.68	10 355 022.11
14	01.08.2021	10 355 022.11	129 508.94	34 516.74	164 025.68	10 225 513.17
15	01.09.2021	10 225 513.17	129 940.63	34 085.04	164 025.68	10 095 572.54
16	01.10.2021	10 095 572.54	130 373.77	33 651.91	164 025.68	9 965 198.77
17	01.11.2021	9 965 198.77	130 808.35	33 217.33	164 025.68	9 834 390.42
18	01.12.2021	9 834 390.42	131 244.37	32 781.30	164 025.68	9 703 146.05
19	01.01.2022	9 703 146.05	131 681.86	32 343.82	164 025.68	9 571 464.19
20	01.02.2022	9 571 464.19	132 120.80	31 904.88	164 025.68	9 439 343.40
21	01.03.2022	9 439 343.40	132 561.20	31 464.48	164 025.68	9 306 782.20
22	01.04.2022	9 306 782.20	133 003.07	31 022.61	164 025.68	9 173 779.13
23	01.05.2022	9 173 779.13	133 446.41	30 579.26	164 025.68	9 040 332.72
24	01.06.2022	9 040 332.72	133 891.23	30 134.44	164 025.68	8 906 441.48
25	01.07.2022	8 906 441.48	134 337.54	29 688.14	164 025.68	8 772 103.95
26	01.08.2022	8 772 103.95	134 785.33	29 240.35	164 025.68	8 637 318.62
27	01.09.2022	8 637 318.62	135 234.61	28 791.06	164 025.68	8 502 084.00
28	01.10.2022	8 502 084.00	135 685.40	28 340.28	164 025.68	8 366 398.61
29	01.11.2022	8 366 398.61	136 137.68	27 888.00	164 025.68	8 230 260.93
30	01.12.2022	8 230 260.93	136 591.47	27 434.20	164 025.68	8 093 669.45
31	01.01.2023	8 093 669.45	137 046.78	26 978.90	164 025.68	7 956 622.68
32	01.02.2023	7 956 622.68	137 503.60	26 522.08	164 025.68	7 819 119.08
33	01.03.2023	7 819 119.08	137 961.95	26 063.73	164 025.68	7 681 157.13
34	01.04.2023	7 681 157.13	138 421.82	25 603.86	164 025.68	7 542 735.31
35	01.05.2023	7 542 735.31	138 883.23	25 142.45	164 025.68	7 403 852.09
36	01.06.2023	7 403 852.09	139 346.17	24 679.51	164 025.68	7 264 505.92
37	01.07.2023	7 264 505.92	139 810.66	24 215.02	164 025.68	7 124 695.26

38	01.08.2023	7 124 695.26	140 276.69	23 748.98	164 025.68	6 984 418.57
39	01.09.2023	6 984 418.57	140 744.28	23 281.40	164 025.68	6 843 674.29
40	01.10.2023	6 843 674.29	141 213.43	22 812.25	164 025.68	6 702 460.86
41	01.11.2023	6 702 460.86	141 684.14	22 341.54	164 025.68	6 560 776.72
42	01.12.2023	6 560 776.72	142 156.42	21 869.26	164 025.68	6 418 620.30
43	01.01.2024	6 418 620.30	142 630.28	21 395.40	164 025.68	6 275 990.02
44	01.02.2024	6 275 990.02	143 105.71	20 919.97	164 025.68	6 132 884.31
45	01.03.2024	6 132 884.31	143 582.73	20 442.95	164 025.68	5 989 301.59
46	01.04.2024	5 989 301.59	144 061.34	19 964.34	164 025.68	5 845 240.25
47	01.05.2024	5 845 240.25	144 541.54	19 484.13	164 025.68	5 700 698.71
48	01.06.2024	5 700 698.71	145 023.35	19 002.33	164 025.68	5 555 675.36
49	01.07.2024	5 555 675.36	145 506.76	18 518.92	164 025.68	5 410 168.60
50	01.08.2024	5 410 168.60	145 991.78	18 033.90	164 025.68	5 264 176.82
51	01.09.2024	5 264 176.82	146 478.42	17 547.26	164 025.68	5 117 698.40
52	01.10.2024	5 117 698.40	146 966.68	17 058.99	164 025.68	4 970 731.72
53	01.11.2024	4 970 731.72	147 456.57	16 569.11	164 025.68	4 823 275.15
54	01.12.2024	4 823 275.15	147 948.09	16 077.58	164 025.68	4 675 327.06
55	01.01.2025	4 675 327.06	148 441.25	15 584.42	164 025.68	4 526 885.80
56	01.02.2025	4 526 885.80	148 936.06	15 089.62	164 025.68	4 377 949.75
57	01.03.2025	4 377 949.75	149 432.51	14 593.17	164 025.68	4 228 517.24
58	01.04.2025	4 228 517.24	149 930.62	14 095.06	164 025.68	4 078 586.62
59	01.05.2025	4 078 586.62	150 430.39	13 595.29	164 025.68	3 928 156.23
60	01.06.2025	3 928 156.23	150 931.82	13 093.85	164 025.68	3 777 224.41
61	01.07.2025	3 777 224.41	151 434.93	12 590.75	164 025.68	3 625 789.48
62	01.08.2025	3 625 789.48	151 939.71	12 085.96	164 025.68	3 473 849.77
63	01.09.2025	3 473 849.77	152 446.18	11 579.50	164 025.68	3 321 403.59
64	01.10.2025	3 321 403.59	152 954.33	11 071.35	164 025.68	3 168 449.26
65	01.11.2025	3 168 449.26	153 464.18	10 561.50	164 025.68	3 014 985.09
66	01.12.2025	3 014 985.09	153 975.73	10 049.95	164 025.68	2 861 009.36
67	01.01.2026	2 861 009.36	154 488.98	9 536.70	164 025.68	2 706 520.38
68	01.02.2026	2 706 520.38	155 003.94	9 021.73	164 025.68	2 551 516.44
69	01.03.2026	2 551 516.44	155 520.62	8 505.05	164 025.68	2 395 995.82
70	01.04.2026	2 395 995.82	156 039.02	7 986.65	164 025.68	2 239 956.80
71	01.05.2026	2 239 956.80	156 559.15	7 466.52	164 025.68	2 083 397.64
72	01.06.2026	2 083 397.64	157 081.02	6 944.66	164 025.68	1 926 316.62
73	01.07.2026	1 926 316.62	157 604.62	6 421.06	164 025.68	1 768 712.00
74	01.08.2026	1 768 712.00	158 129.97	5 895.71	164 025.68	1 610 582.03
75	01.09.2026	1 610 582.03	158 657.07	5 368.61	164 025.68	1 451 924.97
76	01.10.2026	1 451 924.97	159 185.93	4 839.75	164 025.68	1 292 739.04
77	01.11.2026	1 292 739.04	159 716.55	4 309.13	164 025.68	1 133 022.49
78	01.12.2026	1 133 022.49	160 248.93	3 776.74	164 025.68	972 773.56
79	01.01.2027	972 773.56	160 783.10	3 242.58	164 025.68	811 990.46
80	01.02.2027	811 990.46	161 319.04	2 706.63	164 025.68	650 671.42
81	01.03.2027	650 671.42	161 856.77	2 168.90	164 025.68	488 814.65
82	01.04.2027	488 814.65	162 396.29	1 629.38	164 025.68	326 418.36
83	01.05.2027	326 418.36	162 937.61	1 088.06	164 025.68	163 480.74

84	01.06.2027	163 480.74	163 480.74	544.94	164 025.68	0
		ИТОГО	12 000 000	1 778 157	13 778 157	

Источником погашения кредита будут являться доходы от реализации услуг сдача домиков отдыха в аренду посуточно на базе отдыха.

8. Эффективность проекта

8.1 Проекция Cash-flow

Показатели рентабельности

Годовая прибыль (8 год), тыс. тг.	358543
Рентабельность	31%

Чистый дисконтированный доход (NPV) и индекс прибыльности (PI)

Чистый дисконтированный доход (NPV)	2194902
Индекс прибыльности (PI)	0,8%

8.2 Расчет прибыли и убытков

Показатели эффективности деятельности предприятия на 8 год проекта.

	1	2	3	4	5	6	7	8
	год	год	год	год	год	год	год	год
Выручка	833	2000	200	200	2000	200	200	116
	333	000	0000	0000	000	0000	0000	6667
Услуги	833	2000	200	200	2000	200	200	116
	333	000	0000	0000	000	0000	0000	6667
Себестоимость	556	1318	131	131	1318	131	131	761
	744	488	8488	8488	488	8488	8488	744
Бытовая химия	150	3600	360	360	3600	360	360	210
	000	00	000	000	00	000	000	000
Свет, вода, интернет	150	3600	360	360	3600	360	360	210
	000	00	000	000	00	000	000	000
Себестоимость	0	0	0	0	0	0	0	0
Фонд оплаты труда	3 3	3 36	3 36	3 36	3 36	3 36	3 36	3 36
	60	0 000	0 000	0 000	0 000	0 000	0 000	0 000
	000							
Валовая прибыль	129	5160	516	516	5160	516	516	404
	000	00	000	000	00	000	000	923
Налоги	542	5426	542	972	9722	972	972	972
	640	40	640	288	88	288	288	288
Оплата вознаграждения	0	6556	358	293	2250	153	800	113
		08	832	259	15	990	72	80

я								
Чистая	276	2590	322	328	3964	467	541	358
прибыль	589	4	680	253	97	522	440	543
Рентабельн	33	1%	16	16	20%	23	27	31
ость	%	%	%	%	%	%	%	%

Налоги

Налоги, принятые в расчетах, соответствуют действующему законодательству по налогообложению юридических лиц в РК, льгот нет. Предполагается работа по упрощенной схеме на основании свидетельства индивидуального предпринимателя с выплатой всех видов налогов в размере 3 % от общего оборота. Кроме этого, предполагается выплаты с данного предпринимателя всех налогов и расходов начисляемых на зарплату сотрудников.

Виды налогов и платежей	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	6 год	7 год
ИПН	0	0	0	251400	251400	251400	251400
Социальный налог	0	0	0	178248	178248	178248	178248
ОПВ	336000	336000	336000	336000	336000	336000	336000
СО	105840	105840	105840	105840	105840	105840	105840
ООСМС	67200	67200	67200	67200	67200	67200	67200
ВОСМС	33600	33600	33600	33600	33600	33600	33600
Итого	542640	542640	542640	972288	972288	972288	972288

Общие затраты по проекту включают в себя

Направление использования средств	Количество	Цена	Сумма всего (тенге)
Направление использование средств на приобретение турбазы и ее обустройство (шкаф, стол, стулья, кровать)	1	10 989 000	10 989 000
Телевизор	8	44 900	360 000
Предметы декора (картины)	12	4 250	51 000
Шторы и тюль	48 м.	4 500	216 000
Маленький холодильник	8	48 000	384 000
Итого			12 000 000

План по персоналу

Должность	Кол-во	Зарплата	Платежи
Горничная	1	120 000 тенге	Ежемесячно, весь проект

Охранник	1	160 000 тенге	Ежемесячно, весь проект
Итого	2	280 000 тенге	

9. Социально-экономическое воздействие

9.1 Социально-экономическое значение проекта

При реализации проекта предусмотрено решение следующих задач:

- созданию 2 новых рабочих мест, что позволит работникам получать стабильный доход;
- сдача в аренду домиков отдыха и услуги территории туристической базы;
- поступлению в бюджет города Алтай Восточно-Казахстанской области 240 тыс. тенге налогов и других отчислений.

Среди социальных воздействий можно выделить:

- удовлетворение спроса населения/потребителей, через предоставление широкого спектра услуг.

Кызылординская область
Аральский район
город Аральск

БИЗНЕС-ПЛАН СОЗДАНИЕ ПТИЦЕФЕРМЫ



2020 год

СОДЕРЖАНИЕ

Резюме	3
Введение.....	4
1. Концепция проекта	4
2. Описание продукта (услуги)	5
3. Программа производства	6
4. Маркетинговый план	6
4.1 Описание рынка продукта (услуги)	6
5. Техническое планирование.....	10
5.1 Технологический процесс	10
6. Реализация проекта	10
6.1 План реализации	10
7. Потребность в финансировании	11
8. Эффективность проекта.....	13
8.1 Проекция Cash-flow.....	13
8.2 Расчет прибыли и убытков	13
9. Социально-экономическое воздействие	15
9.1 Социально-экономическое значение проекта	15

Резюме

Инициатор проекта планирует реализовать птицефабрику по выращиванию кур и реализации яиц. Разместить бизнес планируется в городе Аральск Кызылординской области, помещении соответствующий всем нормам и требованиям РК.

Целью деятельности предприятия является извлечение дохода для улучшения материального благосостояния его участника.

Целевой группой планируемого предприятия будут являться потребители услуг – население области и близлежащих районов.

Планируется открытие птицефермы и приобретение 9600 голов птиц, инкубаторный аппарат для яиц, сборка убойного цеха.

Общие инвестиционные затраты по проекту включают в себя:

Расходы, тыс.тг.	2020
Инвестиции в основной капитал	26 883 756
Оборотный капитал	0
Всего	26 883 756

Финансирование проекта планируется осуществить как за счет собственных средств инициатора проекта, так и за счет заемного капитала.

Источник финансирования, тыс.тг.	Сумма	Доля
Собственные средства	0	0%
Заемные средства	26 883 756	100%
Всего	26 883 756	100%

Приняты следующие условия кредитования:

Валюта кредита	тенге
Процентная ставка, годовых	6%
Срок погашения, лет	5,0
Выплата процентов и основного долга	ежемесячно
Льготный период погашения процентов, мес.	9
Льготный период погашения основного долга, мес.	6
Тип погашения основного долга	равными долями

Введение

На современном уровне в отрасли птицеводства ключевыми понятиями становятся эффективность и безопасность производимой продукции. При этом меняются требования к главному звену производственной системы птицеводства – сельскохозяйственной птице, которая должна обладать основными свойствами – это развитая иммунная система и хорошая адаптация к интенсивным технологиям производства яйца и мяса птицы; высокими воспроизводительными качествами и длительным сроком продуктивного использования; способностью к производству продукции высокого качества и питательной ценности; эффективной конверсией питательных веществ и энергии кормов.

На сегодня потребность казахстанского рынка в мясе птицы составляет около 250-300 тыс. тонн, из них только половину рынка занимают продукты отечественного производства.

Одним из показателей развития производства является уровень рентабельности производства и обеспеченности населения страны данной сельхозпродукцией. Как известно, производством яйца Казахстан обеспечен на 100%, однако из-за низкого уровня развития племенного птицеводства мясного направления республика остается импортозависимой.

С каждым годом увеличивается число людей, которые хотят вести здоровый образ жизни. Он предполагает здоровое питание, которое основывается на качественной, свежей продукции. Такие скоропортящиеся продукты, как яйца и мясо, лучше покупать у местных производителей. В связи с этим, актуальность открытия птицеферм в различных регионах в нашей стране очень высокая.

В последние годы сокращается импорт птицы в нашу страну, соответственно вырастает спрос, который можно покрыть собственным производством.

1. Концепция проекта

Концепция проекта предусматривает открытие птицефермы по реализации яиц, мяса.

Целью деятельности предприятия является извлечение дохода для улучшения материального благосостояния его участника.

Основными видами производимой птицеводческой продукции является реализация мяса птицы, яиц, также продажа пуха.

Целевой группой планируемого предприятия будут являться потребители услуг – население области и близлежащих районов.

Преимущества предоставляемых услуг:

- использование высокотехнологичного и современного оборудования;
- приемлемые цены на продукцию;
- экологичность.

Данный бизнес – план не является окончательным вариантом руководства к действию, а показывает лишь потенциальную возможность развития такой бизнес – идеи. Поэтому при реализации настоящего проекта возможно

изменение исходных параметров проекта. Следует более подробно раскрыть конкурентные преимущества планируемой к выпуску продукции, а также отличительные особенности приобретаемого оборудования.

2. Описание продукта (услуги)



Куриное мясо и яйца считаются одними из самых популярных и востребованных продуктов питания. Они имеют очень большую биологическую ценность для человеческого организма. С экономической точки зрения, продажа данных продуктов является делом довольно-таки выгодным. Наиболее качественное мясо получают от бройлеров — гибридного мясного молодняка всех видов птицы при специализированном выращивании. В белом мясе бройлеров содержится свыше 20% полноценных белков, 1-2% жира, 92% аминокислот, поэтому при ограниченной кормовой базе в подавляющем большинстве стран быстро развивается производство этого мяса.

Яйцо кур содержит все необходимые человеку питательные и биологически активные вещества, которые находятся в оптимальном соотношении: 12-15% протеина, 11-15% жира, 1% — углеводов, 74% — воды и около 1% неорганических веществ. Биологическая ценность протеинов яйца птицы обусловлена набором и соотношением незаменимых аминокислот, усвояемых человеком на 96-98%. В яйце содержатся свыше 20 минеральных веществ, витамины, незаменимая аминокислота — лизоцим. Питательная ценность куриного яйца около 75 кал. Мясо курицы получают в основном из молодняка птицы, а вот кур бройлеров до взрослого состояния выращивают только с целью воспроизводства, т. е. главным показателем для содержания птицы становится ее яйценоскость.





Перо и пух идут на изготовление различных бытовых принадлежностей, рыболовных снастей и кормов. Разведение кур бройлеров включает в себя 2 принципиально важные составляющие – это мясная скороспелость и яйценоскость.

Главная цель птицевода, занимающегося разведением мясных кур – получение мяса. Именно это лежит в основе при отборе инкубационных яиц, цыплят, взрослых кур. Этой конечной задаче подчиняются график и рацион кормления, условия содержания, наличие необходимого оборудования и инвентаря в курятнике.

3. Программа производства

В таблице представлена планируемая программа производства по годам.

Планируемая программа производства по годам

	1 год	2 год	3 год	4 год
Денежные средства на начало периода	-	25268058	124993788	202425807

4. Маркетинговый план

4.1 Описание рынка продукта (услуги)

Согласно официальным данным Совета ветеринарного контроля и надзора МСХ Республики Казахстан импорт продукции птицеводства за 2018 год составил: мяса птицы - 107 121,8 т, яйца пищевого - 6 983 920 шт, за 1 квартал 2019 года: мяса птицы - 21 932,1 тн, яйца пищевые - 69 840 шт.

Экспорт продукции птицеводства за 2018 год составил: мяса птицы - 8 493,41 тн, яйца пищевые - 601 939 535 шт, за 1 квартал 2019 года: мяса птицы - 1 968,27 тн, яйца пищевые - 128 979 167 шт.

По данным Статистического управления РК за 1 апреля 2019 года по сравнению с аналогичным периодом прошлого года во всех категориях населения численность птиц увеличилась - на 8,6% и 44,6 млн. Долл. США. головы.

На 1 апреля 2019 года 26,5% птиц числилось в хозяйствах населения; 1,1% - в крестьянских или фермерских хозяйствах и 72,4% у индивидуальных предпринимателей.

В январе-марте 2019 года производство куриных яиц увеличилось на 2,5% и составило 1280,7 млн.штук.

Резиденция роста поголовья птиц за квартал состояла в Алматинской области - на 833,8 тыс. Руб. голов с 10426,8 до 11260,6 тыс. головы. Более чем на 50 тыс. поголовье птиц поднялось в Восточно-Казахстанской области - на 174,9 тыс.голов с 3903,1 до 4078 тыс.голов, в Актюбинской области - на 125,6

тыс.голов с 1217,4 до 1343 тыс.голов и в Карагандинской области - на 66,5 тыс.голов с 3928,9 до 3995,4 тыс.голов. - передает ИА «Казах-Зерно».

Значительное снижение поголовья птиц в объеме более 200 тыс. Головное хозяйство прошло в Жамбыльской области, с учетом снижения продаж в ТОО «Жамбыл құс», ее выкупило АО «Алель Агро» для выращивания бройлеров, в Акмолинской области - на 224,4 тыс. грн. голов с 7699,9 до 7475,5 тыс. голов и в Туркестанской области - на 215 тыс.голов с 2047,7 до 1832,7 тыс. головы. Снижение поголовья в Туркестанской области напрямую зависит от разделения распределения.

За 2 месяца 2019 года в ТОО «Восток бройлер» и ТОО «Прииртышская бройлерная птицефабрика» ВКО произведено около 3582 тонн мяса. Это меньше, чем за тот же период прошлого года на 119 тонн. На снижение производства мяса птицы бройлеров на предприятиях, занимающихся его выпуском, повлияли, как сообщили в отделе сельского хозяйства Семея, проблемы со сбытом. А вызвано это тем, что из других регионов республики и стран ближнего зарубежья было завезено большое количество аналогичной продукции.

24 апреля 2019 года состоялась встреча Рабочей группы «Союза птицеводов Казахстана» с Министром сельского хозяйства Республики Казахстан Омаровым С.К..

Рабочей группой была разработана Дорожная карта по основным проблемным вопросам птицеводства:

1. Субсидирование;
2. Формирование фуражного фонда;
3. Налоговые преференции;
4. Подготовка кадров.

При производстве продукции животноводства, в том числе разведении птиц и производстве продукции их переработки необходимо руководствоваться экологическими, санитарно-эпидемиологическими, ветеринарными законодательными нормами.

Экологические требования к хозяйственной деятельности. В соответствии с экологическим кодексом Республики Казахстан, эксплуатация объектов сельскохозяйственного назначения должна осуществляться с учетом установленных экологических требований. При эксплуатации указанных объектов должны внедряться малоотходные и безотходные технологии. При размещении предприятия мясной промышленности должны учитываться гигиенические требования (загрязнение воды, воздуха, почвы, производственные шумы).

Порядок осуществления государственного ветеринарного надзора в Республике Казахстан. Во избежание возникновения и распространения эпидемии обязательным для животных является проведение регулярного ветеринарного осмотра и вакцинации. При соблюдении всех гигиенических норм опасность для здоровья людей и окружающей среды не возникает. Животные, представляющие опасность для здоровья других животных и

людей, подлежат обязательному изъятию из стада и лечению либо уничтожению.

Ветеринарный надзор осуществляется в соответствии с законом РК «О ветеринарии» от 10.07.02, №339-2. Государственный ветеринарный надзор осуществляется ветеринарными инспекторами.

Анализ Потенциального сбыта

№	Наименование продукции	Стоимость реализуемой продукции за единицу в тенге	Возможные каналы сбыта	Местоположение производимую продукцию	Технические требования к продукции	Количество потенциальных потребителей продукции (целевая аудитория)
	мясо птицы (тушка), маринованное мясо птицы	Тушка - 1520 тг., маринованное мясо птицы - 2500 тг.	Продовольственный магазин «Кожа»	Кызылординская обл., г. Аральск	В вакуумном пакете, ветеринарная справка	Численность населения города Аральск составляет 79150 человек. Количество моих потенциальных потребителей составляет 63320 в возрасте от 2 до 80 лет.
	мясо птицы (тушка), маринованное мясо птицы	Тушка - 1520 тг., маринованное мясо птицы - 2500 тг.	Торговый центр «Керемет»	Кызылординская обл., г. Аральск,	В вакуумном пакете, ветеринарная справка	Численность населения города Аральск составляет 79150 человек. Количество моих потенциальных потребителей составляет 63320 в возрасте от 2 до 80 лет.
	мясо птицы (тушка), маринованное мясо птицы	Тушка - 1520 тг., маринованное мясо птицы - 2500 тг.	Продуктовый магазин «Береке»	Кызылординская обл., г. Аральск, ул. Сапак би 8	В вакуумном пакете, ветеринарная справка	Численность населения города Аральск составляет 79150 человек. Количество моих потенциальных потребителей составляет 63320 в возрасте от 2 до 80 лет.
Дополнительная информация о сбыте				Ежемесячная ярмарка на центральной площади при поддержке Акимата города.		

Покупательская способность потребителей

Средне месячный доход 1 потенциального покупателя	Средний доход потенциального покупателя составляет 165 860 тенге в месяц.
Частота использования услугой потенциальным покупателям в год?	По расчетам ежегодное потребление мяса птицы на душу населения составляет 18 кг.
Дополнительная информация о покупательской способности клиентов	В настоящее время мясо птицы является самым дешевым среди мясопродуктов. К примеру, на рынке города Аральск цены на мясо говядины, козы верблюжатины за 1 кг 1800 тг, а на конину - 2000тг. Стоимость мяса птицы на рынке составляет 900тг, что в 2 раза дешевле других мясных продуктов.

Наличие сырья

№	Наименование продавца сырья	Местоположение продавца	Виды сырья, приобретаемой для производства продукции	Цена в тенге и объем закупаемого сырья	Общий объем закупаемого сырья
---	-----------------------------	-------------------------	--	--	-------------------------------

1	ТОО «КОРМА ПРОФИ»	Западно-Казахстанская область, город Уральск, улица Мухит 27/4	Комбикорма: Старт, Рост, Финиш.	За тонну: Старт-210000, Рост-190000, Финиш-177000.	Старт-1,7 т, Рост-9,9 т, Финиш-20 т.
2	ТОО «BM AGROPRODUCT»	Жамбылская область, город Тараз, поселок Жапак тобе, улица Юнчи 7	Комбикорма: Старт, Рост, Финиш.	За тонну: Старт-195000, Рост-175000, Финиш-170000.	Старт-1,7 т, Рост-9,9 т, Финиш-20 т.
3	ТОО «КРУПЫ ВОСТОКА»	Восточно-Казахстанская область, город Усть-Каменогорск, улица Спасская 46	Комбикорма: Старт, Рост, Финиш.	За тонну: Старт премиум-145000, Рост премиум-145000, Финиш-105000.	Старт-1,7 т, Рост-9,9 т, Финиш-20 т.

Анализ потенциальных конкурентов

№	Потенциальные конкуренты	Вид реализуемого товара конкурентов	Местоположение конкурента	Цена реализации тенге за ед. продукции/услуги	Объем производства в месяц
1	АО «КОКТАС-АКТОБЕ»	Производство мяса домашней птицы и мясопродуктов	Актюбинская обл., Алгинский р-н, поселок Бестамак	5000 кг	1 кг мяса птицы 700 тг
2	Птицеводческая ферма СХП «ГАЙСКАЯ»	Производство мяса птицы и яиц	РФ., Оренбургская обл., город Гай	5000 кг	1 кг мяса птицы 800 тг
3	СХП «УРАЛЬСКИЙ БРОЙЛЕРЫ»	Куриные яйца и мясо птицы	РФ., Оренбургская обл. поселок Камейкино	5000 кг	1 кг мяса птицы 700 тг

Конкурентное преимущество и способы продвижения

Конкурентное преимущество бизнеса и способы продвижения продукции	Продукция ниже по цене на 5% чем у конкурентов.
---	---

4.2 Ситуационный анализ (SWOT)

SWOT-анализ - один из самых распространенных методов, оценивающих в комплексе внутренние и внешние факторы, влияющие на развитие компании. Это анализ сильных и слабых сторон организации, а также возможностей и угроз со стороны внешней окружающей среды.

При анализе ситуации рынка и потенциала создаваемого предприятия были определены следующие сильные и слабые стороны проекта.

Сильные стороны проекта	Слабые стороны проекта
<ul style="list-style-type: none"> ● Повышенный спрос; ● Рост цен на производимую продукцию; ● Отсутствие проблем со сбытом продукции; 	<ul style="list-style-type: none"> ● Недостаток собственного капитала для приобретения птиц; ● Наличие определенной доли финансового и производственного риска.

- Применение технологии, которая позволит повысить производительность;
- Заинтересованность Правительства РК в развитии сельского хозяйства.

- Страх и не уверенность за свой бизнес перед мировым экономическим кризис, который перерастает в ряде стран в кризис политический.

5. Техническое планирование

5.1 Технологический процесс

Кур-несушек промышленного стада содержат на специализированных предприятиях в типовых птичниках. Помещения для кур-несушек делают безоконными. Это позволяет строго соблюдать рекомендуемые световые режимы. Полы в птичнике бетонированные, так как этот материал устойчив к агрессивным средам (помет, дезинфицирующие средства). Выбор оборудования, обеспечивающего поддержание оптимального микроклимата, зависит от поголовья птицы, системы содержания, а также от климатических условий зоны расположения птицефабрики. Свежий воздух, подаваемый в зону размещения птицы, должен быть рассредоточен по всей площади помещения. При содержании птицы в многоярусных клеточных батареях отношение суммарной площади сечения приточных шахт на входе в зону размещения птицы к суммарной площади 19 проходов (междурядий и продольных переходов у стен) должно составлять не менее 0,1.

6. Реализация проекта

6.1 План реализации

Затраты на реализацию проекта представлена на таблице.

Прогнозный Отчет движения денежных средств на период реализации проекта

	1 год	2 год	3 год	4 год
Денежные средства на начала периода	-	-1012315	830327	11473187
Реализация мяса птицы	2395835	10541669	17250000	19645835
Реализация яиц	0	0	0	0
Реализация пуха	0	0	0	0
Семейные доходы	1000000	2400000	2400000	1400000
Всего приток от операционной деятельности	3395835	12941669	19650000	21045835
Затраты на корма и витамины	992820	2894103	3756307	4366831
Расходы на покупку поголовья	1668335	2335669	0	0
Зерноотходы	350000	840000	840000	490000
Ветпрепараты	50000	120000	120000	70000

Фонд оплаты труда	1338240	1338240	1338240	1338240
Семейные расходы	900000	216000	216000	260000
Всего отток от операционной деятельности	4295715	901889	754542	4521391
Чистый поток от операционной деятельности	-899880	392277	1210457	1452444
Собственные средства	-	-	-	-
Всего приток от инвестиц. деятельности	-	-	-	-
Гуси	4004000	-	-	-
Всего отток от инвестиц. деят-ти	4004000	-	-	-
Чистый поток от инвестиц. деят-ти	-4004000	-	-	-
Получение кредита на инвестиции	4004000	0	0	0
Всего приток от фин. деятельности	4004000	0	0	0
Выплата вознаграждения	112435	167940	88143	12621
Основной долг	0	1912195	1373570	718235
Налоги	216120	216120	216120	356556
Всего отток от фин. деятельности	112435	2080135	1461713	1362231
Чистый поток от фин. деятельности	3891565	-2080135	-1461713	-1362231
Изменения за период	-1012315	1842642	10642860	13162213
Конечная наличность	-1012315	830327	11473187	24635400

7. Потребность в финансировании

Поступления в виде займов (KZT)

Название	Дата	Сумма	Срок	Ставка
		(KZT)		%
Кредит	01.2020	26 883 756	60 мес.	6

Сумма кредита	26 883 756
Процентная ставка	6,00%

Срок кредита (кол-во месяцев)	60
Льготный период по ОД	6
Дата выдачи кредита	01.01.2020
Дата погашения кредита	01.06.2025
Тип расчета графика	аннуитет

Выплаты на погашение займов (KZT)

N	Дата погашения	Сумма кредита на начало периода	Основной долг	Проценты	Платеж за период	Сумма кредита на конец периода
1	01.07.2020	26 883 756.00	385 319.54	134 418.78	519 738.32	26 498 436.46
2	01.08.2020	26 498 436.46	387 246.14	132 492.18	519 738.32	26 111 190.32
3	01.09.2020	26 111 190.32	389 182.37	130 555.95	519 738.32	25 722 007.96
4	01.10.2020	25 722 007.96	391 128.28	128 610.04	519 738.32	25 330 879.68
5	01.11.2020	25 330 879.68	393 083.92	126 654.40	519 738.32	24 937 795.76
6	01.12.2020	24 937 795.76	395 049.34	124 688.98	519 738.32	24 542 746.42
7	01.01.2021	24 542 746.42	397 024.59	122 713.73	519 738.32	24 145 721.83
8	01.02.2021	24 145 721.83	399 009.71	120 728.61	519 738.32	23 746 712.12
9	01.03.2021	23 746 712.12	401 004.76	118 733.56	519 738.32	23 345 707.36
10	01.04.2021	23 345 707.36	403 009.78	116 728.54	519 738.32	22 942 697.58
11	01.05.2021	22 942 697.58	405 024.83	114 713.49	519 738.32	22 537 672.75
12	01.06.2021	22 537 672.75	407 049.96	112 688.36	519 738.32	22 130 622.79
13	01.07.2021	22 130 622.79	409 085.21	110 653.11	519 738.32	21 721 537.59
14	01.08.2021	21 721 537.59	411 130.63	108 607.69	519 738.32	21 310 406.96
15	01.09.2021	21 310 406.96	413 186.28	106 552.03	519 738.32	20 897 220.67
16	01.10.2021	20 897 220.67	415 252.22	104 486.10	519 738.32	20 481 968.46
17	01.11.2021	20 481 968.46	417 328.48	102 409.84	519 738.32	20 064 639.98
18	01.12.2021	20 064 639.98	419 415.12	100 323.20	519 738.32	19 645 224.86
19	01.01.2022	19 645 224.86	421 512.19	98 226.12	519 738.32	19 223 712.66
20	01.02.2022	19 223 712.66	423 619.76	96 118.56	519 738.32	18 800 092.91
21	01.03.2022	18 800 092.91	425 737.85	94 000.46	519 738.32	18 374 355.05
22	01.04.2022	18 374 355.05	427 866.54	91 871.78	519 738.32	17 946 488.51
23	01.05.2022	17 946 488.51	430 005.88	89 732.44	519 738.32	17 516 482.63
24	01.06.2022	17 516 482.63	432 155.91	87 582.41	519 738.32	17 084 326.73
25	01.07.2022	17 084 326.73	434 316.69	85 421.63	519 738.32	16 650 010.04
26	01.08.2022	16 650 010.04	436 488.27	83 250.05	519 738.32	16 213 521.77
27	01.09.2022	16 213 521.77	438 670.71	81 067.61	519 738.32	15 774 851.06
28	01.10.2022	15 774 851.06	440 864.06	78 874.26	519 738.32	15 333 987.00
29	01.11.2022	15 333 987.00	443 068.38	76 669.93	519 738.32	14 890 918.62
30	01.12.2022	14 890 918.62	445 283.73	74 454.59	519 738.32	14 445 634.89
31	01.01.2023	14 445 634.89	447 510.14	72 228.17	519 738.32	13 998 124.74
32	01.02.2023	13 998 124.74	449 747.70	69 990.62	519 738.32	13 548 377.05
33	01.03.2023	13 548 377.05	451 996.43	67 741.89	519 738.32	13 096 380.62
34	01.04.2023	13 096 380.62	454 256.42	65 481.90	519 738.32	12 642 124.20

35	01.05.2023	12 642 124.20	456 527.70	63 210.62	519 738.32	12 185 596.50
36	01.06.2023	12 185 596.50	458 810.34	60 927.98	519 738.32	11 726 786.16
37	01.07.2023	11 726 786.16	461 104.39	58 633.93	519 738.32	11 265 681.78
38	01.08.2023	11 265 681.78	463 409.91	56 328.41	519 738.32	10 802 271.87
39	01.09.2023	10 802 271.87	465 726.96	54 011.36	519 738.32	10 336 544.91
40	01.10.2023	10 336 544.91	468 055.59	51 682.72	519 738.32	9 868 489.31
41	01.11.2023	9 868 489.31	470 395.87	49 342.45	519 738.32	9 398 093.44
42	01.12.2023	9 398 093.44	472 747.85	46 990.47	519 738.32	8 925 345.59
43	01.01.2024	8 925 345.59	475 111.59	44 626.73	519 738.32	8 450 234.00
44	01.02.2024	8 450 234.00	477 487.15	42 251.17	519 738.32	7 972 746.85
45	01.03.2024	7 972 746.85	479 874.58	39 863.73	519 738.32	7 492 872.26
46	01.04.2024	7 492 872.26	482 273.96	37 464.36	519 738.32	7 010 598.30
47	01.05.2024	7 010 598.30	484 685.33	35 052.99	519 738.32	6 525 912.98
48	01.06.2024	6 525 912.98	487 108.75	32 629.56	519 738.32	6 038 804.22
49	01.07.2024	6 038 804.22	489 544.30	30 194.02	519 738.32	5 549 259.92
50	01.08.2024	5 549 259.92	491 992.02	27 746.30	519 738.32	5 057 267.90
51	01.09.2024	5 057 267.90	494 451.98	25 286.34	519 738.32	4 562 815.93
52	01.10.2024	4 562 815.93	496 924.24	22 814.08	519 738.32	4 065 891.69
53	01.11.2024	4 065 891.69	499 408.86	20 329.46	519 738.32	3 566 482.83
54	01.12.2024	3 566 482.83	501 905.90	17 832.41	519 738.32	3 064 576.92
55	01.01.2025	3 064 576.92	504 415.43	15 322.88	519 738.32	2 560 161.49
56	01.02.2025	2 560 161.49	506 937.51	12 800.81	519 738.32	2 053 223.97
57	01.03.2025	2 053 223.97	509 472.20	10 266.12	519 738.32	1 543 751.77
58	01.04.2025	1 543 751.77	512 019.56	7 718.76	519 738.32	1 031 732.21
59	01.05.2025	1 031 732.21	514 579.66	5 158.66	519 738.32	517 152.56
60	01.06.2025	517 152.56	517 152.56	2 585.76	519 738.32	0
		ИТОГО	26 883 756	4 300 543	31 184 299	

8. Эффективность проекта

8.1 Проекция Cash-flow

Показатели рентабельности

Годовая прибыль (4 год), тыс. тг.	137824487
Рентабельность	70,2%

Чистый дисконтированный доход (NPV) и индекс прибыльности (PI)

Чистый дисконтированный доход (NPV)	775 927
Индекс прибыльности (PI)	1,03%

8.2 Расчет прибыли и убытков

Показатели эффективности деятельности предприятия на 4 год проекта.

	1 год	2 год	3 год	4 год
--	-------	-------	-------	-------

Выручка	2395835	10541669	17250000	19645835
Реализация мяса птицы	2395835	10541669	17250000	19645835
Реализация яиц	0	0	0	0
Реализация пуха	0	0	0	0
Себестоимость	3395715	6858892	5385427	5261391
Затраты на корма и витамины	992820	2894103	3756307	4366831
Расходы на покупку поголовья	1668335	2335669	0	0
Зерноотходы	350000	840000	840000	490000
Ветпрепараты	50000	120000	120000	70000
Фонд оплаты труда	1338240	1338240	1338240	1338240
Валовая прибыль	-999880	3682777	11864573	14384444
Налоги	216120	216120	216120	356556
Прибыль после налогов	-999880	3682777	11864573	13795069
Оплата вознаграждения	112435	167940	88143	12621
Чистая прибыль	-1112315	3514837	11776430	13782448
Рентабельность	-46.4%	33.3%	68.3%	70.2%

Налоги

Налоги, принятые в расчетах, соответствуют действующему законодательству по налогообложению юридических лиц в РК, льгот нет. Предполагается работа по упрощенной схеме на основании свидетельства индивидуального предпринимателя с выплатой всех видов налогов в размере 3 % от общего оборота. Кроме этого, предполагается выплаты с данного предпринимателя всех налогов и расходов начисляемых на зарплату сотрудников.

Виды налогов и платежей	1 год	2 год	3 год	4 год
ИПН	0	0	0	69444
Социальный налог	0	0	0	70992
ОПВ	133824	133824	133824	133824
СО	42156	42156	42156	42156
ООСМС	26760	26760	26760	26760
ВОСМС	13380	13380	13380	13380
Итого	216120	216120	216120	356556

Стоимость необходимого оборудования для организации, приобретение кормов и строительства мини-птицефермы

Строительство мини-птицефермы	6500000
Ручная сборка птичьей клетки	2475000
Приобретение 2000 инкубаторного аппарата для яиц (с доставкой)	1050000
Сборка мини-убойного цеха	2000000
Приобретение комбикормов Старт	714000
Приобретение комбикормов Рост	3762000
Приобретение комбикормов Финиш	7080000
Вакуумный пакет покрытие аппарата	300000

План по персоналу

Должность	Кол-во	Зарплата	Платежи
Подсобные рабочие	2	55 760 тенге	Ежемесячно, весь проект
Итого	2	111 520 тенге	

9. Социально-экономическое воздействие

9.1 Социально-экономическое значение проекта

При реализации проекта предусмотрено решение следующих задач

- созданию 2 нового рабочего мест, что позволит работникам получать стабильный доход;
- создание новой птицефермы, сборка убойного цеха
- поступлению в бюджет города Аральск Кызылординской области 1,5 млн налогов и других отчислений.

Среди социальных воздействий можно выделить:

- удовлетворение спроса населения/потребителей, через предоставление широкого спектра услуг.

г. Нур-Султан

БИЗНЕС-ПЛАН ПО УСЛУГАМ МАССАЖА



2020 год

СОДЕРЖАНИЕ

Резюме.....	2
Введение.....	3
1. Концепция проекта.....	3
2. Описание продукта (услуги).....	4
3. Программа производств.....	5
4. Маркетинговый план.....	6
4.1 Описание рынка.....	6
4.2 Ситуационный анализ (SWOT).....	7
5. Техническое планирование.....	8
5.1 Оборудование и инвентарь.....	8
6. Реализация проекта.....	9
6.1 План реализаций.....	9
6.2 План выручки.....	9
7. Потребность в финансирование.....	10
8. Эффективность проекта.....	12
8.1 Расчет прибыли и убытков.....	12
8.2 Эффективность деятельности предприятия.....	16
9. Социально – экономическое значение проекта.....	16

Резюме

Цель проекта – организация массажного салона в городе Нур-Султан. Салон ориентирован на оказание массажных услуг классического оздоровительного типа. Такой массаж показан для снятия мышечного напряжения, укрепления здоровья в целом, избавления от сонливости, апатии; стимулирует сердечно-сосудистую систему, обмен веществ; активизирует физическую и умственную деятельность. Данный вид массажа не имеет противопоказаний по возрасту и очень узкий перечень противопоказаний по состоянию здоровья. Ценовой сегмент – средний; салон ориентирован на самую широкую аудиторию.

Наименование статей инвестиций	Сумма	Удельный вес	Источники финансирования			
			Собственные средства		Средства займа	
			Сумма	Удельный вес	Сумма	Удельный вес
Основные средства	2000 0000	100 %	200 0000	100 %	1800 0000	100 %
Оборотные средства	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Итого	2000 0000	100 %	200 0000	100 %	1800 0000	100 %
Удельный вес		100 %		10 %		90 %

Финансирование проекта планируется осуществить как за счет собственных средств инициатора проекта, так и за счет заемного капитала.

Направление использования средств	Кол-во	Цена	Сумма всего (тенге)	В том числе (тенге): За счет займа/ За счет собств. средств
Приобретение встроенного нежилого помещения	1	18 000 000	18 000 000	За счет займа
Косметический ремонт помещения	1	500 000	500 000	За счет собств. средств
Оборудование и покупка необходимого снаряжения для детского уголка	1	1 000 000	1 000 000	За счет собств. средств
Оборудование детского массажного кабинета	1	500 000	500 000	За счет собств. средств
Итого			18 000 000	

Приняты следующие условия кредитования:

Основные/оборотные средства	Сумма всего (тенге)
Основные средства	18000000
Оборотные средства	0
Итого	18000000
Основные/оборотные средства	месяцев
Основные средства	84
Основные/оборотные средства	кол-во годовых, %
Основные средства	6

Введение

Массаж пользуется популярностью благодаря его оздоровительному и расслабляющему эффекту, а также способности снятия напряжения. Он показан людям, которые испытывают боль в спине, шее, суставах, имеют нарушения в работе нервной системы, имеют головные боли или подвергались травмам. Кроме того, так популярный сейчас тренд на здоровый образ жизни стимулирует спрос на массаж в столице нашей страны.

Массажный салон — популярный вид бизнеса, который не требует значительных финансовых вложений. Рынок услуг массажа неразрывно связан с медицинскими услугами. Согласно исследованиям, BusinesStat ожидался рост числа медицинских приемов, в числе которых и приемы на массаж. Кроме того, доля платных услуг в медицинском секторе постоянно растет, а значит, население готов тратить денежные средства на поддержание своего здоровья.

В городах - миллионниках как в нашем городе с населением до 1,2 миллионов человек открыто до 40 массажных заведений. При правильной организации бизнеса можно получать стабильный доход.

1. Концепция проекта

Массажный салон – это организация, занимающаяся физическим, психологическим, социальным восстановлением людей (реабилитантов), перенёсших инвалидизирующие болезни нервной системы, опорно-двигательного аппарата, органов чувств и т.д., а также имеющих психические и поведенческие расстройства.

Предпринимательская идея проекта состоит в открытии массажного салона в г. Нур-Султан и оказания платных медицинских услуг. В соответствии с концепцией развития компании и с учетом тенденций роста рынка планируется постоянно наличие спроса на услуги массажного кабинета. Поиск и наем необходимых специалистов и обслуживающего персонала. Планируется постоянно увеличивать объем услуг за счет доступных для населения цен. Особое внимание будет уделяться качеству услуг и профессионализму сотрудников, что в конечном итоге будет

значительно способствовать созданию благоприятного имиджа компании на рынке.

В данном бизнес-плане рассмотрен вариант открытия студии массажа широкого спектра, в котором будут трудиться высококвалифицированные специалисты разной направленности. Услуги салона:

- Классический общий массаж;
- Массаж спины;
- Массаж лица и шейно-воротниковой зоны;
- Расслабляющий массаж.

Со временем можно ввести дополнительный перечень услуг, таких, как: антицеллюлитный массаж, тайский массаж, различные виды обертываний, спортивный массаж, японский массаж и т.д.

2. Описание продукта (услуги)

С введением рыночных отношений в здравоохранении вопрос качества медицинской помощи становится все более актуальным. Любая медицинская услуга может найти свой сегмент рынка только в том случае, если окажется выполненной на достаточно высоком уровне. Рынок медицинских услуг отличается от рынка товаров. Услуга создается в процессе, когда её предоставляют клиенту, а, следовательно, до этого её не существует и её невозможно сравнить до покупки и потребления.

Предприятие оказывает услуги по лечебному оздоровительному массажу в г. Нур-Султан. Общий оздоровительный массаж показан для снятия мышечного напряжения, укрепления здоровья в целом, избавления от сонливости, заторможенности. Массаж стимулирует работу сердечно-сосудистой системы, активизирует обмен веществ, умственную и физическую деятельность. Массаж рекомендуется при:

- нарушениях в работе нервной системы;
- восстановлении после травм и оперативных вмешательств;
- гипер- и гипотонусе мышц;
- венозном застое;
- хронических головных болях;
- болезненных ощущениях в области спины и шеи (остеохондроз и прочие заболевания).

Во время проведения процедуры специалист воздействует на все зоны тела, кроме головы: ноги, ягодицы, спину и шею, руки, грудь, живот. Воздействие производится различными способами: поглаживанием, растиранием, разминанием, вибрацией.

Процедуры оздоровительного массажа не имеют ограничений по возрасту; есть небольшой перечень ограничений по состоянию здоровья:

- наличие воспалительных процессов в острой стадии;
- повышенная температура тела, лихорадка;
- болезни крови, склонность к кровотечениям;
- гнойные процессы;

- кожные заболевания;
- аллергические, психические, респираторные заболевания;
- опухоли различного генеза;
- хронический остеомиелит.

Стандартная процедура длится 45 минут. Сеанс проводится в специально подготовленном помещении на комфортабельном массажном столе. К проведению процедур допускаются только квалифицированные специалисты, имеющие сертификаты профессионального массажиста.

3. Программа производств

Планируемая программа производства по годам

Наименование продукции, работы, услуги	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	6 год	7 год	8 год	Итого
Детский массаж	233	2800	2800	2800	2800	2800	2800	2567	19600
Взрослый массаж	117	1400	1400	1400	1400	1400	1400	1283	9800
Парикмахерские услуги	167	2000	2000	2000	2000	2000	2000	1833	14000
Услуги депиляции	125	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1375	10500
Услуги по маникюру	117	1400	1400	1400	1400	1400	1400	1283	9800

Программа продаж будет осуществляться на основе результатов проведенных маркетинговых исследований (с целью определения предпочтений потребителей), а также посредством рекламных акций и заключения контрактов на поставку продукции.

Планируемая программа продаж

Наименование	1 м еся ц	2 м еся ц	3 м еся ц	4 м еся ц	5 м еся ц	6 м еся ц	7 м еся ц	8 м еся ц	9 м еся ц	10 м еся ц	11 м еся ц	12 м еся ц
Детский массаж	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	

	м еся ц	м еся ц	м еся ц	м еся ц	м еся ц	м еся ц	м еся ц	м еся ц	м еся ц	м еся ц	м еся ц	
	1 00 %	1 00 %	1 00 %	1 00 %	1 00 %	1 00 %	1 00 %	1 00 %	1 00 %	1 00 %	1 00 %	1 00 %
	5 833 33	5 833 33	5 833 33	5 833 33	5 833 33	5 833 33	5 833 33	5 833 33	5 833 33	5 833 33	5 833 33	5 833 33

Наименование	1 м еся ц	2 м еся ц	3 м еся ц	4 м еся ц	5 м еся ц	6 м еся ц	7 м еся ц	8 м еся ц	9 м еся ц	1 0 м еся ц	1 1 м еся ц	1 2 м еся ц
	1 00 %	1 00 %	1 00 %	1 00 %	1 00 %	1 00 %	1 00 %	1 00 %	1 00 %	1 00 %	1 00 %	1 00 %
Взрослы й массаж	5 833 33	5 833 33	5 833 33	5 833 33	5 833 33	5 833 33	5 833 33	5 833 33	5 833 33	5 833 33	5 833 33	5 833 33
	1 3 м еся ц	1 4 м еся ц	1 5 м еся ц	1 6 м еся ц	1 7 м еся ц	1 8 м еся ц	1 9 м еся ц	2 0 м еся ц	2 1 м еся ц	2 2 м еся ц	2 3 м еся ц	2 4 м еся ц
	1 00 %	1 00 %	1 00 %	1 00 %	1 00 %	1 00 %	1 00 %	1 00 %	1 00 %	1 00 %	1 00 %	1 00 %
	5 833 33	5 833 33	5 833 33	5 833 33	5 833 33	5 833 33	5 833 33	5 833 33	5 833 33	5 833 33	5 833 33	5 833 33

При формировании цен была учтена покупательная способность потребителей, определяемая средним уровнем их доходов.

Формирование цен основано на рыночных ценах и полной себестоимости продукции.

Планируемые цены на продукцию

Наименование	Цена реализации, тенге	Годовой объем
---------------------	-------------------------------	----------------------

продукции, работы, услуги		производства
Детский массаж	2500	2800
Взрослый массаж	5000	1400
Парикмахерские услуги	4000	2000
Услуги депиляции	3500	1500
Услуги по маникюру	3500	1400

Себестоимость Взрослый массаж

Наименование	Ед. изм.	Кол- во	Цена за единицу	Сумма
Массажное масло, крема	шт	1	200	200
Цена реализации				5000
Торговая наценка				4800

Детский массаж

Наименование	Ед. изм.	Кол- во	Цена за единицу	Сумма
Массажное масло	шт	1	150	150
Цена реализации				2500
Торговая наценка				2350

4. Маркетинговый план

4.1 Описание рынка

Анализ Потенциального сбыта

№	Наименование услуг	Стоимос ть оказываемо й услуги за единицу в тенге	Возмож ные каналы сбыта	Местополож ение предоставления услугу	Количество потенциальных потребителей услуги (целевая аудитория)
1	Детский массаж услуги депиляции для мамочек	6000	Аманжоло ва Айнур Тураровна	г.Нур- Султан, Алматинский р/н, А.Байтурсын ова д.41	Потенциальными потребителями являются дети от 0 до 3 лет и мамочки в декрете любых возрастов
2	Взрослый массаж, омолаживающий массаж лица	15000	Сатыбалди нова Салтанат Сейткалие	г.Нур- Султан, Алматинский р/н,	Потенциальными потребителями являются дети от 0 до 3 лет и мамочки в декрете

			вна	А.Байтурсын ова д.41	любых возрастов
3	Парикмахерские услуги, услуги маникюра	6500	Сергазина Жанара Хамитовна	г.Нур-Султан, Алматинский р/н, ул. А.Байтурсын ова д.41	Потенциальными потребителями являются дети от 0 до 3 лет и мамочки в декрете любых возрастов
Дополнительная информация о сбыте		<p>Будет проводится работа по привлечению потенциальных клиентов среди медицинских учреждений и перинатальных центров Алматинского района.</p> <p>Беседы с глав. врачами данных мед. учреждений и оставлять рекламный материал для потенциальных клиентов. Так же большой акцент будет сделан на соц. сети с привлечением специалиста в этой области для продвижения и привлечения потенциальных клиентов.</p>			

Покупательская способность потребителей

Среднемесячный доход 1 потенциального покупателя	Среднемесячный доход целевой аудитории от 100000 до 150000 тг в месяц.
Частота использования услугой потенциальным покупателям в год	По данным статистики (bala.stat.gov.kz) рождаемость в городе с каждым годом растет и услуги детского массажа востребованы на рынке. Потенциальный покупатель будет пользоваться данной услугой 3-4 раза в год курсом по 10 дней. Услуги парикмахера, мастеров по маникюру, депиляции и взрослого массажиста 10-12 раз в год.
Дополнительная информация о покупательской способности клиентов	По данным Комитета по статистике РК услуги центра будут доступны практически всему слою населения данного района.

Локация точки предоставления услуг

Местоположение точки предоставления услуг	г. Нур-Султан, Алматинский р/н, А. Байтурсынова д.41
Преимущество локации	Преимущество локации, заключается в том, что оно находится в густонаселенном районе города. В этом районе находится много мед. учреждений одним из которых является детская городская больница №2.
Дополнительная информация о локации	В учреждении мамочки могут получить комплексные услуги как для себя, так и для ребенка.

Анализ потенциальных конкурентов

№	Укажите	Вид предоставляемых	Местоположе	Цена реализации
---	---------	---------------------	-------------	-----------------

	потенциального конкурента	услуг конкурентов	ние конкурента	тенге за ед. продукции/услуги
1	Sabi Health	Услуги детского массажа	г.Нур-Султан, ул. Т.Жургенева д.32	3000-4000
2	ASTANA MEDICAL CLINIC	Медицинские услуги и услуги массажа	г.Нур-Султан, ул Кене Азербаета 36/2	3000-4000
3	Pyassova BS	Парикмахерские услуги, услуги по маникюру, услуги по депиляции и др.	г.Нур-Султан, ул Темирбек Жургенева 32	2000-15000
Дополнительная информация о конкурентах		Конкуренты предоставляют свои услуги в одном направлении, это либо услуги красоты, либо услуги детского массажа. Конкуренты в своём штате не имеют нянечку и игровую зону для детей, что очень удобно для потенциальных покупателей.		

Конкурентное преимущество и способы продвижения

Конкурентное преимущество бизнеса и способы продвижения услуг	При центре будут предоставляться услуги нянечки бесплатно. Способы продвижения услуг страничка в Instagram, объявление на Olx
--	---

4.2 Ситуационный анализ (SWOT)

SWOT-анализ

Сильные стороны:	Слабые стороны:
- готовность начать собственный бизнес; - низкая конкуренция.	- отсутствие опыта ведения бизнеса.
Возможности:	Риск:
- расширение сферы влияния, за счет дополнительных услуг – физиотерапии.	- малая заинтересованность людей в получении качественных услуг по массажу; - низкий поток клиентов, из-за чего убыточность предприятия.

5. Техническое планирование

5.1 Оборудование и инвентарь

Необходимые оборудование для услуги массажа

Наименование	Количество	Цена за 1 шт.	Общая сумма
Оборудование для массажного кабинета и душевой			
Массажный стол	2	75 000	150 000
Стул	2	15 000	30 000
Шкаф	1	75 000	150 000

ость	05867	90204	90204	90204	90204	90204	90204	84337
Коммуналь ные услуги	15 000	180 000	180 000	180 000	180 000	180 000	180 000	165 000
Расходы на средства по клинингу	15 00	800 0	180 00	180 00	180 00	180 00	180 00	165 00
Расходные средства (масло, крема для массажа, шампуни, одноразовые простыни для массажа, шугаринга, паста для шугаринга и т.п)	13 500	162 000	162 000	162 000	162 000	162 000	162 000	148 500
Реклама (инстаграмм, ВК, Фейс Бук, листовочная продукция)	10 000	120 000	120 000	120 000	120 000	120 000	120 000	110 000
Себестоимо сть	16 9167	203 0004	203 0004	203 0004	203 0004	203 0004	203 0004	186 0837
Фонд оплаты труда	30 96696	185 80200	185 80176	185 80176	185 80176	185 80176	185 80176	185 80176
Валовая прибыль	- 62670 1	110 59796	110 59796	110 59796	110 59796	110 59796	110 59796	116 86497
Налоги	46 9286	213 5976	213 5976	213 5976	213 5976	213 5976	213 5976	213 5976
Прибыль после налогов	- 62670 1	110 59796	105 9796	100 95296	100 95296	100 95296	100 95296	108 02372
Оплата вознагражден ия	17 8929	983 571	829 286	675 000	520 714	366 429	212 143	589 29

Чистая прибыль	- 80563 0	100 76225	102 30510	942 0296	957 4582	972 8867	988 3153	107 43443
Рентабель ность	- 30%	31 %	32 %	29 %	30 %	30 %	31 %	36 %

7. Потребность в финансирование

Финансирование проекта планируется осуществить как за счет собственных средств инициатора проекта, так и за счет заемного капитала.

Поступления в виде займов (KZT)

<i>Название</i>	<i>Дата</i>	<i>Сумма</i>	<i>Срок</i>	<i>Ставка</i>
		<i>(KZT)</i>		<i>%</i>
<i>Кредит</i>	<i>01.2020</i>	<i>18 000 000</i>	<i>84 мес.</i>	<i>6</i>

<i>Сумма кредита</i>	<i>18 000 000</i>
<i>Процентная ставка</i>	<i>6,00%</i>
<i>Срок кредита (кол-во месяцев)</i>	<i>84</i>
<i>Льготный период по ОД</i>	<i>6 месяцев</i>
<i>Дата выдачи кредита</i>	<i>01.07.2020</i>
<i>Дата погашения кредита</i>	<i>01.06.2027</i>

Выплаты на погашение займов (KZT)

N	Дата погашения	Сумма кредита на начало периода	Основной долг	Проценты	Платеж за период	Сумма кредита на конец периода
1	01.07.2020	18 000 000,00	172 953,98	90 000,00	262 953,98	17 827 046,02
2	01.08.2020	17 827 046,02	173 818,75	89 135,23	262 953,98	17 653 227,27
3	01.09.2020	17 653 227,27	174 687,84	88 266,14	262 953,98	17 478 539,43
4	01.10.2020	17 478 539,42	175 561,28	87 392,70	262 953,98	17 302 978,14
5	01.11.2020	17 302 978,14	176 439,09	86 514,89	262 953,98	17 126 539,05
6	01.12.2020	17 126 539,05	177 321,29	85 632,70	262 953,98	16 949 217,76
7	01.01.2021	16 949 217,77	178 207,89	84 746,09	262 953,98	16 771 009,88
8	01.02.2021	16 771 009,87	179 098,93	83 855,05	262 953,98	16 591 910,94
9	01.03.2021	16 591 910,94	179 994,43	82 959,55	262 953,98	16 411 916,51
10	01.04.2021	16 411 916,52	180 894,40	82 059,58	262 953,98	16 231 022,12
11	01.05.2021	16 231 022,12	181 798,87	81 155,11	262 953,98	16 049 223,25
12	01.06.2021	16 049 223,25	182 707,86	80 246,12	262 953,98	15 866 515,39
13	01.07.2021	15 866 515,38	183 621,40	79 332,58	262 953,98	15 682 893,98
14	01.08.2021	15 682 893,98	184 539,51	78 414,47	262 953,98	15 498 354,47
15	01.09.2021	15 498 354,47	185 462,21	77 491,77	262 953,98	15 312 892,26
16	01.10.2021	15 312 892,26	186 389,52	76 564,46	262 953,98	15 126 502,74
17	01.11.2021	15 126 502,74	187 321,47	75 632,51	262 953,98	14 939 181,27
18	01.12.2021	14 939 181,27	188 258,07	74 695,91	262 953,98	14 750 923,20
19	01.01.2022	14 750 923,20	189 199,36	73 754,62	262 953,98	14 561 723,84

20	01.02.2022	14 561 723,83	190 145,36	72 808,62	262 953,98	14 371 578,47
21	01.03.2022	14 371 578,47	191 096,09	71 857,89	262 953,98	14 180 482,38
22	01.04.2022	14 180 482,39	192 051,57	70 902,41	262 953,98	13 988 430,82
23	01.05.2022	13 988 430,82	193 011,83	69 942,15	262 953,98	13 795 418,99
24	01.06.2022	13 795 418,99	193 976,89	68 977,09	262 953,98	13 601 442,10
25	01.07.2022	13 601 442,10	194 946,77	68 007,21	262 953,98	13 406 495,33
26	01.08.2022	13 406 495,33	195 921,50	67 032,48	262 953,98	13 210 573,83
27	01.09.2022	13 210 573,83	196 901,11	66 052,87	262 953,98	13 013 672,72
28	01.10.2022	13 013 672,72	197 885,62	65 068,36	262 953,98	12 815 787,10
29	01.11.2022	12 815 787,10	198 875,05	64 078,94	262 953,98	12 616 912,05
30	01.12.2022	12 616 912,06	199 869,42	63 084,56	262 953,98	12 417 042,64
31	01.01.2023	12 417 042,64	200 868,77	62 085,21	262 953,98	12 216 173,87
32	01.02.2023	12 216 173,87	201 873,11	61 080,87	262 953,98	12 014 300,76
33	01.03.2023	12 014 300,76	202 882,48	60 071,50	262 953,98	11 811 418,28
34	01.04.2023	11 811 418,28	203 896,89	59 057,09	262 953,98	11 607 521,39
35	01.05.2023	11 607 521,39	204 916,37	58 037,61	262 953,98	11 402 605,02
36	01.06.2023	11 402 605,02	205 940,96	57 013,03	262 953,98	11 196 664,06
37	01.07.2023	11 196 664,06	206 970,66	55 983,32	262 953,98	10 989 693,40
38	01.08.2023	10 989 693,40	208 005,51	54 948,47	262 953,98	10 781 687,89
39	01.09.2023	10 781 687,89	209 045,54	53 908,44	262 953,98	10 572 642,35
40	01.10.2023	10 572 642,35	210 090,77	52 863,21	262 953,98	10 362 551,58
41	01.11.2023	10 362 551,58	211 141,22	51 812,76	262 953,98	10 151 410,36
42	01.12.2023	10 151 410,35	212 196,93	50 757,05	262 953,98	9 939 213,42
43	01.01.2024	9 939 213,42	213 257,91	49 696,07	262 953,98	9 725 955,51
44	01.02.2024	9 725 955,51	214 324,20	48 629,78	262 953,98	9 511 631,31
45	01.03.2024	9 511 631,31	215 395,82	47 558,16	262 953,98	9 296 235,49
46	01.04.2024	9 296 235,48	216 472,80	46 481,18	262 953,98	9 079 762,68
47	01.05.2024	9 079 762,68	217 555,17	45 398,81	262 953,98	8 862 207,51
48	01.06.2024	8 862 207,51	218 642,94	44 311,04	262 953,98	8 643 564,57
49	01.07.2024	8 643 564,57	219 736,16	43 217,82	262 953,98	8 423 828,41
50	01.08.2024	8 423 828,41	220 834,84	42 119,14	262 953,98	8 202 993,57
51	01.09.2024	8 202 993,57	221 939,01	41 014,97	262 953,98	7 981 054,56
52	01.10.2024	7 981 054,56	223 048,71	39 905,27	262 953,98	7 758 005,85
53	01.11.2024	7 758 005,85	224 163,95	38 790,03	262 953,98	7 533 841,90
54	01.12.2024	7 533 841,90	225 284,77	37 669,21	262 953,98	7 308 557,13
55	01.01.2025	7 308 557,13	226 411,20	36 542,79	262 953,98	7 082 145,93
56	01.02.2025	7 082 145,94	227 543,25	35 410,73	262 953,98	6 854 602,69
57	01.03.2025	6 854 602,68	228 680,97	34 273,01	262 953,98	6 625 921,71
58	01.04.2025	6 625 921,72	229 824,37	33 129,61	262 953,98	6 396 097,35
59	01.05.2025	6 396 097,34	230 973,49	31 980,49	262 953,98	6 165 123,85
60	01.06.2025	6 165 123,85	232 128,36	30 825,62	262 953,98	5 932 995,49
61	01.07.2025	5 932 995,49	233 289,00	29 664,98	262 953,98	5 699 706,49
62	01.08.2025	5 699 706,49	234 455,45	28 498,53	262 953,98	5 465 251,04
63	01.09.2025	5 465 251,04	235 627,73	27 326,26	262 953,98	5 229 623,31
64	01.10.2025	5 229 623,31	236 805,86	26 148,12	262 953,98	4 992 817,45
65	01.11.2025	4 992 817,45	237 989,89	24 964,09	262 953,98	4 754 827,56
66	01.12.2025	4 754 827,55	239 179,84	23 774,14	262 953,98	4 515 647,71
67	01.01.2026	4 515 647,71	240 375,74	22 578,24	262 953,98	4 275 271,97

одноразовые простыни для массажа, шугаринга, паста для шугаринга и т.п)								
Реклама (инстаграмм, ВК, Фейс Бук, листовочная продукция)	10 000	120 000	120 000	120 000	120 000	120 000	120 000	110 000
Себестоимость	16 9167	203 0004	203 0004	203 0004	203 0004	203 0004	203 0004	186 0837
Фонд оплаты труда	30 96696	185 80200	185 80176	185 80176	185 80176	185 80176	185 80176	185 80176
Валовая прибыль	- 62670 1	110 59796	110 59796	110 59796	110 59796	110 59796	110 59796	116 86497
Налоги	46 9286	213 5976	213 5976	213 5976	213 5976	213 5976	213 5976	213 5976
Прибыль после налогов	- 62670 1	110 59796	110 59796	100 95296	100 95296	100 95296	100 95296	108 02372
Оплата вознаграждения	17 8929	983 571	829 286	675 000	520 714	366 429	212 143	589 29
Чистая прибыль	- 80563 0	100 76225	102 30510	942 0296	957 4582	972 8867	988 3153	107 43443
Рентабельность	- 30%	31%	32%	29%	30%	30%	31%	36%

Налоги

Виды налогов и платежей	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	6 год	7 год	8 год
ИПН	0	0	0	1 621 212	1 621 212	1 621 212	1 621 212	1 621 212
Социальный налог	0	0	0	1 458 804	1 458 804	1 458 804	1 458 804	1 458 804

ОПВ	309 806	1 858 020	1 858 020	1 858 020	1 858 020	1 858 020	1 858 020	1 858 020
СО	97 548	124 956	124 956	124 956	124 956	124 956	124 956	124 956
ОСМС	61 932	102 000	102 000	102 000	102 000	102 000	102 000	102 000
ВОСМС	30 972	51 000	51 000	51 000	51 000	51 000	51 000	51 000
Итого	469 286	2 135 976	2 135 976	5 215 992	5 215 992	5 215 992	5 215 992	5 215 992

План по персоналу

Должность	Заработная плата	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	6 год	7 год	8 год	Платежи
		Кол-во	Кол-во	Кол-во	Кол-во	Кол-во	Кол-во	Кол-во	Кол-во	
Администратор	90 030 тенге	1	6	6	6	6	6	6	6	Ежемесячно, весь проект
Массажист	84 014 тенге	2	12	12	12	12	12	12	12	Ежемесячно, весь проект
Итого сумма в месяц		258 058	15483 48	15483 48	15483 48	15483 48	15483 48	15483 48	15483 48	
Итого сумма в год		3 096 696	18 580 176	18 580 176	18 580 176	18 580 176	18 580 176	18 580 176	18 580 176	

Общие затраты по проекту включают в себя:

Направление использования средств	Кол-во	Цена	Сумма всего (тенге)	В том числе (тенге): за счет займа/ За счет собств. средств
Приобретение встроенного нежилого помещения	1	18 000 000	18 000 000	За счет займа
Косметический ремонт помещения	1	500 000	500 000	За счет собств. средств
Оборудование и покупка необходимого снаряжения для детского уголка	1	1 000 000	1 000 000	За счет собств. средств
Оборудование детского массажного кабинета	1	500 000	500 000	За счет собств. средств
Итого			18 000 000	

Прогнозный Отчет движения денежных средств на период реализации проекта

	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	6 год	7 год	8 год
Денежные	-	355	466	579	681	786	891	999

средства на начала периода		65799	70595	29676	98543	21696	99134	30858
Услуги	267	321	321	321	321	321	321	294
	9166	50000	50000	50000	50000	50000	50000	70834
Семейные доходы	500	600	600	600	600	600	600	550
	000	0000	0000	0000	0000	0000	0000	0000
Всего приток от операционно й деятельности	317	381	381	381	381	381	381	349
	9166	50000	50000	50000	50000	50000	50000	70834
Коммунал ьные услуги	150	180	180	180	180	180	180	165
	00	000	000	000	000	000	000	000
Расходы на средства п о клинингу	150	180	180	180	180	180	180	165
	0	00	00	00	00	00	00	00
Расходные средства (масло, крема для массажа, шампуни, одноразовые простыни для массажа, шугаринга, паста для шугаринга)	135	162	162	162	162	162	162	148
	00	000	000	000	000	000	000	500
Реклама (инстаграмм, ВК, Фейс Бук, листовочная продукция)	100	120	120	120	120	120	120	110
	00	000	000	000	000	000	000	000
Себестоим ость	169	203	203	203	203	203	203	186
	167	0004	0004	0004	0004	0004	0004	0837
Фонд оплаты труда	309	185	185	185	185	185	185	185
	6696	80200	80176	80176	80176	80176	80176	80176

Семейные расходы	200 000	240 0000	240 0000	240 0000	240 0000	240 0000	240 0000	220 0000
Всего отток от операционно й деятельности	350 5867	234 90204	234 90204	234 90204	234 90204	234 90204	234 90204	199 84337
Чистый поток от операционно й деятельности	- 326701	146 59796	146 59796	146 59796	146 59796	146 59796	146 59796	149 86497
Собственн ые средства	-	-	-	-	-	-	-	-
За счет займа	180 00000	-	-	-	-	-	-	-
За счет собств. средств	500 000	-	-	-	-	-	-	-
Всего приток от инвестиц. деятельности	185 00000	-	-	-	-	-	-	-
Всего отток от инвестиц. деят-ти	-	-	-	-	-	-	-	-
Чистый поток от инвестиц. деят-ти	185 00000	-	-	-	-	-	-	-
Получение кредита на инвестиции	180 00000	0	0	0	0	0	0	0
Всего приток от фин. деятельности	180 00000	0	0	0	0	0	0	0

Выплата вознаграждения	178 929	983 571	829 286	675 000	520 714	366 429	212 143	589 29
Основной долг	428 571	257 1429	257 1429	257 1429	257 1429	257 1429	257 1429	214 2857
Налоги	0	0	0	114 4500	114 4500	114 4500	114 4500	104 9125
Всего отток от фин. деятельности	607 500	355 5000	340 0715	439 0929	423 6643	408 2358	392 8072	325 0911
Чистый поток от фин. деятельности	173 92500	- 355500 0	- 340071 5	- 439092 9	- 423664 3	- 408235 8	- 392807 2	- 325091 1
Изменения за период	355 65799	111 04796	112 59081	102 68867	104 23153	105 77438	107 31724	117 35586
Конечная наличность	355 65799	466 70595	579 29676	681 98543	786 21696	891 99134	999 30858	1,12 E+08

8.2 Эффективность деятельности предприятия

Чистый дисконтированный доход полного инвестированного капитала при 10% составил 19 700 тыс. тг. (разность между текущей стоимостью потока будущих доходов и текущей стоимостью будущих затрат на протяжении всего жизненного цикла инвестиционного проекта).

Чистый дисконтированный доход (NPV) и индекс прибыльности (PI)

Внутренняя норма доходности (IRR)	25%
Чистая текущая стоимость (NPV), тыс.тг.	19.700
Окупаемость проекта (простая), лет	2,3
Окупаемость проекта (дисконтированная), лет	2,5

9. Социально – экономическое значение проекта

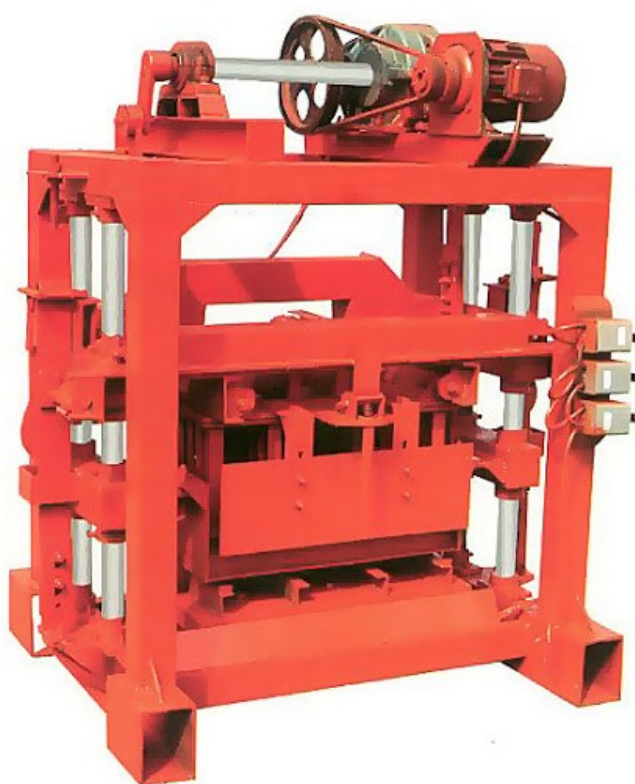
Реализация настоящего проекта позволит удовлетворить потребности населения в услугах расслабляющего или лечебного массажа.

С экономической точки зрения проект будет способствовать:

- созданию 3 рабочих мест, что позволит работникам получать стабильный доход;
- поступлению в местный бюджет 321 тыс. тенге налогов и других отчислений в год.

город Нур-Султан

БИЗНЕС-ПЛАН ПРОДАЖА СТРОИТЕЛЬНЫХ СТАНКОВ



2020 год

СОДЕРЖАНИЕ

Резюме.....	3
Введение.....	3
1. Концепция проекта.....	4
2. Описание продукта (услуги).....	4
3. Программа производства.....	5
4. Маркетинговый план.....	6
4.1 Описание рынка услуги.....	6
4.2 Ситуационный анализ (SWOT).....	8
5. Техническое планирование.....	8
5.1 Оборудование и инвентарь (техника).....	8
6. Реализация проекта.....	9
6.1 План реализации.....	9
7. Потребность в финансировании.....	10
8. Эффективность проекта.....	12
8.1 Расчет прибыли и убытков.....	12
9. Социально-экономическое воздействие.....	13
9.1 Социально-экономическое значение проекта.....	13

Резюме

Инициатор проекта планирует продажа строительных станков. Разместить бизнес планируется в городе Нур-Султан помещении, соответствующий всем нормам и требованиям РК.

Целью деятельности предприятия является извлечение дохода для улучшения материального благосостояния его участника.

Целевой группой планируемого предприятия будут являться потребители услуг – население области и близлежащих районов.

Общие инвестиционные затраты по проекту включают в себя:

Расходы, тыс.тг.	2020
Инвестиции в основной капитал	12000 000
Оборотный капитал	60 000
Всего	12060 000

Финансирование проекта планируется осуществить как за счет собственных средств инициатора проекта, так и за счет заемного капитала.

Источник финансирования, тыс.тг.	Сумма	Доля
Собственные средства	60 000	0,5%
Заемные средства	12000 000	99,5%
Всего	12060 000	100%

Приняты следующие условия кредитования:

Валюта кредита	тенге
Процентная ставка, годовых	6%
Срок погашения, лет	5
Выплата процентов и основного долга	ежемесячно
Льготный период погашения процентов, мес.	9
Льготный период погашения основного долга, мес.	6
Тип погашения основного долга	Аннуитет

Введение

Фрезерные станки - группа металлорежущих и деревообрабатывающих станков в классификации по виду обработки. Фрезерные станки предназначены для обработки с помощью фрезы плоских и фасонных поверхностей, зубчатых колёс и т.п. металлических и других заготовок. При этом фреза, закрепленная в шпинделе фрезерного станка, совершает вращательное (главное) движение, а заготовка, закреплённая на столе, совершает движение подачи прямолинейное или криволинейное (иногда осуществляется одновременно вращающимся инструментом). Управление может быть ручным, автоматизированным или осуществляться с помощью

системы ЧПУ. Во фрезерных станках главным движением является вращение фрезы, а движение подачи — относительное перемещение заготовки и фрезы.

Вспомогательные движения необходимы в станке для подготовки процесса резания. К вспомогательным движениям относятся движения, связанные с настройкой и наладкой станка, его управлением, закреплением и освобождением детали и инструмента, подводом инструмента к обрабатываемым поверхностям и его отводом; движения приборов для автоматического контроля размеров и т. д. Вспомогательные движения можно выполнять на станках как автоматически, так и вручную. На станках-автоматах все вспомогательные движения в определённой последовательности выполняются автоматически.

1. Концепция проекта

Концепция проекта предусматривает продажу строительных станков

Целью деятельности предприятия является извлечение дохода для улучшения материального благосостояния его участника.

Целевой группой планируемого предприятия будут являться потребители услуг – население области и близлежащих районов.

Преимущества предоставляемых услуг:

- использование высокотехнологичного и современного оборудования;
- приемлемые цены на оказываемые услуги;

Данный бизнес-план не является окончательным вариантом руководства к действию, а показывает лишь потенциальную возможность развития такой бизнес – идеи. Поэтому при реализации настоящего проекта возможно изменение исходных параметров проекта. Следует более подробно раскрыть конкурентные преимущества предоставляемой услуги, а также отличительные особенности приобретаемого оборудования.

2. Описание продукта (услуги)

Фрезерные станки — группа металлорежущих и деревообрабатывающих станков в классификации по виду обработки. Фрезерные станки предназначены для обработки с помощью фрезы плоских и фасонных поверхностей, зубчатых колес и т. п. металлических и других заготовок.

Наиболее распространенные типы фрезеровщиков:

● продольные — предназначены для работы с крупногабаритными заготовками и материалами. Рабочий стол расположен горизонтально и может быть подвижным относительно неподвижной фрезерной головки или наоборот — портал с закрепленной в шпинделе фрезой перемещается над неподвижным столом и заготовкой на нем;

● вертикальные - с нижним расположением рабочей зоны по отношению к фрезе;

● горизонтальные - с перпендикулярным или параллельным перемещением рабочей поверхности относительно шпиндельной оси, неподвижно закрепленной сбоку от материала;

При формировании цен была учтена покупательная способность потребителей, определяемая средним уровнем их доходов.

Формирование цен основано на рыночных ценах и полной себестоимости предоставляемой услуги.

Планируемые цены на продукцию

Станок	Перечень продукции	Торговая наценка, тенге	Сумма реализации за месяц	
	3400000	440000	3840000	
Продукция	Сумма закупок за месяц,	Торговая наценка, %	Сумма реализации за месяц, тенге	Торговая наценка, тенге
Фрезер	1000000	20	1200000	200000
Плоттер	2400000	10	2640000	240000

4. Маркетинговый план

4.1 Описание рынка услуги

Объем предложения металлообрабатывающих станков в Казахстане в 2017-2019 гг. достиг своего максимума в 2019 г – 19,2 тыс. т. В 2017-2019 гг. наблюдались минимальные значения предложения станков за период, что во многом было вызвано кризисными изменениями в экономике страны. Объем предложения металлообрабатывающих станков на рынке Казахстана полностью зависит от объемов импорта, так как внутреннее производство фактически отсутствует. Китай является главным поставщиком металлообрабатывающих станков в Казахстан: в 2017-2019 гг. на долю Китая приходилось в среднем 40,9% совокупного импорта в натуральном выражении. Также значительные объемы станков импортировались из России, Германии и Турции. Импорт формирует также и складские запасы на начало года, куда включается продукция, которая не была реализована в течение отчетного года и находилась на складах дилеров. При этом складские запасы на начало года достаточно невелики по сравнению с другими промышленными рынками. По прогнозам, в 2020-2022 гг. предложение металлообрабатывающих станков в Казахстане будет расти темпами 5,2-5,9% в год. Рост предложения будет обусловлен стабилизацией экономики страны, курса национальной валюты к доллару и необходимостью замены изношенного оборудования. По итогам 2022 г предложение составит 10,09 тыс. тг. металлообрабатывающих станков. Ожидается, что предложение также будет формироваться исключительно за счет импортных поставок оборудования.

Фрезерный станок представляет собой оборудование для обработки различных материалов металлическим инструментом с одной или несколькими режущими кромками. Такой резак называется фрезой и имеет большое количество форм, диаметров, типов крепления и целей использования. Одни фрезы предназначены для сверления и нарезки резьбы,

другие для отрезных и распиловочных работ, трети делают пазы, четвертыми выполняют чистовую обработку и так далее.

Фрезерное оборудование способно справляться с любыми производственными объемами и решать широкий круг задач: от создания уникальных штучных изделий до массового выпуска однотипной продукции. Приобретают такие станки как крупные предприятия, так и владельцы собственных мастерских или любители на досуге поработать с деревом и не только с ним. Ассортимент материалов, подходящих для фрезерной обработки, включает также металлы любой твердости, многие виды пластмасс, пенопласт, резину, воск, натуральные и искусственные камни, кожу и даже бумагу, на которой тонкими фрезами гравировуют надписи, логотипы и прочие изображения.

Анализ Потенциального сбыта

№	Наименование товара	Стоимость реализуемого товара в тенге	Возможные каналы сбыта	Куда собираетесь продавать свой товар	Укажите потенциальных потребителей вашего товара и их количество
1	Строительные станки	2000000 тенге	Бекен Аскар	г. Нур-Султан	Потенциальные потребители — это мебельные цеха г. Нур-Султан в количестве 100 мебельных цехов
2	Строительные станки	1500000 тенге	Мукаев Еркнат	г. Нур-Султан	Потенциальные потребители — это мебельные цеха г. Нур-Султан в количестве 100 мебельных цехов
3	Строительные станки	1800000 тенге	Мебельная фирма «Кулагер»	г. Нур-Султан	Потенциальные потребители — это мебельные цеха г. Нур-Султан в количестве 100 мебельных цехов
Дополнительная информация о сбыте			Продажа и установка строительных станков. Спрос на строительные станки имеется у мебельных цехов.		

Покупательская способность потребителей

Среднемесячный доход 1 потенциального покупателя	Средний доход потенциального покупателя 200000 тенге.
Частота пользования услугой потенциальным покупателем в год	Потенциальный покупатель приобретает товар в среднем запасные части 4 раза в год
Дополнительная информация о покупательской способности клиентов	В городе Нур-Султан имеется около 1 000 000 жителей. Цена готовой мебели высокая, в связи с этим мебель ручной работы в строительной отрасли высокая

Анализ потенциальных конкурентов

№	Потенциальные	Вид реализуемого	Местоположение	Цена реализации
---	---------------	------------------	----------------	-----------------

	конкуренты	товара конкурентов	конкурента	тенге за ед. продукции/услуги
1	ТОО «STANKO Group»	Фрезерные станки	г. Нур-Султан, пр.Туран	2 000 000 тенге
2	ТОО ProfTechMash	Фрезерные станки	г. Нур-Султан, ул. Майлина 8	2 500 000 тенге
3	Компания «TSSP»	Фрезерные станки	г. Нур-Султан, ул. Аль фараби	2 300 000 тенге
Дополнительная информацию о потенциальных конкурентах			Указанные конкуренты в год продают 15-20 станков	

Конкурентное преимущество и способы продвижения

Конкурентное преимущество и способы продвижения услуг	Продажа по сниженным ценам на 10 процентов, установка фрезерных станков.
---	--

4.2 Ситуационный анализ (SWOT)

SWOT-анализ позволяет нам определить причины эффективной или неэффективной работы предприятия на рынке, это сжатый анализ маркетинговой информации, на основании которого можно сделать вывод о том, в каком направлении предприятие должна развивать свой хозяйственную деятельность и в конечном итоге определить полученные ресурсы по сегментам.

Результатом анализа является разработка маркетинговой стратегии. Для стратегической перспективы, созданных в ходе реализации проекта, особенно значимы сильные стороны, так как они являются основой стратегии для достижения конкурентных преимуществ. В то же время хорошая стратегия требует анализа слабых сторон, для разработки мероприятий по их укреплению или устранению.

При анализе ситуации рынка и потенциала создаваемого предприятия были определены следующие сильные и слабые стороны проекта.

SWOT-анализ

Сильные стороны услуг	Благоприятные факторы ситуации
<ul style="list-style-type: none"> – индивидуальный подход к каждому заказу и клиенту; – для каждого клиента и разрабатывается оптимальное приложение. 	<ul style="list-style-type: none"> – фрезерные станки пользуются постоянным спросом у клиентов; – быстрая окупаемость проекта.
Слабые стороны услуг	Неблагоприятные факторы ситуации и риски
<ul style="list-style-type: none"> – отсутствие рекламы. 	<ul style="list-style-type: none"> – конкуренция на рынке; – форс-мажор.

Анализируя данные, полученные SWOT-анализе, можно сделать вывод. Проект имеет больше сильных сторон и возможностей, чем угроз и слабых сторон. Использование возможностей сильных сторон и благоприятных

факторов, индивидуальный предприниматель имеет возможность повысить привлекательность проекта среди потребителей, активная маркетинговая стратегия компании, позволит увеличить круг потенциальных потребителей.

5. Техническое планирование

5.1 Оборудование и инвентарь (техника)

Для реализации Проекта планируется закупить оборудование, необходимого для организации по продаже строительных станков.

Перечень необходимого оборудования

Станок	Перечень продукции	Торговая наценка, тенге	Сумма реализации за месяц	
	3400000	440000	3840000	
Продукция	Сумма закупа за месяц,	Торговая наценка, %	Сумма реализации за месяц, тенге	Торговая наценка, тенге
Фрезер	1000000	20	1200000	200000
Плоттер	2400000	10	2640000	240000

6. Реализация проекта

6.1 План реализации

Затраты на реализацию проекта представлена на таблице.

Прогнозный Отчет движения денежных средств на период реализации проекта

	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	6 год
Денежные средства на начала периода	-	16545756	20450268	26043780	30272892	34646004
Станок	23040000	46080000	46080000	46080000	46080000	26880000
Семейные доходы	1750000	4200000	4200000	4200000	4200000	2450000
Всего приток от операционной деятельности	24790000	50280000	50280000	50280000	50280000	29330000
Фонд оплаты труда	2280000	2280000	2280000	2280000	2280000	2280000
Станок	2040000	4080000	4080000	4080000	4080000	2380000
Семейные расходы	400000	960000	960000	960000	960000	560000

Всего отток от операционной деятельности	208442 44	418484 88	418484 88	418484 88	418484 88	224042 44
Чистый поток от операционной деятельности	394575 6	843151 2	843151 2	843151 2	843151 2	492575 6
Средства займа	120000 00	-	-	-	-	-
Собственные средства	600000	-	-	-	-	-
Всего приток от инвестиц. деятельности	126000 00	-	-	-	-	-
Всего отток от инвестиц. деят-ти	-	-	-	-	-	-
Чистый поток от инвестиц. деят-ти	126000 00	-	-	-	-	-
Всего приток от фин. деятельности	0	0	0	0	0	0
Выплата вознаграждения	0	0	0	0	0	0
Основной долг	0	927000	438000	294000	150000	21000
Налоги	368 220	368 220	368 220	643 380	643 380	643 380
Всего отток от фин. деятельности	0	0	0	150840 0	150840 0	879900
Чистый поток от фин. деятельности	0	452700 0	283800 0	420240 0	405840 0	210090 0
Изменения за период	0	452700 0	283800 0	420240 0	405840 0	210090 0
Конечная	165457	390451	559351	422911	437311	282485

наличность	56	2	2	2	2	6
Денежные средства на начала периода	16545756	20450268	26043780	30272892	34646004	37470860

7. Потребность в финансировании

Общие инвестиционные затраты по проекту включают в себя:

Инвестиции проекта, тыс. тг.

Расходы, тыс.тг.	2020
Инвестиции в основной капитал	12 000 000
Оборотный капитал	60 000
Всего	12 060 000

Финансирование проекта планируется осуществить как за счет собственных средств инициатора проекта, так и за счет заемного капитала.

Программа финансирования на 2020 г., тыс. тг.

Источник финансирования, тыс.тг.	Сумма	Доля
Собственные средства	60 000	0,5%
Заемные средства	12 000 000	99,5%
Всего	12 060 000	100%

Приняты следующие условия кредитования:

Поступления в виде займов (KZT)

Название	Дата	Сумма (KZT)	Срок	Ставка
Кредит	01.2020	12 000000	60 мес.	6

Сумма кредита	16 400 000
Процентная ставка	6,00%
Срок кредита (кол-во месяцев)	60
Льготный период по ОД	6 месяцев
Дата выдачи кредита	01.01.2020
Дата погашения кредита	01.06.2025

Выплаты на погашение займов (KZT)

№	Дата погашения	Сумма кредита на начало периода	Основной долг	Проценты	Платеж за период	Сумма кредита на конец периода
1	01.07.2020	12 000 000,00	171 993,62	60 000,00	231 993,62	11 828 006,38
2	01.08.2020	11 828 006,38	172 853,59	59 140,03	231 993,62	11 655 152,80
3	01.09.2020	11 655 152,80	173 717,85	58 275,76	231 993,62	11 481 158,29

						434,95
4	01.10.2020	11 481 434,94	174 586,44	57 407,17	231 993,62	11 306 848,50
5	01.11.2020	11 306 848,50	175 459,38	56 534,24	231 993,62	11 131 389,12
6	01.12.2020	11 131 389,12	176 336,67	55 656,95	231 993,62	10 955 052,45
7	01.01.2021	10 955 052,45	177 218,36	54 775,26	231 993,62	10 777 834,09
8	01.02.2021	10 777 834,09	178 104,45	53 889,17	231 993,62	10 599 729,64
9	01.03.2021	10 599 729,64	178 994,97	52 998,65	231 993,62	10 420 734,67
10	01.04.2021	10 420 734,67	179 889,94	52 103,67	231 993,62	10 240 844,73
11	01.05.2021	10 240 844,73	180 789,39	51 204,22	231 993,62	10 060 055,33
12	01.06.2021	10 060 055,33	181 693,34	50 300,28	231 993,62	9 878 361,99
13	01.07.2021	9 878 361,99	182 601,81	49 391,81	231 993,62	9 695 760,18
14	01.08.2021	9 695 760,18	183 514,82	48 478,80	231 993,62	9 512 245,36
15	01.09.2021	9 512 245,37	184 432,39	47 561,23	231 993,62	9 327 812,98
16	01.10.2021	9 327 812,98	185 354,55	46 639,06	231 993,62	9 142 458,43
17	01.11.2021	9 142 458,42	186 281,33	45 712,29	231 993,62	8 956 177,09
18	01.12.2021	8 956 177,10	187 212,73	44 780,89	231 993,62	8 768 964,37
19	01.01.2022	8 768 964,36	188 148,80	43 844,82	231 993,62	8 580 815,56
20	01.02.2022	8 580 815,57	189 089,54	42 904,08	231 993,62	8 391 726,03
21	01.03.2022	8 391 726,03	190 034,99	41 958,63	231 993,62	8 201 691,04
22	01.04.2022	8 201 691,04	190 985,16	41 008,46	231 993,62	8 010 705,88
23	01.05.2022	8 010 705,87	191 940,09	40 053,53	231 993,62	7 818 765,78
24	01.06.2022	7 818 765,79	192 899,79	39 093,83	231 993,62	7 625 866,00
25	01.07.2022	7 625 866,00	193 864,29	38 129,33	231 993,62	7 432 001,71
26	01.08.2022	7 432 001,71	194 833,61	37 160,01	231 993,62	7 237 168,10
27	01.09.2022	7 237 168,10	195 807,78	36 185,84	231 993,62	7 041 360,32
28	01.10.2022	7 041 360,32	196 786,82	35 206,80	231 993,62	6 844 573,50
29	01.11.2022	6 844 573,50	197 770,75	34 222,87	231 993,62	6 646 802,75
30	01.12.2022	6 646 802,75	198 759,60	33 234,01	231 993,62	6 448 043,15
31	01.01.2023	6 448 043,15	199 753,40	32 240,22	231 993,62	6 248 289,75
32	01.02.2023	6 248 289,75	200 752,17	31 241,45	231 993,62	6 047 537,58
33	01.03.2023	6 047 537,58	201 755,93	30 237,69	231 993,62	5 845 781,65
34	01.04.2023	5 845 781,65	202 764,71	29 228,91	231 993,62	5 643 016,94
35	01.05.2023	5 643 016,94	203 778,53	28 215,08	231 993,62	5 439 238,41
36	01.06.2023	5 439 238,40	204 797,43	27 196,19	231 993,62	5 234 440,97
37	01.07.2023	5 234 440,98	205 821,41	26 172,20	231 993,62	5 028 619,57
38	01.08.2023	5 028 619,56	206 850,52	25 143,10	231 993,62	4 821 769,04
39	01.09.2023	4 821 769,04	207 884,77	24 108,85	231 993,62	4 613 884,27
40	01.10.2023	4 613 884,27	208 924,20	23 069,42	231 993,62	4 404 960,07
41	01.11.2023	4 404 960,07	209 968,82	22 024,80	231 993,62	4 194 991,25
42	01.12.2023	4 194 991,25	211 018,66	20 974,96	231 993,62	3 983 972,59
43	01.01.2024	3 983 972,59	212 073,76	19 919,86	231 993,62	3 771 898,83

44	01.02.2024	3 771 898,84	213 134,12	18 859,49	231 993,62	3 558 764,72
45	01.03.2024	3 558 764,71	214 199,79	17 793,82	231 993,62	3 344 564,92
46	01.04.2024	3 344 564,92	215 270,79	16 722,82	231 993,62	3 129 294,13
47	01.05.2024	3 129 294,12	216 347,15	15 646,47	231 993,62	2 912 946,97
48	01.06.2024	2 912 946,98	217 428,88	14 564,73	231 993,62	2 695 518,10
49	01.07.2024	2 695 518,09	218 516,03	13 477,59	231 993,62	2 477 002,06
50	01.08.2024	2 477 002,06	219 608,61	12 385,01	231 993,62	2 257 393,45
51	01.09.2024	2 257 393,46	220 706,65	11 286,97	231 993,62	2 036 686,81
52	01.10.2024	2 036 686,80	221 810,18	10 183,43	231 993,62	1 814 876,62
53	01.11.2024	1 814 876,62	222 919,24	9 074,38	231 993,62	1 591 957,38
54	01.12.2024	1 591 957,38	224 033,83	7 959,79	231 993,62	1 367 923,55
55	01.01.2025	1 367 923,55	225 154,00	6 839,62	231 993,62	1 142 769,55
56	01.02.2025	1 142 769,55	226 279,77	5 713,85	231 993,62	916 489,78
57	01.03.2025	916 489,78	227 411,17	4 582,45	231 993,62	689 078,61
58	01.04.2025	689 078,61	228 548,23	3 445,39	231 993,62	460 530,38
59	01.05.2025	460 530,39	229 690,97	2 302,65	231 993,62	230 839,42
60	01.06.2025	230 839,42	230 839,42	1 154,20	231 993,62	0,00
ИТОГО			12 000 000	1 919 617,08	13 919 617,20	

Источником погашения кредита будут являться доходы от продаж строительных станков.

8. Эффективность проекта

8.1 Расчет прибыли и убытков

Показатели рентабельности

	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	6 год
Выручка	230400	460800	460800	460800	460800	268800
	00	00	00	00	00	00
станок	230400	460800	460800	460800	460800	268800
	00	00	00	00	00	00
Себестоимость	0	0	0	0	0	0
Фонд оплаты труда	2 280 000	2 280 000	2 280 000	2 280 000	2 280 000	2 280 000
Валовая прибыль	229957	459915	459915	459915	459915	268357
	56	12	12	12	12	56
Налоги	368 220	368 220	368 220	643 380	643 380	643 380
Прибыль после налогов	229957	459915	459915	446091	446091	260293
	56	12	12	12	12	56
Оплата вознаграждения	0	927000	438000	294000	150000	21000
Чистая	229957	450645	455535	443151	444591	260083

прибыль	56	12	12	12	12	56
Рентабельность	99.8%	97.8%	98.9%	96.2%	96.5%	96.8%

Чистый дисконтированный доход (NPV) и индекс прибыльности (PI)

Чистый дисконтированный доход (NPV)	296675
Индекс прибыльности (PI)	1,02%

Налоги

Виды налогов и платежей	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	6 год
ИПН	0	0	0	154 200	154 200	154 200
Социальный налог	0	0	0	120 960	120 960	120 960
ОПВ	228 000	228 000	228 000	228 000	228 000	228 000
СО	71 820	71 820	71 820	71 820	71 820	71 820
ОСМС	45 600	45 600	45 600	45 600	45 600	45 600
ВОСМС	22 800	22 800	22 800	22 800	22 800	22 800
Итого	368 220	368 220	368 220	643 380	643 380	643 380

План по персоналу

Должность	Кол-во	Зароботная плата	Платежи
Менеджер по продажам	2	95 000 тенге	Ежемесячно, весь проект
Итого	2	190 000 тенге	

Общие затраты по проекту включают в себя:

Направление использования средств	Кол-во	Ед. измерение	Цена
Строительные станки	5	тенге	2 400 000
Итого	5	тенге	12 000 000

9. Социально-экономическое воздействие

9.1 Социально-экономическое значение проекта

С экономической точки зрения проект будет способствовать:

- созданию 2 нового рабочего места, что позволит работникам получать стабильный доход;
- Продажа строительных станков;
- поступлению в бюджет налогов и других отчислений размере 8,3 млн тенге.

Среди социальных воздействий можно выделить:

- удовлетворение спроса населения/потребителей, через предоставление широкого спектра услуг.

город Алматы

БИЗНЕС-ПЛАН

ОТКРЫТИЕ ПРОИЗВОДСТВА ПО ИЗГОТОВЛЕНИЮ МЯСНЫХ ДЕЛИКАТЕСОВ И ПОЛУФАБРИКАТОВ



2020 год

Содержание

Резюме	3
Введение	4
1. Концепция проекта	5
2. Описание продукта (услуги)	5
3. Программа производств	9
4. Маркетинговый план	9
4.1 Описание рынка продукта (услуги)	9
5. Техническое планирование	10
6. Реализация проекта	12
7. Потребность в финансировании	13
8. Эффективность проекта	13
8.1 Расчет прибыли и убытков	13
9. Социально-экономическое воздействие	14
9.1 Социально-экономическое значение проекта	14

Резюме

Резюме проекта предусматривает открытие фермы по разведению молочных пород.

Целью деятельности предприятия является извлечение дохода для улучшения материального благосостояния его участника.

Целевой группой планируемого предприятия будут являться потребители услуг – население области и близлежащих районов.

Валюта кредита	тенге
Процентная ставка, годовых	6%
Срок погашения, лет	5,0
Выплата процентов и основного долга	ежемесячно
Льготный период погашения процентов, мес.	9
Льготный период погашения основного долга, мес.	12
Тип погашения основного долга	равными долями

Общие инвестиционные затраты по проекту включают в себя:

Расходы, тыс.тг.	2020
Инвестиции в основной капитал	32 700 000
Оборотный капитал	0
Всего	32 700 000

Финансирование проекта планируется осуществить как за счет собственных средств инициатора проекта, так и за счет заемного капитала.

Источник финансирования, тыс.тг.	Сумма	Доля
Собственные средства	12 700 000	39%
Заемные средства	20 000 000	61%
Всего	32 700 000	100%

Введение

Казахстан, согласно оценкам международных организаций, занимает 48 место из 117 стран по потреблению мяса и мясной продукции. В год среднестатистический казахстанец съедает порядка 63,2 килограмм мяса, колбас, полуфабрикатов. Мясоперерабатывающая промышленность остается ключевой отраслью агропромышленного производства республики и объединяет в себе множество профилей. Средний ежегодный рост производства приготовленных пищевых продуктов и полуфабрикатов в

республике за 2006-2011 гг., составил 58%. Значительными темпами растет внутреннее потребление, которое за последние 3 года увеличилось на 12% достигнув на конец 2011 года 254,8 тыс. тонн. В связи с этим в последние годы доля экспорта в производстве снижается и соответственно растет импорт приготовленных пищевых продуктов и полуфабрикатов.

Рейтинг областей по производству готовых продуктов и полуфабрикатов показывает сравнительно высокую концентрацию производства в Южно-Казахстанской области. В целом южному региону принадлежит 33% от всего объема производства, что обусловлено наличием сырьевой базы. Наименьшие объемы, в сравнении с другими регионами, в размере 9% (в среднем 10,4 тыс. тонн в год) производятся в Восточно-Казахстанской области. Говоря о развитии рынка мясной продукции, специалисты отмечают большую роль государства.

При финансовой поддержке госхолдинга «Казагро», практически во всех регионах Казахстана реализуются проекты АПК. Одно из крупных производств расположено на территории Алматинской области. Основное направление предприятия – обеспечить внутренний рынок мегаполиса мясом и мясной продукцией. Финансирование данной отрасли осуществляется, но как показало исследование производители приготовленных пищевых продуктов и полуфабрикатов, и предприниматели бизнеса мало проинформированы о программах поддержки частного бизнеса и финансировании данной отрасли производства. Как было ранее отмечено, по данным Агентства по статистике, средний ежегодный рост производства приготовленных пищевых продуктов и полуфабрикатов в республике за последние годы, составил 58%.

Быстрыми темпами растет внутреннее потребление, которое за последние 3 года увеличилось практически в 3 раза достигнув на конец 2016 года 648,2 тыс. тонн. При этом рост внутреннего потребления данных изделий в последние годы превышает рост объемов производства. Данные Агентства по статистике показывают, что количество предприятий по производству приготовленных пищевых продуктов и полуфабрикатов различно по своей размерности. 6 Самыми популярными категориями полуфабрикатов у производителей являются пельмени (74%) и вареники (70%). Более 90% производителей специализируется на выпуске вареников с картофелем и наибольший объем реализации принадлежит именно им. Все производители пельменей специализируется на их выпуске с начинкой только из говядины. Также очень популярны пельмени из смешанных видов мяса (71%). Более 90% производителей мант специализируется на их выпуске исключительно с мясной начинкой.

Полуфабрикаты категорий вареники, пельмени, манты, сырники, блины, котлеты, тефтели, голубцы, рыбные полуфабрикаты, полуфабрикаты из мяса птицы, хлебобулочные замороженные полуфабрикаты имеют в большинстве случаев срок хранения 3 – 4 недели. Полуфабрикаты из овощей хранятся менее недели, фасованное мясо – 4 – 6 месяцев. 83% производителей реализуют свои полуфабрикаты только в своем городе, еще 39% поставляют

продукцию в соседние города. АО «Казагромаркетинг» проводит мониторинг розничных цен на продовольственные товары (по вторникам в первую неделю месяца) в разрезе областных центров и городов Астана и Алматы. В 2017 году все виды мяса: говядина (+14%), баранина (+11%), конина (+7%) и свинина (+6%) подорожали в мае 2017 года (по состоянию на 2 мая) в сравнении с началом года (по состоянию на 4 января). Также отмечено повышение оптовых цен у поставщиков на говядину на 16% с 1060 тенге/кг до 1229 тенге/кг, баранину на 18% с 1201 тенге/кг до 1148 тенге/кг, конину на 9% с 1231 тенге/кг до 1341 тенге/кг и свинину на 12% с 915 тенге/кг до 1030 тенге/кг. Кроме того, отпускные цены у сельхоз товаропроизводителей выросли: говядина на 9% с 1036 тенге/кг до 1101 тенге/кг, баранина на 10% с 987 тенге/кг до 1046 тенге/кг, конина на 6% с 1192 тенге/кг до 1247 тенге/кг и свинина на 8% с 878 тенге/кг до 929 тенге/кг.

1. Концепция проекта

Основным продуктом проекта являются замороженные полуфабрикаты. Полуфабрикаты представляют собой продукты, предварительно подготовленные к кулинарной обработке.

Основным сырьем для изготовления мясных полуфабрикатов служат мясо разных видов и субпродукте. Для приготовления отдельных полуфабрикатов используют муку, яйца, хлеб и специи.

В зависимости от способа обработки и кулинарного назначения полуфабрикаты подразделяют на натуральные, панированные и рубленые. К полуфабрикатам относят также пельмени, вареники, блинчики.

Натуральные полуфабрикаты изготавливают преимущественно из охлажденного мяса. Подразделяют их на порционные, мелкокусковые и крупнокусковые.

2. Описание продукта (услуги)



Полуфабрикат в пищевой промышленности — это, как правило, кулинарные полуфабрикаты — продукты питания, которые необходимо подвергнуть кулинарной обработке, чтобы довести до готовности.

Современные технологии заморозки позволяют сохранить полезные вещества и витамины в продуктах. Полуфабрикаты становятся всё качественнее, полезнее и разнообразнее, дело лишь за добросовестностью производителя.

К полуфабрикатам относят следующие типы продуктов:

Самая большая группа полуфабрикатов – мясная. Это фарш, котлеты, рубленые бифштексы, зразы, шницели, куриные палочки, наггетсы, рыбные палочки и котлеты и пр. Из чего готовят полуфабрикаты этой группы – из натурального мяса или не из мяса вовсе – большой вопрос. Сюда же

относятся и мучные изделия с мясным фаршем: пельмени, блинчики, равиоли, чебуреки, манты, хинкали и пр.

Замороженные хлебобулочные полуфабрикаты: различные виды теста, пицца, лазанья, пироги и пирожки со всевозможными начинками.

Овощные замороженные полуфабрикаты: овощные зразы, овощные котлеты и голубцы и т. д.

Также к полуфабрикатам можно отнести "готовые завтраки", сублимированную лапшу и другие продукты.

Мясные полуфабрикаты — это изделия из натурального и рубленого мяса без термической обработки. Это изделия, максимально подготовленные для кулинарной обработки.

Мясные полуфабрикаты делятся: на натуральные (крупнокусковые, мелкокусковые, порционные, порционные панированные); рубленые; полуфабрикаты в тесте; мясной фарш.

Натуральные полуфабрикаты. Это куски мясной мякоти различной массы, очищенные от сухожилий и грубых поверхностных пленок. К натуральным мелкокусковым полуфабрикатам относятся также мясокостные кусочки мяса с определенным содержанием костей. Полуфабрикаты выпускают охлажденными или замороженными. Сырьем является мясо в охлажденном или замороженном состояниях. Не используется мясо быков, хряков, баранов, мясо, замороженное более одного раза, и мясо тощее.

Крупнокусковые полуфабрикаты. В зависимости от сорта мяса крупнокусковые полуфабрикаты делят на четыре группы:

— первая группа: из говядины — длиннейшая мышца спины (спинная часть, поясничная часть), вырезка (пояснично-подвздошная мышца, находится под телами последних грудных и всех поясничных позвонков), тазобедренная часть (верхний, внутренний, боковой и наружный куски); из свинины — корейка, вырезка; из баранины — тазобедренная часть;

— вторая группа: из говядины — лопаточная часть (плечевая и заплечная части), подлопаточная часть, грудная часть, а также покромка (надреберные мышцы, снятые с 4-го по 13-е ребро, оставшиеся после отделения подлопаточной части, грудинки и длиннейшей мышцы спины) от говядины 1 -й категории упитанности; из свинины — тазобедренная, лопаточная, шейно-подлопаточная части; из баранины — лопаточная часть, корейка;

— третья группа: из говядины — котлетное мясо и покромка от говядины 2-й категории; из свинины — грудинка; из баранины — грудинка, котлетное мясо;

— четвертая группа: котлетное мясо. Котлетное мясо (на примере говядины) — куски мясной мякоти от шейной части, пашины, межреберное мясо, мякоть с берцовой, лучевой и локтевой костей, обрезки, полученные при зачистке крупнокусковых полуфабрикатов и костей.

Порционные полуфабрикаты. Их изготавливают из крупнокусковых полуфабрикатов, нарезаая вручную или на специальных аппаратах поперек мышечных волокон наклонно или перпендикулярно. Ассортимент

порционных полуфабрикатов: из говядины — бифштекс натуральный (из вырезки), лангет (из вырезки два более тонких куска, чем бифштекс), антрекот (из длиннейшей мышцы спины), ромштекс (из длиннейшей мышцы спины или самых нежных кусков тазобедренной части — верхнего и внутреннего), зразы натуральные (из тех же кусков тазобедренной части), говядина духовая (из боковых и наружных кусков тазобедренной части).

Ассортимент порционных полуфабрикатов из свинины включает в себя: котлету натуральную (из корейки), эскалоп (из длиннейшей мышцы спины), свинину духовую (из шейно-лопаточной части), вырезку, шницель — из тазобедренной части.

Порционные панированные полуфабрикаты: ромштекс (из говядины), котлета натуральная и шницель (из свинины и баранины). Для порционных панированных полуфабрикатов куски мяса слегка отбивают для разрыхления тканей и обваливают в мелкодробленых сухарях из белого хлеба для сохранения мясного сока.

Мелкокусковые полуфабрикаты. Из говядины получают: бефстроганов (из вырезки, длиннейшей мышцы спины и верхнего и внутреннего куска тазобедренной части), азу (из боковых и наружных кусков тазобедренной части), гуляш (из лопаточной и подлопаточной частей, а также покромки), суповой набор (мясокостные кусочки массой 100–200 г с наличием мякоти не менее 50% к массе порции), говядина для тушения (кусочки ребер с наличием мякоти не менее 75% к массе порции), грудинка на харчо (с содержанием мякоти не менее 85% к массе порции)

Мелкокусковые полуфабрикаты из свинины представлены следующими наименованиями: поджарка (из тазобедренной части и корейки с содержанием жировой ткани не более 10%), гуляш (то же, что и гуляш из говядины), мясо для шашлыка (из тазобедренной части), рагу (содержание мякоти не менее 50% к массе порции), рагу по-домашнему (содержание костей не более 10% и жировой ткани не более 15% к массе порции).

Крупнокусковые полуфабрикаты реализуются в основном весовыми, порционные — фасованными, масса изделия 125 г (вырезка 250 и 500 г), мелкокусковые — массой порции 250, 500 и 1000 г (мясокостные).

В производстве натуральных полуфабрикатов могут использоваться посол и массажирование. В состав рассола входит соль, фосфаты, сахарный песок; для некоторых наименований используется обсыпка из пряностей и декоративных специй.

Полуфабрикаты в тесте. В технических условиях, представлены традиционный и новый ассортимент пельменей, а также другие полуфабрикаты в тесте: палочки мясные, манты, хинкали. По другим ТУ вырабатывается несколько десятков наименований пельменей, рассчитанных на покупателей как с высоким, так и низким уровнем доходов. В состав фарша пельменей входят говядина и свинина жилованные, репчатый лук, перец черный или белый молотый. Для приготовления теста используют муку высшего сорта (иногда 1-го сорта) с нормируемым количеством и качеством клейковины, яйцепродукты.

Мясные палочки имеют цилиндрическую или прямоугольную форму длиной до 10 см. Манты — блюдо узбекской кухни. Они больше по размеру, чем пельмени. Их не отваривают в воде, а готовят на пару в специальной посуде — манты-каскане. Хинкали — блюдо закавказской кухни типа пельменей в форме ромба, квадрата. Мясо для мант и хинкалей измельчают крупнее, чем для пельменей и палочек, фарш для этих изделий содержит повышенное количество лука.

Равиоли в составе фарша содержат также грибы и сычужный сыр, они имеют форму полукруга, прямоугольника, квадрата.

Рубленые полуфабрикаты. Их приготавливают из мясного фарша с добавлением других составных частей согласно рецептуре. Традиционный ассортимент рубленых полуфабрикатов включает в себя: котлеты московские, домашние, киевские, ромштекс, бифштекс. Основным сырьем в их производстве являются говяжье и свиное котлетное мясо, говядина жилованная 2-го сорта, свинина жилованная жирная. В годы экономического кризиса ассортимент рубленых полуфабрикатов расширялся за счет использования более дешевого сырья — мяса птицы механической обвалки, соевых белковых препаратов, в основном текстурированной соевой муки, овощей, круп.

Рецептура котлет состоит из котлетного мяса: московских — говяжьего, киевских — свиного, домашних — говяжьего котлетного и свинины жирной пополам. В состав всех наименований входит (%): хлеб из пшеничной муки — 13–14, лук — 1–3, вода -- 20, панировочные сухари — 4, соль, перец, в киевских котлетах — яичный меланж. В ромштексе используется белок соевый, гидратированный вместо хлеба; в бифштексе — мясо котлетное говяжье — 80%, шпик колбасный -12%, вода — 7,4%, перец, соль, панировка отсутствует. Допускается замена в котлетах 10% мясного сырья на соевый концентрат или текстурат и во всех наименованиях 20% мясного сырья на мясо птицы механической обвалки. Рубленые полуфабрикаты выпускают в охлажденном (0–6 °С) и замороженном виде (не выше -10 °С).

3. Программа производств

Программа продаж будет осуществляться на основе результатов проведенных маркетинговых исследований (с целью определения предпочтений потребителей), а также посредством рекламных акций и заключения контрактов на поставку продукции.

Прогноз доходов и расходов

Показатель	Календарный год		
	2020	2021	2022
Доход	44 400 000	108000000	132000000
Расход	31 000 000	75600000	92 400 000
Чистая прибыль проекта	13 400 000	32 400 000	39 600 000

При формировании цен была учтена покупательная способность потребителей, определяемая средним уровнем их доходов.

Формирование цен основано на рыночных ценах и полной себестоимости продукции.

Виды услуг/товаров	Цена	Объем в месяц	Доход в месяц
Колбаски-гриль	1000	3600	3 600 000
Котлеты разные	1000	2000	2 000 000
Фарш разные	900	2000	1 800 000
Итого:			7 400 000

При расчете программы продаж инфляция во внимание не принималась, поскольку связанное с инфляцией повышение цен пропорционально отразится на увеличении цен продаж предприятия.

4. Маркетинговый план

4.1 Описание рынка продукта (услуги)

Основная задача маркетинговых мероприятий — это занятие устойчивой позиции на рынке. В данной связи в рамках реализации проекта предполагаются следующие меры устойчивого позиционирования на рынке и организации наращивания клиентской базы в компании:

1. Создание интернет-сайта. Продвижение он-лайн магазина в сети.
2. Создание аккаунта в Instagram. Запуск таргетированной рекламы в Instagram. Реклама в Instagram позволяет включать рекламу по геолокации, благодаря этому охват клиентов будет по местонахождению магазина.
3. Распространение листовок, буклетов.
4. Акции на приобретаемую продукцию, уклон на приобретение большого количества продукции.

Доставка продукции до двери. Маркетинговая стратегия заключается в организации сбыта оказываемых услуг. Цель – доступность для любых слоев населения. Сегментация маркетинга ориентирована на удовлетворение спроса клиентов с различными доходами (средними, высокими).

Анализ Потенциального сбыта

№	Вид производимой продукции	Стоимость реализуемой продукции за единицу в тенге	Возможные каналы сбыта	Местоположение предоставления услуг	Технические требования к продукции	Количество потенциальных потребителей услуг (целевая аудитория)
1	Шашлычные колбаски-гриль из пяти	980 тенге	ТОО «M&N trade plus»	Алматинская область, Енбекшиказахский	Вакуумная упаковка, вес 500гр,	Возраст целевой аудитории от 7

	видов мяса		супермаркет «Султан»	й район, г. Чилик	срок годности 60 суток, хранение - 15С	до 60 лет в Алматинской области и г. Алматы. Это около 1.3 млн потенциальных покупателей
2	Наггетцы, котлеты по киевский, говяжье котлеты, фарш колбасный-замороженный	980 тенге	Кафе «Тан-су», ИП «Сутубаева»	Алматинская область, Талгарский район, г. Талгар	Фасовка в 10 кг коробках, срок годности 60 суток, хранение - 15С	Возраст целевой аудитории от 7 до 60 лет в Алматинской области и г. Алматы. Это около 1.3 млн потенциальных покупателей ед
3	Наггетцы, котлеты по киевский, говяжье котлеты, фарш колбасный-замороженный	980 тенге	ИП «Дана», магазин колбасных изделий	г. Алматы	Вакуумная упаковка разная, вес от 0,5кг до 8 кг, фасовка в коробках, срок годности 60 суток, хранение - 15С	Возраст целевой аудитории от 7 до 60 лет в Алматинской области и г. Алматы. Это около 1.3 млн потенциальных покупателей

Дополнительная информация по каналам сбыта

Предварительная договорённость о сбыте готовой продукции с более 100 магазинами еженедельно.

5. Техническое планирование

Для реализации Проекта планируется закупить технологическое оборудование, спецтранспорт (ГАЗель), мебель. Автомобили будут использоваться для закупа продуктов и их доставки. Также планируется закупка компьютером и специализированного программного обеспечения. Ниже представлена структура инвестиций в основные средства

Помещение

Количество этажей: 9 этажей
Материал стен: кирпич
Общая площадь (1 201,6 кв.м): 1-этаж: 26,4 кв.м.;

Технический план помещения

Наименование	Площадь, кв.м
Мясной цех	62,0
Склад продуктовый	70,0
Холодно-горячий цех	50,0
Кондитерский цех	50,0
Склад для хранения кондитерской продукции	50,0
Склад для хозяйственных принадлежностей	75,0
Душ для персонала	20,0
Моечные	99,9

В зависимости от производителя различается не только цена, но и качество техники.

Планируется приобрести обеспечение марки R-keeper либо I-SOFT. ПО позволит снизить риски, типичные для данного бизнеса – хищения и мошенничество со стороны персонала, а также получать аналитическую информацию для принятия управленческих решений.

Инвестиции в оборотный капитал будут использоваться для завершения ремонтных работ, закупа продуктов и покрытия первоначальных расходов в течение инвестиционной фазы и первого месяца работы ресторана. Ниже представлена структура инвестиций в оборотные средства.

6. Реализация проекта

Преинвестиционная стадия включает следующие виды деятельности:

исследование рынков сбыта товаров, продукции, работ, услуг (далее - продукция) и их сегментов, сырьевых зон, балансов производства и потребления, определение возможных клиентов, создание клиентской базы;

подготовку исходных данных, необходимых для выполнения финансово-экономических расчетов инвестиционного проекта;

определение схемы и источников финансирования инвестиционного проекта;

поиск инвесторов.

На преинвестиционной стадии принимается окончательное решение (заказчиком, инвестором и иными заинтересованными) о целесообразности реализации инвестиционного проекта и разработке бизнес-плана.

Начало реализации проекта – январь 2021 года

Инвестиционная стадия инвестиционного проекта

Строительно-ремонтные работы, монтаж оборудования планируется осуществить с января 2021 года по июнь 2021 года включительно.

Эксплуатационная стадия инвестиционного проекта

Начало функционирования запланировано с июля 2021 года.

7. Потребность в финансировании

Финансирование проекта планируется осуществить как за счет собственных средств инициатора проекта, так и за счет заемного капитала.

Источник финансирования, тыс.тг.	Сумма	Доля
Собственные средства	12 700 000	39%
Заемные средства	20 000 000	61%
Всего	32 700 000	100%

Поступления в виде займов (KZT)

Название	Дата	Сумма (KZT)	Срок	Ставка %
Кредит	01.2021	20 000 000	60 мес.	6

Валюта кредита	тенге
Процентная ставка, годовых	6%
Срок погашения, лет	5,0
Выплата процентов и основного долга	ежемесячно
Льготный период погашения процентов, мес.	6
Льготный период погашения основного долга, мес.	6
Тип погашения основного долга	равными долями

Выплаты на погашение займов (KZT)

Период	Кредит	Проценты	Остаток	В месяц
1	286 656,03	100 000,00	20 000 000,00	386 656,03
2	288 089,31	98 566,72	19 713 343,97	386 656,03
3	289 529,76	97 126,27	19 425 254,66	386 656,03
4	290 977,41	95 678,62	19 135 724,90	386 656,03
5	292 432,29	94 223,74	18 844 747,50	386 656,03
6	293 894,45	92 761,58	18 552 315,20	386 656,03
7	295 363,93	91 292,10	18 258 420,75	386 656,03
8	296 840,75	89 815,28	17 963 056,82	386 656,03
9	298 324,95	88 331,08	17 666 216,07	386 656,03
10	299 816,57	86 839,46	17 367 891,12	386 656,03
11	301 315,66	85 340,37	17 068 074,55	386 656,03
12	302 822,24	83 833,79	16 766 758,89	386 656,03
13	304 336,35	82 319,68	16 463 936,66	386 656,03
14	305 858,03	80 798,00	16 159 600,31	386 656,03
15	307 387,32	79 268,71	15 853 742,28	386 656,03
16	308 924,26	77 731,77	15 546 354,96	386 656,03
17	310 468,88	76 187,15	15 237 430,70	386 656,03

18	312 021,22	74 634,81	14 926 961,83	386 656,03
19	313 581,33	73 074,70	14 614 940,61	386 656,03
20	315 149,23	71 506,80	14 301 359,28	386 656,03
21	316 724,98	69 931,05	13 986 210,04	386 656,03
22	318 308,61	68 347,43	13 669 485,06	386 656,03
23	319 900,15	66 755,88	13 351 176,46	386 656,03
24	321 499,65	65 156,38	13 031 276,31	386 656,03
25	323 107,15	63 548,88	12 709 776,66	386 656,03
26	324 722,68	61 933,35	12 386 669,51	386 656,03
27	326 346,30	60 309,73	12 061 946,83	386 656,03
28	327 978,03	58 678,00	11 735 600,53	386 656,03
29	329 617,92	57 038,11	11 407 622,51	386 656,03
30	331 266,01	55 390,02	11 078 004,59	386 656,03
31	332 922,34	53 733,69	10 746 738,58	386 656,03
32	334 586,95	52 069,08	10 413 816,24	386 656,03
33	336 259,88	50 396,15	10 079 229,29	386 656,03
34	337 941,18	48 714,85	9 742 969,41	386 656,03
35	339 630,89	47 025,14	9 405 028,23	386 656,03
36	341 329,04	45 326,99	9 065 397,34	386 656,03
37	343 035,69	43 620,34	8 724 068,29	386 656,03
38	344 750,87	41 905,16	8 381 032,60	386 656,03
39	346 474,62	40 181,41	8 036 281,74	386 656,03
40	348 207,00	38 449,04	7 689 807,11	386 656,03
41	349 948,03	36 708,00	7 341 600,12	386 656,03
42	351 697,77	34 958,26	6 991 652,09	386 656,03
43	353 456,26	33 199,77	6 639 954,32	386 656,03
44	355 223,54	31 432,49	6 286 498,06	386 656,03
45	356 999,66	29 656,37	5 931 274,52	386 656,03
46	358 784,66	27 871,37	5 574 274,86	386 656,03
47	360 578,58	26 077,45	5 215 490,20	386 656,03
48	362 381,47	24 274,56	4 854 911,63	386 656,03
49	364 193,38	22 462,65	4 492 530,15	386 656,03
50	366 014,35	20 641,68	4 128 336,77	386 656,03
51	367 844,42	18 811,61	3 762 322,43	386 656,03
52	369 683,64	16 972,39	3 394 478,01	386 656,03
53	371 532,06	15 123,97	3 024 794,37	386 656,03
54	373 389,72	13 266,31	2 653 262,31	386 656,03
55	375 256,67	11 399,36	2 279 872,59	386 656,03
56	377 132,95	9 523,08	1 904 615,92	386 656,03
57	379 018,62	7 637,41	1 527 482,97	386 656,03
58	380 913,71	5 742,32	1 148 464,35	386 656,03
59	382 818,28	3 837,75	767 550,65	386 656,03
60	384 732,37	1 923,66	384 732,37	386 656,03
Итого	20 000 000,05	3 199 361,77		23 199 361,80

8. Эффективность проекта

8.1 Расчет прибыли и убытков

Проекция Cash-flow (Отчет движения денежных средств, Приложение 1) показывает потоки реальных денег, т.е. притоки наличности (притоки

реальных денег) и платежи (оттоки реальных денег). Отчет состоит из 3 частей:

- операционная деятельность - основной вид деятельности, а также прочая деятельность, создающая поступление и расходование денежных средств компании;

- инвестиционная деятельность — вид деятельности, связанной с приобретением, созданием и продажей внеоборотных активов (основных средств, нематериальных активов) и прочих инвестиций;

- финансовая деятельность — вид деятельности, который приводит к изменениям в размере и составе капитала и заёмных средств компании. Как правило, такая деятельность связана с привлечением и возвратом кредитов и займов, необходимых для финансирования операционной и инвестиционной деятельности.

Анализ денежного потока показывает его положительную динамику по годам проекта.

Чистый дисконтированный доход (NPV) и индекс прибыльности (PI)

Чистый дисконтированный доход (NPV)	43383770
индекс прибыльности (PI)	3,1%

Налоги

Виды налогов и платежей	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	6 год	7 год	8 год
ИПН	0	0	0	233400 0	233400 0	233400 0	233400 0	233400 0
Социальный налог	0	0	0	213595 2	213595 2	213595 2	213595 2	213595 2
ОСМС	102000	102000	102000	102000	102000	102000	102000	102000
ОПВ	255000 0	255000 0	255000 0	255000 0	255000 0	255000 0	255000 0	255000 0
СО	124956	124956	124956	124956	124956	124956	124956	124956
ВОСМС	51000	51000	51000	51000	51000	51000	51000	51000
Итого	282795 6	282795 6	282795 6	729790 8	729790 8	729790 8	729790 8	729790 8

План по персоналу

Должность	Кол-во	Зарплата	Платежи
Директор	1	150 000 тенге	Ежемесячно, весь проект
Технолог	1	100 000 тенге	Ежемесячно, весь проект
Заготовщик	26	75 000 тенге	Ежемесячно, весь проект
Итого	28	22 000 000 тенге	

Общие затраты по проекту включают в себя

Расходы, тг.	2020 г.	
Помещение	20000000	Заемные средства

Кассовые аппараты	500000	Собственные средства
Мебель и аксессуары	4500000	Собственные средства
Кухонное и складское оборудование	5000000	Собственные средства
Компьютеры и оргтехника	2000000	Собственные средства
Программное обеспечение для ведения бухучета	700000	Собственные средства
Итого	32 700 000	

9. Социально-экономическое воздействие

9.1 Социально-экономическое значение проекта

При реализации проекта предусмотрено решение следующих задач:

- создание 28 рабочих мест, что позволит работникам получать стабильный доход. Планируется повышение квалификации. В затратах заложены расходы по обучению кадров.;
- поступление в бюджет 7,2 млн. тенге налогов и других отчислений.

город Нур-Султан

БИЗНЕС-ПЛАН ОТКРЫТИЕ ПАРИКМАХЕРСКОЙ



2020 год

СОДЕРЖАНИЕ

Резюме.....	3
Введение.....	3
1. Концепция проекта.....	3
2. Описание продукта (услуги).....	4
3. Программа производства.....	4
4. Маркетинговый план.....	5
4.1 Анализ рынка.....	5
4.2 Маркетинговая стратегия, организация продаж.....	7
5. Техническое планирование.....	7
5.1 Технологический процесс.....	7
6. Реализация проекта.....	7
6.1 План реализаций.....	7
6.2 План выручки.....	9
7. Потребность в финансировании.....	10
8. Эффективность проекта.....	13
8.1 Проекция Cash-flow.....	13
8.2 Расчет прибыли и убытков.....	13
9. Социально-экономическое и экологическое воздействие.....	14
9.1 Социально-экономическое значение проекта.....	14

Резюме

Концепция проекта предусматривает открытие парикмахерской, который будет соответствовать стандартам высококлассного и квалифицированного обслуживания. Разместить бизнес планируется в городе Нур-Султан.

Основным услугами предоставляемым парикмахерской будут:

- мужская и женская стрижка
- окрашивание волос
- маникюр.

В последующем в ассортимент производимой продукции могут и в предоставлении услуг будут добавлены другие виды изделия и услуг с учетом потребности населения.

Данный бизнес-проект предназначен для рассмотрения с целью получения гранта и кредита в сумме 11 662 000 тенге.

Финансирование проекта планируется осуществить за счет:

Собственных средств в размере 15 000 000 тенге
и средств кредита в размере 11 662 000 тенге

Наименование статей инвестиций	Сумма	Удельный вес	Источники финансирования			
			Собственные средства		Средства гранта	
			Сумма	Удельный вес	Сумма	Удельный вес
Основные средства	12592000	95.67 %	1500000	100 %	11092000	95.11 %
Оборотные средства	570000	4.33 %	0	0 %	570000	95.11 %
Итого	13162000	100 %	1500000	100 %	11662000	100 %
Удельный вес		100 %		11.4 %		88.6 %

Введение

Красивым бизнесом приятно заниматься вдвойне. Конечно же парикмахер, стилист, косметолог. Услуги парикмахера и косметолога всегда были востребованы, и будут, потому что иначе нельзя! Приводить в себя в порядок так же естественно, как потребность в еде.

Однако стричь волосы и ухаживать за лицом и телом можно по-разному или в сохранившихся с советских времен парикмахерской с недостаточным обслуживанием, или же в салонах красоты.

1. Концепция проекта

Концепция проекта предусматривает открытие парикмахерской, который будет соответствовать стандартам высококлассного и квалифицированного обслуживания. Основным услугами предоставляемым парикмахерской будут:

- мужская и женская стрижка,

- окрашивание волос,
- маникюр.

Данный бизнес – план не является окончательным вариантом руководства к действию, а показывает лишь потенциальную возможность развития такой бизнес – идеи. Поэтому при реализации настоящего проекта возможно изменение исходных параметров проекта. Следует более подробно раскрыть конкурентные преимущества планируемой к выпуску продукции или услуг с учетом потребности населения, а также отличительные особенности приобретаемого оборудования.

2. Описание продукта (услуги)

Парикмахерская – это один из самых востребованных и древних видов коммерческой деятельности, так как при любой экономике и любом правительстве человеку нужно стричься, бриться, и выглядеть хорошо. Для женщины прическа – это возможность подчеркнуть свои достоинства, свой неповторимый стиль и индивидуальность. Организовать парикмахерский салон можно в любом районе города, все зависит от количества уже имеющихся аналогичных предложений. Бизнес-план парикмахерской должен включать все экономические расчеты, организационные и рекламные мероприятия. Парикмахерские услуги относятся к сфере тех бытовых услуг, которые всегда принадлежат к числу наиболее востребованных в повседневном быту, а, следовательно, являются самыми массовыми в Казахстане. Неудивительно, что сегмент рынка салонного бизнеса — один из самых больших по выручке среди оборота всей сферы бытовых услуг.

Ассортимент планируемой предоставляемой продукции парикмахерской

Наименование	Вид
Услуги парикмахерской	Женская стрижка Мужская стрижка Окрашивание волос Детская стрижка

3. Программа производства

В первые месяцы проекта мощности парикмахерской будут загружены полностью, так как парикмахерская уже имеет своих клиентов и проблем с завоеванием ниши на рынке не будет.

При расчете поступлений во внимание принималась следующая стоимость услуги парикмахерской:

Производимая продукция

Наименование продукции, работы, услуги	Цена реализации, тенге	Годовой объем производства
Парикмахерские услуги	5000	10400

Реализуемый товар

Наименование	Цена реализации, тенге	Годовой объем продаж, ед
Продажа мужской косметики и парфюмерии	8000	972

При формировании цен был учтен средний уровень доходов населения.

При расчете программы продаж инфляция во внимание не принималась, поскольку связанное с инфляцией повышение цен пропорционально отразится на увеличении цен продаж предприятия.

4. Маркетинговый план

4.1 Анализ рынка

В настоящее время казахстанский рынок бытовых услуг выходит на качественно новый уровень. Все больше людей и организаций отказываются от решения бытовых проблем своими силами и прибегают к помощи квалифицированных специалистов. Образы некомпетентных парикмахеров или косметологов безвозвратно уходят в прошлое, на смену им приходят высокооплачиваемые профессионалы своего дела. Увеличивается число организаций бытового обслуживания. Объем рынка бытовых услуг в Казахстане оценивается в 400-500 млн. долларов США (по данным игроков рынка). Услуги парикмахерской продвигать намного сложнее, чем товары, связано это с их особыми характеристиками, здесь следует обратиться к классикам маркетинга, в частности к четырем особенностям: неосвязаемость, неотделимость от источника, несохраняемость, невозможность оценить качество услуги до ее покупки. В этом основная сложность продвижения услуг. Нельзя придумать универсальную формулу для продвижения услуг, где большую роль играет человеческий фактор.

В продвижении услуг парикмахерской обязательны два компонента: формирование имиджа и работа с персоналом. Для организации, занимающейся производством услуг, очень важен вопрос имиджа. Только фирма, о которой «уже слышали» может вызвать доверие, столь важное в продажах услуг. Покупатель услуги не может не на что ориентироваться, кроме как на имидж компании. Услуги, салонов красоты всегда находятся в стадии спроса. Конкуренция велика, но при данном месте расположения, конкуренция будет не очень ощутима. Притом создание определенного имиджа парикмахерской может привести к дальнейшему активному росту продаж услуг и возможности открытия сети салонов.

Цель деятельности предприятия является извлечение дохода для улучшения материального благосостояния его участника.

Основной стратегией конкурентоспособности проектируемой фирмы будет уровень обслуживания с целью проникновения на рынок,

более полное удовлетворение потребителей за счет введения гибкой системы скидок.

Основными потребителями парикмахерских услуг являются молодые люди в возрасте от 25 до 34 лет. Возрастные категории «20-24 года» и «35-44 лет» формируют до 20% клиентов салонов красоты каждая. Наименее популярны салонные услуги среди подростковой (16-19 лет) и пожилой (45-54 лет) групп населения.

Анализ Потенциального сбыта

№	Наименование услуг	Стоимость оказываемой услуги за единицу в тенге	Возможные каналы сбыта	Местоположение предоставлен я услуги	Количество потенциальных потребителей услуги (целевая аудитория)
1	Стрижка, бритьё волос и бороды, очистка кожи лица, продажа мужской косметики и парфюмерии	Стрижка мужская 5000тг детская 3000тг Королевское бритьё 5000тг Камуфляж бороды 2500тг	Мужское население г. Нур-Султан, жители жилых районов, сотрудники компаний, госучреждений.	г. Нур-Султан	Мужчины от 3 до 65 лет Численность мужского населения: г.Нур-Султан 545138человек. В Акмолинской области 427578человек

Покупательская способность потребителей

Среднемесячный доход 1 потенциального покупателя	Среднемесячная заработная плата на 1й квартал 2020г. - 277 тыс. тенге. Среднедушевые номинал денежные доходы населения г. Нур-Султан по итогам в 4 квартала 2019 года составили 157 тыс. тенге.
Частота использования услугой потенциальным покупателям в год	Пользоваться услугами барбершопа будут 1 раз в месяц, некоторые клиенты 2 раза в месяц. Соответственно от 12 раз, до 24 раз год.

Локация точки предоставления услуг

Местоположение точки предоставления услуг	г. Нур-Султан
Преимущество локации	Преимущество локации большая проходимость населений, рядом расположено торговые центры, магазины, кафе
Дополнительная информация о локации	Перед взятием помещения в аренду, было проанализировано помещения, оценено месторасположение, проходимость. Насколько клиентам будет удобно добираться к помещению, как пешим клиентам, так и на автомобиле, автобусе. По близости отсутствует барбершоп.

Анализ потенциальных конкурентов

№	Потенциальные конкуренты	Вид предоставляемых услуг конкурентов	Местоположение конкурента	Цена реализации тенге за ед. продукции/услуги
1	13 BY BLACK	Услуги по стрижке волос	г. Нур-Султан	Стрижка мужская 6000-

	STAR	и бороды Услуги по бритью бороды и волос Услуги по уходу за кожей лица	ул.Тұран 22	8000тг детская4500-5500тг Стрижка бороды3500-4500тг Камуфляж бороды3500-4500тг
2	TM Barbershop	Услуги по стрижки волос и бороды Услуги по бритью бороды и волос Услуги по уходу за кожей лица	г. Нур-Султан ул.Мәңгілік Ел 28	Стрижка мужская6000-8000тг детская4500-5500 Стрижка бороды3500-4500тг Камуфляж бороды3500-4500тг
3	Chop-Chop	Услуги по стрижки волос и бороды Услуги по бритью бороды и волос	г. Нур-Султан, ул. А.Бараев 21.ул. Д.Кунаева 2	Стрижка мужская6000тг детская4000тг Стрижка бороды2500тг опасное бритьё5000тг

Конкурентное преимущество и способы продвижения

Конкурентное преимущество бизнеса и способы продвижения продукции	Выгодная политика скидок 10- 20%, конкурентные цены, профессионализм персонала, качество обслуживания клиентов, сертификаты со скидкой, проведение акций, постоянное развитие. Продвижение барбершопа начнется еще до открытия, рекламой в соцсетях Instagram ВК Фейсбук, на остановках ТРЦ, вывески визитки.
--	---

4.2 Маркетинговая стратегия, организация продаж

Продвижения оказываемых услуг на рынке способствует формированию спроса услуги на рынке.

В расчетах компаний заложены ежемесячные затраты на рекламу. Будет использоваться «прямой маркетинг», заключение прямых договоров на оказание услуг и «косвенный маркетинг», выпуск рекламы в СМИ, газеты и т.д.

По оценкам экспертов, средства, необходимые для продвижения услуг на соответствующем рынке, достигают 2-5% от суммы издержек и уменьшаются по мере приобретения услуги известности среди потенциальных потребителей.

Учитывая, что основными потребителями услуг являются простой народ, мероприятия по продвижению услуг будут таковы: регулярное информирование потенциальных и перспективных потребителей.

Для создания популяризации услуг компаний будут использованы следующие способы информирования:

- периодические издания в местной газете и др.;
- реклама по телевидению, по каналу;
- размещение рекламного сайта в глобальной сети Internet.

5. Техническое планирование

5.1 Технологический процесс

Самые необходимые оборудования:

- полки универсальные;
- крема, лаки, шампуни, и т.д.;

- парикмахерские кресла;
- ножницы, машинки для стрижки, расчески, фены зеркала;
- шкаф для одежды;
- раковины-мойки.

Основным фактором успеха и развития парикмахерской будет подбор и наем квалифицированного персонала. При найме парикмахера важно учитывать уровень квалификации, опыт и навыки.

6. Реализация проекта

6.1 План реализаций

Прогнозный Отчет движения денежных средств на период реализации проекта

	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год
Выручка	5977600	5977600	5977600	5977600	5977600
	0	0	0	0	0
Услуги	5200000	5200000	5200000	5200000	5200000
	0	0	0	0	0
Продукция	7776000	7776000	7776000	7776000	7776000
Себестоимость	3693992	3693992	3693992	3693992	3693992
	4	4	4	4	4
коммунальные платежи	360000	360000	360000	360000	360000
рекламный бюджет на соц. сети	864000	864000	864000	864000	864000
расходники	1944000	1944000	1944000	1944000	1944000
периодическое вознаграждение (Роялти)	1080000	1080000	1080000	1080000	1080000
уборка	540000	540000	540000	540000	540000
прочие расходы	360000	360000	360000	360000	360000
мужская косметика	4044000	4044000	4044000	4044000	4044000
аренда помещения	2880000	2880000	2880000	2880000	2880000
Себестоимость	0	0	0	0	0
Фонд оплаты труда	6000000	6000000	6000000	6000000	6000000
Валовая прибыль	2283607	2283607	2283607	2283607	2283607
	6	6	6	6	6
Налоги	969000	969000	969000	1743000	1743000
Прибыль после налогов	2283607	2283607	2104279	2104279	2104279
	6	6	6	6	6
Оплата вознаграждения	604514	471410	338306	205202	72098
Чистая прибыль	2223156	2236466	2070449	2083759	2097069
	2	6	0	4	8
Рентабельность	37%	37%	35%	35%	35%

	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год
Денежные средства на	-	3326516	5341142	7189751	90516704

начала периода		2	8	4	
Услуги	5200000 0	5200000 0	5200000 0	5200000 0	52000000
Продукция	7776000	7776000	7776000	7776000	7776000
Семейные доходы	132	132	132	132	132
Всего приток от операционной деятельности	5977613 2	5977613 2	5977613 2	5977613 2	59776132
коммунальные платежи	360000	360000	360000	360000	360000
рекламный бюджет на соц. сети	864000	864000	864000	864000	864000
расходники	1944000	1944000	1944000	1944000	1944000
периодическое вознаграждение (Роялти)	1080000	1080000	1080000	1080000	1080000
уборка	540000	540000	540000	540000	540000
прочие расходы	360000	360000	360000	360000	360000
мужская косметика	4044000	4044000	4044000	4044000	4044000
аренда помещения	2880000	2880000	2880000	2880000	2880000
Себестоимость	0	0	0	0	0
Фонд оплаты труда	6000000	6000000	6000000	6000000	6000000
Семейные расходы	132	132	132	132	132
Всего отток от операционной деятельности	3694005 6	3694005 6	3694005 6	3694005 6	36940056
Чистый поток от операционной деятельности	2283607 6	2283607 6	2283607 6	2283607 6	22836076
Собственные средства	-	-	-	-	-
За счет займа	90000	-	-	-	-
За счет собств. средств	1500000	-	-	-	-
Всего приток от инвестиц. деятельности	1590000	-	-	-	-
Всего отток от инвестиц. деят-ти	-	-	-	-	-
Чистый поток от инвестиц. деят-ти	1590000	-	-	-	-
Получение кредита на инвестиции	1109200 0	0	0	0	0
Получение кредита на пополнение оборотных средств	570000	0	0	0	0
Всего приток от фин. деятельности	1166200 0	0	0	0	0
Выплата вознаграждения	604514	471410	338306	205202	72098
Основной долг	2218400	2218400	2218400	2218400	2218400
Налоги	969000	969000	969000	1743000	1743000

Всего отток от фин. деятельности	2822914	2689810	4349990	4216886	4083782
Чистый поток от фин. деятельности	8839086	- 2689810	- 4349990	- 4216886	-4083782
Изменения за период	3326516 2	2014626 6	1848608 6	1861919 0	18752294
Конечная наличность	3326516 2	5341142 8	7189751 4	9051670 4	10926899 8

При расчете прогнозного движения денежных средств за основу принята карта движения денежных средств, а также значения базовых значений производственно-финансовых показателей.

6.2 План выручки

Наименование	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
	мес	мес	мес	мес	мес	мес	мес	мес	мес	мес	мес	мес
	яц	яц	яц	яц	яц	яц	яц	яц	яц	яц	яц	яц
	19	22	28	33	41	49	59	68	79	87	95	100
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Парикмахерские услуги	823 333	953 333	121 333	143 000	177 666	212 333	255 666	294 666	342 333	377 000	411 666	433 333
	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
	мес	мес	мес	мес	мес	мес	мес	мес	мес	мес	мес	мес
	яц	яц	яц	яц	яц	яц	яц	яц	яц	яц	яц	яц
	58	78	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
	251 333	338 000	433 333	433 333	433 333	433 333	433 333	433 333	433 333	433 333	433 333	433 333
	3	0	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

Наименование	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
	мес	мес	мес	мес	мес	мес	мес	мес	мес	мес	мес	мес
	яц	яц	яц	яц	яц	яц	яц	яц	яц	яц	яц	яц
	18	21	27	31	39	45	51	69	76	83	91	100
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Продажа мужской косметик и и парфюмерии	116 640	136 080	174 960	200 880	252 720	291 600	330 480	447 120	492 480	537 840	589 680	648 000
	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
	мес	мес	мес	мес	мес	мес	мес	мес	мес	мес	мес	мес
	яц	яц	яц	яц	яц	яц	яц	яц	яц	яц	яц	яц
	67	89	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
	434 160	576 720	648 000	648 000	648 000	648 000	648 000	648 000	648 000	648 000	648 000	648 000

7. Потребность в финансировании

Приняты следующие условия кредитования:

Валюта кредита	тенге
Процентная ставка, годовых	6%
Срок погашения, месяцев	60
Выплата процентов и основного долга	Основной долг – равными долями (дифференцированный)
Льготный период погашения процентов, мес.	ОД - 0 месяцев. Вознаграждение – 0 месяцев
Льготный период погашения основного долга, мес.	ОД - 0 месяцев. Вознаграждение – 0 месяцев
Тип погашения основного долга	дифференцированный

# Платежа	Дата погашения	Сумма кредита на начало периода	Основной долг	Проценты	Платеж за период	Сумма кредита на конец периода
1	01.07.2020	11 662 000	167 149	58 310	225 459	11 494 851
2	01.08.2020	11 494 850	167 984	57 474	225 459	11 326 866
3	01.09.2020	11 326 865	168 824	56 634	225 459	11 158 041
4	01.10.2020	11 158 041	169 668	55 790	225 459	10 988 373
5	01.11.2020	10 988 372	170 517	54 941	225 459	10 817 855
6	01.12.2020	10 817 854	171 369	54 089	225 459	10 646 485
7	01.01.2021	10 646 485	172 226	53 232	225 459	10 474 259
8	01.02.2021	10 474 258	173 087	52 371	225 459	10 301 171
9	01.03.2021	10 301 170	173 953	51 505	225 459	10 127 217
10	01.04.2021	10 127 217	174 823	50 636	225 459	9 952 394
11	01.05.2021	9 952 394	175 697	49 761	225 459	9 776 697
12	01.06.2021	9 776 697	176 575	48 883	225 459	9 600 122
13	01.07.2021	9 600 121	177 458	48 000	225 459	9 422 663
14	01.08.2021	9 422 662	178 345	47 113	225 459	9 244 317
15	01.09.2021	9 244 317	179 237	46 221	225 459	9 065 080
16	01.10.2021	9 065 079	180 133	45 325	225 459	8 884 946
17	01.11.2021	8 884 945	181 034	44 424	225 459	8 703 911
18	01.12.2021	8 703 911	181 939	43 519	225 459	8 521 972
19	01.01.2022	8 521 971	182 849	42 609	225 459	8 339 122
20	01.02.2022	8 339 122	183 763	41 695	225 459	8 155 359
21	01.03.2022	8 155 359	184 682	40 776	225 459	7 970 677
22	01.04.2022	7 970 676	185 605	39 853	225 459	7 785 071
23	01.05.2022	7 785 070	186 533	38 925	225 459	7 598 537
24	01.06.2022	7 598 537	187 466	37 992	225 459	7 411 071
25	01.07.2022	7 411 070	188 403	37 055	225 459	7 222 667
26	01.08.2022	7 222 666	189 345	36 113	225 459	7 033 321
27	01.09.2022	7 033 321	190 292	35 166	225 459	6 843 029

28	01.10.2022	6 843 028	191 243	34 215	225 459	6 651 785
29	01.11.2022	6 651 784	192 200	33 258	225 459	6 459 584
30	01.12.2022	6 459 584	193 161	32 297	225 459	6 266 423
31	01.01.2023	6 266 423	194 127	31 332	225 459	6 072 296
32	01.02.2023	6 072 296	195 097	30 361	225 459	5 877 199
33	01.03.2023	5 877 198	196 073	29 385	225 459	5 681 125
34	01.04.2023	5 681 125	197 053	28 405	225 459	5 484 072
35	01.05.2023	5 484 071	198 038	27 420	225 459	5 286 033
36	01.06.2023	5 286 033	199 028	26 430	225 459	5 087 005
37	01.07.2023	5 087 004	200 024	25 435	225 459	4 886 980
38	01.08.2023	4 886 980	201 024	24 434	225 459	4 685 956
39	01.09.2023	4 685 955	202 029	23 429	225 459	4 483 926
40	01.10.2023	4 483 926	203 039	22 419	225 459	4 280 887
41	01.11.2023	4 280 887	204 054	21 404	225 459	4 076 833
42	01.12.2023	4 076 832	205 074	20 384	225 459	3 871 758
43	01.01.2024	3 871 757	206 100	19 358	225 459	3 665 657
44	01.02.2024	3 665 657	207 130	18 328	225 459	3 458 527
45	01.03.2024	3 458 526	208 166	17 292	225 459	3 250 360
46	01.04.2024	3 250 359	209 207	16 251	225 459	3 041 152
47	01.05.2024	3 041 152	210 253	15 205	225 459	2 830 899
48	01.06.2024	2 830 898	211 304	14 154	225 459	2 619 594
49	01.07.2024	2 619 594	212 361	13 097	225 459	2 407 233
50	01.08.2024	2 407 233	213 422	12 036	225 459	2 193 811
51	01.09.2024	2 193 810	214 490	10 969	225 459	1 979 320
52	01.10.2024	1 979 320	215 562	9 896	225 459	1 763 758
53	01.11.2024	1 763 757	216 640	8 818	225 459	1 547 117
54	01.12.2024	1 547 117	217 723	7 735	225 459	1 329 394
55	01.01.2025	1 329 393	218 812	6 646	225 459	1 110 581
56	01.02.2025	1 110 581	219 906	5 552	225 459	890 675
57	01.03.2025	890 675	221 005	4 453	225 459	669 670
58	01.04.2025	669 669	222 110	3 348	225 459	447 559
59	01.05.2025	447 558	223 221	2 237	225 459	224 337
60	01.06.2025	224 337	224 337	1 121	225 459	0
Итого		373 109 549	11 661 969	1 865 516		

Оценка инвестиционных затрат представлена в следующей таблице.

Направление использования средств	Количество	Цена	Сумма всего (тенге)	В том числе (тенге): за счет займа/за счет собств. средств
паушальный взнос	1	3 000 000	3 000 000	За счет займа
парикмахерское оборудование (кресло 4шт, мойка 4шт, стерилизатор инструмент, нагреватель полотенец, зеркала,	1	2 120 000	2 120 000	За счет займа

комплектующие)				
рабочие инструменты (машинки, тримеры, ножницы, шейверы, шавет, опасные и филировочные бритвы, фены, щетки, расчески, фартуки, пеньюары, инструм для окраш., комплектующие)	1	622 000	622 000	За счет займа
ремонт помещения	1	2 160 000	2 160 000	За счет займа
закупка мебели и интерьера	1	650 000	650 000	За счет займа
бытовая техника (кофе машина, тел и т.д.)	1	520 000	520 000	За счет займа
дополнительные расходы	1	490 000	490 000	За счет займа
мужская косметика (запас на 1 - 3 месяца)	1	540 000	540 000	За счет займа
аренда помещения на шесть месяцев	6	240 000	1 440 000	За счет займа
расходники (кофе, лезвия, воротники и т.д.)	1	30 000	30 000	За счет займа
рекламный бюджет на соц. сети	1	90 000	90 000	За счет займа
выплата по кредиту на шесть месяцев (личные средства)	6	250 000	1 500 000	За счет собственных средств
Итого			11 662 000	

Расходы по доставке оборудования включены в стоимость самого оборудования.

8. Эффективность проекта

8.1 Проекция Cash-flow

Проекция Cash-flow показывает потоки реальных денег, т.е. притоки наличности (притоки реальных денег) и платежи (оттоки реальных денег). Отчет состоит их 3 частей:

операционная деятельность - основной вид деятельности, а также прочая деятельность, создающая поступление и расходование денежных средств компании

инвестиционная деятельность — вид деятельности, связанной с приобретением, созданием и продажей вне оборотных активов (основных средств, нематериальных активов) и прочих инвестиций

финансовая деятельность — вид деятельности, который приводит к изменениям в размере и составе капитала и заёмных средств компании. Как правило, такая деятельность связана с привлечением и возвратом кредитов и займов, необходимых для финансирования операционной и инвестиционной деятельности.

Анализ денежного потока показывает его положительную динамику по годам проекта.

Показатели эффективности деятельности предприятия на 5 лет проекта

Наименование продукции, работы, услуги	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	Итого
Парикмахерские услуги	10400	10400	10400	10400	10400	52000
Продажа мужской косметики и парфюмерии	972	972	972	972	972	4860

8.2 Расчет прибыли и убытков

Себестоимость

	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год
Выручка	59776000	59776000	59776000	59776000	59776000
Услуги	52000000	52000000	52000000	52000000	52000000
Продукция	7776000	7776000	7776000	7776000	7776000
Себестоимость	36939924	36939924	36939924	36939924	36939924
коммунальные платежи	360000	360000	360000	360000	360000
рекламный бюджет на соц. сети	864000	864000	864000	864000	864000
расходники	1944000	1944000	1944000	1944000	1944000
периодическое вознаграждение (Роялти)	1080000	1080000	1080000	1080000	1080000
уборка	540000	540000	540000	540000	540000
прочие расходы	360000	360000	360000	360000	360000
мужская косметика	4044000	4044000	4044000	4044000	4044000
аренда помещения	2880000	2880000	2880000	2880000	2880000
Себестоимость	0	0	0	0	0
Фонд оплаты труда	6000000	6000000	6000000	6000000	6000000
Валовая прибыль	22836076	22836076	22836076	22836076	22836076
Налоги	969000	969000	969000	1743000	1743000
Прибыль после налогов	22836076	22836076	21042796	21042796	21042796
Оплата вознаграждения	604514	471410	338306	205202	72098
Чистая прибыль	22231562	22364666	20704490	20837594	20970698
Рентабельность	37%	37%	35%	35%	35%

Налоги

Виды налогов и платежей	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год
ИПН	0	0	0	387000	387000
Социальный налог	0	0	0	387000	387000
ОПВ	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000
СО	189000	189000	189000	189000	189000
ВОСМС	60000	60000	60000	60000	60000

ООСМС	120000	120000	120000	120000	120000
Итого	969000	969000	969000	1743000	1743000

План по персоналу

Должность	Кол-во	Зарплата	Платежи
Парикмахер	4	80 000 тенге	Ежемесячно, весь проект
Администратор	1	100 000 тенге	Ежемесячно, весь проект
Уборщица	1	80 000 тенге	Ежемесячно, весь проект
Итого	6	500 000 тенге	

Показатели рентабельности указано в таблице

Показатель рентабельности

Годовая прибыль (5 год), тыс. тг.	20970698
Рентабельность	35%

Чистый дисконтированный доход (NPV) и индекс прибыльности (PI)

Чистый дисконтированный доход (NPV)	6 656 845
Индекс прибыльности (PI)	6,8%

9. Социально-экономическое и экологическое воздействие

9.1 Социально-экономическое значение проекта

При реализации проекта предусмотрено решение следующих задач:

- открытие парикмахерской;
- создание 6 рабочих мест, что позволит работникам получать стабильный доход;
- поступление в бюджет 7 млн. тенге налогов и других отчислений.

Среди социальных воздействий можно выделить:

- удовлетворение спроса населения в предоставлениях услуг.

Павлодарская область,
Баянаульский район,
село Каратома

БИЗНЕС-ПЛАН

КРС МЯСОМОЛОЧНОГО НАПРАВЛЕНИЯ



2020 год

Содержание

Резюме	3
Введение	4
1. Концепция проекта	4
2. Описание продукта (услуги)	5
3. Программа производства	6
4. Маркетинговый план	8
5. Залоговое обеспечение	11
5.1 Наличие имущества	11
6. Реализация проекта	11
6.1 План реализации	11
7. Финансовый план	17
8. Эффективность проекта	21
8.1 Расчет прибыли и убытков	21
9. Социально-экономическое воздействие	23
9.1 Социально-экономическое значение проекта	23

Резюме

Инициатор проекта планирует разведение КРС мясомолочного направления и МРС. Разместить бизнес планируется в Павлодарской области, в с. Каратома. Производство продукции будет соответствовать всем нормам и требованиям РК.

Целью деятельности предприятия является извлечение дохода для улучшения материального благосостояния участника.

Целевой группой планируемого предприятия будут являться потребители производимой продукции – население области и близлежащих районов.

Планируется приобретение коров и маточного поголовья.

Финансирование проекта планируется осуществить за счет заемного капитала:

Основные /оборотные средства	Сумма всего (тенге)	Удельный вес, %	Источники финансирования			
			Собственные средства		Средства займа	
			Сумма всего (тенге)	Удельный вес, %	Сумма всего (тенге)	Удельный вес, %
Основные средства	14800000	100%	0	0%	14800000	100%
Оборотные средства	0	0%	0	0%	0	0%
Итого	14800000	100%				

Данный проект будет осуществляться за счет кредитных средств:

Основные / оборотные средства	Сумма всего (тенге)
Основные средства	14800000
Оборотные средства	0
Итого	14800000

Приняты следующие условия кредитования:

Валюта кредита	тенге
Процентная ставка, годовых	6%
Срок погашения, месяцев	60 мес
Выплата процентов и основного долга	ежемесячно
Льготный период погашения процентов, мес.	6
Льготный период погашения основного долга, мес.	0
Тип погашения основного долга	равными долями

Введение

В республике производство мяса традиционно считалась одним из основных и приоритетных направлений в сельском хозяйстве. В последние годы, несмотря на стабилизацию и некоторый рост собственного производства, на внутреннем рынке наблюдается тенденция наращивания импорта колбасных изделий, высока еще доля импорта мясных и мясорастительных консервов. Существует проблема отставания мясоперерабатывающих предприятий республики в области освоения передовых технологии и по техническому оснащению. В связи с хорошо развитым животноводством, первое место по количеству выпускаемой продукции занимает отрасли пищевой промышленности — мясная и молочная. Она дает почти 30% всей продукции пищевой промышленности республики. По производству мяса страна занимает третье место после России и Украины.

Так как животноводство развито почти повсеместно, то мясная промышленность размещена в республике довольно равномерно. На современном этапе все большее значение приобретают вопросы насыщения рынка мясными продуктами отечественного производства, улучшения качества, повышения конкурентоспособности, расширения ассортимента. Предпосылки для этого имеются – это устойчивый ежегодный рост поголовья скота, повышение его продуктивности и объемов производства мяса. Потенциальные возможности агропромышленного комплекса страны позволяют обеспечить агро продовольственную безопасность по данной продукции и полностью удовлетворить внутренний платежеспособный спрос населения.

За последние 10 лет потребительский спрос на мясо в республике повышается, но незначительно, в среднем лишь по 0,7 кг в год на человека. Что касается цен, то они растут с каждым годом. Причиной тому дефицит скота. Многие фермеры вынуждены делать наценку от 100%-200%. Рост производства мяса является результатом медленного осуществления программ по развитию области животноводства.

1. Концепция проекта

Концепция проекта предусматривает разведение КРС мясомолочного направления и МРС.

Целью деятельности предприятия является извлечение дохода для улучшения материального благосостояния его участника.

Целевой группой потребителей планируемого производства будут являться – население Павлодарской области и села Каратома.

Преимущества продукции составляет:

- широкий ассортимент;
- польза для организма;
- демократичные цены.

2. Описание продукта (услуги)

Мясная продукция занимает особое место в рационе питания человека. Мясная продукция обеспечивает организм человека полноценным белком, содержащим незаменимые аминокислоты. Мясная продукция содержит необходимые для здоровья человека витамины и микроэлементы, жирные кислоты и минеральные вещества. Мясная продукция характеризуется высокой пищевой ценностью и хорошими вкусовыми качествами. Мясная продукция производится в огромном ассортименте.

Задачей мясного скотоводства является производство высококачественной мясной продукции из говядины, а также производство молока, молочной продукции и кожевенного сырья. В организации и технологии мясного скотоводства имеются свои особенности. Например, при откорме, коров не доят, полученных от них телят выращивают до 6—8 месяцев на подсосе, после отъема телят от матерей их доращивают и ставят на откорм.

Поэтому технология откорма предусматривает максимальное использование естественных и улучшенных пастбищ для содержания коров с телятами и ремонтного молодняка, сочетание нагула с интенсивным откормом молодняка, предназначенного для убоя.

Значительные резервы для развития мясного скотоводства по традиционной технологии имеются во многих хозяйствах.

Мясное скотоводство при правильной организации и технологии не требует больших трудовых затрат и дорогостоящих капитальных помещений. Вполне себя оправдывают облегченные помещения, а в ряде районов навесы в сочетании с кормовыми площадками для беспривязного содержания животных зимой.

Определенные возможности для создания мясных ферм имеют многие хозяйства нечерноземных районов, располагающие большими площадями естественных кормовых угодий, которые в настоящее время слабо используются для получения животноводческой продукции.

Основные элементы технологии

Технология мясного скотоводства составляет единый производственный процесс, который объединяет три взаимосвязанных элемента:

1-й элемент — продуктивное стадо для получения и выращивания телят — стадия (система) «корова — теленок». Он включает организацию воспроизводства и получения телят, подсосное выращивание телят до 6—8-месячного возраста (в отдельных случаях до 3—4 месяцев), обеспечивает максимальное сохранение и хорошее развитие молодняка к отъему;

2-й элемент — выращивание молодняка для ремонта, а при необходимости и для расширения собственного стада;

3-й элемент — доращивание, нагул и интенсивный откорм молодняка (бычков и телок) и выбракованного взрослого скота.

Молоко – продукт нормальной физиологической секреции молочных желез сельскохозяйственных животных, полученный от одного или нескольких животных в период лактации при одном и более доении, без каких-либо добавлений к этому продукту или извлечений каких-либо веществ из него.

Молочные продукты являются важными продуктами питания. Производство высококачественных молочных продуктов и обеспечение сохранности молочных товаров требует определенных знаний в области технологии производства и переработки молока, идентификации, видов и способов упаковки, маркировки, транспортирования и хранения.

В процессе переработки молока – сырья необходимо учитывать сохранность всех компонентов молока, его пищевую и биологическую ценность. Безотходная технология переработки молока является приоритетным направлением в настоящее время.

Для производства качественных молочных продуктов необходимо грамотно подобрать технологическое оборудование и режимы при их производстве. Это требует определенных знаний и умений в области переработки молока. Переработка молока должна включать и переработку всех побочных продуктов (обезжиренное молоко, пахту, сыворотку) в качественные продукты. Только в этом случае можно получить максимальную прибыль и решать экологические проблемы при переработке молока.

3. Программа производства

Планируемые цены на продукцию

Наименование	Ед. изм.	Стоимость
Оптовая цена реализации молока	тенге/литр	100
Розничная цена реализации молока	тенге/литр	180
Суточный надой с 1-й коровы (средне взвешенно за год)	литр/сутки	3,5
Лактационный период, дней		150

Категория	Цена за 1 кг живого веса, тг.	Средний живой вес (1-й головы), кг	Цена за 1 кг мяса	Средний вес 1 туши, кг
Коровы	595	420	1500	230
Телки старше 1 года	655	320	0	0
Телки до 1 года	655	160	0	0
Быки производители	1200	700	0	0
Бычки старше 1 года	625	330	1500	180
Бычки до 1 года	625	180	0	0

Потребность и затраты на корма на 1 голову

	Категория	Суточная потребность, кг	Суточные затраты по проекту в тг.	Годовые затраты по проекту в тг.
Коровы	Сено	10	80	16800
	Солома	3	12	2520
	Конц. корма	3	90	18900
	Соль	0.05	2.5	525
Телки старше 1 года	Сено	8	64	13440
	Солома	3	12	2520
	Конц. корма	3	90	18900
	Соль	0.03	1.5	315
Телки до 1 года	Сено	3	24	5040
	Солома	0	0	0
	Конц. корма	1	30	6300
	Соль	0.01	0.5	105
Быки производители	Сено	12	96	20160
	Солома	3	12	2520
	Конц. корма	4	120	25200
	Соль	0.05	2.5	525
Бычки старше 1 года	Сено	8	64	13440
	Солома	3	12	2520
	Конц. корма	3	90	18900
	Соль	0.03	1.5	315
Бычки до 1 года	Сено	3	24	5040
	Солома	0	0	0
	Конц. корма	1	30	6300
	Соль	0.01	0.5	105
Итого		71	862	180390

4. Маркетинговый план

По проекту предусматривается организация сбыта говядины, исходя из биологических особенностей выбранной породы и с учетом спрогнозированного спроса на продукцию:

- 1) Потенциальная емкость районного рынка;
- 2) Предварительные договоренности с потенциальными покупателями.

Рынком сбыта будет являться Павлодарская область, Баянаульский район. Основным целевым сегментом является население со средним достатком (рынки, магазины). Также предполагается наладить бизнес-контакты и с другими районами области.

Заключены ряд договоров на реализацию мяса КРС в убойном весе с несколькими контрагентами. Одним из наиболее существенных факторов, определяющих эффективность деятельности фермерского хозяйства, является ценовая политика на товарных рынках. Цены обеспечивают предпринимателю запланированную прибыль, конкурентоспособность продукции, спрос на нее. Через цены реализуются конечные коммерческие цели,

Определяется эффективность деятельности всех звеньев производственно-сбытовой структуры хозяйства. При реализации продукции, производимой в рамках данного проекта, планируется использовать стратегию ценового прорыва, которая состоит в установлении относительно низких цен на продукцию высокого качества и позволит не только завоевать, но держать потребителей в долгосрочной перспективе, продлит жизненный цикл продукта.

Указанные цены позволят успешно конкурировать и обеспечить запланированный объем продаж на первоначальном этапе реализации проекта, а также постепенно завоевать лояльность потребителей.

Основным и самым эффективным на сегодняшний день инструментом продвижения продукции на целевом рынке являются «прямые продажи». С помощью данного инструмента наработана постоянная клиентская база.

Необходимо позиционировать новое предприятие как одно из самых высокотехнологичных и современных животноводческих комплексов, предлагающего продукцию высокого качества в Казахстане. В начальный период, за 1-2 месяца до начала выпуска продукции необходимо провести мощную PR кампанию с размещением в центральной прессе статей о начале производства продукции животноводства и рекламу отечественного товаропроизводителя. Определить льготы по цене для первых оптовых покупателей и разместить PR статьи об этом в областных и республиканских газетах. Формирование спроса и стимулирование сбыта планируется исходя из следующих моментов:

- Выгодное месторасположение животноводческого комплекса;
- Относительно низкий уровень цен по сравнению с другими;
- Квалифицированный персонал;
- Современное оборудование;
- Реализация программ по стимулированию спроса.

Анализ Потенциального сбыта

№	Наименование продукции	Стоимость реализуемой продукции за единицу в тенге	Возможные каналы сбыта	Местоположение производимую продукцию	Технические требования к продукции	Количество потенциальных потребителей вашей продукции (целевая аудитория)
1	Мясная продукция	1900 за 1 кг.	Жайминская СОШ	Павлодарская область, Баянаульский	Ветеринарная справка	Потенциальным и потребителям в Баянаульском

				район, с Каратомар		районе, с. Каратомар являются люди от 10 до 80 лет, около 500 человек.
2	Мясная продукция	1900 за 1 кг.	Служонская СОШ	Павлодарская область, Баянаульский район, с Служон	Ветеринарная справка	Потенциальным и потребителями в Баянаульском районе, с. Служон являются люди от 10 до 80 лет, около 490 человек.
3	Мясная продукция	1900 за 1 кг.	ИП Мухтаров	Павлодарская область, г.Палодар, ул Естая 81 ТД Квазар	Ветеринарная справка	Потенциальным и потребителями в г. Павлодар являются люди от 10 до 80 лет, около 3500 человек
Дополнительная информация о сбыте				<p>Реализация мясной продукции: г.Павлодар, ул. Машхур Жусупа 15 Торговый дом "Манакбай" мясная лавка, ИП Кошекнова.</p> <p>Реализация мясной и молочной продукции: г. Павлодар, ул. Ломова 37 Затонский рынок. ИП Сарсембинов.</p>		

Покупательская способность потребителей

Средне месячный доход 1 потенциального покупателя	58 447 тенге
Частота использования продукции потенциальным покупателям в год	36 кг. в год.
Дополнительная информация о покупательской способности клиентов	Потенциальный покупатель пользуется услугами по покупке мясной продукции 3 раза в месяц. Покупка молочной продукции ежедневная.

Наличие сырья

№	Возможные каналы покупки сырья?	Местоположение продавца	Виды сырья, приобретаемой для производства продукции	Цена в тенге и объем закупаемого сырья	Общий объем закупаемого сырья
1	КХ "Шынгысхан"	Павлодарская область, Успенский район, с Каратай	Комбикорма	45000 тенге за тонну	5 тонн
2	КХ "Рахат"	Павлодарская область, г. Аксу, пос. Сарышыганак	Зерно	40000 тенге за тонну	5 тонн

3	ФХ Мадияр	Павлодарская обл, Баянаульский район,с.Каратомар	Отруби	35000 тенге за тонну	6 тонн
---	-----------	---	--------	----------------------	--------

Анализ потенциальных конкурентов

№	Потенциальные конкуренты	Вид реализуемого товара конкурентов	Местоположение конкурента	Цена реализации тенге за ед. продукции/ услуги	Объем производства в месяц
1	ТОО "МТС Жайма"	Племенное поголовье казахской белоголовой породы.	Баянаульский район, Павлодарская область	2500 тенге за кг.	2 800 кг.
2	КХ Асанали	Реализация мясной продукции	Баянаульский район, Павлодарская область, с.Каратомар	2400 тенге за кг	1200 кг.
3	КХ Әбілмансұр	Реализация мясной продукции	Баянаульский район, Павлодарская область, с.Каратомар	2400 тенге за кг	1200 кг.
Дополнительная информация о конкурентах			Реализация мясо племенного скота на сельскохозяйственном рынке дороже на 10-15%. ТОО "МТС Жайма" реализуют поголовье скота в другие регионы республики в виде живого веса. КХ Асанали и КХ Әбілмансұр реализуют мясную продукцию на 10 % дороже.		

Конкурентное преимущество и способы продвижения

Конкурентное преимущество бизнеса и способы продвижения продукции	Производимая продукция дешевле на 10-15%. чем у конкурентов.
---	--

5. Залоговое обеспечение

5.1 Наличие имущества

Залоговое обеспечение

*примерная рыночная стоимость.

Наименование	Единица измерения	Количество	Стоимость актива, вероятная рыночная стоимость
Двухкомнатная квартира	1 квартира.	1	12000000
Итого			12000000

6. Реализация проекта

6.1 План реализации

Прогнозный Отчет движения денежных средств на период реализации проекта

Отчет о движение скота за 1 год, КРС

Половозрастные группы	Возраст	Цена реализации (живой вес)	Цена реализации (в тушах)	Поголовье на начало года	Приход				Расход				Поголовье на конец	Итого
					Приплод	Перевод	Покупка	Итого	Реализация (живой вес)	Реализация (в тушах)	Пало	Перевод		
Коровы	старше 3	595	1500	10	0	0	10	10	0	0	0	0	0	20
Телки старше 1 года	старше 1	655	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Телки до 1 года	до 1	655	0	0	8	0	25	33	0	0	1	0	1	32
Быки производители	старше 3	1200	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1
Бычки старше 1 года	старше 1	625	1500	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Бычки до 1 года	до 1	625	0	0	8	0	0	8	0	0	1	0	1	7
Итого				10	16	0	36	52	0	0	2	0	2	60

Отчет о движение скота за 2 год, КРС

Половозрастные группы	Возраст	Цена реализации (живой вес)	Цена реализации (в тушах)	Поголовье на начало года	Приход				Расход				Поголовье на конец	Итого
					Приплод	Перевод	Покупка	Итого	Реализация (живой вес)	Реализация (в тушах)	Пало	Перевод		

		вес)	ах)	а					ой вес)	туш ах)				
Коровы	ста рше 3	595	1500	20	0	0	0	0	0	0	0	0	0	20
Телки старше 1 года	ста рше 1	655	0	0	0	32	0	32	0	8	0	0	8	24
Телки до 1 года	до 1	655	0	32	8	0	0	8	0	0	1	32	33	7
Быки произво дители	ста рше 3	1200	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Бычки старше 1 года	ста рше 1	625	1500	0	0	7	0	7	3	0	0	0	3	4
Бычки до 1 года	до 1	625	0	7	8	0	0	8	0	0	1	7	8	7
Итого				60	16	39	0	55	3	8	2	39	52	63

Отчет о движении скота за 3 год, КРС

Половоз растные группы	Во зр ас т	Цен а реал изац ии (жи вой вес)	Цен а реал изац ии (в туш ах)	Пог оло вье на нач ало год а	Приход				Расход				Пог оло вье на кон ец	И т ог о
					Пр ип лод	Пе ре во д	По ку пк а	И т ог о	Реал изац ия (жив ой вес)	Реал изац ия (в туш ах)	П а л о	Пе ре во д		
Коровы	ста рше 3	595	1500	20	0	24	0	24	0	10	0	0	10	34
Телки старше 1 года	ста рше 1	655	0	24	0	7	0	7	0	0	0	24	24	7
Телки до 1 года	до 1	655	0	7	8	0	0	8	0	0	1	7	8	7
Быки произво дители	ста рше 3	1200	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1

Бычки старше 1 года	старше 1	625	1500	4	0	7	0	7	0	3	0	0	3	8
Бычки до 1 года	до 1	625	0	7	8	0	0	8	2	0	1	7	10	5
Итого				63	16	38	0	54	2	13	2	38	55	62

Отчет о движении скота за 4 год, КРС

Половозрастные группы	Возраст	Цена реализации (живой вес)	Цена реализации (в тушах)	Поголовье на начало года	Приход				Расход				Поголовье на конец	Итого
					Приплод	Перевод	Покупка	Итого	Реализация (живой вес)	Реализация (в тушах)	Палло	Перевод		
Коровы	старше 3	595	1500	34	0	7	0	7	0	6	0	0	6	35
Телки старше 1 года	старше 1	655	0	7	0	7	0	7	0	0	0	7	7	7
Телки до 1 года	до 1	655	0	7	14	0	0	14	0	0	1	7	8	13
Быки производители	старше 3	1200	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Бычки старше 1 года	старше 1	625	1500	8	0	5	0	5	0	1	0	0	1	12
Бычки до 1 года	до 1	625	0	5	14	0	0	14	5	0	1	5	11	8
Итого				62	28	19	0	47	5	7	2	19	33	76

Отчет о движении скота за 5 год, КРС

Половозрастные группы	Возраст	Цена реализации (жи	Цена реализации (в	Поголовье на начало	Приход				Расход				Поголовье на конец	Итого
					Приплод	Перевод	Покупка	Итого	Реализация (живой	Реализация (в туш	Палло	Перевод		

Бычки старше 1 года	старше 1	625	1500	5	0	6	0	6	3	5	0	0	8	3
Бычки до 1 года	до 1	625	0	6	15	0	0	15	10	0	1	6	17	4
Итого				75	30	32	0	62	13	12	2	32	59	78

Отчет о движении скота за 7 год, КРС

Половозрастные группы	Возраст	Цена реализации (живой вес)	Цена реализации (в тушах)	Поголовье на начало года	Приход				Расход				Поголовье на конец	Итого
					Приплод	Перевод	Покупка	Итого	Реализация (живой вес)	Реализация (в тушах)	Палло	Перевод		
Коровы	старше 3	595	1500	43	0	13	0	13	0	10	0	0	10	46
Телки старше 1 года	старше 1	655	0	13	0	14	0	14	0	0	0	13	13	14
Телки до 1 года	до 1	655	0	14	17	0	0	17	0	0	1	14	15	16
Быки производители	старше 3	1200	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Бычки старше 1 года	старше 1	625	1500	3	0	4	0	4	0	7	0	0	7	0
Бычки до 1 года	до 1	625	0	4	17	0	0	17	10	0	1	4	15	6
Итого				78	34	31	0	65	10	17	2	31	60	83

Отчет о движении скота за 8 год, КРС

Половозрастные группы	Возраст	Цена реализации (жи	Цена реализации (в	Поголовье на начало	Приход				Расход				Поголовье на конец	Итого
					Приплод	Перевод	Покупка	Итого	Реализация (живой	Реализация (в туш	Палло	Перевод		

		вой	туш	год					вес)	ах)				
Коровы	ста рше 3	595	1500	46	0	14	0	1 4	7	7	0	0	14	4 6
Телки старше 1 года	ста рше 1	655	0	14	0	16	0	1 6	0	0	0	14	14	1 6
Телки до 1 года	до 1	655	0	16	18	0	0	1 8	0	0	1	16	17	1 7
Быки произво дители	ста рше 3	1200	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Бычки старше 1 года	ста рше 1	625	1500	0	0	6	0	6	0	5	0	0	5	1
Бычки до 1 года	до 1	625	0	6	18	0	0	1 8	10	0	1	6	17	7
Итого				83	36	36	0	7 2	17	12	2	36	67	8 8

7. Финансовый план

Финансирование проекта планируется осуществить за счет заемного капитала:

Основные /оборотные средства	Сумма всего (тенге)	Удельный вес, %	Источники финансирования			
			Собственные средства		Средства займа	
			Сумма всего (тенге)	Удельный вес, %	Сумма всего (тенге)	Удельный вес, %
Основные средства	14800000	100%	0	0%	14800000	100%
Оборотные средства	0	0%	0	0%	0	0%
Итого	14800000	100%				

Приняты следующие условия кредитования:

Срок запрашиваемого займа

Основные / оборотные средства	месяцев
Основные средства	60

Ставка вознаграждения

Основные / оборотные средства	кол-во годовых, %
Основные средства	6%

График погашения процентов и основной суммы займа

Основные/оборотные средства	График
Основные средства	Основной долг – начисление процентов по остатку (аннуитетный)

Льготный период

Основные/оборотные средства	ОД/Вознаграждение
Основные средства	ОД - 6 месяцев. Вознаграждение – 9 месяцев

Поступления в виде займов (KZT)

Название	Дата	Сумма (KZT)	Срок	Ставка, %
Кредит	01.2020	14 800 000	6 мес.	6

Сумма кредита	14 800 000
Процентная ставка	6,00%
Срок кредита (кол-во месяцев)	60
Льготный период по ОД (месяце)	6
Дата выдачи кредита	01.01.2020
Дата погашения кредита	01.06.2025

Выплаты на погашение займов (KZT)

№	Дата погашения	Сумма кредита на начало периода	Основной долг	Проценты	Платеж за период	Сумма кредита на конец периода
1	01.07.2020	14 800 000.00	212 125.46	74 000.00	286 125.46	14 587 874.54
2	01.08.2020	14 587 874.54	213 186.09	72 939.37	286 125.46	14 374 688.45
3	01.09.2020	14 374 688.45	214 252.02	71 873.44	286 125.46	14 160

						436.43
4	01.10.2020	14 160 436.43	215 323.28	70 802.18	286 125.46	13 945 113.15
5	01.11.2020	13 945 113.15	216 399.90	69 725.57	286 125.46	13 728 713.25
6	01.12.2020	13 728 713.25	217 481.90	68 643.57	286 125.46	13 511 231.35
7	01.01.2021	13 511 231.35	218 569.31	67 556.16	286 125.46	13 292 662.05
8	01.02.2021	13 292 662.05	219 662.15	66 463.31	286 125.46	13 072 999.89
9	01.03.2021	13 072 999.89	220 760.46	65 365.00	286 125.46	12 852 239.43
10	01.04.2021	12 852 239.43	221 864.27	64 261.20	286 125.46	12 630 375.17
11	01.05.2021	12 630 375.17	222 973.59	63 151.88	286 125.46	12 407 401.58
12	01.06.2021	12 407 401.58	224 088.45	62 037.01	286 125.46	12 183 313.12
13	01.07.2021	12 183 313.12	225 208.90	60 916.57	286 125.46	11 958 104.23
14	01.08.2021	11 958 104.23	226 334.94	59 790.52	286 125.46	11 731 769.29
15	01.09.2021	11 731 769.29	227 466.62	58 658.85	286 125.46	11 504 302.67
16	01.10.2021	11 504 302.67	228 603.95	57 521.51	286 125.46	11 275 698.72
17	01.11.2021	11 275 698.72	229 746.97	56 378.49	286 125.46	11 045 951.75
18	01.12.2021	11 045 951.75	230 895.70	55 229.76	286 125.46	10 815 056.05
19	01.01.2022	10 815 056.05	232 050.18	54 075.28	286 125.46	10 583 005.87
20	01.02.2022	10 583 005.87	233 210.43	52 915.03	286 125.46	10 349

						795.43
21	01.03.2022	10 349 795.43	234 376.49	51 748.98	286 125.46	10 115 418.95
22	01.04.2022	10 115 418.95	235 548.37	50 577.09	286 125.46	9 879 870.58
23	01.05.2022	9 879 870.58	236 726.11	49 399.35	286 125.46	9 643 144.47
24	01.06.2022	9 643 144.47	237 909.74	48 215.72	286 125.46	9 405 234.73
25	01.07.2022	9 405 234.73	239 099.29	47 026.17	286 125.46	9 166 135.44
26	01.08.2022	9 166 135.44	240 294.79	45 830.68	286 125.46	8 925 840.65
27	01.09.2022	8 925 840.65	241 496.26	44 629.20	286 125.46	8 684 344.39
28	01.10.2022	8 684 344.39	242 703.74	43 421.72	286 125.46	8 441 640.65
29	01.11.2022	8 441 640.65	243 917.26	42 208.20	286 125.46	8 197 723.39
30	01.12.2022	8 197 723.39	245 136.85	40 988.62	286 125.46	7 952 586.55
31	01.01.2023	7 952 586.55	246 362.53	39 762.93	286 125.46	7 706 224.02
32	01.02.2023	7 706 224.02	247 594.34	38 531.12	286 125.46	7 458 629.68
33	01.03.2023	7 458 629.68	248 832.31	37 293.15	286 125.46	7 209 797.36
34	01.04.2023	7 209 797.36	250 076.48	36 048.99	286 125.46	6 959 720.89
35	01.05.2023	6 959 720.89	251 326.86	34 798.60	286 125.46	6 708 394.03
36	01.06.2023	6 708 394.03	252 583.49	33 541.97	286 125.46	6 455 810.54
37	01.07.2023	6 455 810.54	253 846.41	32 279.05	286 125.46	6 201 964.13
38	01.08.2023	6 201 964.13	255 115.64	31 009.82	286 125.46	5 946 848.48
39	01.09.2023	5 946 848.48	256 391.22	29 734.24	286 125.46	5 690 457.26
40	01.10.2023	5 690 457.26	257 673.18	28 452.29	286 125.46	5 432 784.09
41	01.11.2023	5 432 784.09	258 961.54	27 163.92	286 125.46	5 173 822.55
42	01.12.2023	5 173 822.55	260 256.35	25 869.11	286 125.46	4 913 566.20
43	01.01.2024	4 913 566.20	261 557.63	24 567.83	286 125.46	4 652 008.56
44	01.02.2024	4 652 008.56	262 865.42	23 260.04	286 125.46	4 389 143.14
45	01.03.2024	4 389 143.14	264 179.75	21 945.72	286 125.46	4 124 963.40

46	01.04.2024	4 124 963.40	265 500.65	20 624.82	286 125.46	3 859 462.75
47	01.05.2024	3 859 462.75	266 828.15	19 297.31	286 125.46	3 592 634.60
48	01.06.2024	3 592 634.60	268 162.29	17 963.17	286 125.46	3 324 472.31
49	01.07.2024	3 324 472.31	269 503.10	16 622.36	286 125.46	3 054 969.21
50	01.08.2024	3 054 969.21	270 850.62	15 274.85	286 125.46	2 784 118.60
51	01.09.2024	2 784 118.60	272 204.87	13 920.59	286 125.46	2 511 913.73
52	01.10.2024	2 511 913.73	273 565.89	12 559.57	286 125.46	2 238 347.83
53	01.11.2024	2 238 347.83	274 933.72	11 191.74	286 125.46	1 963 414.11
54	01.12.2024	1 963 414.11	276 308.39	9 817.07	286 125.46	1 687 105.72
55	01.01.2025	1 687 105.72	277 689.93	8 435.53	286 125.46	1 409 415.78
56	01.02.2025	1 409 415.78	279 078.38	7 047.08	286 125.46	1 130 337.40
57	01.03.2025	1 130 337.40	280 473.78	5 651.69	286 125.46	849 863.62
58	01.04.2025	849 863.62	281 876.14	4 249.32	286 125.46	567 987.48
59	01.05.2025	567 987.48	283 285.53	2 839.94	286 125.46	284 701.95
60	01.06.2025	284 701.95	284 701.95	1 423.51	286 125.46	0
		Итого			17167528	

8. Эффективность проекта

8.1 Расчет прибыли и убытков

Чистый дисконтированный доход (NPV) и индекс прибыльности (PI)

Чистый дисконтированный доход (NPV)	15468622
Индекс прибыльности (PI)	2%

В таблице представлена планируемая программа производства по годам.

Планируемая программа производства по годам

	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	6 год	7 год	8 год
Выручка	58320 00	53707 50	77250 00	108729 00	143437 50	136519 50	163578 00	175689 00
Реализация КРС	0	61875 0	44850 00	290250 0	624375 0	550875 0	646500 0	663930 0
Реализация молочной	58320 00	47520 00	32400 00	797040 0	810000 0	814320 0	989280 0	109296 00

продукции								
Себестоимость	17604 90	27610 95	28163 60	319681 0	320923 5	338091 0	350757 5	338516 0
Фонд оплаты труда	30000 00	30000 00	30000 00	300000 0	300000 0	300000 0	300000 0	300000 0
Ветеринария	75000	18900 0	18600 0	228000	225000	234000	249000	154000
Расходы на выпас	24000 0	25200 0	24800 0	304000	300000	312000	332000	352000
Приобретение кормов (1-й год, приобретение за счет кр.)	12696 60	19684 35	20307 00	231315 0	233257 5	248325 0	257491 5	270333 0
Валовая прибыль	40715 10	26096 55	49086 40	767609 0	111345 15	102710 40	128502 25	141837 40
Налоги	484 500	484 500	484 500	665 556	665 556	665 556	665 556	665 556
Прибыль после налогов	40715 10	26096 55	49086 40	734990 3	107042 02	986148 1	123594 91	136566 73
Оплата вознаграждения	0	80858 3	44255 9	361686	277518	189922	98756	14036
Чистая прибыль	40715 10	18010 72	44660 81	698821 7	104266 84	967155 9	122607 35	136426 37
Рентабельность	69.8%	33.5%	57.8%	64.3%	72.7%	70.8%	75%	77.7%

При формировании цен была учтена покупательная способность потребителей, определяемая средним уровнем их доходов.

Формирование цен основано на рыночных ценах и полной себестоимости производимой продукции.

Налоги

Виды налогов и платежей	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	6 год	7 год	8 год
ИПН	0	0	0	219 000	219 000	219 000	219 000	219 000
Социальный налог	0	0	0	159 156	159 156	159 156	159 156	159 156
ОПВ	300 000	300 000	300 000	300 000	300 000	300 000	300 000	300 000
СО	94 500	94 500	94 500	94 500	94 500	94 500	94 500	94 500
ВОСМС	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000
ООСМС	60 000	60 000	60 000	60 000	60 000	60 000	60 000	60 000
Итого	484	484 500	484	665 556	665 556	665	665 556	665 556

	500		500			556		
--	-----	--	-----	--	--	-----	--	--

План по персоналу

Должность	Кол-во	Зарплата	Платежи
Доярка	1	150 000 тенге	Ежемесячно, весь проект
Разнорабочий	1	100 000 тенге	Ежемесячно, весь проект
Итого	2	250 000 тенге	

Планируется приобретение коров и маточного поголовья.

Общие затраты по проекту включают в себя

Направление использования средств	Ед. изм., (шт, кг, голов и т.п.)	Кол-во	Цена	Сумма всего (тенге)	В том числе (тенге): за счет займа/ За счет собств. средств
Телки до 1 года	голов	25	200000	5000000	За счет займа
МРС бараны	голов	150	40000	6000000	За счет займа
Корма	тонны	5	40000	200000	За счет займа
Коровы	голов	10	300000	3000000	За счет займа
Быки-производители	голов	1	600000	600000	За счет займа
Итого				14 800 000	

9. Социально-экономическое воздействие

9.1 Социально-экономическое значение проекта

При реализации проекта предусмотрено решение следующих задач:

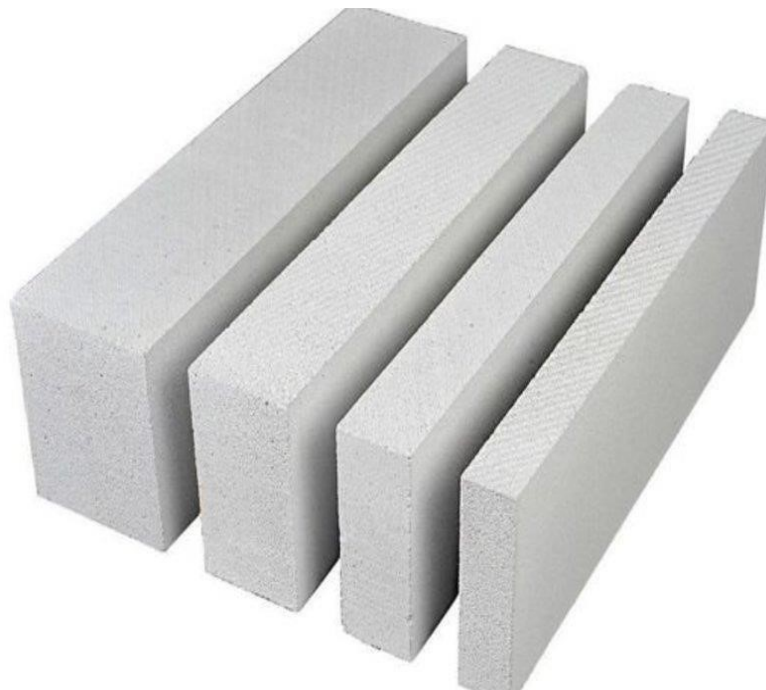
- созданию 2 рабочих мест, что позволит работникам получать стабильный доход;
- обеспечение молочными продуктами население
- поступлению в местный бюджет 425 тыс. тенге налогов и других отчислений.

Среди социальных воздействий можно выделить:

- удовлетворение спроса населения/потребителей, через предоставление широкого ассортимента продуктов мясного и молочного производства.

г. Нур-Султан

**БИЗНЕС-ПЛАН
ПРОИЗВОДСТВО И РЕАЛИЗАЦИЯ
ГАЗОБЕТОННЫХ БЛОКОВ**



2020 год

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
1. Концепция проекта.....	4
2. Описание продукта (услуги).....	6
3. Программа реализации товара.....	6
4. Маркетинговый план.....	9
4.1 Прогнозные оценки развития рынка, ожидаемые изменения.....	13
4.2 Стратегия маркетинга.....	14
4.3 Ценообразование.....	14
4.4 Методы стимулирования сбыта.....	15
5. Техническое планирование.....	15
5.1 Здания и сооружения.....	16
5.2 Оборудование и инвентарь (техника).....	16
5.3 Коммуникационная инфраструктура.....	19
6. Реализация проекта.....	19
6.1 Организация, управление и персонал.....	19
6.2. План реализации.....	19
6.3 Затраты на реализацию проекта.....	20
7. Потребность в финансировании.....	20
7.1 Расходы по производству продукции.....	22
8. Эффективность проекта.....	24
8.1 Расчет прибыли и убытков.....	24
9. Социально-экономическое и экологическое воздействие.....	26
9.1 Социально-экономическое значение проекта.....	26

Введение

Концепция проекта предусматривает: Производство и реализация газобетонных блоков в цеху, общей площадью застройки 454 кв.м, расположенного по адресу г. Нур-Султан.

Основными направлениями бизнеса являются:

- производство и реализация газобетонных блоков;
- предоставление услуг по производству газобетонных блоков;

Здание цеха представляет собой одноэтажное капитальное строение, высотой потолка 9 метров, расположенного по адресу г.Нур-Султан, Алматинский р-н, ж.м. Железнодорожный.

Целью деятельности предприятия является извлечение дохода для улучшения материального благосостояния его участника.

Целевой группой будет являться в жители г.Нур-Султан и близлежащих поселков Акмолинской области. По данным официального сайта Акимата г.Нур-Султан на сегодняшний день территория города составляет – 797,33 тыс. кв. километров, население города составляет 1158,8 тыс. человек, из них экономически активного (работающего) населения составило 690,0 тыс. чел.

Общие инвестиционные затраты по проекту включают в себя:

Расходы в тыс.тенге	
Инвестиции в инвестиционный капитал (оборудование)	31 160 000
Инвестиции в оборотный капитал (переменные и постоянные расходы)	20 000 000
Итого	51160000

Финансирование проекта планируется осуществить как за счет собственных средств предприятия, так и за счет грантовых средств.

Источник финансирования, тенге	Сумма	Период	Доля
Собственные средства	28 000 000	01.02.2021	54,74%
Кредитные средства	23 160 000	01.02.2021	45,26%
Всего	51 160 000		100%

Достоинства создаваемого предприятия несомненны (подробнее в главе «Концепция»):

- Удовлетворение потребностей населения в качественном и доступном строительном материале;
- Мобильность: возможность производства блоков любого размера и на территории заказчика;
- Значительная экономия производственных площадей.

Небольшая потребность в персонале.

- Быстрая окупаемость проекта.
- Поступление дополнительных доходов в бюджет;
- Создание 3 рабочих мест.

Показатели эффективности проекта	5 лет
Внутренняя норма доходности (IRR)	15%
Чистая текущая стоимость (NPV), тенге	392 660
Срок окупаемости, месяцев*	28

*с момента начала работы комплекса, при расчетной средней чистой прибыли 84 706 тенге.

1. Концепция проекта

Концепция проекта предусматривает:

Приобретение специализированного оборудования для производства газобетонных блоков в собственном цеху, общей площадью 454 кв.м., расположенного по адресу:

г. Нур-Султан, Алматинский р-н, ж.м. Железнодорожный.

Основными направлениями бизнеса являются:

- производство и реализация блоков;
- предоставление услуг по производству арболитовых блоков;

Здание цеха представляет собой одноэтажное строение, 2017 года постройки, расположенного. Жымпиты, Сырымский район ЗКО.

Целью деятельности предприятия является извлечение дохода для улучшения материального благосостояния его участника.

Проект предлагает предоставление услуг в сфере производства арболитовых блоков как из собственных материалов, так и из материалов заказчика (услуги). Преимущества данного производства строительного материала:

- качественные характеристики арболитового блока: теплый, прочный, негниющий, негорючий, легкий, экологичный.

- способствует утилизации деревянных отходов, так как один из основных материалов является щепа, изготавливаемая из деревянных отходов.

- мобильность: при минимальном комплекте для производства арболитовых блоков, возможно их изготовление на территории заказчика и любых размеров (в зависимости от планируемой формы).

- возможность заказчику удешевить стоимость строительного материала, путем заказа производства из собственного сырья.

В связи с положительными темпами роста экономического благосостояния местного населения, положительной миграции населения в сельские районы (при поддержке государственных программ), образования новых колхозных хозяйств увеличивается потребность населения в строительстве собственного жилья/увеличения жилплощади имеющегося жилья и строительстве производственных помещений. На смену таких

стройматериалов как кирпич, ракушняк, газоблок, бетонные покрытия, саман пришел прочный, теплосберегающий, негниющий и доступный материал – арболитовые блоки.



Арболитовые блоки применяют для строительства как наружных, так и перегородочных стен. И, если городские администрации в основном сотрудничают с крупными подрядчиками, то частные лица и предприниматели с удовольствием заказывают строительные блоки на малых предприятиях. Бизнес по производству арболитовых блоков даже при небольших объемах быстро окупается и приносит хорошую прибыль. При этом он не требует больших вложений.

Целевой группой будет являться в очередь жители села Жымпита и Сырымского района.

За 6 месяцев 2016 года в районе введены индивидуальными застройщиками в эксплуатацию 11 жилых домов. Общая площадь 1265,4 кв.м. по сравнению с аналогичным периодом прошлого года выполнено на 65,0 %. Общая стоимость введенных домов составляет 59,4 млн.тенге.

По району в очереди на жилье состоит 321 человек, для обеспечения жильем очередников разработан ПСД «Строительство 14 домов в с.Жымпиты Сырымского района» сумма строительно-монтажных работ 136 644,2 тыс. тенге.

В Сырымском районе планируемое производство блоков отсутствует и необходим. Данный бизнес выгоден, так как можно обслужить не только местность, где находится бизнес, но и в ближайших районах, жителям которых ближе приехать в с.Жымпита чем в город.

Таким образом, планируемая к производству арболитовые блоки обоснованно растущим спросом местного сельского населения.

Учитывая запланированные в настоящем бизнес-плане обороты предприятия планируется осуществлять деятельность в рамках упрощенного режима.

Данный бизнес-план не является окончательным вариантом руководства к действию, а показывает лишь потенциальную возможность развития такой бизнес-идеи. Поэтому при реализации настоящего проекта возможно изменение первоначальных допущений.

2. Описание продукта (услуги)

Арболит — это разновидность лёгкого бетона крупнопористой структуры. Уникальный по своим характеристикам строительный материал, удачно соединивший в себе лучшие свойства дерева и камня.



Строительные блоки из арболита также имеют иные названия: древобетон или деревобетон, древоблок или деревоблок, все они напрямую отражают сущность этого бесспорно заслуживающего внимания строительного материала.

- Арболит — очень надежный материал. Он не разрушается даже при многократной нагрузке, а «подстраивается» под ситуацию.

- Арболитовые блоки невероятно экологичны, это доказано многими проводимыми исследованиями, что не удивительно, ведь в его составе только природные компоненты.

- Самое главное преимущество арболита — его колоссально низкая теплопроводность. Дома из арболита не нуждаются в дополнительном утеплении и способны сохранять тепло в самый сильный мороз.

Сравнительная таблица арболита с другими материалами для строительства.

Данный строительный материал отличается не только качественными характеристиками, но и количественными/временными: в силу предполагаемого размера к производству арболитового блока, возможно быстрое возведение необходимого здания. Что способствует экономии во времени и применяемой рабочей силе.

3. Программа реализации товара

Рабочая неделя для производства арболитовых блоков будет — 5 дней/неделя, в месяц — 20 дней, рабочее время - 8 часов/день с 09.00 ч. до 18.00 ч. с обеденным перерывом с 13.00 ч. до 14.00 ч.



Предполагаемая непрерывная работа оборудования в день у щепорубительной машины 4 часа (мощность оборудования за такое

время позволяет производить необходимое сырье), смесителя и мини-станка по 8 часов в день.

Особенность приобретаемого оборудования для производства арболитовых блоков – необходимость минимум рабочей силы. На выходе мини-станок способен обслуживать 1 человек (разнорабочий). Электрик требуется для контроля бесперебойной работы оборудования и в случае необходимости его ремонта.

В случае необходимости будут привлекаться дополнительные рабочие и наниматься в качестве сезонных работников.

Доходы рассчитаны с учетом постепенного набора производственной мощности с 40% в мае 2017 года до 100% начиная с ноября 2017 года.

Оборудование на 100% загрузку, за 8 часов работы в день	
куб.м	шт.блоков
6,7	74,4

Прогнозируемая максимальная мощность, 100 %:

Наименование	в день			в месяц			в год		
	шт. блок ов	ку б. м	цена реал.	шт. блок ов	куб.м	Цена реал.	шт.блок ов	куб .м	цена реал.
арболитовый блок	59	5,4	17 849	1 190	107	356 976	14 279	1 286	4 283 712
услуги по изготовлению арболитового блока	15	1,3	2 779	297	27	55 578	3 570	322	666 932
ИТОГО	74,4	6,7	20 627,6 8	1 487,4 0	134,0 0	412 553,63	17 848,80	1 608 ,0	4 950 643,58

Прогнозируемая производственная программа:

Период	в день			в месяц			Загрузка, из плановой 100%
	шт.блоко в	себест.,т Г	доход,т Г	шт.блоко в	себест.,т Г	доход,т Г	
2020 год							
май	29,7	2 693,3	8 251	595	53 866	165 021	40
июнь	37,2	3 366,6	10 314	744	67 333	206 277	50
июль	44,6	4 040,0	12 377	892	80 799	247 532	60
август	52,1	4 713,3	14 439	1 041	94 266	288 788	70
сентябрь	59,5	5 386,6	16 502	1 190	107 732	330 043	80
октябрь	66,9	6 059,9	18 565	1 339	121 199	371 298	90
ноябрь	74,4	6 733,3	20 628	1 487	134 665	412 554	100
декабрь	74,4	6 733,3	20 628	1 487	134 665	412 554	100
2021 год	74,4	6 733,3	20 628	1 487	134 665	412 554	100
2022-2023 года	74,4	6 733,3	20 628	1 487	134 665	412 554	100

Учитывая, что начало работы проекта приходится на сезон «стройки» сразу прогнозируется рост спроса на строительный материал и соответственно планируется интенсивное увеличение производственной мощности. В виду возможности (в зависимости от толщины, размеров) из арбалитовых блоков строить не только наружные стены, но и перегородки/внутренние работы, а также учитывая малую мощность приобретаемого оборудования, для усреднения признается закладка на последующие года 100% мощность производства.

Сырьё в виде цемента и жидкого стекла (химического элемента) планируется закупать оптовых строительных местах города Уральска 1 раз в месяц. Основной компонент для изготовления щепы – деревянные отходы планируется закупать по договору намерения поставки товара от 30.02.2017 г. у ГКП «Сырым» Акимата.

Сырымского района, а также у местного населения в качестве утилизации отходов. Воду из центрального водоснабжения по тарифу, которая подведена к производственному цеху. В последующем из собственного колодца. Для хранения сырья по плану в здании выделена кладовая комната.

Доставка сырья будет осуществляться собственным автотранспортным средством марки “Газ 2705”. Исходя из калькуляции и прогнозов по выручке на основании разработанного тактического плана в месяц 2017-2022 г., при 100% загрузке мощности планируется средний закуп сырья в месяц на сумму 134 665 тенге.

Себестоимость

В виду возможной реализации арболитового блока как по штучно, так в кубических метрах (в случае заливания в требуемую форму заказчика), расчет себестоимости был произведен как на 1 блок (планируемого размера), 60*50*30), так и на 1 куб.м.

Расчет себестоимости и количества требуемого сырья на 1 блок

Арболитовый блок (10 блоков, собственный опыт ИП), 60*50*30=0,09 куб.м (в 1 куб.м = 11,1 блоков).

Наименование	кальк-ция, кг	цена за 1 кг/л	стоимость	соотношение, %
Цемент М400	50	18	900,00	57,47
Щепа/опил	30	0,6	17,72	34,48
Хлористый кальций (2% от массы сухого цемента)	1	140	140,00	1,15
Жидкое стекло (2% от массы сухого цемента)	1	200	200,00	1,15
Вода	5	0,12	0,60	5,75
себестоимость	87		1258	100
цена реал.			3000	
накрутка на, %			58	

Арболитовый блок (1 блока)

1 блок

Наименование	кальк-ция, кг	цена за 1 кг/л	стоимость	соотношение, %
Цемент М400	5	18	90	5,75
Щепа/опил	3	0,6	1,77	3,45
Хлористый кальций (2% от массы сухого цемента)	0,01	140	1,40	0,01
Жидкое стекло (2% от массы сухого цемента)	0,1	200	20,00	0,11
Вода	0,5	0,00	0,00	0,57
себестоимость	8,61		113	10
цена реал.			300	
накрутка на, %			62	

Арболитовый блок (1 куб.м=11,1 блоков=1/0,09 куб.м=60*50*30)

11,1 блоков

Наименование	кальк-ция, кг	цена за 1 кг/л	стоимость	соотношение, %
Цемент М400	55,5	18	999,00	63,79
Щепа/опил	33,3	0,6	19,67	38,28
Хлористый кальций (2% от массы сухого цемента)	0,111	140	15,54	0,13
Жидкое стекло (2% от массы сухого цемента)	1,11	200	222,00	1,28
Вода	5,55	0,00	0,00	6,38
себестоимость	95,571		1 256	110
цена реал.			3 330	
накрутка на, %			62	

Наименование	куб.м	кг в 1 куб.м	л в 1 куб.м	тенге за 1 куб.м	тенге за 1 кг
деревянные отходы	1	645	1000	1200	1,9
щепа/опил	3,15	645	3150	381	0,6

4. Маркетинговый план

По состоянию на 1 сентября 2019 года в Сырымском районе зарегистрированы 1079 субъектов малого бизнеса или 106,6% к уровню соответствующего периода 2015 года, в том числе количество действующих 856.

Зарегистрировано 12 мини-цехов, из них действуют 11 с численностью 27 работников. Произведено товаров (работ и услуг) на 29,4 млн.тенге, что составляет 102% соответствующего периода 2018 года.

Однако, в настоящее время на территории района собственного производства строительного материала для возведения стен (блоков/кирпича) нет. Ранее созданное производство сторонними лицами газоблока, оказалось не рентабельным в виду отсутствия основного сырья. Остальные основные конкуренты расположены на территории города Уральск, требующее в местный район поставку, что налагает на заказчика дополнительные расходы по транспортировке и возможном ухудшении качественных характеристик (осколы).

Согласно прогнозной программе производства перебои в сырье для арболитовых блоков не планируется, так как для его изготовления подходят практически любые деревянные отходы, что находится в местности в избытке. В качестве усиления минимизации рисков по наличию сырья – заключен Договор намерение поставки товара от 30.02.2017 г. у ГКП «Сырым» акимата Сырымского района за 1 200 тенге за 1 куб.метр, из которого на выходе получается порядка 3,15 куб. метра щепы (см.таблицу выше в разделе «Себестоимость»).

По результатам самостоятельного избирательного опроса местного населения были составлены приблизительные желания и потребности клиентов. Опросу подлежало 30 человек из разных домов: мужчины и женщины в возрасте от 20 до 55 лет со среднемесячной заработной платой 50 000 тенге.

На основе полученных данных можно сделать выводы, что из 100% опрошенных:

- намерены в текущий летний период расширять свою жилищную площадь -20%;
- планирует в ближайшем будущем строить новый дом – 50%;
- жилье строить не планируют, но при наличии дешевого материала возможно возведение подсобных помещений – 10%;
- планы на строительство отсутствуют– 20%.

Из опрошенных респондентов:

- не довольны стоимостью строительных материалов – 60%;
- не удовлетворяет качество поставляемых стройматериалов (например, ракушник требует подбор формы для ровного возведения стен, при транспортировке с города имеются множества оскалов) – 20%;
- имеющийся доступный строительный материал трудоемкий и временно затратный – 20%;
- анализ данных показал, что желания и потребности клиентов в качественном и по приемлемым ценам товаре не удовлетворяются.

Анализ Потенциального сбыта

№	Наименование продукции	Стоимость реализуемой продукции за единицу в тенге	Возможные каналы сбыта	Местоположение производимую продукцию	Технические требования к продукции	Количество потенциальных потребителей вашей продукции (целевая аудитория)
1	Производство газобетонных блоков (газоблоки)	23000 м3	ТОО ElitMarketGroup (специализация: Строительство домов)	г. Нур-Султан, ул. Нажмиденова 12 оф4	Упаковка: обвязка упаковочным и лентами, на поддоны	Потенциальными покупателями моей продукции являются люди в возрасте от 20 до 70 лет, в г.Нур-Султан насчитывается около 500 тысяч людей этого возраста. Количество потенциальных потребителей моей продукции 30 тысяч
2	Производство газобетонных блоков (газоблоки)	23000 м3	Физ.лицо Махметова Динара (для строительства 2х этажного частного дома в дачном массиве «Нурлы»)	пос. Нурлы, ул 5 уч 6	Упаковка: обвязка упаковочным и лентами, на поддоны. Заказ газоблоков размером: 10*25*62,5 в кол-ве 3840 шт=60м3 и 30*25*62,5 в кол-ве 3045 шт=145м3	Потенциальными покупателями моей продукции являются люди в возрасте от 18 до 60 лет, в г. Нур-Султан насчитывается около 450 тысяч людей этого возраста. Количество потенциальных потребителей моей продукции 25 тысяч
3	Производство газобетонных блоков (газоблоки)	23000 м3	Джумадилаев Муталип (для строительства частного дома в пос.Косшы)	пос. Косшы, ул. Нура, уч. 78	Упаковка: обвязка упаковочным и лентами, на поддоны. Общ кол-во 100м3.	Потенциальными покупателями моей продукции являются люди в возрасте от 25 до 75 лет, в г.Нур-Султан насчитывается около 500 тысяч людей этого возраста. количество потенциальных потребителей

						моей продукции 20 тысяч
--	--	--	--	--	--	-------------------------------

Покупательская способность потребителей

Среднемесячный доход 1 потенциального покупателя	Средний месячный доход 1 потенциального покупателя составляет 196 922 тенге
Годовая норма потребления продукции на 1 потенциального потребителя	Частные лица обращаются 1 раз год, строительные компании 2-3 раза в год. Общая производительность оборудования 36000м3 в год. В среднем на 1 одноэтажный дом уходит 90-120м3 газоблока, этого объема хватит в среднем на 300-400 таких домов.

Наличие сырья

№	Возможные каналы покупки сырья	Местоположение продавца	Виды сырья, приобретаемые для производства продукции	Цена в тенге и объем закупаемого сырья	Общий объем закупаемого сырья
1	ТОО Химия и Технология, ТОО AV Cemicalг, ТОО PROSEPT	г. Алматы, ул. Жибек жолы,76	Состав основных компонентов смеси для изготовления 1-го куба газоблока: Цемент ПЦ-400- 267кг, Алюминиевая пудра/ паста-0,5 кг	Цемент 25500 тг/тн, Пудра/ паста алюминиевая 3800 тг/кг	Цемент 8000 тн/месяц; Пудра/паста алюминиевая 1,5 тн/месяц
2	АО Каустик, ТОО Кристалл и К, ТОО БББ Альянс, ТОО Мастер Саун	г. Нур-Султан	Состав основных компонентов смеси для изготовления 1-го куба газоблока: Каустическая сода-3кг, Сульфат натрия-4,5 кг	Каустическая сода 375тг/кг, Сульфат натрия 285 тг/кг	Каустическая сода 9тн/мес, Сульфат натрия 13 тн в месяц

3	ТОО КТК Кварц, ТОО Жанел ММ, ТОО Курметг, Астана Су Арнасы,	пос. Арыкты, Акмолинская область	Состав основных компонентов смеси для изготовления 1- го куба газоблока: Кварцевый песок - 234 кг, Вода –208 литров.	Кварцевый песок Цена 1000тг/тн, Вода 446,72 тг/м3	Кварцевый песок-702 тн/ мес., Вода20,8 м3
---	--	--	---	---	--

Анализ потенциальных конкурентов

№	Потенциальны е конкуренты	Вид реализуемого товара конкурентов	Местоположение конкурента	Цена реализации тенге за ед. продукции/ услуги	Объем производств а в месяц
1	ТОО Экотон	производство и реализация газоблока	г. Нур-Султан, ул.Тайбурыл 42/5	Цена за 1м3 газоблока 24500тн	33000 м3/мес.
2	ТОО Альянс МТС	производство и реализация газоблока	г. Нур-Султан, ул.Пушкина 59/3	Цена 24000 тг/м3 (нет в наличии, на заказ)	6000 м3/мес
3	АкмолЭкоБлок	производство и реализация газоблока	Целиноградский р- н, пос. Акмол, ул.Ондирис,5	Цена 24000 тг/м3 самовывоз	100 000м3
Дополнительная информация о конкурентах			ТОО Экотон и ТОО АкмолЭкоБлок (50000тг за машину, вместимость 22м3) высокая стоимость доставки, Альянс МТС товара нет в наличии, только на заказ.		

Конкурентное преимущество и способы продвижения

Конкурентное преимущество бизнеса и способы продвижения продукции	<p>1.При покупке более 300м3 скидка 5%, при покупке более 1000 м3 клиентам предоставляется скидка 10%.</p> <p>2.Приемлемая цена, ниже, чем у конкурентов.</p> <p>3.Качество.</p> <p>4.Доставка. Удобное месторасположение. Удобная подъездная дорога.</p> <p>5.Возможность оформления в кредит. 6.Способы продвижения: реклама в инстаграмм, Фэйсбук, реклама на рекламных сайтах сатукз, олх, договоренность с другими компаниями, прямые продажи.</p> <p>Сезонные скидки.</p>
--	---

4.1 Прогнозные оценки развития рынка, ожидаемые изменения

К сведению в селе Жымпита около 1 800 домов. Стандартный размер строения в селе производят 10*10 м (100 кв.м.). Для возведения 1 дома при высоте 3 метра без учета окон/проемов/перегородок необходимо около 400-500 блоков.

Исходя из предварительных маркетинговых исследований, ожидается большой спрос на продукцию строительного материала. В случае реализации строительства половины опрошенных респондентов (10 человек = (70% от 30

человек)/2), при начале производства спрос ожидается уже на 4000-5000 арболитовых блоков. Что эквивалентно 3-4 месяцам полной загрузки мощности оборудования.

Сильные стороны	Слабые стороны
новое оборудование	недостаточный производственный опыт
удобное географическое положение (в районном центре)	не сформировавшаяся репутация цеха
качественная продукция	мелкооптовый закуп сырья
низкая цена	
возможность изготовления любых форм блока	
мобильность изготовления блоков (на территории заказчика)	
возможность изготовления блока виз сырья заказчика	

4.2 Стратегия маркетинга

В расчетах заложены ежемесячные затраты на рекламу (прочие).

Организацию реализации продукции на предприятии предполагается осуществлять с учетом следующих принципов:

1. Постоянный мониторинг конкурентоспособности и работа над ее совершенствованием;
2. Использование комплекса мер по формированию спроса и стимулированию сбыта, формированию имиджа и закреплению постоянных клиентов.

Формирование спроса и стимулирование сбыта планируется исходя из следующих моментов:

- Относительно низкий уровень цен по сравнению с другими;
- Новое оборудование;
- Реализация программ по стимулированию спроса.

Чтобы добиться успеха в своей области: расширить ассортимент предлагаемых продуктов и услуг (заблаговременное изготовление разных форм блоков), привлечь новых клиентов, цеху необходимо создать положительный имидж, который будет основываться на соотношении цены и качестве продукции, помощь в расчете необходимого количества блоков для строительства.

4.3 Ценообразование

Ценовая стратегия базируется на конкуренции. Цена продукции определялась исходя из калькуляции себестоимости с учетом цены на сырье, из которого продукт изготовлен. Средняя наценка на конечный продукт по 1 шт. блоку/1 куб.м. составляет на 62%.

Рассматривается возможное снижение стоимости материалов путем переговоров с поставщиками на поставку сырья без посредников и издержек, за счет взимания предоплаты и снижения транспортно-заготовительных расходов. Планируемая цена за 1 шт. блока размером 60-30-50 порядка 300 тенге.

Средние рыночные цены на аналогичный товар и такого размера в разных регионах 400-600 тенге. Для сравнения 1 куб.м. кирпич-ракушняк стоит 170 тенге за 1 шт. В 1 куб.м. 410 шт. одинарного кирпича. Соответственно стоимость за 1 куб.м. кирпича будет составлять 69 700 тенге. Стоимость 1 куб.м. арболитового блока 3 330 тенге. Цена сформирована с учетом региона и средних доходов населения

Реклама

Для успешного вступления на рынок и продвижения на нем нашей продукции нам будет просто необходимо провести рекламную кампанию.

Основной упор в ней будет делаться на:

- непосредственную близость к потребителю
- низкие цены
- высокое качество изделий
- рекламные объявления в местных газетах и социальных сетях
- распространение рекламных листовок вывеска объемными буквами на фасаде здания.

4.4 Методы стимулирования сбыта

Стимулировать рынок сбыта услуг в сфере общепита наша фирма будет следующими методами:

- Индивидуальные скидки;
- Праздничные скидки;
- Учёт мнений по качеству и ассортименту товара;
- Изготовление на заказ лобового размера, по желанию клиента.

5. Техническое планирование

Технологический процесс по изготовлению арболитовых блоков: Основными компонентами арболитового раствора являются: щепа, цемент, вода и сульфат алюминия. В первую очередь готовим раствор сульфата алюминия с водой.

1. Следующим этапом идет загрузка щепы в смеситель (щепа должна быть не из свежеспиленной древесины).

2. Когда щепу загрузили включается привод смесителя и добавляется раствор сульфата алюминия.

3. В связи с реакцией раствора и сульфат алюминия происходит обработка щепы.

4. Затем в определенном объеме и количестве добавляется цемент и вода.

5. Когда раствор готов с помощью транспортера или подкатной тележки смесь доставляется для дальнейшей фасовки и трамбовки по формам.

6. Для изготовления блоков не требуется большое количество форм. Так как они легко разборные и просты в обращении.

7. После того как формы извлечены блоки набирают плотность на месте трамбования.

8. По истечению двух дней блоки можно складывать один на другой через прокладки не выше 5-6 рядов в таком состоянии они находятся еще 2-3 дня, после того можно укладывать в поддоны.

При использовании сушильной камеры процесс сушки сокращается до суток. Рабочий цикл одного замеса от загрузки до трамбовки составляет 30 минут.

5.1 Здания и сооружения

Расположение собственного цеха для производства арбалитовых блоков находится на территории ЗКО, Сырымского района в с.Жымпита. Площадь составляет порядка 121 кв.м. К зданию подведены все необходимые коммуникации, которые будут введены во внутренне помещение (в том числе газ, центральное водоснабжение), в случае одобрения финансирования по гранту.

5.2 Оборудование и инвентарь (техника)

Выбор оборудования для производства арбалитовых блоков.

Достоинство производства данного вида строительного материала – это возможность приобретения минимального набора оборудования. К приобретению планируется следующее оборудование:

Оборудование в производственный цех

Наименование оборудования	кол-во, шт.	сумма, в тенге
Щепорубительная машина (дробилка)	1	1 400 000
Смеситель для производства арбалитовой смеси	1	600 000
Пенобетоносмеситель	1	600 000
Станок для производства арболита	1	560 000
Распиловочный станок	1	9 000 000
Станок для производства газоблоков, полистиролбетонных блоков	1	10 000 000
Форма для заливки изделий	8	250 000
Пила для газобетона	2	2 000 000
Комплекс водоподготовки	1	1 000 000
Аппарат сушки ПВГ	1	1 000 000
ИТОГО		31 160 000

Общая стоимость оборудования составляет порядка 2 043 080 тенге. Приобретение оборудования планируется в городе Самара (РФ).



Краткое описание приобретаемого оборудования:

Щепорубильная машина (дробилка)

Прямое назначение Щепорубильной машины (ЩРМ-6) представляет собой измельчение древесных отходов в лесоперерабатывающей промышленности. Широко применяется для утилизации

пиломатериалов отхода в виде горбыля и иных остатков производства. Щепорубильную машину можно использовать на делянках при лесозаготовке для измельчения сучьев и веток. По этому поводу была разработана Щепорубильная машина с приводом от трактора через вал отбора мощности. Также рубильную машину можно примерять в строительной отрасли. Производимая щепа используется при производстве Арболита, так как соответствует всем требованиям ГОСТа и размерам. Применение производимой щепы на наших агрегатах, нашло и в сельском хозяйстве как использование подножного подстила для скотины, так и как удобрение. Данная щепа является превосходным видом топлива для отопительных котельных. Щепа, произведенная из определенных пород древесины, обладает высокой температурой горения.

Наименование	ЩРМ-6
Тип рубильной машины	Роторный
Количество рубящих ножей	3
Количество направляющих ножей	2
Производительность	1,5–5 м3/час (6 тонн/час)
Макс. диаметр проходного отв.	110x130 мм
Диаметр ротора	590 мм
Фракция щепы	5x30 мм
Обороты ротора: Тракторный привод/ Электропривод	1300 об/мин
Мощность Эл. двигателя(кВт)	15кВт
Для тракторов	от 40 л.с.
Вес щепорубильной машины	450кг
Мощность ДВС (л.с.) бензин	22
Мощность ДВС (л.с.) дизель	27

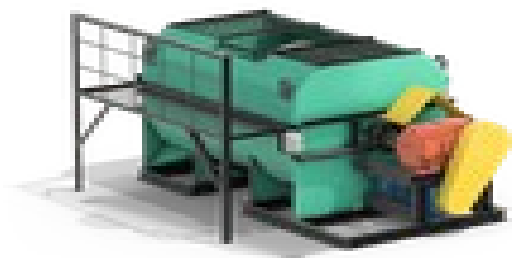
Габариты без трубы и бункера	1000x1000x900 мм
------------------------------	------------------

Преимущества:

1. ЩРМ сертифицированы.
2. Количество ножей на роторе у ЩРМ-6-3 шт., что влияет на увеличение производительности и качество выпускаемой щепы.
4. Скорость ротора на всех модификациях ЩРМ 1300 об. в мин., что способствует процессу самозатягивания перерабатываемого сырья и облегчает процесс рубки.

Получены результаты оптимальной и экономичной эксплуатации для получения более качественной, технологической щепы.

Смеситель для производства арболитовой смеси



Смеситель предназначен для равномерного распределения всех ингредиентов сырья арболитового блока, тщательного обвалакивания щепы в цементно-химическом растворе. Что в последствие придает изделию прочность и его качественные характеристики (описанные в концепции проекта).

Характеристики

ОБЪЕМ (куб.м.)	АРБ-3 (3м3)
Производительность (куб.м./час)	до 1,5
Мощность (кВт)	11
Максимальный замес (куб.м.)	до 0,65
Габариты (мм)	2300x1620x2060
Тип редуктора	Ц2У-200
Крутящий момент (н·м)	2500

Мини-станок для производства арболита

Производительность установки РПБ-1500 БЛ — 6,7 м3 за 8 ч. рабочую смену (460 блоков) Численность рабочих — 3 человека: работа с бетоносмесителем (загрузка компонентов, приготовление смеси), загрузка смеси в установку, формование блоков.



Габариты установки — 85 х 60 х 135 см, вес — 70 кг, работа от сети 220 В, установленная мощность — 300 Вт (кратковременная работа)

Габариты производимого блока — 190 х 190 х 390 мм

После окончания цикла формования блок переносится с установки за фанерное основание к месту выдержки до предварительного набора прочности (схватывания цемента). На следующий день блоки укладываются в палеты, которые обворачивают стрейч-пленкой. Пленка не позволяет воде испаряться из блоков, обеспечивая тем самым заданный смесью набор прочности.

5.3 Коммуникационная инфраструктура

К зданию подведены все необходимые коммуникации, которые будут введены во внутренне помещение (в том числе газ, центральное водоснабжение), в случае одобрения финансирования по гранту. Имеются удобные подъездные пути и складские/подсобные помещения для хранения сырья.

6. Реализация проекта

6.1 Организация, управление и персонал

Общее руководство предприятием будет осуществлять индивидуальный предприниматель (директор).

По проекту, кроме директора предусмотрены:

- 1 электрик и 1 разнорабочий – 5/2 с 09.00 ч до 18.00 ч. с обеденным перерывом с 13.00 ч. до 14.00 ч. Общее количество рабочих часов в день – 8 часов.

Организационная структура предприятия имеет следующий вид, представленный ниже.

Квалификационные требования к работникам ресторана

Должность	Образование	Качества	Опыт работы
Электрик	Высшее или специальное	добросовестность, без вредных привычек, опыт работы с аналогичным оборудованием.	от 2 лет
Разнорабочий	Не важно	Без вредных привычек, физическая выносливость, добросовестность.	Не важно

6.2. План реализации

Предполагается, что реализация настоящего проекта будет осуществлена после приобретения необходимого комплекта оборудования и подготовки помещения в мае 2017 г.

Календарный план реализации проекта

Мероприятия\Месяц	Сроки реализации/исполнения			
	2 020			
	3	4	5	6
Проведение маркетингового исследования и разработка ТЭО (выполнено)	*			
Решение вопроса финансирования		*		
Получение гранда		*		
Подготовка помещения производственного цеха		*	*	
Поиск персонала		*	*	
Поставка оборудования, монтаж			*	
Размещение рекламы		*		
Начало работы			*	*

6.3 Затраты на реализацию проекта

Оценка инвестиционных затрат представлена в следующей таблице.

Общие инвестиционные затраты по проекту включают в себя:

Расходы в тыс. тенге	2020 г.
Инвестиции в инвестиционный капитал (оборудование)	31 160 000
Инвестиции в оборотный капитал	20 000 000
Итого	51 160 000

Финансирование проекта планируется осуществить как за счет собственных средств предприятия, так и за счет кредитных средств.

Источник финансирования, тенге	Сумма	Период	Доля
Собственные средства	28 000 000	01.02.2021	54,74%
Кредитные средства	23 160 000	01.02.2021	45,26%
Всего	51 160 000		100%

7. Потребность в финансировании Поступления в виде займов (KZT)

Название	Дата	Сумма (KZT)	Срок	Ставка %
Кредит	02.2021	23 160 000	60 мес.	6

<i>Сумма кредита</i>	23 160 000
<i>Процентная ставка</i>	6,00%
<i>Срок кредита (кол-во месяцев)</i>	60
<i>Льготный период по ОД</i>	-
<i>Дата выдачи кредита</i>	01.02.2021
<i>Дата погашения кредита</i>	01.02.2026

Выплаты на погашение займов (KZT)

№ платежа	Дата погашения	Сумма кредита на начало периода	Основной долг	Проценты	Платеж за период	Сумма кредита на конец периода
1	01.03.21	23160000	331947,68	115800	447747,68	22828052,32
2	01.04.21	22828052,32	333607,42	114140,26	447747,68	22494444,89
3	01.05.21	22494444,89	335275,46	112472,22	447747,68	22159169,44
4	01.06.21	22159169,44	336951,84	110795,85	447747,68	21822217,6
5	01.07.21	21822217,6	338636,6	109111,09	447747,68	21483581
6	01.08.21	21483581	340329,78	107417,91	447747,68	21143251,23
7	01.09.21	21143251,23	342031,43	105716,26	447747,68	20801219,8
8	01.10.21	20801219,8	343741,58	104006,1	447747,68	20457478,21
9	01.11.21	20457478,21	345460,29	102287,39	447747,68	20112017,92
10	01.12.21	20112017,92	347187,59	100560,09	447747,68	19764830,33
11	01.01.22	19764830,33	348923,53	98824,15	447747,68	19415906,8
12	01.02.22	19415906,8	350668,15	97079,53	447747,68	19065238,65
13	01.03.22	19065238,65	352421,49	95326,19	447747,68	18712817,16
14	01.04.22	18712817,16	354183,6	93564,09	447747,68	18358633,56
15	01.05.22	18358633,56	355954,52	91793,17	447747,68	18002679,04
16	01.06.22	18002679,04	357734,29	90013,4	447747,68	17644944,75
17	01.07.22	17644944,75	359522,96	88224,72	447747,68	17285421,8
18	01.08.22	17285421,8	361320,57	86427,11	447747,68	16924101,22
19	01.09.22	16924101,22	363127,18	84620,51	447747,68	16560974,04
20	01.10.22	16560974,04	364942,81	82804,87	447747,68	16196031,23
21	01.11.22	16196031,23	366767,53	80980,16	447747,68	15829263,7
22	01.12.22	15829263,7	368601,36	79146,32	447747,68	15460662,34
23	01.01.23	15460662,34	370444,37	77303,31	447747,68	15090217,97
24	01.02.23	15090217,97	372296,59	75451,09	447747,68	14717921,37
25	01.03.23	14717921,37	374158,08	73589,61	447747,68	14343763,3
26	01.04.23	14343763,3	376028,87	71718,82	447747,68	13967734,43
27	01.05.23	13967734,43	377909,01	69838,67	447747,68	13589825,42
28	01.06.23	13589825,42	379798,56	67949,13	447747,68	13210026,86
29	01.07.23	13210026,86	381697,55	66050,13	447747,68	12828329,31
30	01.08.23	12828329,31	383606,04	64141,65	447747,68	12444723,28
31	01.09.23	12444723,28	385524,07	62223,62	447747,68	12059199,21
32	01.10.23	12059199,21	387451,69	60296	447747,68	11671747,52
33	01.11.23	11671747,52	389388,95	58358,74	447747,68	11282358,58
34	01.12.23	11282358,58	391335,89	56411,79	447747,68	10891022,68
35	01.01.24	10891022,68	393292,57	54455,11	447747,68	10497730,11
36	01.02.24	10497730,11	395259,03	52488,65	447747,68	10102471,08

37	01.03.24	10102471,08	397235,33	50512,36	447747,68	9705235,75
38	01.04.24	9705235,75	399221,5	48526,18	447747,68	9306014,25
39	01.05.24	9306014,25	401217,61	46530,07	447747,68	8904796,64
40	01.06.24	8904796,64	403223,7	44523,98	447747,68	8501572,94
41	01.07.24	8501572,94	405239,82	42507,86	447747,68	8096333,12
42	01.08.24	8096333,12	407266,02	40481,67	447747,68	7689067,1
43	01.09.24	7689067,1	409302,35	38445,34	447747,68	7279764,75
44	01.10.24	7279764,75	411348,86	36398,82	447747,68	6868415,89
45	01.11.24	6868415,89	413405,6	34342,08	447747,68	6455010,29
46	01.12.24	6455010,29	415472,63	32275,05	447747,68	6039537,66
47	01.01.25	6039537,66	417550	30197,69	447747,68	5621987,66
48	01.02.25	5621987,66	419637,75	28109,94	447747,68	5202349,92
49	01.03.25	5202349,92	421735,93	26011,75	447747,68	4780613,98
50	01.04.25	4780613,98	423844,61	23903,07	447747,68	4356769,37
51	01.05.25	4356769,37	425963,84	21783,85	447747,68	3930805,53
52	01.06.25	3930805,53	428093,66	19654,03	447747,68	3502711,88
53	01.07.25	3502711,88	430234,12	17513,56	447747,68	3072477,75
54	01.08.25	3072477,75	432385,29	15362,39	447747,68	2640092,46
55	01.09.25	2640092,46	434547,22	13200,46	447747,68	2205545,24
56	01.10.25	2205545,24	436719,96	11027,73	447747,68	1768825,28
57	01.11.25	1768825,28	438903,56	8844,13	447747,68	1329921,72
58	01.12.25	1329921,72	441098,07	6649,61	447747,68	888823,65
59	01.01.26	888823,65	443303,57	4444,12	447747,68	445520,08
60	01.02.26	445520,08	445520,08	2227,6	447747,68	0,00
		ИТОГО	23160000		26864861	

Источником погашения кредита будут являться доход от реализации товара.

7.1 Расходы по производству продукции

Расходы по коммунальным услугам за месяц

Наименование ком. услуги	Тариф	Расход	Стоимость	Количество раб. часов в сутки	Количество раб. дней в месяц
Электричество				8	20
	с 8.00 ч. до 16.00 ч	16,63	2 262	37 617	
	с 16.00 ч. до 00.00 ч	36,37	754	27 423	
	с 00.00 ч. до 08.00 ч	5,15	0	0	
			3 016	65 040	
	Газ (максимальный в отопительный период)	19,82	757	15 000	

	Вода за 1 куб.м	120	1	115	
	ИТОГО			80 155	

с 9.00 до 13.00 и с 14.00 до 16.00 ч. - 6 часов (75% 8-ми часового раб. времени)

с 16.00 до 18.00 ч - 2 часа (25% 8-ми часового раб. времени)

1 м³ = 1000 литров

1 кВт = 1000 Вт

Наименование оборудования	Количество, шт.	Электричество			Вода			Газ		
		Потребление кВт за 1 час	Потребление кВт в день	Потребление кВт в месяц	Потребление куб.м за 1 час	Потребление куб.м в день	Потребление куб.м в месяц	Потребление куб.м за 1 час	Потребление куб.м в день	Потребление куб.м в месяц
Щепорубительная машина (дробилк)	1	15,0	60,0	1 200,0						
Смеситель для производства арболитовой смеси	1	11,0	88,0	1 760,0						
Мини-станок для производства арболита (механическое)	1	0,3	2,4	48,0	0,5	0,05	1,0	4,7	37,8	756,7
Осветительные приборы (из 8 раб. часов, 6 часов светло)	2	0,2	0,4	8,0						
Прочие расходы на отопление и хозяйственные нужды										
ИТОГО		26,5	150,8	3 016,0	0,5	0,05	1,0	4,7	37,8	756,7

Переменные расходы

Переменные расходы в месяц, тыс. тг.

Статья расходов	1 фев 2021	1 мар 2021	1 апр 2021	1 май 2021	1 июн 2021	1 июл 2021	1 авг 2021	1 сен 2021	2021 - 2024
Всего, 100%	85 105	85 105	85 105	85 105	85 105	85 105	85 105	85 105	85 105
Коммунальные услуги	80 155	80 155	80 155	80 155	80 155	80 155	80 155	80 155	80 155
ГСМ	4950	4950	4950	4950	4950	4950	4950	4950	4950

Расчет расхода ГСМ, тенге

Статья расходов	На 1 автомобил ь	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Норма расходы ГСМ (бензин 92) по паспорту, в л/100 км	11	11	11	11	11	11	11
Пробег автомобиля в месяц, км.	300	300	300	300	300	300	300
ГСМ (бензин 92) на месяц, в литрах	33	33	33	33	33	33	33
Цена за 1 литр ГСМ (бензин 92), в тенге	150	150	150	150	150	150	150
Затраты на ГСМ (бензин 92) в месяц, в тенге	4950	4950	4950	4950	4950	4950	4950

Общие и административные расходы в месяц, тенге

Затраты	2020	2021	2022
Техническое и сервисное обслуживание авто	5 000	5 000	5 000
Прочие непредвиденные расходы	10 000	10 000	10 000

8. Эффективность проекта

8.1 Расчет прибыли и убытков

Расчет планируемой прибыли и убытков в развернутом виде показан в Приложении “Отчет прибыли и убытков”.

Показатели рентабельности

Показатели	201 7	201 8	201 9	202 0	202 1	2022
Рентабельность продаж, %	67,3 6	67,3 6	67,3 6	67,3 6	67,3 6	67,36
Рентабельность продаж, по чистой прибыли, %	13,4 9	13,4 9	7,43	7,43	7,43	7,43
Окупаемость издержек (рентабельность производственной деятельности)	2,06	2,06	2,06	2,06	2,06	2,06
Коэффициент общей экономической эффективности	0,04	0,04	0,02	0,02	0,02	0,02

Расчет окупаемости по данным 2017-2022 года:

Статья	Сумма
Затраты на открытие производства	2 370 928
Выручка от продажи в месяц	412 554
Ежемесячные расходы	327 848
Чистая прибыль в месяц без затрат на открытие	84 706
Срок окупаемости, месяцев	28

Для определения целесообразности инвестиций необходимо рассчитать такой показатель как чистый дисконтированный доход (NPV)

Дисконтированный доход – это текущая стоимость будущих доходов за минусом инвестиционных затрат.

Финансовые показатели проекта

Внутренняя норма доходности (IRR)	15%
Чистая текущая стоимость (NPV), тенге	392 660
Срок окупаемости, месяцев*	28

Налоги

Виды налогов и платежей	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	6 год	7 год	8 год
ИПН	0	0	0	606000	606000	606000	606000	606000
Социальный налог	0	0	0	606000	606000	606000	606000	606000
ОПВ	900000	900000	900000	900000	900000	900000	900000	900000
СО	283500	283500	283500	283500	283500	283500	283500	283500
ВОСМС	90000	90000	90000	90000	90000	90000	90000	90000
ООСМС	180000	180000	180000	180000	180000	180000	180000	180000
Итого	1453500	1453500	1453500	2665500	2665500	2665500	2665500	2665500

План по персоналу

Должность	Кол-во	Зарплата	Платежи
Директор	1	150 000 тенге	Ежемесячно, весь проект
Бухгалтер	1	150 000 тенге	Ежемесячно, весь проект
Менеджер по продажам	1	150 000 тенге	Ежемесячно, весь проект
Мастер	2	150 000 тенге	Ежемесячно, весь проект
Электрик	1	150 000 тенге	Ежемесячно, весь проект
Сторож	1	100 000 тенге	Ежемесячно, весь проект
Итого	7	1 000 000 тенге	

Целевое назначение средств

Показатель	Ед. измерение	Значение
Щепорубительная машина (дробилка)	штук	1 400 000
Смеситель для производства арболитовой смеси	штук	600 000
Пенобетоносмеситель	штук	600 000
Станок для производства арболита	штук	560 000
Распиловочный станок	штук	9 000 000
Станок для производства газоблоков, полистиролбетонных блоков	штук	10 000 000
Форма для заливки изделий	штук	2 000 000
Пила для газобетона	штук	2 000 000
Комплекс водоподготовки	штук	1 000 000
Аппарат сушки ПВГ	штук	1 000 000
ГСМ (бензин 92) на месяц, в литрах	литр	33
Цена за 1 литр ГСМ (бензин 92), в тенге	литр	135
Затраты на ГСМ (бензин 92), в тенге	тенге	2 952 020
Коммунальные услуги	тенге	5 047 980
Фонд оплаты труда, в год	тенге	12 000 000
Итого		51 160 000

9. Социально-экономическое и экологическое воздействие

При реализации проекта предусмотрено решение следующих задач:

- Создание 7 рабочих мест, что позволит работникам получать стабильный доход;
- поступление в местный бюджет 1 млн. 594 тыс. тенге налогов и других отчислений.

Среди социальных воздействий можно выделить:

- удовлетворение потребностей жителей района, в котором он будет расположен, а также соседних населенных пунктов в качественной продукции.

9.1 Социально-экономическое значение проекта

В целом предприятие не наносит вреда окружающей среде, т.к. производство не связано с созданием вредных отходов, в технологическом процессе не применяются вредные компоненты и вещества.