

100 ПРОЕКТОВ ДЛЯ МАЛОГО БИЗНЕСА

2018

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
I. ОБРАБАТЫВАЮЩАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ	7
1. Организация деятельности по производству замороженных хлебобулочных изделий	7
2. Создание предприятия по производству сыра и творога	12
3. Открытие пекарни «Хлеб в тандыре»	19
4. Открытие цеха по производству сушеной дыни	22
5. Организация цеха по производству тушенки	27
6. Создание цеха по производству сиропа из сахарной свеклы	33
7. Создание цеха по производству трансформируемой мебели	40
8. Организация производства бескаркасной мебели	46
9. Изготовление домбры из цельного дерева на 3D фрезерном станке	49
10. Изготовление шведских стенок	55
11. Производство мебели в старинном классическом стиле	62
12. Расширение студии моды	64
13. Швейный салон по пошиву женской одежды с национальным колоритом	68
14. Изготовление головных уборов и верхней одежды	73
15. Производство трикотажных носков	79
16. Производственный цех по изготовлению валяльно-войлочных изделий	82
17. Изготовление трикотажных изделий	86
18. Открытие цеха по производству сумок-переносок для детей	89
19. Пошив чехлов для автомобилей	95
20. Производство ортопедических матрасов	99
21. Открытие цеха по производству поролон (губка)	101
22. Производства наборов для рукоделия по предмету «Технология» для учащихся школ и колледжей	104
23. Организация цеха утилизация медицинских отходов	107
24. Изготовлению насосного оборудования	112
25. Открытие производства по изготовлению сувенирной и наградной продукции по Uf-технологии печати	116
26. Открыть цеха по производству сетка рабица	120
27. Создание производственной линии по переработке бывших в употреблении автомобильных шин в резиновую крошку	122
28. Производство натуральной косметики ручной работы	128
29. Изготовление офисной бумаги А4	131
30. Изготовление изделий из пластика по 3D моделям	135
II. БЫТОВЫЕ И СТРОИТЕЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ	139
31. Производство крафт-упаковки	139
32. Производство перфорированных офисных файлов	141
33. Производство бигбэгов	145
34. Производство мыла и моющих, чистящих и полирующих средств	148
35. Производство профессиональных моющих средств	151
36. Открытие цеха по изготовлению объемных 3D фигур и букв из пенопласта	156
37. Изготовление резных изделий из дерева	158
38. Производство инновационного утеплительного материала эковата	164
39. Производство цветного щебня	168
40. Организация производства шлако-щелочного цемента марки м700, предоставление услуг по футеровке бункера, ремонт и восстановление транспортерных лент	170
41. Организация минипроизводства по изготовлению теплоблоков	174
42. Производства по изготовлению фибропеноблоков	177
43. Организация производства керамического забутовочного кирпича	181
44. Открытие предприятия по производству изделий из искусственного камня и гравировке на них	186
45. Производство настенной декоративной полноцветной светящейся отделочной плитки	190
III. СЕЛЬСКОЕ ХОЗЯЙСТВО	196
46. Разведение перепелов	196
47. Комплекс услуг для обслуживания фермерских хозяйств с придорожным сервисом	198
48. Теплица по выращиванию цветов (голландские розы)	204
49. Создание фермы по выращиванию шампиньонов	209
50. Создание плодово-ягодного хозяйства по выращиванию ягоды малины сорта «Лашка»	217
51. Выращивание и реализация клубники сорта «Виктория»	225

52. Питомник растений: выращивание хвойных и лиственных деревьев, а также кустарников.....	228
53. Организация выращивания и дальнейшая переработка кукурузы	233
54. Открытие цеха по производству национального продукта курта.....	237
IV. УСЛУГИ ДЛЯ НАСЕЛЕНИЯ.....	240
55. Чистка и реставрация подушек и пухо-перьевых одеял	240
56. Открытие ателье по пошиву штор	242
57. Предоставления услуг по геодезии и картографии	244
58. Уборка территории от снега	247
59. Открытие бильярдного клуба	248
60. Оказание услуг по ремонту бытовых холодильников, бытовой техники, заправка автокондиционеров.....	250
61. Розничная продажа жареного мороженого	252
62. Открытие парикмахерской.....	254
63. Клининговые услуги с выездом	256
64. Курсы робототехники детям.....	258
65. Открытие агентства няни	259
66. Мобильная стоматология	261
67. Открытие ветеринарной аптеки.....	270
68. Открытие частной детской врачебной амбулатории.....	274
69. Центр пластической хирургии.....	278
70. Расширение бизнеса в сфере предоставления медицинских услуг (гинекология и физиотерапия).....	279
71. Организация услуг по мониторингу и сбору данных в климатических условиях РК	283
72. Вывоз, сортировка, прессования, утилизация и захоронения ТБО.....	287
73. Организация сбора и продажи вторичного сырья – макулатуры, картона, ПЭТ-бутылок.....	292
74. Услуги в области солнечной энергетики.....	296
75. Предоставление услуг по ремонту и техническому обслуживанию машин и оборудования для сельского хозяйства	299
76. Создание СТО компьютерной диагностики и ремонт автотранспортных средств.....	305
77. Оказание услуг по повторной ошиповке и дошиповке зимних шин	309
78. Открытие антикафе.....	311
79. Открытие барбершопа.....	314
80. Создания подарочных наборов.....	317
81. Благоустройство города и области.....	320
82. Приобретение вендингового оборудования молокомат	324
83. Создание продуктов по дополненной реальности	327
84. Открытие кофейни	330
85. Кейтеринг. Приготовление блюд для мероприятий по заказу	334
86. Открытие прачечной.....	337
87. Открытие архитектурного бюро.....	340
88. Многофакторное тестирование человека Genetic-test.....	346
89. Вендинг – аппараты по очистке и продаже воды	352
90. Бурение водяных скважин	354
91. Открытие предприятия по услугам дезинфекции, дератизации и дезинсекции.....	358
92. Аренда автомобилей.....	362
93. Предоставление спецтехники в аренду	365
94. Открытие автокемпинга	367
V. ТУРИЗМ, ОТДЫХ И РАЗВЛЕЧЕНИЯ.....	372
95. Расширение туристической базы отдыха на берегу озера Балхаш	372
96. Открытие бассейна для детей от 0 до 7 лет.....	377
97. Открытие фитнес зала ЭМС-тренировок	379
98. Открытие центра здоровья и эстетики для населения.....	383
99. Открытие физкультурно-оздоровительного центра.....	392
100. Услуги туристических гидов и прокат автотранспортных средств	396

ВВЕДЕНИЕ

«...Мы создали независимый Казахстан, который стал брендом, вызывающим доверие и уважение в мире...»

Президент Республики Казахстан Н.А. Назарбаев.

*(Послание Президента Республики Казахстан Н.А. Назарбаева народу Казахстана от 10 января 2018 г.
«Новые возможности развития в условиях четвертой промышленной революции»)*

От состояния и уровня развития частного предпринимательства и, в первую очередь, малого и среднего предпринимательства, зависит обеспечение устойчивого экономического развития страны в целом. Именно этот сектор экономики имеет огромные потенциальные возможности для решения многих проблем, влияющих на экономический рост государства, таких как неразвитая конкуренция, неэффективное использование материальных и нематериальных ресурсов, зависимость внутреннего спроса от импорта, безработица, бедность и др.

Ежегодное Послание Президента РК народу Казахстана – одно из самых значимых политических событий страны. В сложившихся условиях продолжающегося глобального экономического кризиса данное Послание особенно своевременно и актуально.

Каждое новое обращение Президента страны своему народу ожидаемо и давно уже стало этапным рубежом развития нашего государства и стратегически важным документом. Нынешнее Послание посвящено развитию страны в условиях четвертой промышленной революции.

В своём ежегодном Послании Президент Казахстана перечислил 10 основных приоритетных направлений развития страны в 2018 году, это развитие индустрии Казахстана, увеличение ресурсного потенциала, увеличение объемов промышленности, транспортная сфера, вопросы ЖКХ, изучение и внедрение новых методов строительства, финансовый сектор и его перезагрузка, повышение ответственности банков, качество человеческого капитала, развитие цифровых технологий, борьба с коррупцией и инвестиционная политика.

Наш мир начинает новый исторический цикл. Новая модернизация – это платформа, соединяющая горизонты прошлого, настоящего и будущего. Сегодня человечество вступает в эпоху новой промышленной революции, современные технологии меняют мир. Глобальные технологические сдвиги несут в себе как вызовы, так и новые возможности роста. Это наш исторический шанс для ускоренного вхождения в число 30-ти наиболее развитых стран мира.

Большое внимание уделено Казахстанской индустрии, которая должна стать флагманом внедрения новых технологий. Нашей промышленности нужно повысить уровень производительности труда через цифровизацию производственных процессов и освоение современных бизнес-моделей. Цифровые технологии позволят продолжить дерегулирование бизнеса, повысить качество государственных услуг и господдержки, более полно учитывать потребности граждан. Будет расширена экономическая самостоятельность регионов и местного самоуправления.

Новая инициатива Лидера нации Нурсултана Назарбаева – это, без сомнения, очень важный шаг, который полностью отвечает интересам государства и народа и, в свою очередь, будет способствовать прогрессу во всех сферах жизни, а, стало быть, повышению жизненного уровня казахстанцев.

Важна роль малого и среднего предпринимательства в диверсификации экономики. В селах, малых городах и моногородах субъекты частного предпринимательства должны задать новый импульс развития, работая в секторах, ориентированных на удовлетворение потребительского спроса населения.

В целях развития предпринимательства и улучшения бизнес климата в Казахстане проводится системная работа по совершенствованию законодательства в сфере предпринимательства, упрощению порядка создания и ведения бизнеса, оптимизации разрешительных систем и государственного контроля, устранению административных барьеров, реализации программы государственной поддержки предпринимательства.

Важным инструментом комплексной поддержки предпринимательства в Казахстане и его регионах является Единая программа поддержки и развития бизнеса «Дорожная карта бизнеса 2020».

Единая программа поддержки и развития бизнеса «Дорожная карта бизнеса 2020» утверждена постановлением Правительства Республики Казахстан от 31 марта 2015 года № 168.

Единая программа поддержки и развития бизнеса «Дорожная карта бизнеса 2020» разработана для реализации Послания Президента Республики Казахстан народу Казахстана «Новое десятилетие – Новый экономический подъем – новые возможности Казахстана» и Общенационального плана развития Казахстана до 2020 года, утвержденного Указом Президента Республики Казахстан от 17 февраля 2010 года № 925. Программа направлена на достижение цели посланий Президента Республики Казахстан народу Казахстана «Стратегия «Казахстан–2030» и «Казахстанский путь–2050: единая цель, единые интересы, единое будущее».

Реализация Программы нацелена на обеспечение устойчивого и сбалансированного роста регионального предпринимательства, а также поддержание действующих и создание новых постоянных рабочих мест.

В целях повышения компетенции предпринимателей и оказания адресной поддержки в рамках Единой программы поддержки и развития бизнеса «Дорожная карта бизнеса 2020» начата реализация 4-го направления «Нефинансовые меры поддержки предпринимательства».

За время реализации Программа набрала обороты, стала очень популярной в предпринимательской среде.

Благодаря этим мерам частное предпринимательство в нашей стране становится явлением массовым и относительно динамичным.

Одним из составляющих четвертого направления Единой Программы поддержки и развития бизнеса «Дорожная карта бизнеса 2020» – нефинансовые меры поддержки предпринимательства, является компонент «Бизнес-школа». Бизнес-обучение предоставляется субъектам малого и среднего бизнеса, действующим во всех секторах экономики и населению с предпринимательской инициативой на безвозмездной основе.

Обучающие проекты в рамках компонента «Бизнес-школа»:

1. Проект «Бизнес-Советник» – это краткосрочное обучение по созданию собственного бизнеса, маркетингу, управлению человеческими ресурсами, юридическим основам ведения бизнеса, финансам, целью которого является стимулирование качественного развития малого и среднего бизнеса во всех регионах Казахстана. После прохождения обучения субъектам малого и среднего предпринимательства и населению с предпринимательской инициативой вручается сертификат о прохождении курсов по проекту «Бизнес-Советник». Данный сертификат дает преимущества в рамках финансовых мер поддержки по Единой Программе поддержки и развития бизнеса «Дорожная карта бизнеса 2020».

2. Краткосрочное обучение по функциональным направлениям развития предпринимательской деятельности по проекту «Бизнес-Рост». По данному проекту предусмотрено обучение субъектов МСБ, которое включает краткосрочное обучение предпринимателей по функциональным направлениям ведения и развития предпринимательской деятельности (по выбору предпринимателя в соответствии с перечнем).

3. Проектное обучение с применением принципов наставничества. По данному проекту предусмотрено обучение субъектов малого и среднего предпринимательства и населения с предпринимательской инициативой по функциональным направлениям ведения и развития предпринимательской деятельности, предоставление результатов маркетинговых исследований в приоритетных отраслях экономики.

Также в рамках данного бизнес-проекта предприниматель может рассчитывать на сервисную поддержку ведения бизнеса (воспользоваться данным видом поддержки можно после организации бизнеса, предусмотрено для действующего бизнеса). Если для организации бизнеса начинающему предпринимателю не хватает соответствующих знаний и умений, в рамках Единой Программы поддержки и развития бизнеса «Дорожная карта бизнеса 2020» предусмотрена поддержка начинающих предпринимателей (стартап-проекты). Для получения вышеперечисленной поддержки необходимо обратиться в Центр обслуживания предпринимателей (ЦОП) или в Центр поддержки предпринимательства (ЦПП) по месту жительства.

Предприниматель в рамках Единой Программы поддержки и развития бизнеса «Дорожная карта бизнеса 2020» может подать документы на получение государственного гранта. Максимальная сумма государственного гранта для организации и реализации проектов в рамках Единой Программы «Дорожная карта бизнеса 2020» составляет 3 000 000 тенге, при этом обязательным условием бизнес-проекта является софинансирование предпринимателем расходов на его реализацию в размере не менее 10 процентов от объема предоставляемого гранта.

Кредитование через БВУ. Предприниматель может рассчитывать на следующие виды помощи: субсидирование процентной ставки по кредитам и частичное гарантирование по кредитам.

Микрокредитование по программе развития продуктивной занятости и массового

предпринимательства на 2017-2021 годы: 1) срок микрокредита – до 5 лет, срок микрокредита для проектов в сфере животноводства и создания сельскохозяйственных кооперативов – до 7 лет; 2) максимальная сумма микрокредита – до 8 тысяч МРП; 3) годовая эффективная ставка вознаграждения – не более 6% годовых;

Открытие собственного бизнеса – серьезный и ответственный шаг, который может кардинально изменить Вашу жизнь. Быть предпринимателем означает приложение всех возможных усилий для его реализации, но взамен Вы получаете свободу в принятии решений, моральное удовлетворение и прибыль.

Решив заняться бизнесом, предприниматель должен тщательно спланировать его организацию. Речь идет о бизнес-планах, с которыми во всем мире принято должен тщательно проанализировать свои идеи, проверить их реалистичность, банкирам и потенциальным инвесторам, сотрудникам фирмы, желающим оценить свои перспективы и задачи. Собственно говоря, без бизнес-плана нельзя браться за коммерческую деятельность, т.к. возможность неудачи будет слишком велика.

Каждая фирма, начиная свою деятельность, обязана четко представить потребность на перспективу в финансовых, материальных, трудовых и интеллектуальных ресурсах, источники их получения, а также уметь точно рассчитывать эффективность использования имеющихся средств в процессе работы фирмы.

Справочник (брошюра) «100 проектов для малого бизнеса» разработан Департаментом регионального развития НПП РК «Атамекен» при активном участии бизнес-тренеров компонента «Бизнес-школа» на основе реализованных проектов.

Процесс управления бизнесом – это скорее творческая работа, чем работа по инструкциям, поэтому данный справочник является своего рода путеводителем для начинающего бизнесмена. Он создан с целью расширения видов предпринимательской деятельности в сельской местности, решение вопросов обеспечения занятости сельского населения, проведение обучающих семинаров на базе бизнес-школ для начинающих предпринимателей.

В нашем справочнике Вы можете найти 100 типовых проектов для малого бизнеса по различным направлениям. Бизнес-план – это дорожная карта предпринимателя, которая приведет его к достатку и успеху.

Преимуществами представленными в брошюре мини-бизнес планов является то, что они включают в себя весь комплекс вопросов по данному проекту.

Сразу же оговоримся, что справочник «100 проектов для малого бизнеса» носит рекомендательный характер и не претендует на роль образцового бизнес-плана, а лишь дает общее представление. Данный справочник не является окончательным вариантом руководства к действию, а показывает лишь потенциальную возможность развития бизнес-идеи.

Поэтому при реализации настоящего проекта возможно изменение как программы продаж и ассортимента выпускаемой продукции, так и видов оборудования и объема оборотных средств.

Информирование и обучение по реализации данных проектов будет проводиться через бизнес-школы, созданные региональной Палатой предпринимателей в городах и районах области, и через представительства Центра обслуживания предпринимателей области.

Разработчики данного справочника уверены, что идеи, использованные начинающими предпринимателями для создания своего бизнеса, будут воплощены в реальность и дадут ожидаемые результаты для процветания Вашего бизнеса и нашего государства в целом. Национальная палата Предпринимателей предупреждает предпринимателей, что материалы данного справочника могут рассматриваться как консультация по вопросам бизнеса и права. Разработчики проекта не несут ответственности за прямые или косвенные убытки, упущенную выгоду или иные неблагоприятные последствия, связанные с использованием указанных материалов данного справочника.

А также не несем ответственности за любые последствия какого-либо применения формулировок и положения, содержащихся в данных версиях материалов справочника, текстов нормативных правовых актов, за использование данных версий текстов в качестве основы или за какие-либо упущения в текстах публикуемых здесь нормативных правовых актов.

Согласно законам Республики Казахстан «Об авторском праве и смежных правах» ссылки на любые данные настоящего справочника (информационное сообщение и т.д.) не являются объектом авторского права.

Начало нового бизнеса всегда сопряжено со множеством задач и вопросов, которые необходимо будет разрешить. Для того чтобы немного облегчить путь становления Вашей компании, нами была подготовлена эта памятка, в которой мы попытались отразить наиболее актуальные вопросы, встающие перед каждым владельцем нового бизнеса.

I. ОБРАБАТЫВАЮЩАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ

1. ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО ПРОИЗВОДСТВУ ЗАМОРОЖЕННЫХ ХЛЕБОБУЛОЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ

**Концепция проекта.**

Концепция проекта предусматривает создание цеха по производству замороженных хлебобулочных изделий. Хлебобулочные изделия – это скоропортящиеся продукты, а для потребителя важнейшим фактором при выборе хлеба является его свежесть. Каким же образом сохранить все свойства продукта на длительном пути от пекарни до прилавка? На помощь приходит технология шоковой заморозки хлебобулочных изделий. Что позволяет нам создать современное предприятие, оснащенное новейшими техническими средствами; на которых используется прогрессивная технология.

Все большим спросом к высокому качеству в настоящее время пользуются хлебобулочные изделия. На данный момент хлеб является товаром первой необходимости и внесен в потребительскую корзину.

Первоначальный закуп оборудования и станков планируется осуществить за счет средств государственной программы «Дорожная карта бизнеса 2020» – инструмент поддержки начинающих предпринимателей «Грант» на сумму 3 000 000 (три миллиона) тенге, а также участие собственными средствами для первоначального закупа сырья в сумме 300 000 (триста тысяч) тенге.

Реализация данного проекта позволит предпринимателю организовать инновационное производство на местном уровне в виде мини-цеха, деятельность которого обеспечит диверсификацию, увеличение доходности и конкурентоспособности предприятия. Наряду с этим, модернизация действующего цеха современным оборудованием позволит увеличить объем выпуска хлебобулочных изделий и дать новый импульс по содействию развитию отечественного производства сочетающего в себе элементы современного инновационного производства, а также росту производительных сил. Проект направлен на создание новых рабочих мест.

Источники финансирования	Сумма, тенге	Доля	Источник
Грант	3 000 000	90%	
Собственные средства	300 000	10%	
Всего	3 300 000	100%	
Приобретение оборудования	3 000 000	90%	Грант
Оборотные средства	300 000	10%	Собственные средства
ИТОГО	3 326 000	100%	

Описание продукта

Замороженный хлеб – это новое и перспективное направление деятельности. Его главное преимущество – простота в хранении и приготовлении, а также удивительный запах и вкус свежей выпечки всего за пять минут.

В качестве основного сырья для приготовления хлебобулочных изделий используются следующие виды продуктов: мука (пшеничная, ржаная, отрубная, овсяная и др.), вода, яйца, соль, солод, дрожжи, сахар, маргарин.

Планируется создание небольшого предприятия по приготовлению хлебобулочных изделий, с производительностью:

- хлеб «Ржаной» – 7 300 штук в год;
- багет – 10 950 штук в год;
- хлеб «Домашний» – 18 250 штук в год;
- сдоба «Хала» – 9 125 штук в год;
- круассаны – 54 750 штук в год

Предлагаемый проектом ассортимент может быть расширен путем комбинирования различных видов теста с разнообразными начинками, приправами, пряностями.

Маркетинговый план

В условиях современной экономики и коммерциализации, потребителю все сложнее поверить и доказать свежесть продуктов питания. Так как хлеб является продуктом номер один потребительской корзины в Казахстане, его качество и свежесть является главным фактором в выборе того или иного производителя хлеба.

Шоковая заморозка хлеба позволит каждому человеку приготовить свежий и горячий хлеб у себя дома, не имея при этом образования или категории пекаря, специализированного оборудования.

На данный момент производство хлебобулочных изделий является самым перспективным и динамично развивающимся сегментом рынка, и является приоритетным сектором экономики программы «Дорожная Карта Бизнеса-2020».

В 2017 году по сравнению с предыдущими годами по данным выборочного обследования по оценке уровня жизни наблюдалось изменение потребления населения продуктов питания. Рост потребления хлебопродуктов увеличился на 5%. Среднее потребление хлеба на душу населения составило 3,7 килограмма хлеба в месяц.

Преимущества глубокой заморозки хлеба давно оценили на западе, к слову, оттуда и пришла к нам эта технология. К примеру, в Европе более 70% всего выпущенного хлеба проходит шоковую заморозку. В Казахстане этот процесс только зарождается. Многие специалисты считают, что переход на новые технологии и использование шоковой заморозки

в производстве хлеба способствует повышению рентабельности предприятий. Замороженные хлебобулочные продукты широко используются в кафе, ресторанах, местах быстрого питания, столовых во всем мире. Они популярны и среди покупателей продуктовых супермаркетов и магазинов. Производители благодаря этой технологии имеют возможность быстро замораживать: булки, багеты, батоны, хлеб, любые мучные изделия.

Главная задача, стоящая перед предприятием – донести до потребителя пользу и ценность нашей продукции, освоить рынок сбыта продукции и удержать потребителей посредством расширения ассортимента производимых товаров.

В целях следования стратегии развития предприятия тактический план необходимых мероприятий выглядит следующим образом:

1. Использование внутренних потенциальных возможностей для повышения качества продукции.
2. В сегодняшних экономических условиях сдерживания отпускных цен на продукцию независимо от колебаний внутри рыночных цен.
3. Расширение клиентской базы в пределах города и региона.
4. Обеспечение поддержки торговым представителям со стороны предприятия.
5. Разработка и реализация тренинговых проектов.
6. Организация четкой обратной связи с клиентами.
7. Продвижение продукции предприятия всеми доступными рекламными средствами.
8. Обеспечение динамики развития конкурентных преимуществ – цены, качества, стабильности на рынке.
9. Диверсификация продукции на основе разработки новых видов продукции.

Управление маркетингом является созданием условий для работы фирмы, при которых она может успешно выполнить свои задачи. Для данного проекта это немаловажно, так как это еще только развивающаяся отрасль рынка услуг.

Главной целью проектируемой фирмы является проникновение на рынок и последующее существование в нем. Основными конкурентами являются компании, специализирующиеся на предоставлении аналогичных видов услуг.

Относительно конкурентов наш цех готов занять устойчивое положение на рынке. Создаваемой фирме необходимо провести ряд мероприятий по улучшению качества услуг и завоеванию симпатий клиентов.

Продвижение услуг на рынок предполагает совокупность различных видов деятельности по доведению информации о достоинствах предлагаемых услуг до потенциальных клиентов и их стимулирование. Методы продвижения услуг на рынок включают: рекламную деятельность, стимулирование сбыта, связи с общественностью, персональные услуги.

Необходимо отметить, что реклама очень тесно связана с процессом установления имиджа цеха. Целями проведения рекламной кампании являются информирование потенциальных клиентов об открытии нового учреждения, формирование у них положительного мнения о центре развития, а также привлечение большого числа клиентов.

В расчетах заложены ежемесячные затраты на рекламу. Также будет использован «прямой маркетинг», заключение прямых договоров с компаниями.

Также для большей эффективности рекламы и укреплению имиджа планируется:

- ориентация на нужды клиентов и их полное удовлетворение;
- уважительное отношение к клиенту, высокая культура обслуживания;
- разработка определенного рекламного стиля и обслуживания;
- своевременная реакция на нужды клиентов и на изменения этих нужд;
- безупречное качество товаров и обслуживания клиентов;
- постоянное присутствие на рынке;
- дружеские отношения с клиентами (создание условий, которые способствуют позитивному восприятию клиентом атмосферы на предприятии);
- эстетика, которая отвечает уровню клиентов или выше этого уровня;
- присутствие рекламных щитов, вывесок, знаков, указателей;
- наличие фирменных пакетов, упаковки.

Разработанная стратегия маркетинга позволит предприятию достичь выполнения поставленных маркетинговых целей и закрепить свое положение на рынке.

Формирование спроса заключается в том, чтобы сообщить потенциальному клиенту о существовании определенных видов продуктов, которые удовлетворяли бы их потребности на сегодняшний день.

Также будут осуществлены следующие маркетинговые мероприятия:

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;
- реализация программ по стимулированию спроса на продукты.

Для организации центра развития необходимо применить несколько стратегий:

1. стратегия сегментирования, которая позволит выяснить, сколько сегментов рынка необходимо охватить при реализации продукции; принятие того или иного решения зависит от экономического значения отдельных сегментов и поведения конкурентов;
2. стратегия развития и продвижения услуг, которая предполагает решение задач роста за счет производства новых продуктов, которые будут реализовываться на уже освоенном рынке;
3. стратегия инноваций, которая предполагает создание новых продуктов.

Итог маркетинговой стратегии.

- Уникальность позиции на рынке.
- Выход на мотивируемых и платежеспособных клиентов.

Производство ориентировано на небольшой слой населения с доходом выше среднего и является более дорогими, однако именно наш продукт максимально удовлетворяет индивидуальные пожелания клиентов.

Стратегия дистрибуции

Коммерческая деятельность будет ориентирована на поиск платежеспособных потребителей и установление с ними долгосрочных договорных связей.

Ценовая стратегия.

Ценовая стратегия предусматривает следующие мероприятия:

- изучение ценовой политики конкурентов;
- использование системы скидок;
- формирование цен с учетом покрытия издержек и действующего законодательства;
- предоставление гибких форм оплаты – введение системы отсрочки платежа, предоставление продукции на реализацию.

Принцип ценообразования основывается на снижении издержек как постоянных, так и переменных, но не в ущерб качеству производимых товаров. В качестве ценового стимулирования будет применяться специальная программа скидок для постоянных клиентов.

Наименование	Количество	Цена, тг
Ржаной хлеб	7 300	90
Багеты	10 950	110
Домашний хлеб	18 250	120
Сдоба «Хала»	9 125	100
Круассаны	54 750	120

Программа реализации

Первоначальный план производства рассчитан на среднестатистического потребителя и ориентирован под его потребности. Изначально планируется производить 20 булок ржаного хлеба, 30 багетов, 50 булок домашнего хлеба, 30 булок сдобы «Хала» и 150 круассанов ежедневно с постепенным увеличением выпускаемой продукции.

Расходы сырья на единицу ржаного хлеба: мука ржаная хлебопекарная – 100 гр, мука 1 сорт – 100 гр, вода – 100 гр, солод ржаной – 5гр, дрожжи свежие (живые) – 0,05 гр, соль – 10 гр, сахар – 5 гр, кориандр – 3 гр.

Расходы сырья на единицу багета: мука пшеничная 1 сорт – 70 гр, мука пшеничная высший сорт – 100 гр, вода – 100 гр, дрожжи активированные – 5 гр, соль – 5 гр, сахар – 7 гр, маргарин – 20 гр, улучшитель хлебопекарный – 7 гр.

Расходы сырья на единицу домашнего хлеба: мука пшеничная 1 сорт – 200 гр, мука пшеничная высший сорт – 100 гр, вода – 170 гр, дрожжи свежие (живые) – 1 гр, соль – 10 гр, сахар – 5 гр, маргарин – 30 гр.

Расходы сырья на единицу сдобы «Хала»: мука пшеничная высший сорт – 280 гр, яйца – 1 шт., отвар молодого картофеля – 100 гр, маргарин – 50 гр, соль – 3 гр, сахар – 8 гр.

Расходы сырья на единицу круассаны: мука – 60 гр, молоко – 25 мл, масло растительное без запаха – 12,5 мл, яйцо – 1/8шт., дрожжи сухие – 1 гр, соль – 2,5 гр; сахар – 2,5 гр, масло сливочное – 10 гр.

Технологический процесс

Весь процесс производства кондитерских изделий можно разделить на 3 стадии – приготовление теста, выпечка и шоковая заморозка. Мы упустили процесс производства теста, т.к. у нас уже имеется мини-пекарня по производству хлебобулочных изделий. Мы планируем расширить спектр производства до приготовления хлебобулочных изделий посредством шоковой заморозки.

Технология шоковой заморозки хлебобулочных изделий

При заморозке хлеба на конечное качество продукта сильно влияет скорость процесса, который условно можно разделить на 3 этапа:

• **Охлаждение продукта** – на этом этапе происходит снижение исходной температуры до 0°C.

• **Подмораживание** – снижение температуры от 0 до -5°C, на этом этапе кристаллизуется 70% жидкости находящейся в хлебе.

• **Домораживание** – заключительное охлаждение продукта от -5 до -18 °C.

На первом этапе быстрое охлаждение предотвращает развитие вредоносных микроорганизмов и бактерий. Второй этап не менее важен, опытным путем доказана связь скорости заморозки на размер кристаллов льда в продукте. Чем выше скорость заморозки, тем меньше размер кристаллов, соответственно меньше повреждений внутренней структуры продукта.

При использовании шоковой заморозки хлебобулочных изделий минимизируется количество патогенной микрофлоры, а структура, консистенция, вкусовые качества хлеба остаются практически неизменными.

Описание технологии

Хлеб выпекается практически полностью: 90-95% окончательного цвета корочки.

Плюсы	Минусы
<ul style="list-style-type: none"> • очень быстрая окончательная выпечка, иногда простое размораживание, в том числе на торговой точке; • почти нет потери объема при окончательной выпечке готовая продукция лучше и дольше хранится (сохраняет свежесть). 	<ul style="list-style-type: none"> • высокая стоимость улучшителей, высокие дозировки; • занимает больше места в таре по сравнению с замороженными после формования изделиям; • все минусы решаются посредством уменьшения удельной массы самого продукта, т.е. продажи мини-версий

Преимущества шоковой заморозки хлеба

По сравнению с традиционной заморозкой, шоковая технология заморозки имеет массу преимуществ:

- увеличение срока хранения продуктов питания позволяет более лучше спланировать объемы производства;
- сокращается время заморозки в 3-5 раз;
- снижается усушка, что способствует увеличению прибыли от продажи весовых изделий;
- сокращаются производственные площади в 1,5-2 раза;
- сокращается производственный персонал на 25-30%;
- сокращается срок окупаемости на 15-20%;
- увеличение срока хранения продуктов позволяет снизить расходы на приобретение сезонных ингредиентов: овощей и ягод;

- способствует значительно увеличить ассортимент хлебобулочных изделий.

По классической технологии для изготовления полуфабрикатов требуются: камеры для шоковой заморозки, низкотемпературная камера для хранения, линия вакуумной упаковки.

Налоговая политика

ИП работает с применением специального налогового режима на основе упрощенного режима налогообложения для субъектов малого бизнеса:

- ИП не является плательщиком НДС. В расчетах цена реализации и все затраты указаны с НДС.
- Отчисления в накопительные пенсионные фонды – 10% от ФОТ.
- Индивидуальный подоходный налог – по схеме налогового кодекса, 10% от ФОТ.
- ИПН (налог с дохода) – 3% от общего дохода.
- Амортизация оборудования – 15%.

Обеспеченность зданием, электроводоснабжением

ИП арендует на долгосрочной основе помещение. Водоснабжение, канализация в помещении проведены от центральных коммуникаций.

Потребность в основных средствах

Необходимо приобрести следующее оборудование:

Наименование	Количество, шт	Цена, тенге	Сумма, тенге
Основные оборудование:			
Шкаф шоковой заморозки, штук	1	1 458 670	1 458 670
Низкотемпературная камера для хранения, штук	1	823 695	823 695
Многофункциональный аппарат для вакуумной упаковки, штук	1	575 000	575 000
Багетный лист, штук	10	14250	142 250
Итого			2 999 865



Шкаф шоковой заморозки:
Низкотемпературная
камера для хранения:



Многофункциональный
аппарат для вакуумной
упаковки: Багетный лист

Организационный план

Реализация данного проекта позволит предпринимателю внедрить инновационное производство на местном уровне и организовать деятельность мини-цеха, что обеспечит диверсификацию деятельности, увеличение доходности и конкурентоспособности предприятия. Кроме того, модернизация позволит увеличить объем изделий.

Общее руководство предприятием осуществляет директор.

Расчет расходов на оплату труда, тыс.тг.

Должность	Кол-во, человек	Оклад, тенге
Пекарь	1	80 000
Пекарь-помощник	1	60 000
Всего	2	140 000

Финансовый раздел

План производства и доходы от реализации услуг

Производство и реализация ржаного хлеба.

20 шт в день * 365 дней = 7 300 шт ежегодный объем производства.

7 300 шт * 90 тг = 657 000 тг ежегодная выручка от реализации ржаного хлеба.

Производство и реализация багетов.

30 шт в день * 365 дней = 10 950 шт ежегодный объем производства.

10 950 шт * 110 тг = 1 204 500 тг ежегодная выручка от реализации багетов.

Производство и реализация домашнего хлеба.

50 шт в день * 365 дней = 18 250 шт ежегодный объем производства.

18 250 шт * 120 тг = 2 190 000 тг ежегодная выручка от реализации ржаного хлеба.

Производство и реализация сдобы «Хала».

25 шт в день * 365 дней = 9125 шт ежегодный объем производства.

9125 шт * 100 тг = 912 500 тг ежегодная выручка от реализации ржаного хлеба.

Производство и реализация круассанов.

150 шт в день * 365 дня = 54 750 шт ежегодный объем производства.

54 750 * 120 тг = 6 570 000 тг ежегодная выручка от реализации круассанов.

Расшифровка затрат

Наименование	Количество в год	Стоимость, тг	Итого на 6 месяцев, тг	Итого на год, тг
Сырье и материалы:				
Молоко, литр	1368	175	119700	239400
Соль, кг	337,25	20	3372	6745
Сахар, кг	606	187	56661	113322
Солод ржаной, кг	365	500	91250	182500
Дрожжи живые, кг	383,2	200	38320	76640
Картофель, кг	91,25	120	5475	10950
Маргарин, кг	655	480	157200	314400
Яйца, шт	18500	18	166500	333000
Дрожжи сухие, кг	81,75	210	8578	17157
Масло растительное, литр	683	395	134892	269785
Мука высший сорт, кг	5146	103	265019	530038
Мука первый сорт, кг	6385	87	277747	555495
Мука ржаная, кг	730	93	33945	67890
Транспортные расходы (ГСМ), литр	3285	160	262800	525600
Коммунальные расходы:				
Затраты на электроэнергию, кВт	6500	19	61750	123500
Затраты на водоснабжение, куб.м	1300	44	28600	57200
Зарплата работников	2	70000	840000	1680000
Аренда помещения, м2	50	1000	300000	600000
Расходы на упаковку, шт	18380	13	118755	237380
Рекламные расходы	12	7000	42000	84000
Итого, тенге			3 012 501	6 025 002

Прогнозный отчет о прибылях и убытках

ОТЧЕТ О ПРИБЫЛЯХ И УБЫТКАХ	2 018	2 019	2 020	2021	2022	Итого
Выручка (без НДС)	11 552 000	12 590 000	13 235 990	14 120 000	15 250 000	66 747 990
Себестоимость продукции	2 717 322	2 958 650	3 110 437	3 318 200	3 583 750	15 688 359
Материалы, комплектующие, товары	2717322	2 958 650	3 110 437	3 318 200	3 583 750	15 688 359
ВАЛОВАЯ ПРИБЫЛЬ	8 834 678	9 631 350	10 125 553	10 801 800	11 666 250	51 059 631
Зарплата	1 680 000	1 700 000	1 720 000	1 740 000	1 760 000	8 600 000
Общие издержки:	1 747 680	1 798 900	1 932 900	2 020 000	2 245 000	9 744 480
Производственные издержки	1 543 680	1 558 900	1 685 900	1 768 000	1 985 000	8 541 480
Реклама	84 000	115 000	117 000	120 000	125 000	561 000
Прочие расходы	120 000	125 000	130 000	132 000	135 000	642 000
ОПЕРАЦИОННАЯ ПРИБЫЛЬ	5 406 998	6 132 450	6 472 653	7 041 800	7 661 250	32 715 151
Амортизация	450 000	450 000	450 000	450 000	450 000	2 250 000
ПРИБЫЛЬ ДО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ	4 956 998	5 682 450	6 022 653	6 591 800	7 211 250	30 465 151
Налог на прибыль	346 560	377 700	397 080	423 600	457 500	2 002 440
ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ	4 610 438	5 304 750	5 625 573	6 168 200	6 753 750	28 462 711

2. СОЗДАНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ ПО ПРОИЗВОДСТВУ СЫРА И ТВОРОГА



Анкета проекта:

Цели инвестиционного проекта: создание предприятия по производству сыра и творога.

Продукция: молоко пастеризованное нормализованное (3,2%), сметана (30%), творог полужирный (9%), сыры твердые.

Стоимость проекта: 72 000 000 тенге.

Срок окупаемости: 2,3 год.

Концепция проекта

Концепция проекта предусматривает создание предприятия по производству сыра и творога.

Целями деятельности предприятия будут являться производство и реализация молочной продукции, в т.ч. сыра и творога, а также пастеризованного молока и сметаны.

Целевой группой планируемого предприятия будут являться потребители продукции – жители, имеющие средний доход.

Планируется приобретение цеха (производственное помещение), а также оборудования для переработки молока для изготовления сыра и творога, пастеризованного молока и сметаны.

Общие инвестиционные затраты по проекту включают в себя:

Расходы	Источник финансирования	Сумма, тыс.тенге
Инвестиции в основной капитал	Заемные средства	70 000
Оборотный капитал	Собственные средства	2 000
Всего		72 000

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

Источник финансирования	Сумма, тыс.тг.	Доля
Собственные средств	3 000	4%
Заемные средства	70 000	96%
Всего	73 000	100%

Для казахстанских производителей молочной продукции деятельность в условиях рынка оказалась сопряжена с серьезными проблемами и немалыми рисками. Несмотря на то, что аграрному сектору традиционно отводилась заметная роль в развитии национальной экономики, а значит, под развитие индустрии производства молочных продуктов, на первый взгляд, должна быть подведена как минимум достойная сырьевая база, сами производители и аналитики констатируют снижение темпов роста отрасли и с тревогой говорят о наступлении импорта.

При этом цены на молочные продукты трудно назвать демократичными, и некоторые потребители, не относящиеся к категории обеспеченных, уже сегодня далеко не каждый день могут побаловать себя покупкой творога или, например, сметаны. Между тем потребление молочной продукции напрямую влияет на состояние здоровья нации и отражает уровень благосостояния общества.

Нынешний мировой кризис, естественно, сказался на состоянии рынка молочных продуктов, однако в ближайшие годы, полагают аналитики, их потребление не только не пойдет на спад, но увеличится.

Как свидетельствуют данные Молочного союза Казахстана, продукция отечественных производителей на рынке представлена главным образом кефиром, сметаной, молоком пастеризованным, маслом, молоком УНТ-обработанным и стерилизованным. В торговых сетях в большом ассортименте представлены йогурты и десерты, завезенные из России, реже – из Украины, Беларуси и Кыргызстана.

В настоящее время открытие цеха по производству сыра и творога перспективно по следующим причинам:

- во-первых, объемы потребления молочной продукции в Казахстане не снижаются;
- во-вторых, молочную продукцию потребляют все, но не каждая организация готова предложить качественный товар;
- в-третьих, предприятие будет обеспечивать население экологически чистой продукцией.

В области имеются все возможности для открытия такого рода бизнеса. Восточно-Казахстанская область занимает лидирующее место в Республике по поголовью скота. Сырье для производства (молоко) планируется приобретать у населения и малых и средних предприятий Восточно-Казахстанской области, в частности фермерских хозяйств Бородулинского района. Цены на сырье имеют ярко выраженный сезонный характер, достигают максимума зимой и минимума летом.

Преимуществом компании является использование в производстве исключительно цельного молока и натурального сырья, отсутствие полуфабрикатов и других добавок, что положительно скажется на вкусовых качествах продукции.

Описание продукта (услуги).

В ассортимент выпускаемой продукции предприятия будут включены:

- молоко пастеризованное нормализованное (3,2%);
- сметана (30%);
- творог полужирный (9%);
- сыры твердые.

При этом большая часть выручки предприятия будет поступать от реализации твердых сыров. Сыры — высокоценный молочный продукт, пользующийся особым признанием. Различные виды сыров входят в состав национальной кухни многих народов.

Сыры делятся на четыре основных класса:

- твердые (российский, голландский, швейцарский и др.);
- полутвердые (пикантный, латвийский, рокфор и др.);
- мягкие (любительский, славянский и др.);
- рассольные (сулугуни, фермерский, имеретинский, брынза, адыгейский и др.).

Каждый из этих классов, в свою очередь, подразделяется на отдельные подклассы и группы. Существует классификация, в основе которой лежит критерий потребления, таким образом, сыры можно поделить на традиционные и экзотические.

Традиционными сырами являются привычные для нашего вкуса твердые и плавленые сорта. Экзотические сыры не только непривычные по вкусу, но и по технологии изготовления, а также отличающиеся, как правило, высокой ценой.

Твердые сыры. Под твердыми сырами подразумеваются вареные и невареные прессованные сыры. Именно они составляют базовый ассортимент любого магазина и являются абсолютными лидерами по потреблению.

Сыры невареные прессованные. Эти сыры имеют твердую корочку и плотную нежную сырную массу желтого цвета. В процессе изготовления невареного прессованного сыра полученную сырную массу вычерпывают, измельчают и раскладывают в формы, где её прессуют, чтобы ускорить стекание сыворотки. Затем этот сырой сыр недолго сохнет, вынимается из формы и обрабатывается в рассоле. После этого сыр помещается на созревание в большие перфорированные формы. В течение выдержки сыр время от времени солят, переворачивают и чистят щеткой. Последнее позволяет придать краям равномерную окраску. Вызревают такие сыры медленно — от 1 до 12 месяцев.

Сыры вареные прессованные. Это сыры большого размера, со светлой корочкой, сырной массой бледно-желтого цвета, чаще всего с дырочками. Прессованные вареные сыры делаются из вечернего молока, которое после дойки постоянно ночь и на следующее утро было смешано с парным молоком. Дальнейшая обработка включает подогрев молока до примерно 30С градусов и добавление сычужного фермента. Процесс ферментации сырной массы вызывает образование дырочек. После заквашивания полученная масса подогревается до примерно 50-60С градусов — этот процесс на профессиональном жаргоне называется обжиг. Лишь после подогрева сырная масса прессуется. В этом главное отличие этого вида сыров от прессованных невареных. Помимо всего прочего при изготовлении этих сыров важно и время года. Сыры из летнего молока гораздо ароматнее. Сыры из зимнего молока мягче по вкусу. Чаще всего эти сыры в форме колеса или круга. Вызревание их может длиться около года.

Плавленые сыры. Для сыров данной группы характерна однородная мягкая консистенция, они часто ароматизированы и имеют приятный вкус. Плавленые сыры получают плавлением прессованных сыров одного или нескольких сортов с добавлением молока, масла и сметаны. Такие сыры могут быть просто сливочными, без наполнителя или с различными наполнителями: пряности, специи, орехи и другие. Плавленый сыр, как и твердый, является частью базового ассортимента магазина. Являясь продуктом вторичной переработки и упакованный в фольгу или герметичные баночки, плавленый сыр имеет более долгий срок хранения и менее чувствителен к перепадам температуры, что увеличивает как сезон его продаваемости, так и районы распространения.

Экзотические сыры. В этот раздел включаются все сыры, входящих в группу элитных и отчасти дополнительных. Это, как правило, дорогие сорта. Пальма первенства по производству экзотических и элитных сортов сыра принадлежит Франции. Французы отличаются не только тем, что имеют свыше 400 сортов сыра, но и тем, что его потребление превратилось для них в особую культуру, почти религию. В настоящее время отмечается насыщение рынка сырами основной группы. Потребитель начинает искать новые вкусы и лучшее качество. Тут на смену основной группе приходят сыры элитной и дополнительной групп. Об этом говорит уже то, что сыры с плесенью имеют спрос в экономически развитых регионах.

Творог представляет собой традиционный белковый кисломолочный продукт, обладающий высокими пищевыми и лечебно-диетическими свойствами. Его вырабатывают путем сквашивания пастеризованного цельного или обезжиренного молока и удаления из полученного сгустка части сыворотки. Творог из непастеризованного молока можно использовать только для выработки изделий, подвергающихся обязательной термической обработке (вареники, сырники и др.), а также для производств плавленых сыров.

Программа производств

Планируемая программа производства по годам, кг

Показатель, тн.	2018	2019	2019-2024
Объем переработки молока	269 100	830 700	936 000
Молоко пастеризованное нормализованное (3,2%)	71 760	221 520	249 600
Сметана (30%)	5 831	17 999	20 280
Творог полужирный (9%)	2 243	6 923	7 800
Сыры твердые	17 940	55 380	62 400

Программа продаж будет осуществляться путем заключенных контрактов, маркетинговых исследований, а также посредством рекламных акций.

Планируемые цены на продукцию цеха и сырье, тг.

Цены на продукцию и сырье	январь	февраль	март	апрель	май	июнь	июль	август	сентябрь	октябрь	ноябрь	декабрь	сред. знач.
Молоко пастеризованное нормализованное (3,2%)	134	134	134	134	134	134	134	134	134	134	134	134	134
Сметана (30%)	661	661	661	661	661	661	661	661	661	661	661	661	661
Творог полужирный (9%)	563	563	563	563	563	563	563	563	563	563	563	563	563
Сыры твердые	795	795	795	795	795	795	795	795	795	795	795	795	795
Молоко – сырье	55	55	50	45	45	40	30	35	40	45	50	55	45

Конкурентная стоимость продукции складывается из

- относительно низкой себестоимости, что позволит установить конкурентную цену;
- использования натурального сырья (отсутствие заменителей) и меньшего количества добавок.

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

Цены на сырье имеют ярко выраженный сезонный характер, достигая максимума зимой и минимума летом. Предусмотрены сезонные колебания на твердый сыр. Цены на остальные продукты запланированы на одном уровне.

Маркетинговый план

Главной целью проектируемого цеха является проникновение на рынок и последующее существование в нем. Планируется позиционировать новое предприятие как одно из самых высокотехнологичных и современных заводов в Казахстане, предлагающего продукцию высокого качества в Казахстане.

В качестве основного метода продвижения необходимо использовать прямую рекламу на интересующие целевые группы. Для этого можно использовать:

- рассылки рекламных материалов о заводе и рекламно-технической документации по ее продукции;
- подготовка рекламно-информационных статей, посвященных продукции завода в специальных изданиях местного и республиканского значения.

При этом немаловажным фактором будет являться создание образа компании, соответствующего принятому позиционированию, для чего эффективно использовать средства PR для создания необходимого общественного мнения. Из них эффективна подготовка рекламно-информационных статей в специальных рекламных изданиях.

Формирование спроса и стимулирование сбыта планируется исходя из следующих моментов:

- относительно низкий уровень цен по сравнению с другими;
- квалифицированный персонал;
- современное оборудование;
- реализация программ по стимулированию спроса.

Техническое планирование. Технологический процесс.

На современных фабриках по производству сыра используются новейшие технологии. Усовершенствованная технология позволяет получить высококачественную, чистую продукцию.

Описание технологии производства сыра

Весь процесс изготовления сыра можно разделить на 6 основных этапов:

1. Пастеризация. Суть процесса заключается в том, что молоко нагревают до высокой температуры. На данном этапе в зависимости от того, какое молоко было использовано, сыр приобретает свои особенные характеристики.

2. Створаживание. Молоко (обрат) створаживают в результате добавления сычужной или молочной закваски. В результате чего, отделяется плотная масса (сырная масса) от жидкости (сыворотки).

3. Стеkanie. На этом этапе сыворотку отделяют от сырной массы. Иногда для ускорения процесса стекания сыворотки сырную массу нагревают. В результате при необходимости в массу добавляют специи, пряности или другие ингредиенты, помогающие придать будущему сыру специфический аромат. Этот этап предопределяет структуру и вкус получаемого сыра.

4. Прессование. На этом этапе сыр выкладывается в специальные формы и подвергается прессованию.

5. Соление. Сырную массу либо солят, либо погружают в солевой раствор, чтобы оттенить её вкус.

6. Созревание. На данном этапе сыр переносится в хранилище, или какое-либо другое специальное помещение для созревания, где за ним тщательно ухаживают. Его переворачивают, иногда моют, чистят щёткой. В зависимости от того, какой сыр изготавливается его могут также коптить, протирать алкоголем, обсыпать пряностями и совершать другие манипуляции. Важно, чтобы в помещении на протяжении всего процесса созревания поддерживался определённый уровень влажности и температуры, так как от этого зависит конечный результат.

При изготовлении творога используют как первичное сырье (молоко коровье не ниже второго сорта и кислотностью не более 21%), так и продукты переработки (обезжиренное молоко, получаемое путем сепарирования молока), а также специальные продукты (закваска для творога на чистых культурных молочнокислых стрептококках, кальций хлористый или кальций хлористый 2-водный). В качестве вспомогательного продукта применяют питьевую воду. Технологический процесс производится кислomолочным способом.

Технология производства творога проходит по следующим этапам:

1. Приемка сырья и оценка его качества.
2. Подогрев и сепарирование молока. Эта стадия проходит в пластинчатой пастеризационно-охладительной установ-

ке, где молоко нагревается до температуры 37-40°C, а затем его направляют в сепаратор сливоотделитель. Все это происходит по правилам сепарирования.

3. Составление смеси нормализованного молока. При выработке творога с МДЖ 18,9% и 5% молоко нормализуют с целью установления правильного соотношения между МДЖ и белка в нормализованной смеси, обеспечивающего стандартного по МДЖ и влаге продукта.

4. Пастеризация и охлаждение нормализованного или обезжиренного молока. Нормализованное или обезжиренное молоко пастеризуют на пастеризационно-охлаждающих установках при температуре 78-80°C с выдержкой 15-20 с. Затем молоко охлаждают до температуры заквашивания.

Здания и сооружения

Производственную мощность предприятия представляет производственный цех общей площадью 150 квадратных метров, который планируется приобрести, т.к. при аренде помещений всегда присутствует риск расторжения договора аренды, при этом передислокация (демонтаж, перевозка, монтаж) оборудования требует дополнительных средств.

Оборудование и инвентарь (техника)

Основным оборудованием для производства сыра являются:

Аппарат для выработки сырного зерна. Используются аппараты периодического действия двух типов: сырные ванны и сыроизготовители (котлы). Деление на эти два типа в ряде случаев является условным – аппараты вместимостью 10 м³ и более, как правило, являются гибридами ванн и котлов. Современный аппарат для выработки сырного зерна, независимо от типа, характеризуется следующими признаками: закрытая емкость; централизованная безразборная мойка внутренней поверхности емкости и инструмента; несъемный универсальный режущо-вымешивающий инструмент; автоматический отбор заданного количества сыворотки; программное управление (по времени) операциями выработки сырного зерна.

Аппарат для формования и прессования сыра. Современный формовочный аппарат имеет основные составные части: емкость с подвижным днищем (пластины или ленты), механизм подпрессовки, устройство для разрезки сырного пласта на бруски. Стадию формования и прессования сыра следует рассматривать как единую, в которой нет четкого разграничения между процессами формования и прессования. Поэтому наряду с традиционными аппаратами для формования и прессования выпускаются машины, в которых две эти операции совмещены.

Оборудование для посолки сыра. Основным способом посолки сыра является посолка в соляных бассейнах с использованием контейнеров и грузоподъемных механизмов (таль, кран-балка и т.д.). В этом случае возможна механизированная загрузка сыра на полки контейнера и его выгрузка, загрузка контейнера в бассейн и его выгрузка.

Оборудование для созревания, хранения и обработки сыра. Созревание и хранение сыра на сыроваро-заводах страны осуществляется или на стационарных стеллажах, или на специальных контейнерах с деревянными полками. Перемещение таких контейнеров и их штабелирование в камерах созревания осуществляется электропогрузчиками. Загрузка сыра в контейнер и его выгрузка осуществляется вручную.

Обработка сыра в период созревания заключается в мойке его, обсушке и упаковки в пленку или нанесении защитного покрытия (сплава). Для упаковки сыра в пленку выпускается большое количество конструкций вакуум-упаковочных машин.

Среди основного оборудования, необходимого для производства сыра и творога, следует выделить следующее.

Общий перечень имеющегося оборудования по производству сыра и молочных изделий

Наименование	Описание	Кол-во	Сумма, тенге
Варочные котлы	общая мощность 2400 литров	2	1 100 000
Варочный котел	мощность 250 литров	1	832 500
Бассейны для соления сыра	общая мощность 2400 литров	3	500 000
Насосы для перекачки молока		2	277 500
Насос для выкачивания сыворотки			55 500
Столы нерж.		2	110 000
Полки			135 000
Формочки для сыров			210 000
Канистры, фляги			160 000
Производственный инвентарь (спецткани, ковши и т.д.)			647 500
ИТОГО			4 028 000

Перечень необходимого оборудования для производства сыра и творога

№	Наименование	шт.
	Мини-завод для переработки молока ИПКС-0101	
1	Комплект оборудования для учета и фильтрации молока ИПКС-0121-6000УФ, произв. по учёту 12000 л/ч, произв. по фильтрации 6000 л	1
2	Насос центробежный ИПКС-017-ОНЦ-2,0/20, произв. 2 куб.м/ч	2
3	Ванна ИПКС-053-1000, объем 1000 л	1
4	Ванна охлаждения ИПКС-024-1000(Н), хладопроизводительность 6 кВт, объем 1000 л	2
5	Комплект оборудования для пастеризации ИПКС-013 (Р-1500Р), с регистрацией, произв. 1500 л/ч	1
6	Сепаратор-сливкоотделитель Ж5-ОСБ, произв. 1000 л/ч	1
7	Автомат молокоразливочный ИПКС-042, произв. до 1400 пакетов/ч	1
8	Компрессор воздушный К-11, давление до 10 атм, произв. на выходе 160 л/мин	1

9	Ванна длительной пастеризации ИПКС-072-200(Н), объем 200 л, с электрическим нагревом и автоматическим блоком управления	1
10	Ванна длительной пастеризации ИПКС-011(Н), объем 100 л	1
11	Пресс-тележка ИПКС-025-02, объем 240 л, механический привод	1
12	Установка фасовочно-упаковочная ИПКС-122УС, произв. до 600 стаканов/ч	1
13	Весы электронные Штрих-мини 6-1,2, до 6 кг	1
14	Стол рабочий (островной) ИПКС-075-1,2(Н), размер 1200х600х850 мм	1
15	Набор лабораторной посуды и приборов для контроля качества молока	1
16	Камера холодильная (среднетемпературная) ИПКС, объем 60 куб.м, от -10 до +8°C	1
17	Ванна длительной пастеризации (заквасочник) ИПКС-011-150/3(Н), объем одного ушата 22 л, количество ушатов 2 шт.	1
18	Комплект оборудования для циркуляционной мойки ИПКС-0122(Н), производительность подачи моющего раствора 6 куб.м/ч	1
Комплект оборудования для производства мягких и твердых сыров ИПКС-0116		
1	Комплект оборудования для учета и фильтрации молока ИПКС-0121-6000УФ, произв. по учёту 12000 л/ч, произв. по фильтрации 6000 л	1
2	Насос центробежный ИПКС-017-ОНЦ-2,0/20, произв. 2 куб.м/ч	2
3	Ванна сыродельная ИПКС-022(Н), объем 700 л	2
4	Ванна длительной пастеризации ИПКС-072-100(Н), объем 100 л, с электрическим нагревом и автоматическим блоком управления	1
5	Сепаратор-сливкоотделитель Ж5-ОСБ, произв. 1000 л/ч	1
6	Ванна ИПКС-053-200, объем 200 л	1
7	Стол рабочий (островной) ИПКС-075-1,2(Н), размер 1200х600х850 мм	2
8	Форма для сыра №335 «Российская»	24
9	Пресс для сыра пневматический ПВ-12, на 12 сырных головок	1
10	Ванна охлаждения ИПКС-024-2000(Н), хладопроизводительностью 12 кВт, объем 2000 л	1
11	Комплект оборудования для пастеризации ИПКС-013 (Р-1500Р), с регистрацией, произв. 1500 л/ч	1
12	Установка фасовочно-упаковочная ИПКС-122УС, произв. до 600 стаканов/ч	1
13	Ванна длительной пастеризации (заквасочник) ИПКС-011-150/3(Н), объем одного ушата 22 л, количество ушатов 2 шт.	1
14	Комплект оборудования для циркуляционной мойки ИПКС-0122(Н), производительность подачи моющего раствора 6 куб.м/ч	1
15	Весы электронные Штрих-мини 6-1,2, до 6 кг	1
16	Бланшировальщик (ванна термоусадочная) ИПКС-073-06-150(Н), объем 150 л	1
17	Компрессор воздушный К-11, давление до 10 атм, произв. на выходе 160 л/мин *	1
18	Машина вакуум-упаковочная Henkelman Super Jumbo 350, произв. 2-4 упаковок/мин, шов 1х350 мм, насос 16 куб.м/ч *	1

Общая стоимость оборудования составит 38 067 тыс. тг. Оборудование планируется приобрести у ООО "Эльф 4М" (РФ). Преимущества приобретаемого оборудования:

- Все соприкасающиеся с продуктами детали выполнены из нержавеющей стали марки 12Х18Н10Т.
- Оснащено электронным блоком управления ИПКС-013БУ(Р) для автоматического поддержания, регулирования и контроля и документальной регистрации температуры пастеризации.

- Возможность докомплектации для производства других видов продукции.

Перечень необходимой техники:

- Молоковоз (нержавеющая сталь) на шасси ГАЗ-3309.
- ГАЗ 3302 "Газель-Бизнес".

Коммуникационная инфраструктура

Проектом предусмотрено приобретение производственного цеха, в котором будет присутствовать необходимая коммуникационная структура (электро-, тепло- и водоснабжение, телефонная связь).

Организация, управление и персонал

Общее руководство предприятием осуществляет директор. Начальник производства контролирует работу производственного персонала (технолог, электрик, слесарь, водитель). Организационная структура предприятия имеет следующий вид, представленный ниже на рисунке.

Организационная структура



Приведенную структуру управления персоналом можно отнести к линейной. Она позволяет директору оперативно управлять работой предприятия и находиться в курсе событий.

Специалисты предприятия – заведующий производством, бухгалтер, операторы. К обслуживающему персоналу можно отнести: водителя, разнорабочих, уборщицу, охранника, завхоза.

Реализация проекта

План реализации

Предполагается, что реализация настоящего проекта займет период с конца 2017 по март 2018 г.

Календарный план реализации проекта

Мероприятия\Месяц	2 017		2018				
	11	12	1	2	3	4	5
Проведение маркетингового исследования и разработка ТЭО							
Решение вопроса финансирования							
Получение кредита							
Поиск персонала							
Поставка оборудования, монтаж							
Размещение рекламы							
Начало работы							

Затраты на реализацию проекта

Оценка инвестиционных затрат представлена в следующей таблице.

Инвестиционные затраты

Наименование	Сумма, тыс. тг.
Кредит АО «БЦК»	8 000
Погашение задолженности	14 500
Мини-завод для переработки молока ИПКС-0101	17 697
Комплект оборудования для производства мягких и твердых сыров ИПКС-0116	20 370
Молоковоз (нержавеющая сталь) на шасси ГАЗ-3309	6 470
ГАЗ 3302 «Газель-Бизнес»	2 963
Итого	70 000

Цена за доставку оборудования включена в стоимость самого оборудования.

Эксплуатационные расходы. Эксплуатационные расходы состоят из переменных расходов.

Переменные расходы в месяц (дополнительно к основному сырью), без НДС

	норма расхода	ед. изм.	цена, тг.	на 1 кг., тг.
Молоко				7,0
Упаковка	1,0	пакет	5	5
Пищевые добавки	0,0004	кг	5 000	2
Сметана				10,0
Упаковка	1,0	стакан	6	6
Закваска	0,0	пакет	1 500	3
Пищевые добавки	0,0002	кг	5 000	1
Творог				8,0
Упаковка	0,05	рулон	150	7,5
Пищевые добавки	0,0001	кг	5 000	1
Твердый сыр				16,0
Упаковка	0,2	пакет	48	10
Соль	0,012	кг.	14	0,2
Краситель пищевой	0,00003	литр	5 000	0,2
Кальций	0,00033	кг.	266,7	0,1
Закваска	0,004	пакет	1 500	6,0

Переменные расходы состоят из затрат на упаковку и ингредиенты.

Поставщиками молока являются население и близлежащие крестьянские хозяйства.

Поставщиком пищевых добавок, красителя и кальция является ТОО «Schaller Leben Smitttl Technik» – крупнейший в Европе поставщик специй, функциональных добавок и расходных материалов. На сегодняшний день SLT является ведущим партнером для предприятий пищевой промышленности в 13 странах мира.

Поставщиком упаковочного материала будет являться «Тетра Пак Центральная Азия» – один из мировых лидеров производства упаковочного материала и оборудования.

Расчет себестоимости, тг.

Сырье	Молоко пастеризованное	Сметана	Творог	Твердый сыр
Молоко	55	284	242	339
Упаковка	5	6	8	10
Закваска		3		6
Пищевые добавки	2	1	1	
Соль				0,2
Краситель пищевой				0,2
Кальций				0,1
Производственная себестоимость	62	294	250	355
Постоянные расходы	36	187	159	223
Полная себестоимость	97	481	408	578

Общие и административные расходы предприятия в месяц, тыс.тг.

Затраты		2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
ФОТ		1 242	1 242	1 242	1 242	1 242	1 242	1 242	1 242
Услуги банка		10	10	10	10	10	10	10	10
Аренда офисного помещения	50 м²	67	67	67	67	67	67	67	67
Электроэнергия	13 260	136	136	136	136	136	136	136	136
Теплоснабжение		32	32	32	32	32	32	32	32
Водоснабжение + канализация	50 м³	5	5	5	5	5	5	5	5
Интернет	Мегалайн	17	17	17	17	17	17	17	17
Услуги связи		8	8	8	8	8	8	8	8
Канцтовары		5	5	5	5	5	5	5	5
ГСМ	4 машины	186	186	186	186	186	186	186	186
Обслуживание и ремонт ОС		8	8	8	8	8	8	8	8
Расходы на рекламу		10	10	10	10	10	10	10	10
Прочие непредвиденные расходы		8	8	8	8	8	8	8	8
Итого		1 734	1 734	1 734	1 734	1 734	1 734	1 734	1 734

Аренда помещения рассчитывалась исходя из средней арендной ставки на рынке. Коммунальные услуги рассчитывались исходя из тарифов поставщиков таких услуг.

Расчет расходов на оплату труда, тыс. тг

Должность	Количество	оклад	Итого ЗП к начислению	ФОТ
Адм.-управленческий персонал				
Директор	1	120	120	132
Бухгалтер	1	70	70	77
Итого	2	190	190	209
Производственный персонал				
Заведующий производством	1	90	90	99
Операторы	6	60	360	396
Итого	7	150	450	495
Обслуживающий персонал				
Водитель	3	70	210	231
Разнорабочие	2	50	100	110
Уборщица	1	40	40	44
Итого	6	160	350	385
Вспомогательный персонал				
Охранник	2	40	80	88
Завхоз	1	60	60	66
Итого	3	100	140	154
Всего по персоналу	18	600	1 130	1 242

Сумма расходов на оплату труда составляет 1 242 тыс. тенге в месяц.

Расчет прибыли и убытков**Отчет о доходах и расходах**

Наименование	ВСЕГО	2 018	2 019	2 020	2 021	2 022	2 023	2 024	2 025
		год	год	год	год	год	год	год	год
Доход от реализации продукции, услуг	637 567	44 100	89 461	100 801	100 801	100 801	100 801	100 801	100 801
Молоко пастеризованное нормализованное (3,2%)	211 436	14 625	29 668	33 429	33 429	33 429	33 429	33 429	33 429
Сметана (30%)	84 750	5 862	11 892	13 399	13 399	13 399	13 399	13 399	13 399
Творог полужирный (9%)	27 751	1 920	3 894	4 388	4 388	4 388	4 388	4 388	4 388

Сыры твердые	313 630	21 694	44 007	49 586	49 586	49 586	49 586	49 586	49 586
Себестоимость реализ. товаров, услуг	287 566	19 667	40 289	45 522	45 522	45 522	45 522	45 522	45 522
Молоко	268 515	18 350	37 616	42 510	42 510	42 510	42 510	42 510	42 510
Вспомогательные материалы	19 051	1 318	2 673	3 012	3 012	3 012	3 012	3 012	3 012
Валовая прибыль	350 001	24 433	49 172	55 279	55 279	55 279	55 279	55 279	55 279
Расходы периода	136 157	10 482	20 959	20 954	20 948	20 943	20 938	20 932	20 927
Амортизация	29 888	2 299	4 598	4 598	4 598	4 598	4 598	4 598	4 598
Расходы по процентам за кредиты	47 695	10 864	10 801	8 936	7 071	5 206	3 341	1 476	78
Доход облагаемый КПП	136 260	787	12 814	20 791	22 662	24 532	26 402	28 272	29 676
Корпоративный подоходный налог	27 252	157	2 563	4 158	4 532	4 906	5 280	5 654	5 935
Чистый доход	109 008	630	10 251	16 633	18 129	19 625	21 122	22 618	23 741
Кумулятивный чистый доход	109 008	630	10 881	27 514	45 644	65 269	86 391	109 008	132 749

3. ОТКРЫТИЕ ПЕКАРНИ «ХЛЕБ В ТАНДЫРЕ».



Анкета проекта:

Цели инвестиционного проекта: открытие пекарни «Хлеб в тандыре»

Продукция: тандырная лепешка, булочка с начинкой, самса, национальная выпечка.

Стоимость проекта: 4 000 000 тенге.

Срок окупаемости: 5 месяцев.

Концепция проекта

Концепция проекта предусматривается открытие пекарни «Хлеб в тандыре» по приобретаемой российской франшизе. Франшиза пекарни «Хлеб в тандыре» является идеальным бизнесом для вас – низкие вложения, высокие доходы, короткие сроки.

Пекарня «Хлеб в тандыре» – это небольшая, уютная и ароматная пекарня с широким ассортиментом выпечки, высоким качеством продукции и демократичными ценами. Особенность нашей пекарни – это приготовление полезной тандырной выпечки на глазах у покупателей. В ассортименте наших пекарен – тандырный хлеб и тандырная выпечка, духовая выпечка, духовой хлеб, осетинские пироги.

Пекарня «Хлеб в тандыре» – это здоровая и вкусная выпечка для всей семьи по старинным рецептам!

Структура финансирования

Проект предполагает приобретение франшизы, оборудования и прочих расходов для открытия пекарни. Сумма необходимых инвестиций – 4 000 000 тенге. Инвестиции планируется привлечь из внешнего источника в виде банковского кредита в размере 4 000 000 тенге.

Инвестиционный план:

№	Наименование	Стоимость, тенге
1	Инвестиции	4 000 000
	Кредитные средства	4 000 000
	В % соотношении	
	Кредитные средства	100%
Итого:		4 000 000

Описание продукта.

Типы продуктов и их основные характеристики

Приготовленные хлебные изделия в тандыре получаются ароматными, румяными, красивыми и одинаково пропеченными с обеих сторон. Мы продаем свежую продукцию: горячую выпечку, хлеб, лепешки и очень вкусные сладкие хлебобулочные изделия.

Всю продукцию мы делаем сами и только из натуральных продуктов.

Цены на продукты

№	Наименование товара	Продажная цена, тг
1	Тандырная лепешка	150
2	Булочка с начинкой	240
3	Самса	150
4	Национальная выпечка	150

Сведения о рынке и конкурентах. Анализ конкурентной среды

При всем обилии конкурентов и наличии на рынке крупных хлебозаводов рынок хлебобулочных и кондитерских изделий далек от насыщения. Прежде всего это связано с повышенным интересом наших граждан к необычным видам

хлебобулочных и кондитерских изделий, выпеченным по специальным рецептам. Как уже говорилось выше, конкурировать в этом плане с крупными предприятиями очень просто. Ведь на изменение ассортимента небольшого производства уйдет от силы пара дней, а крупное предприятие должно провести полномасштабную реструктуризацию. Учитывая, что большинство крупных хлебозаводов остались еще с эпохи Советского Союза, можно полагать, что многим из них требуется еще и тотальная модернизация производства.

Практически ни одно предприятие не реализует горячий хлеб и свежую выпечку в связи с удаленностью производства от точек реализации. В продажу хлебобулочные изделия поступают через 12-14, 22 часов после выпечки. Следовательно, в торговую сеть продукция поступает уже остывшей и частично потерявшей свою привлекательность.

Особенность нашей пекарни – это приготовление полезной тандырной выпечки в присутствии покупателей. В ассортименте наших пекарен – тандырный хлеб и тандырная выпечка, духовая выпечка, духовой хлеб, осетинские пироги.

Маркетинговая стратегия.

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. Разработка интернет-сайта.
2. Написание статей в бесплатные электронные или печатные журналы по профилю бизнеса, где в подписи к ней будут стоять ссылка на сайт или E-mail. Так о нас узнают все читатели этих СМИ.
3. Раскрутка сайта через Google Adwords либо через Яндекс Директ.
4. SEO-оптимизация.
5. SMM продвижение (социальные сети).
6. Кросс-маркетинговые акции с партнерами. Организовывать совместные акции с коллегами и партнерами, с которыми наши услуги могут дополнять друг друга для одной и той же целевой аудитории.
7. Подарочные сертификаты, программы лояльности. То есть сделать так, чтобы клиенту захотелось к нам не только прийти еще раз, но привести еще кого-то с собой в следующий раз.

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).

Основные барьеры и риски входа на рынок

Ключевыми барьерами входа на рынок в рамках реализации проекта выдвигаются следующие:

- Доступ к источникам финансирования.
- Долгосрочные контракты и деловые связи.
- Активный маркетинг
- Административные барьеры

Краткое описание производственного процесса

Тандыр – это древнее и гениальное изобретение человечества. Правильно сложенный тандыр можно считать производством гончарного искусства. Тандыры по своему назначению бывают разными, в одних пекут хлеб, в других самсу, в третьих готовят мясо тандыр-кебаб, и в таких блюдах нет избытка жира, а природные соки и витамины сохраняются. В тандырах выпекают хлеб в странах Средней Азии, Закавказья, на юге России, в Монголии, даже в Индии и Японии. А выходцы из Узбекистана, где тандыры есть почти в каждом дворе, а не только в кишлаках, но даже в больших городах, и считаются святым местом в доме, – владеют особым искусством кладки этих печей. Большие тандырные лепешки весом 430 граммов называются «патыр», маленькие лепешки – «кульча», они весят 250 граммов. Перед выпечкой на заготовки наносят узоры специальными приспособлениями с металлическими иглами. Теперь мастер начинает колдовать возле раскаленной печи. Раскатывает заготовленные шары теста в виде круглых лепешек, смазывает их молоком, сбрызгивает водой, посыпают кунжутом. Затем засовывает руку, плечо и даже голову прямо в огнедышащее отверстие, чтобы ловким движением припечатать куски теста к раскаленной стенке. Пока лепешки выпекаются, их снова сбрызгивают водой. Образующийся при этом пар участвует в процессе приготовления, придавая изделиям блеск и увеличивая их объем. Зарумянившиеся через 5-7 минут лепешки надо успеть вынуть из тандыра специальной лопаткой «иёглик». Надо быть большим мастером, чтобы не упустить момент. И вот уже партия ароматнейших румяных лепешек лежит на покрытом белым полотенцем прилавке.

Описание требуемых ресурсов. Анализ расположения и инфраструктуры.

Под открытие пекарни подойдут остановочные киоски, отдельно стоящие помещения, площади в ТЦ и рынках.

Основные требования по помещению:

1. Требуемое помещение – от 30 м².
2. В пекарне обязательно наличие водопровода и канализации.
3. Помещение должно быть оборудовано вытяжкой.
4. Электроэнергия – от 15 квт.

Предполагается аренда такого помещения. Ориентировочная стоимость аренды будет составлять 300 000 тенге в месяц.

Список приобретаемых активов

Наименование движимого имущества	Дата приобретения	Срок эксплуатации	Количество единиц	Стоимость приобретения
Стартовый пакет (покупка франшизы)	Январь 2018	5 лет	1 ед.	1 800 000 тенге
Производственное оборудование	Январь 2018	5 лет	-	1 300 000 тенге
Технологическое оборудование	Январь 2018	5 лет	-	50 000 тенге
Ремонтные работы	Февраль 2018	-	-	480 000 тенге
Вывеска, инвентарь и прочее	Февраль 2018	-	-	370 000 тенге
Итого необходимо средств				4 000 000 тенге

В стоимость франчайзингового пакета пекарни «Хлеб в тандыре» входит профессиональный электрический тандыр, разработанный специально для кафе и ресторанов, пожалуй, лучший на данный момент на Российском рынке тандыров. Тандыр предназначен как для выпекания лепешек, самсы, хлеба, лаваша, так и для приготовления мясных блюд.

Тандыр

Производство – Россия. Материал – шамотная глина. Параметры: высота – 100 см, диаметр – 45 см, вес – 250 кг, размеры подставки на колесах – 80*80 см. Облицовка – керамика, мозаика. Толщина стенок – 5 см.

Наш тандыр обладает всеми высокими профессиональными потребительскими свойствами и отвечает всем гигиеническим требованиям. Для постоянного поддержания необходимой температуры, тандыр оборудован специальным прибором, а также он оснащен дополнительным электронагревателем в основании тандыра для выпечки хлеба. Тандыр не требует монтажа – достаточно просто подкатить его к месту работы и включить в розетку.

Производительность тандыра – 18-20 лепешек по 300 гр либо 60-70 единиц самсы за 15 минут. Гарантийный срок – 12 месяцев. Товар сертифицирован.

Персонал

Штатное расписание выглядит следующим образом:

Должность	Начисленная з/п тенге.	Человек	Итого ФОТ тенге.
Административный персонал			
Директор, функц. гл. бух.		1	
Бухгалтер		1	1200
Производственный персонал			
Пекаря 2 в 2 смены	90000	4	360 000
Продавец	90000	2	180 000
Итого			541 200

План производства. План объема выпуска продукции

Наименование товара	Продажная цена, тенге	Объем сбыта в месяц, шт
Тандырная лепешка	150	3 600
Булочка с начинкой	240	9 000
Самса	150	3 000
Национальная выпечка	150	3 600

Финансовый план. Список общих издержек

№	Расходы	Сумма, тенге
1	Аренда	300 000
2	Ком.услуги	30 000
3	Реклама	60 000
4	Электрэнергия	120 000
5	Прочие расходы	30 000
	Итого	540 000

Отчёт о прибылях и убытках

	2018	2019	2020
Выручка	36 900 000	44 280 000	44 280 000
Материалы и комплектующие	6 750 000	8 100 000	8 100 000
Валовая прибыль	30 150 000	36 180 000	36 180 000
Общехозяйственные и коммерческие расходы	5 400 000	6 480 000	6 480 000
Амортизация	244 444	266 667	266 667
Расходы на заработную плату	6 041 000	7 242 020	7 242 020
Финансовые расходы	188 571	126 857	44 571
Прибыль до налога на прибыль	18 275 984	22 064 456	22 146 742
Прибыль с учетом убытков прошлых периодов	1 837 982	1 844 839	1 851 696
Налог на прибыль	548 280	661 934	664 402
Чистая прибыль	17 727 705	21 402 523	21 482 340

4. ОТКРЫТИЕ ЦЕХА ПО ПРОИЗВОДСТВУ СУШЕНОЙ ДЫНИ.



Анкета проекта:

Цели инвестиционного проекта: открытие цеха по производству сушеной дыни.

Продукция: сушеная дыня.

Стоимость проекта: 7 493 176 тенге.

Срок окупаемости: 1 год.

Концепция проекта

Концепция проекта предусматривает открытие цеха по **производству сушеной дыни**.

Сушка фруктов – лучший способ сохранения полезных свойств продуктов, к тому же самый удобный. Если замороженный или законсервированный продукт разморозить или вскрыть, то через пару дней он уже не будет непригодным. Сухофрукты же абсолютно без проблем могут храниться месяцами.

Сухофрукты – высушенные фрукты или ягоды, с остаточной влажностью около 20%. Сушатся фрукты или естественным путём (например, на солнце), или путём промышленных методов (например, с помощью дегидрататора).

Сухофрукты богаты витаминами (А, В1, В2, В3, В5, В6) и минеральными элементами (железо, кальций, магний, фосфор, калий, натрий), содержат порядка 250 ккал и 1,5-5 г белка на 100 г. Они имеют длительный срок хранения и не требуют хранения в холодном месте. В этом одно из их главных преимуществ, и в этом отношении они являются удобной альтернативой свежим фруктам (особенно во время неурожайного сезона). Однако, во время сушки, сухофрукт теряет большую часть витамина С.

В кулинарии сухофрукты добавляются в выпечку, сухие завтраки, мюсли. По причине устранения влаги в процессе сушки (может теряться около 7/8 частей веса), обладают интенсивным вкусом.

В промышленных условиях могут быть обработаны диоксидом серы для сохранения цвета продукта и предотвращения порчи. Необработанные сухофрукты могут иметь сравнительно тёмный цвет.

Смета инвестиционных затрат по проекту:

Наименование затрат	Сумма, тенге
Оборудования для сушки плодов (Китай)	1 360 000
Пополнение оборотных средств	5 833 176
Другие фиксированные активы	300 000
Итого	7 493 176

Структура и источники финансирования:

Структура финансирования	Сумма, тенге	доля
Инвестиционные цели	1 660 000	22%
Оборотные цели	5 833 176	78%
Итого	7 493 176	100%
Источники финансирования	Сумма, тенге	доля
Собственные средства	2 089 176	28%
Заемные средства	5 404 000	72%
Итого	7 493 176	100%

Описание продукции

Сушёная дыня – это вкусные и полезные сухофрукты для поддержания молодости и здоровья! Они отлично хранятся, их хорошо добавлять в каши, мюсли и кушать просто так. Продукт подходит веганам, вегетарианцам и всем, кто придерживается фитнес- и детокс-питания.


В сушеной дыне содержится примерно 25% легкоусвояемых сахаров, которые служат незаменимым источником энергии. В ней также много крахмала и клетчатки, играющей существенную роль в профилактике онкологических заболеваний. Доказано, что клетчатка очищает кишечник, служа своего рода «веником» для организма. Богатая клетчаткой пища, которой являются сухофрукты – это лучшее средство для тех, кто хочет оставаться в форме и следит за своим весом.

Много в сушеных дынях и растительного белка, минеральных солей и витамина С (аскорбиновой кислоты). Полноценный растительный белок – важный компонент диеты вегетарианцев и веганов. Он обеспечивает чувство насыщения, помогая не переесть. Это отличный вариант для перекусов и быстрых «снэков» между приёмами пищи.

В сушеной дыне очень большое содержание витаминов группы В – эти витамины отвечают за состояние нервной системы, а также провитамина А (бета-каротина), ответственного за красоту и здоровье наших волос. В ней также содержится большое количество железа, необходимого для профилактики анемии, фолиевой кислоты, важной в период беременности, никотиновой, пантотеновой кислоты, азотистых веществ.

Сушеная дыня оказывает сильное тонизирующее действие, укрепляет организм и повышает его иммунитет. Она также обладает мочегонным, противовоспалительным, желчегонным, слабительным, и очищающим свойством. При наружном

применении дыня очищает кожный покров от воспалений и высыпаний, при внутреннем – мочевыделительную систему и желудочно-кишечный тракт. Сушёная дыня улучшает процесс кроветворения, повышает перистальтику кишечника и способствует выводу из организма холестерина. Положительно влияет дыня и на нормализацию метаболизма (обмена веществ) и жирового обмена.

продукция	сорт	качественные показатели	упаковка	вид
Дыня сушеная косичка	высший	влажность - 12% сорность - 0,5%	Уложено в гофра короб Упаковано по 150 гр. в полиэтиленовую пищ. пленку вес нетто - 20кг.	

План маркетинга и анализ рынка.

Рынок сухофруктов Республики Казахстан.

Объем рынка сухофруктов составляет 2600 тонн, в том числе:

- компотные смеси – 1600 тонн;
- курага, изюм – 1000 тонн.

Приведенные данные являются результатом оценок и расчетов, с использованием данных официальной статистики. Наиболее распространенной нормой потребления сухофруктов в мире является 3-4 кг в год. Потребление сухофруктов на 1 жителя Казахстана в год составляет 0.171 кг.

По характеру потребления сухофрукты можно подразделить на две группы:

- в качестве витаминной продукции,
- в качестве ритуальных продуктов.

В последние годы наблюдается процесс увеличения потребления сухофруктов в Казахстане, что связано с действием нескольких факторов:

- возрастание внимания к здоровью,
- более широкое распространение религиозных, народных празднований и событий,
- возможность для значительной части населения компенсировать недостаток средств на приобретение соков компотами из сухофруктов.

Конкуренция. Рынок Казахстана насыщен продукцией, различающейся в значительной степени качеством и ценой, однако достаточно разнородной по ассортименту: предлагаются различные сорта изюма, кураги, кишмиша, компотных смесей.

Рынок сухофруктов представлен «безымянными производителями», потребители не всегда в состоянии самостоятельно определить не только компанию производителя, но даже страну. Конкуренция между «невидимыми» участниками рынка тем не менее существует. Представленные на рынке продукты слабо дифференцированы и различимы в основном только по товарным категориям и цене, отражающей определенный уровень качества продукта, его внешнего вида, чистоты.

Цены на сухофрукты очень высоки по сравнению с Кыргызстаном и Таджикистаном, особенно в супермаркетах, где продукция расфасовывается и приобретает соответствующий товарный вид.

Интенсивность конкуренции невысока и рынок вполне открыт для новых участников, особенно тех, кто способен предложить сухофрукты, произведенные по самым современным технологиям, с соответствующим товарным видом и в более широком ассортименте.

Ассортимент. Ассортимент сушеных фруктов, представленный в торговых точках Казахстана, достаточно широк. Так, лидирующие позиции имеет изюм, поскольку чаще покупается индивидуальными потребителями и кондитерскими цехами. Изюм по видам представлен в торговых точках в следующих пропорциях: коричневый – 36,6%, желтый – 33,3% и черный изюм – 30,1%.

Очень значительна популярность кураги, которая продается в различных видах: с косточкой и без нее, желтая и коричневая, яркая, маслянистая и матовая.

Разновидность сушеного винограда кишмиш, компотный набор и чернослив играют менее значительную роль на данном рынке. В целом, несмотря на небольшие объемы потребления данной продукции, можно сказать, что ассортимент представленной на рынке продукции вполне характеризует спрос на нее.

В качестве «корзины сухофруктов» продается набор сухофруктов, оформленный/упакованный в плетеные корзины разных размеров, при чем стандартный ассортимент отсутствует: в одной корзине могут быть и изюм, и курага, и орехи разных видов, и чернослив.

Существуют ярко выраженные различия в ассортименте сушеных фруктов, представленных в разных категориях торговых предприятий. Такая широко представленная на рынке продукция, как сушеный виноград, абрикос, чернослив, яблоки и груши, в основном реализуемые на развес, представлены на рынке, причем груши представлены только на базарах: 67% – на оптовом рынке. Сушеная вишня представлена только в супермаркетах; привлекательно упакованная корзина сухофруктов на 67% продается в супермаркетах, остальная часть – на рынке. Компотный набор, который представляет собой смесь сушеных яблок, груш, сливы и груш не всегда привлекательного внешнего вида и неизвестного качества, на 73% реализуется на рынках.

Упаковка/расфасовка. Рынок сушеных фруктов ориентируется на требования потребителей к наличию упаковки для продукции и к ее качеству, однако даже наиболее простая упаковка встречается лишь для 52,9% объемов сухофруктов. Очень значительная часть (35,4%) представлена в весовом виде, в пластиковый контейнер упаковывают сухофрукты 10,2% производителей. Таким образом, большое количество производителей еще работают «по-старинке» и не могут или не хотят убедить своего покупателя в том, что его продукция качественная, чистая и отборная.

Наглядна картина зависимости применяемой упаковки от страны – изготовителя сухофруктов, которая характеризует ориентир производителя на современные требования покупателей. Турецкие производители весь объем ввозимой продукции упаковывают в контейнеры, что удобно для покупателя и более соответствует санитарным требованиям.

Продукция из России, значительная часть узбекской и казахстанской продукции упакована в пакеты. Отстают от требований рынок Таджикистана и, чуть менее, Узбекистана: 77% и 33% соответственно практикуется реализация на развес.

Для данного продукта очень наглядно просматривается ориентир торговых предприятий к наиболее предпочтительным видам упаковок. Супермаркеты реализуют сухофрукты исключительно в упакованном виде, причем по большей части в контейнеры-пакеты. Похожая картина и в минимаркетах, хотя здесь можно встретить весовой продукт (13%). На рынках основные объемы реализуются на развес: это соответствует предположению, что на рынок идет покупатель со средним и относительно невысоким достатком и приобретает более дешевый весовой продукт.

На оптовом рынке большая часть сухофруктов представлена в пакетах, что более удобно для оптового покупателя. Для продукции, упакованной в пакеты, контейнеры или корзины, характерна следующая структура расфасовки. Большая часть продукции расфасована по 1 кг. Как правило, весом 1 кг предлагаются упаковки с компотными наборами; более мелкие расфасовки удобны для разового применения таких продуктов, как изюм, курага и чищенный грецкий орех. Более крупные расфасовки используются, но достаточно редко.

Среди мелких расфасовок чаще используется 200-граммовая расфасовка. Становится все более очевидным «наступление упаковки» на один из самых последних форпостов рассыпной продукции. Для производителей Кыргызстана и Таджикистана важно учитывать столь явную тенденцию развития торговли и потребительских предпочтений.

Торговые марки. Отличительная черта рынка сухофруктов в Казахстане состоит в том, что основная часть представленной продукции (почти 92%) не имеет явной принадлежности определенному производителю: в торговых точках не представлена торговая марка, в ряде случаев у продавца продукции возможно узнать только страну-производителя и то не всегда.

Надо отметить, что отсутствие указания на производителя продукции вызывает недоверие к ее качеству среди покупателей, в особенности это касается не упакованной, весовой продукции. При разработке политики выхода на казахстанский рынок сухих фруктов Кыргызстану необходимо учитывать этот фактор.

На данном рынке часто названия используются лишь географические, например, «Изюм Самаркандский», «Курага Исфаринская». Продукция поступает в торговую сеть в основном в весовом виде. Можно сделать вывод, что на данном рынке поставщики работают по традиционной для них, давно сложившейся схеме, используя оптовый уровень распределения. Реже упакованная продукция поступает на прямую в розничную торговую сеть.

Технологический процесс.

Дыня – любимый многими десерт, пленяющий своим густым ароматом и нежным медовым вкусом. Сочная душистая мякоть не только исключительно вкусна, но и весьма полезна в диетических целях с лечебным эффектом при заболеваниях печени и почек, малокровии, ревматизме, сердечнососудистых расстройствах. Этот кладезь витаминов, особенно продукт богат солями калия и железа, пектинами, клетчаткой, легкоусвояемыми сахарами, белками, крахмалом и прочими необходимыми для здоровья элементами.

Все эти качества возводят дыню в ранг особо ценных и полезных продуктов, заставляя искать способы переработки и длительного хранения этих сезонных плодов. Многочисленные опытные решения показали, что оптимальным способом сохранить вкусовые качества и полезные свойства дыни является ее сушка! К тому же сушеная дыня очень транспортабельна и способна храниться несколько лет.

Сушке подлежат все сорта дыни, но предпочтение отдается плодам с твердой корой, плотной консистенцией мякоти, сахаристым и интенсивно душистым. Низким качеством характеризуется продукт из сырья с небольшим содержанием сахара.

Надежной и эффективной на сегодняшний день зарекомендовала себя технология инфракрасной сушки. Она используется как производителями готовой сушеной продукции, в том числе и дыни, так и в качестве промежуточной стадии производства пищевых продуктов и полуфабрикатов. На первом этапе технологического процесса сушки дыни сортируют по зрелости, по внешнему виду на предмет целостности и качества, по размеру плодов. Далее на технологическом столе производят очистку от коры, семян и плаценты, и инспектируют состояние и пригодность сырья. Отходы производства размещают в специальный бункер-наполнитель. Следующий шаг – измельчение и промывка полученных ломтиков водой в емкости для мойки сырья, после чего дыни помещают в инфракрасную сушилку. Принцип действия сушильной камеры основан на выведении влаги из продукта путем комбинированного воздействия специальных инфракрасных излучателей и обдува предварительно нагретым воздухом. Как правило, сушилки такого типа оснащены несколькими лентами размещения продукта, каждая из которых отдельно подлежит мониторингу температуры, влажности и скорости движения воздуха. Высушенный до остаточной влажности 20-22% продукт попадает на настольный поддон для дальнейшей упаковки.

Готовая сушеная дыня имеет прозрачно-золотистый или светло-коричневый цвет, ярко выраженный аромат, мягкую текстуру и липкую поверхность, при сжатии продукт проявляет эластичность и не выделяет сок. Ее укладывают в чистые ящики или другую емкость, днище и стенки которой устланы пергаментной бумагой, либо дозируют на весах и расфасовывают в специальные упаковочные материалы (целлофан, пластиковые контейнеры). Оптимальные условия хранения сушеной дыни – это сухое темное помещение с температурой воздуха не выше 12С и влажностью около 60%.

Описание и мощность объекта:

Продукт	масса разовой загрузки, кг		время вяления/сушки, час		план. раб. часы в сутки	макс. перераб. сырья неочищ. в сутки	макс. перераб. сырья неочищ. в месяц
	мин.загрузка	макс.загрузка	при мин. загрузке	при макс. загрузке			
Дыня	120	200	1,5	4	24	2400	6200

Производственный план:

Наименование	ед.изм.	Интервал планирования					Итого, тенге
		1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	
Закуп сырья	кг	124 800	124 800	124 800	124 800	124 800	499 200
Готовый продукт	кг	9 360	9 360	9 360	9 360	9 360	37 440

Организационный план

В связи с сезонностью бизнеса, компания планирует арендовать производственные помещения только по сезону, средняя стоимость аренды помещения составляет 100 000 тенге в месяц. Период сезона с августа по сентябрь. Помещения планируется арендовать вблизи бахчевых полей для уменьшения дополнительных затрат компании.

Компания планирует нанимать 5 рабочих в сезон, в связи с тем, что процесс производства является не сложным, оплата будет производиться ежедневно в день 2 500 тг на 1-го рабочего.

Финансовый план.**Производственные, общие и административные расходы:**

Статьи издержек	ед.изм.	Интервал планирования					Итого, тенге
		1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	
Производственный план	кг	9 360	9 360	9 360	9 360	9 360	37 440
Производственные расходы							
Сырье и материалы	тыс.тг						
Расход сырья на Сушеная дыня	тыс.тг	4 371 120	4 677 098	5 004 495	5 354 810	5 729 647	20 766 050
расход сырья на ед. продукции	тыс.тг	467	500	535	572	612	555
Техобслуживание и ремонт	тыс.тг	0	33 200	35 524	38 011	40 671	147 406
Ремонтные работы	тыс.тг	0	33 200	35 524	38 011	40 671	147 406
Производственный персонал	тыс.тг	650 000	695 500	744 185	796 278	852 017	837 500
Оплата труда	тыс.тг	650 000	695 500	744 185	796 278	852 017	837 500
Социальные отчисления	тыс.тг	71 500	76 505	81 860	87 591	93 722	92 125
Амортизационные отчисления	тыс.тг	138 800	127 096	116 388	106 591	97 627	447 702
Основные производственные фонды	тыс.тг	138 800	127 096	116 388	106 591	97 627	447 702
Аренда производственных фондов	тыс.тг	200 000	214 000	228 980	245 009	262 159	950 148
Аренда производственных зданий	тыс.тг	200 000	214 000	228 980	245 009	262 159	950 148
Другое	тыс.тг	218 556	233 855	250 225	267 740	286 482	1 038 303
Прочие накладные расходы	тыс.тг	218 556	233 855	250 225	267 740	286 482	1 038 303
Итого производственных расходов	тыс.тг	5 578 476	5 980 749	6 379 797	6 808 439	7 268 604	1 087 500
в % к доходам		31%	34%	34%	33%	33%	33%
Расходы периода							
Общехозяйственные расходы		1 561 640	1 565 140	1 674 700	1 791 929	1 917 364	6 949 132
Командировочные и представительские	тыс.тг	889 200	889 200	951 444	1 018 045	1 089 308	3 947 997
Канцелярские и типографские	тыс.тг	26 000	27 820	29 767	31 851	34 081	123 519
Услуги связи	тыс.тг	24 000	25 680	27 478	29 401	31 459	114 018
Банковские услуги	тыс.тг	88 920	88 920	95 144	101 805	108 931	394 800
Расходы по налогам	тыс.тг	533 520	533 520	570 866	610 827	653 585	2 368 798
Итого расходов периода		1 561 640	1 565 140	1 674 700	1 791 929	1 917 364	6 949 132
в % к доходам		9%	9%	9%	9%	9%	9%
Условно-переменные издержки		6 951 316	7 365 293	7 880 864	8 432 524	9 022 801	32 701 483
в % к доходам		39%	41%	41%	41%	41%	41%
Условно-постоянные издержки		188 800	180 596	173 633	167 843	163 166	685 239
в % к доходам		1%	1%	1%	1%	1%	1%
Производственная себестоимость		6 812 516	7 238 197	7 764 476	8 325 933	8 925 174	32 253 780
в % к доходам		38%	41%	41%	41%	41%	41%
Функциональная себестоимость		6 951 316	7 365 293	7 880 864	8 432 524	9 022 801	32 701 483
Полная себестоимость		7 140 116	7 545 889	8 054 497	8 600 368	9 185 967	33 386 722
в % к доходам		40%	42%	42%	42%	42%	42%

Расшифровка расходов с учетом инфляции:

Производственные планы: технические характеристики оборудования:

Продукт	масса разовой загрузки, кг		время вяления/сушки, час		план. раб. часы в сутки	макс. перераб. сырья неочищ. в сутки	макс. перераб. сырья неочищ. в месяц
	мин. загрузка	макс. загрузка	при мин. загрузке	при макс. загрузке			
Дыня	120	200	1,5	4	24	2 400	62 400

Динамика производства:

Наименование	ед.изм.	Интервал планирования					Итого, тенге
		1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	
Закуп сырья	кг	124 800	124 800	124 800	124 800	124 800	499 200
Готовый продукт	кг	8360	9360	8360	9360	8360	3740

Калькуляция продукции:

Наименование	ед.изм.	кол-во	цена	Сумма, тенге
Дыня неочищенная	кг	2 400	30	72 000
Выход сырья после очищения	%	50%		
	кг	1 200,00		
Выход продукта после усушки	%	15%		
	кг	180,00		
Расходы по упаковочной пищ. пленке на ед. прод.	пм/тыс.тг	252	5	1 260
Расходы по таре-коробкам на ед.прод.	шт/тыс.тг	9	200	1 800
Расходы по этикетке на ед.прод.	шт/тыс.тг	1 200	5	6 000
Расходы по эл/энергии	кВт/тыс.тг	120	25	3 000
Общая сумма расходов				84 060
Себестоимость основного сырья на 1 кг продукта	тыс.тг			467

Техническое обслуживание и ремонт: расходы по техническому обслуживанию оборудования заложены со 2-го года эксплуатации в размере 2% от начальной стоимости основных средств.

Баланс основных средств:

Наименование позиций	Начальная стоимость	Интервал планирования					Остаточная стоимость
		1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	
1. Силовые машины и оборудование	1 360 000	1 360 000	1 251 200	1 151 104	1 059 016	974 294	896 351
Оборудование для сушки плодов (Китай)	1 360 000	1 360 000	1 251 200	1 151 104	1 059 016	974 294	896 351
2. Другие фиксированные активы	300 000	300 000	270 000	243 000	218 700	196 830	177 147
Инструменты, хоз. инвентарь	200 000	200 000	180 000	162 000	145 800	131 220	118 098
Копировально-множительная техника	50 000	50 000	45 000	40 500	36 450	32 805	29 525
Измерительные и регистрирующие устройства	50 000	50 000	45 000	40 500	36 450	32 805	29 525
ИТОГО	1 660 000	1 660 000	1 521 200	1 394 104	1 277 716	1 171 124	1 073 498

Прочие накладные расходы в размере 5% от суммы себестоимости.

Общехозяйственные расходы:

Общехозяйственные расходы	
Командировочные и представительские	компания планирует доставлять продукции до г.Астаны, расчет расходов по транспорту и команд-м составляет в среднем 5% от суммы доходов
Канцелярские и типографские	5000 тг в месяц
Услуги связи	6000 тг в месяц
Банковские услуги	0,5% от суммы доходов

Прогноз доходов:

Наименование продукции	ед.изм.	Интервал планирования					Итого, тенге
		1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	
Сушеная дыня							
Объем реализации (план)	кг	9 360	9 360	9 360	9 360	9 360	37 440
Объем реализации (прогноз)	кг	9 360	9 360	9 360	9 360	9 360	37 440
Цена реализации (план)	тыс.тг	2 000	2 000	2 140	2 290	2 450	2 220
Цена реализации (прогноз)	тыс.тг	1 900	1 900	2 033	2 175	2 328	2 109
Выручка от реализации Сушеной дыни	тыс.тг	17 784 000	17 784 000	19 028 880	20 360 902	21 786 165	78 959 946
Доход от основной деятельности		17 784 000	17 784 000	19 028 880	20 360 902	21 786 165	78 959 946

Прогноз прибыли и убытков:

Наименование позиций	Интервал планирования					ИТОГО, тенге
	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	
Выручка от реализации	17 784 000	17 784 000	19 028 880	20 360 902	21 786 165	78 959 946
Переменные затраты	6 951 316	7 365 293	7 880 864	8 432 524	9 022 801	32 701 483
Валовая прибыль	10 832 684	10 418 707	11 148 016	11 928 377	12 763 364	46 258 464
Постоянные затраты	188 800	180 596	173 633	167 843	163 166	685 239
в т.ч. амортизация	138 800	127 096	116 388	106 591	97 627	447 702
Операционная прибыль	10 643 884	10 238 111	10 974 383	11 760 534	12 600 197	45 573 225
Чистая прибыль	10 643 884	10 238 111	10 974 383	11 760 534	12 600 197	45 573 225
ЧПФС	10 782 684	10 365 207	11 090 771	11 867 125	12 697 824	46 020 927
То же, нарастающим итогом	10 782 684	10 365 207	21 455 978	33 323 103	46 020 927	46 020 927
Рентабельность продаж	60%	58%	58%	58%	58%	58%

5. ОРГАНИЗАЦИЯ ЦЕХА ПО ПРОИЗВОДСТВУ ТУШЕНКИ**Анкета проекта**

Цели инвестиционного проекта: организация цеха по производству тушенки.

Продукция: тушенка трех наименований из говядины, конины и баранины в количестве свыше 291 720 банок год.

Стоимость проекта: 27 809 000 тенге.

Срок окупаемости: 2,2 года.

Концепция проекта

Концепция проекта предусматривает строительство цеха по производству тушенки с целью привлечения кредитных ресурсов в размере 17 809 000 (семнадцать миллионов восемьсот девять тысяч) тенге на 5 лет по «Программе развития продуктивной занятости и массового предпринимательства на 2017-2021 годы».

Испокон веков мясо являлось важнейшим продуктом питания человека, это основной источник белка. Мясоперерабатывающая промышленность традиционно была одной из главных сельскохозяйственных отраслей промышленности Казахстана. Её суть состоит в комплексной переработке скота.

Слово «консервирование» произошло от латинского слова *conserve*, которое означает «сохранение». Научные основы современных методов консервирования были даны еще в XIX веке, когда кроме видимых виновников разложения продуктов, таких, как плесень и грибки, были обнаружены и невидимые формы микроорганизмов, бактерии и дрожжевые грибки. Это открытие сделал знаменитый французский химик Луи Пастер (1822-1895), который подробно изучил, прежде всего, дрожжевые и патогенные микробы и одновременно заложил научную основу умерщвления их зародышей. В честь него был назван пастеризацией способ частичной стерилизации веществ повышенной температурой, прежде всего жидких. Пастер имел предшественников в специальности практического консервирования продуктов, им был парижский повар Николас Апперт (ум. в 1840 г.). В 1804 году он попробовал консервировать продукты в жестяных банках кипячением, а затем свой способ описал и показал в Париже в 1810 году (*L'art de conserver toutes les substances animales et vegetales*, Paris 1810, первое немецкое издание вышло в Праге в 1844 году).

Жестяную банку наполняли продуктами, предназначенными для консервирования, нагревали водяным паром или в горячей воде. Через малое отверстие на верху банки уходил избыточный воздух, а поле его выхода это отверстие запаивали. Герметично заполненную банку затем кипятили в горячей воде так, чтобы температура могла подниматься до 135°C, добавляли различные соли и тем самым достигали требуемой степени стерилизации. Дальнейшая эволюция принесла не только знание причин разложения, но и дальнейших биохимических изменений, объяснила значение продуктового метаболизма (обмена веществ), как исходных веществ, так и потребности метаболизма человека, для которого вполне хватает основных питательных веществ, таких как сахараиды, липиды и белки, и биокатализаторов, прежде всего, витаминов, ферментов, веществ роста, пигментов и антибиотиков.

Это дало возможность научной специальности консервирования продуктов, которая рациональным способом обеспечивает долговременное хранение трудно сохраняемых продуктов, прежде всего, фруктов и овощей, для круглогодичного употребления и в такой форме, которая лучше всего сохраняет их первоначальный вид.

Мясная промышленность объединяет в себе множество предприятий различных профилей деятельности: выращивание и откорма скота, производства комбикормов, убой и переработки кондиционных животных, производства мясных изделий, хранения и реализации продукции, а также сервисные предприятия отрасли.

Сегодня на душу населения Казахстана приходится в среднем 44 килограмма мяса в год, что практически не отличается от потребления мяса ближайших городов России, в то время, как в развитых странах – в среднем на душу населения приходится 87 килограммов мяса в год

Основными причинами столь низкого потребления мясной продукции являются:

- низкая покупательная способность населения;

- несоответствие мясной продукции ветеринарным нормам;
- миграция;
- высокая стоимость продуктов питания;
- появление ассортимента другой продукции.

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

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

Основными субъектами рынка мяса и мясoproдуктов являются:

- крестьянские (фермерские) хозяйства;
- личные подсобные хозяйства и сельскохозяйственные предприятия, производящие мясо;
- предприятия, обеспечивающие вторую и третью сферу мясoproдуктового подкомплекса средствами производства;
- предприятия мясной промышленности и предприятия рыночной инфраструктуры, обеспечивающие условия для осуществления процесса производства и реализации мяса, мясoproдуктов.

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

Составляющие качества продукции:

- выполнение гигиенических требований при производстве, упаковке, хранении, транспортировании и реализации;
- продукция соответствует санитарным, ветеринарным нормам;
- мясо (сырье) поступает из забойного пункта;
- использование охлажденного мяса, но не замороженного улучшает качество конечной продукции;
- пищевые добавки сопровождаются сертификатом соответствия;
- мясное сырье отечественного и импортного производства принимается на промышленную переработку с ветеринарными сопроводительными документами;
- использование высокотехнологичного и современного оборудования.

Общая площадь строительства составляет 180 кв.м.

Общие инвестиционные затраты по проекту.

Финансирование проекта планируется осуществить за счет заемного капитала и собственного капитала.

Источник финансирования, тыс. тг.	Сумма	Период	Доля
*Собственные средства	10 000	2018 г	36%
Заемные средства	17 809	2018 г	64%
Всего	27 809		100%

**Собственные средства направлены на строительство цеха общей площадью 180 кв.м. для производства тушенки.*

Описание продукта

Говядина Государственного Стандарта качества, высшего сорта, закатанная в металлические банки, имеет не такую короткую и простую историю, как может показаться на первый взгляд. Человечество как минимум столетиями билось над вопросом длительного сохранения такого высококалорийного, питательного, а также абсолютно необходимого в тяжелых условиях продукта, как мясо.

Прообразами говяжьей тушенки ГОСТ являются три малоизвестных сегодня в широких кругах продукта, уходящие корнями в «первобытные» (вернее будет сказать – «Близкие к Природе») культуры: вяленое мясо, солонина и пеммикан. Первое является технически простой попыткой засушить нарезанное тонкими полосками мясо на солнце, применяемое с древнейших времен, но не слишком эффективное. Хотя солнечный ультрафиолет и убивал часть бактерий, поедающих мясо, само по себе оно не было ничем защищено, так как не имело тары, а потому долго храниться не могло. Разновидность вяления – копчение, является более совершенным способом сохранения тушеной говядины, однако, оно также не даёт большой свободы при положительных температурах.

Второй по эффективности прародитель современной говяжьей тушенки ГОСТ – солонина. Посол говядины – это, пожалуй, единственный работающий способ сохранять мясо при положительных температурах без технических приспособлений. Он представляет собой помещение окорока в большое количество соли. После прохождения этого процесса мясо может храниться довольно долго, но со временем горкнет, становится непригодным к употреблению в пищу. Кроме того, такой продукт не содержит почти никаких витаминов, необходимых человеку, из-за чего множество морских экспедиций, вынужденных везти с собой солонину, страдали от цинги (тяжелая форма нехватки витаминов, особенно витамина С, с высоким риском смертельного исхода).

Третьим и, пожалуй, самым интересным предшественником говяжьей тушенки является пеммикан. Изобретенный в разное время в разных концах света (причём, вообще-то, неизвестно, когда именно), он представляет собой смесь сорока процентов говядинки с шестьюдесятью процентами говяжьего жира, с добавлениями в зависимости от региона кленового сахара, ягод, сухарей или специй. Интересным и революционным в этом методе мясной консервации являлось то, что для приготовления пеммикана использовалось и используется поныне – для снабжения арктических да антарктических экспедиций, топление говяжьего сала. Добавляемое мясо измельчалось. Пеммикан замечателен своей лёгкой усвояемостью, исключительной питательностью. Он очень удобен в пеших походах, его можно употреблять не только на ходу, а также как основу для супов. Пеммикан был одним из основных видов продуктов, потребляемых в пищу североамериканскими индейцами до завершения их уничтожения колонистами. Это объясняется тем, что американские коренные народы северного региона не занимались выращиванием хлебных культур, пригодных для изготовления муки, а потому были вы-

нуждены пользоваться дикими ягодами и кленовым сахаром. Технически, правда, пеммикан является не чисто говяжьей тушенкой ГОСТ, а скорее мясорастительным консервом, или, концентратом.

В настоящее время на говяжью тушенку имеется очень большой спрос.

Мясные консервы – продукты с длительным сроком хранения, вырабатываемые из мяса и мясопродуктов. Подразделяют на:

- мясные натуральные и рубленые («Говядина тушеная», «Свинина тушеная», «Баранина тушеная», «Завтрак туриста» свиной и говяжий и др.);
- из мясопродуктов (фарши свиной, сосисочный, колбасный, любительский, колбасный куриный и др.);
- из субпродуктов (паштеты «Любительский», «Московский», «Особый»; «Язык в собственном соку» и др.);
- мясорастительные – из мяса и растительного сырья (капуста, макароны, рис, фасоль, горох и др.).

Из мясных консервов, являющихся продуктами полной кулинарной готовности, можно приготовить высокопитательные первые и вторые блюда, а также холодные закуски. Мясные консервы в зависимости от рецептуры и используемого сырья содержат практически все необходимые пищевые компоненты.

В ассортимент, планируемой производимой цехом продукции, входят

1. тушенка из конины;
2. тушенка из говядины;
3. тушенка из баранины.

Программа производств

В таблице представлена планируемая программа производства по годам.

Планируемая программа производства по годам

Показатель	2 018	2 019	2 020	2 021	2 022	2 023
Мощность, %	21%	38%	40%	45%	45%	50%
Тушенка конина банок ед	97 240	263 120	274 560	308 880	308 880	343 200
Тушенка говядина банок ед	97 240	263 120	274 560	308 880	308 880	343 200
Тушенка баранина банок ед	97 240	263 120	274 560	308 880	308 880	343 200

Программа продаж будет осуществляться путем проведения маркетинговых исследований с целью определения предпочтений потребителей в качестве консервированных тушенки, а также посредством рекламных акций.

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

Формирование цен основано на рыночных ценах и определения полной себестоимости продукции.

Планируемые цены на продукцию

Тушенка из конины	тг/кг, без НДС	300
Тушенка из говядины	тг/кг, без НДС	300
Тушенка из баранины	тг./кг. без НДС	300

Конкурентная стоимость продукции складывается из

- использования высокотехнологичного оборудования;
- использования качественного сырья.

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

План маркетинга и анализ рынка.

Описание рынка продукции (услуг)

Мясная промышленность в Казахстане в текущем году показывает резкий рост производства. За первые 4 месяца 2017 года предприятия, занимающиеся переработкой мяса и производством мясных изделий, выпустили продукции в физическом объеме на 8,8% больше, чем за аналогичный период прошлого года.

Общая стоимость выпуска в секторе в январе-апреле текущего года составила 62,4 млрд тенге, по сравнению с уровнем годом ранее она выросла на 25%.

Напомним, что в 2013-2016 годах в секторе наблюдалось ежегодное замедление темпов роста производства, с 14,7% в январе-марте 2012 года до 0,9% в прошлом году. При этом в прошлом году отрасль также претерпела резкое сокращение числа активных участников – количество предприятий и производств в мясной промышленности уменьшилось на 16% по сравнению с уровнем на конец апреля 2015 года.

В торговой сети Карагандинской области представлен достаточно широкий ассортимент консервированных изделий из мясопродуктов, кроме продукции местных производителей, в продаже также имеется продукция российских компаний. Производственная мощность цеха составит до 9 600 консервов в смену. В условиях возрастающей конкуренции производители должны серьезно относиться к изучению потребности покупателей и вносить соответствующие изменения в производственную и сбытовую программу предприятий, направленные на повышение конкурентоспособности продукции.

Необходимо позиционировать новое предприятие как высокотехнологичное и современное производство, предлагающее продукцию высокого качества в Казахстане.

В начальный период за 1-2 месяца до начала выпуска продукции необходимо провести PR-компанию с размещением в прессе статей о начале производства продукции животноводства и рекламу отечественного товаропроизводителя.

Формирование спроса и стимулирование сбыта планируется исходя из следующих моментов:

- качественная продукция;
- относительно низкий уровень цен по сравнению с другими;
- квалифицированный персонал;
- современное оборудование;
- реализация программ по стимулированию спроса.

В первые месяцы реализации проекта планируется, что директор предприятия посетит торговые сети и предложит товар под реализацию. Учитывая, что на рынке мало копченостей отечественного производства, покупатели будут обращать внимание на данную продукцию и брать ее «для пробы». В случае, если продукция понравится покупателям, данные покупатели могут быть постоянными. Кроме торговых сетей, планируется заключение договоров о сотрудничестве с небольшими продовольственными магазинами.

Ключевым инструментом продвижения товара на рынок будет выступать реклама, как один из мощнейших стимуляторов спроса.

Реализация произведенной продукции будет осуществляться через розничные точки продаж, магазины и павильоны. Потребителями продукции компании выступают как физические, так и юридические лица. Планируется также работа с оптовыми дилерами с целью продвижения продукции в отдаленные районы.

Стратегия рекламной кампании: в течение первых трех месяцев важно сформировать у будущих потребителей мнение о товаре и компании, что обуславливает необходимость в интенсивной рекламе в течение первого периода.

Реклама выпускаемой продукции осуществляется посредством размещения информации на досках объявлений, в средствах массовой информации, сети интернет, а также при личных посещениях торговых предприятий.

Основные и потенциальные конкуренты

Основными конкурентами предприятия являются предприятия по производству консервированных изделий из мяса в РК и в области.

Предприятия – производители консервированных изделий из мяса в РК

Наименование предприятия	Область	Адрес
ТОО Семипалатинский мясокомбинат	Восточно-Казахстанская	Республика Казахстан Область: Восточно-Казахстанская область Город: Семей Улица: Краснознаменная, 13

По данным сайта All-Biz, в Карагандинской области и непосредственно в том регионе, где планируется открыть цех по производству консервированных тушенков, нет аналогичных компаний.

Основными составляющими качества продукции предприятия являются:

- выполнение гигиенических требований при производстве, упаковке, хранении, транспортировании и реализации;
- продукция соответствует санитарным, ветеринарным нормам;
- мясо (сырье) поступает из забойного пункта;
- использование охлажденного мяса, но не замороженного (улучшает качество конечной продукции);
- пищевые добавки сопровождаются сертификатом соответствия;
- мясное сырье отечественного и импортного производства принимается на промышленную переработку с ветеринарными сопроводительными документами;
- использование высокотехнологичного и современного оборудования.

Прогнозные оценки развития рынка, ожидаемые изменения

На потребление мясных продуктов в перспективе будут оказывать влияние такие факторы, как размер домашних хозяйств, увеличение доли работающих женщин, возраст, образование, доходы населения, миграционные процессы, стоимость продуктов питания, образованность и информированность потребителей, забота о здоровье.

Спрос на мясные продукты будет определяться не только потребностями, но и наличием средств для приобретения продовольствия. При дальнейшем увеличении доходов на рынке мяса и мясопродуктов возможны следующие перемены. Дополнительные деньги не пойдут на приобретение большего количества пищи. При низких доходах первостепенное значение имеет цена и количество продуктов питания. При высоких доходах возрастут требования к качеству, разнообразию, вкусовой гармонии, оформлению продуктов.

Состоятельные люди будут обращать внимание на ингредиенты, состав, натуральность и полезность продуктов для здоровья.

Возможны два варианта реализации стратегии развития рынка мяса и мясопродуктов.

Первый вариант – инерционный, при котором предусмотрены медленные темпы роста, определяемые на основе статистических данных за предыдущие годы.

Второй вариант – индустриально-инновационный, основанный на внедрении, повсеместном использовании новых инновационных технологий, продуктов при активизации аграрной политики и поддержке государства.

Проблема увеличения мясных ресурсов связана с имеющимися их резервами на всех стадиях производства, транспортировки, переработки и реализации мясных продуктов.

В качестве мероприятий по наращиванию объемов производства мяса предлагается расширенное воспроизводство стада, повышение мясной продуктивности реализуемого скота, уменьшение падежа животных, приоритетное развитие мясного скотоводства, проведение селекционно-племенной работы, улучшение кормления и оптимизация численности скота содержащегося на ферме. На мясоперерабатывающих предприятиях резервы увеличения мясных ресурсов связаны с более полным использованием побочного сырья, совершенствованием ассортимента продукции, применением белко-

вых препаратов растительного и животного происхождения и новых видов упаковки, внедрением новых технологий производства.

В последние годы во многих странах принято объединение предприятий в кластеры на определенных территориях. В Казахстане ввиду исторически сложившейся специализации, природно-климатических условий, традиции в производстве и потреблении мясных продуктов возможно создание мясного кластера. Эффективность его функционирования будет выражаться в росте объемов производства мясных продуктов, улучшении их качества, снижении издержек производства и, соответственно, цены, улучшении инфраструктуры, повышении занятости и доходов населения, в более тесном сотрудничестве предприятий на качественно новом уровне.

Стратегия маркетинга

Основными субъектами рынка мяса и мясопродуктов являются:

- крестьянские (фермерские) хозяйства;
- личные подсобные хозяйства и сельскохозяйственные предприятия, производящие мясо;
- предприятия, обеспечивающие вторую и третью сферу мясопродуктового подкомплекса средствами производства;
- предприятия мясной промышленности и предприятия рыночной инфраструктуры, обеспечивающие условия для осуществления процесса производства и реализации мяса, мясопродуктов.

В начальный период, за 1-2 месяца до начала выпуска продукции, необходимо провести PR-кампанию с размещением в прессе статей о начале производства продукции животноводства и рекламу отечественного товаропроизводителя.

Формирование спроса и стимулирование сбыта планируется исходя из следующих моментов:

- качественная продукция;
- относительно низкий уровень цен по сравнению с другими;
- квалифицированный персонал;
- современное оборудование;
- реализация программ по стимулированию спроса.

В первые месяцы реализации проекта планируется, что директор предприятия посетит торговые сети и предложит товар под реализацию. Учитывая, что на рынке мало копченостей отечественного производства, покупатели будут обращать внимание на данную продукцию и брать ее «для пробы». В случае, если продукция понравится покупателям, данные покупатели могут быть постоянными. Кроме торговых сетей, планируется заключение договоров о сотрудничестве с небольшими продовольственными магазинами.

Основные потребители данной продукции выпускаемой цехом население г.г. Жезказган, Сатпаев и близ лежащих населенных пунктов. Супермаркеты, производственные магазины, школы, садики, а также ТОО «Корпорация Казахмыс».

Технологический процесс

Технология производства консервированной тушенки состоит из нескольких этапов:

- Разделка, это операции по расчленению туш или полутуши на более мелкие отрубы. Мясные туши (полутуши) разделяют на отрубы в соответствии со стандартными схемами.
- Обвалка, так называется процесс отделения мышечной, жировой и соединительной тканей от костей. Обвалку лучше проводить дифференцированным методом, когда каждый рабочий обваливает определенную часть туши. Обвалку проводят на стационарных и конвейерных столах. На ряде предприятий туши обваливают в вертикальном положении на подвесных путях.
- Жилровка, это процесс отделения от мяса мелких косточек, остающихся после обвалки, сухожилий, хрящей, кровеносных сосудов, пленок, кровоподтеков и загрязнений. Благодаря жилровке повышается питательная ценность мяса.
- Измельчение мяса.
- Закладывание сырого мяса и специй.
- Закатка.
- Стерилизация при температуре 120С в течение 3 часов под давлением.
- Охлаждение банок под давлением.

При варке происходит естественный увар мяса и выделение бульона, который при выдерживании, согласно требованиям ГОСТа по хранению и транспортировке тушёнки, имеет большой разброс объемных показателей и составляет от 0 до 20С.

Желируется естественным путем, при температуре до 10С.

Таким образом в сделанной по ГОСТу тушёнке обязательно есть бульон и естественный увар мяса, причем разные части туши по-разному увариваются. Меньше увар, например, имеет обрезь. Поэтому ГОСТом и предусмотрено массовая доля мяса и жира не меньше 56,5% готового сырья для говядины.

Частично при длительном хранении мясо вбирает сок обратно, поэтому тушёнка достигает своих наилучших вкусовых качеств от 6 месяцев хранения.

Здания и сооружения

Предполагаемый цех планируется разместить после строительства в собственном помещении площадью около 180 квадратных метров. Ввиду особенности производственного процесса помещение будет снабжено системой противопожарной безопасности. Помещение состоит из непосредственно цеха по производству тушенки и вспомогательных помещений (для разделки мяса, для готовой продукции, для сырья). Общая стоимость строительства для цеха **10 000 тыс. тенге.**

Коммуникационная инфраструктура

Проектом предусмотрена в помещении, в котором уже будет необходимая коммуникационная инфраструктура, а именно электро-, тепло- и водоснабжение, а также телефонная связь. При необходимости будет произведена необходимая адаптация под условия работы цеха.

Затраты на реализацию проекта

Оценка инвестиционных затрат представлена в следующей таблице.

Инвестиционные затраты в 2018 г, тыс. тенге

Наименование	Количество	Цена	Стоимость в тыс.тенге
Строительство собственные средства			
Здание цеха	180 кв.м.	10 000	10 000
Итого			10 000
Заемные средства			
Оборудование			
Установка мойки и стерилизации банок (жестяных) МПКС-124Ж(Н), произв. 1000-1200 банок/час	1	390	390
Машина укупорочная (закатка крышек) МПКС-127УЗ	1	774	774
Машина укупорочная (маркировка крышек) МПКС-127М	1	922	922
Автоклав МПКС -128-500	2	2 260	4 520
Парогенератор (регулируемый) МПКС-129-100Р	1	1 169	1 169
Автоклав МПКС-128-500МВ (механизм выгрузки корзин)	1	763	763
Установка нанесения этикеток МПКС -099Ц	1	1 056	1 056
Настольная ленточная пила МПЛ-250	1	280	280
Итого			9 874
Оборотные средства			
Закуп сырья (мясо конина, говядина, баранина)	3,6 тонны		6 000
Закуп упаковки (жестяные банки)	23 302 штук		1 235
Добавки (лавровый лист, перец, соль, лук)	4 вида		200
ГСМ	3 106 литр		500
Итого			7 935
Итого заемные средства			17 809
Всего			27 809

Цена за доставку оборудования включена в стоимость самого оборудования. Поставщиком оборудования выступает ООО «Компания ММК ГРУП». Скот закупается в хозяйствах и населения Улытауского района.

Финансовый план

Расходы переменные.

Расчет себестоимости, тенге за банку тушенки.

Наименование сырья	ед.изм.	цена, тг.	Тушенка	Сумма на банку
			Норма расхода	
Тушенка из конины	кг.	1 000	0,20	197
Тушенка из говядины	кг.	1 000	0,20	197
Тушенка из баранины	кг.	1 000	0,20	197
Специи	кг.	10 000	0,01	100
Итого				691

Мясо будет закупаться у крестьянских хозяйств Улытауского района. Специи планируется закупать на рынках гг. Жезказган и Сатпаев.

Общие и административные расходы предприятия в месяц.

Затраты		2018	2019	2020	2021	2022	2023
ФОТ без соц.налога		180	180	180	180	180	180
Закуп КРС		1 800	1 800	1 800	1 800	1 800	1 800
ГСМ	Автомобиль УАЗ 469	54	54	54	54	54	54
Электроэнергия	мощность 131 кВт	36	50	50	50	50	50
Вода		25	25	25	25	25	25
Расходы на покупку банок		780	780	780	780	780	780
Специи		100	100	100	100	100	100
Обслуживание и ремонт ОС		30	30	30	30	30	30
Услуги банка		2	2	2	2	2	2
Расходы на рекламу		20	20	20	20	20	20
Вывоз ТБО		3	3	3	3	3	3
Итого		3 029	3 043	3 043	3 043	3 043	3 043

Проектом предусмотрено, что цех по производству консервированных тушенки будет осуществлять свою работу в рамках ИП. В соответствии с этим в проекте не принимается в учет заработная плата индивидуального предпринимателя.

Расчет расходов на оплату труда, тыс. тг.

№	Должность	Количество	оклад	Итого ЗП к начислению	К выдаче	ФОТ
Адм.-управленческий персонал						
1	Директор	1		0	2	0
2	Технолог	1	80	80	67	80
	Итого	2	80	80	77	80
Производственный персонал						
1	Оператор цеха	2	50	100	83	100
	Итого	2	50	100	88	100
	Всего по персоналу	4	130	180	175	180

Сумма расходов на оплату труда составляет 180 тыс. тенге в месяц. Социальные отчисления составляют 9 тыс.тг. в месяц (из расчета 5% от фонда оплаты труда (далее – ФОТ) без учета обязательных пенсионных взносов (далее – ОПВ)). Данная сумма уменьшает сумму социального налога согласно ст.437 Налогового кодекса Республики Казахстан (далее – НК РК). Исчисление налогов на основе упрощенной декларации производится путем применения к объекту налогообложения (доход) ставки в размере 3% (ст.437 НК РК), из которого $\frac{1}{2}$ составляет индивидуальный подоходный налог, $\frac{1}{2}$ – социальный налог.

Кроме того, исчисленная сумма социального налога подлежит корректировке в сторону уменьшения на сумму в размере 1,5% от суммы налога за каждого работника, если среднемесячная заработная плата работника составила не менее 2-кратного минимального размера заработной платы, установленного на соответствующий финансовый год Законом о республиканском бюджете (ст. 436 НК РК).

Прогнозный отчет о прибылях и убытках в тыс.тенге

Наименование	ВСЕГО	Годы					
		2018	2019	2020	2021	2022	2023
Доход от реализации продукции, услуг	1 436 292	87 516	236 808	247 104	277 992	277 992	308 880
Тушенка конина	478 764	29 172	78 936	82 368	92 664	92 664	102 960
Тушенка говядина	478 764	29 172	78 936	82 368	92 664	92 664	102 960
Тушенка баранины	478 764	29 172	78 936	82 368	92 664	92 664	102 960
Себестоимость реализ. товаров, услуг	1 102 753	67 193	181 816	189 721	213 436	213 436	237 151
Сырье и материалы	1 102 753	67 193	181 816	189 721	213 436	213 436	237 151
Валовая прибыль	333 539	20 323	54 992	57 383	64 556	64 556	71 729
Расходы периода	206 989	24 253	36 547	36 547	36 547	36 547	36 547
Амортизация	1 614	211	281	281	281	281	281
Расходы по процентам за кредиты	2 843	745	864	636	408	180	9
Доход до выплаты налогов	122 093	-4 885	17 300	19 919	27 320	27 548	34 891
Налог на деятельность ИП, соц.налог	43 089	2 625	7 104	7 413	8 340	8 340	9 266
Чистый доход	79 005	-7 511	10 196	12 506	18 980	19 208	25 625
Кумулятивный чистый доход		-7 511	2 685	15 191	34 171	53 379	79 005

6. СОЗДАНИЕ ЦЕХА ПО ПРОИЗВОДСТВУ СИРОПА ИЗ САХАРНОЙ СВЕКЛЫ



Концепция проекта

Концепция проекта предусматривает создание цеха по производству сиропа из сахарной свеклы. Данный полуфабрикат является одним из основных составляющих компонентов в производстве безалкогольных напитков.

В Казахстане имеются огромные возможности для переработки сахарной свеклы, и мы специализируемся на этом.

Основной продукцией, производимой заводом, будет являться сироп из сахарной свеклы.

Основными потребителями продукции будут являться предприятия по производству безалкогольного напитка, которые используют выпускаемую продукцию в виде сырья.

Общие инвестиционные затраты по проекту включают в себя:

Расходы, тыс. тг.	
Инвестиции в основной капитал:	
Оборудование	1 994 796
Всего	1 994 796

Максимальная перерабатывающая мощность будет составлять 200 тонн в сутки. Вывод готовой продукции (сиропа) 28 тонн. Цена 1 тонны готовой продукции будет составлять 680 000 тг.

Финансирование проекта планируется осуществить за счет инвестиционных средств.

Показатели эффективности деятельности проекта предприятия на 5 лет.

Годовая прибыль (5 год), тыс. тг.	7 297 775
Рентабельность активов	71%

Описание продукции

Свекольный (сахарный) сироп является полуфабрикатом, идущим на приготовление купажей напитков, товарных сиропов и кваса. Белый свекольный сироп представляет собой концентрированный водный раствор свеклы. Само производство сиропа можно отнести к кондитерской промышленности так, как данный полуфабрикат можно вторично переработать и получить разные диетические изделия. Кондитерское производство является высокорентабельной отраслью и входит в десятку бюджетообразующих отраслей пищевой промышленности. Кондитерская промышленность характеризуется как успешно функционирующее звено АПК. В отрасли проводится целенаправленная работа по оптимизации ассортимента в сторону увеличения мучных, сахаристых, диетических изделий, как традиционно производимых, так и совершенно новых, идет внедрение современных инновационных технологий, новых видов упаковки, повышается качество продукции.

Линия производства и розлива свекольного сиропа.

После подписания договора начнется изготовление оборудования, и в течение 7-8 месяцев оно будет готово к запуску завода. К этому времени нужно будет посеять, собрать урожай и подготовить помещение. Производительная мощность оборудования – 200 тонн сырья в сутки. Вывод готовой продукции 28 тонн. 1 тонна сырья стоит 20 000 тенге. 1 тонна готовой продукции стоит 680 000 тенге.

Программа производства

Варка сиропа

Варят сироп в эмалированных, медных (полированных или луженых) или из нержавеющей стали котлах, снабженных мешалками. Котлы обогревают паром, а при отсутствии его – огнем.

Существуют два способа приготовления свекольного сиропа: горячий и холодный.

При варке свекольного сиропа горячим способом процесс получения белого сиропа включает следующие технологические операции: измельчение свеклы, кипячение свеклы в водном растворе, фильтрация и охлаждение сиропа.

Варят сироп следующим образом. В сироповарочный котел заливают рассчитанное количество воды и нагревают до кипения. Не прекращая нагревания, при перемешивании в котел загружают требуемую порцию измельченной свеклы (по массе). После полного разложения свеклы раствору дают вскипеть, снимают образующуюся на его поверхности пену. Удалив пену, и отсевав раствор свеклы при перемешивании кипятят не менее 30 мин для уничтожения слизиобразующих бактерий. Более продолжительное кипячение производить не следует, так как это может вызвать частичное разложение сахарозы, которое повлечет за собой карамелизацию и пожелтение или побурение сиропа.

По достижении концентрации сиропа 60-65% от массы варку сиропа прекращают. Сироп в горячем состоянии подают на фильтрацию. Для фильтрации используют фильтры различных конструкций, которые по принципу действия разделяются на периодические и непрерывнодействующие. На заводах небольшой мощности для фильтрации сиропа применяют простейшие мешочные фильтры. В качестве фильтрующих материалов используют бумажную или асбестовую фильтр-массу, белую фланель, шинельное сукно, бельтинг, шелковое или капроновое полотно. Более совершенную конструкцию имеют сетчатые и рамные фильтры непрерывного действия. Снятую при варке сиропа пену и собранные из мешков остатки свеклы растворяют в отдельной посуде в воде в соотношении 1:3 и тщательно фильтруют. Фильтрат используют при последующих варках сиропа.

После фильтрации свекольный сироп направляют на охлаждение рассолом или водой в противоточных змеевиковых или кожухотрубных теплообменниках. Иногда сироп охлаждают в сборниках со змеевиками.

В последние годы получает распространение непрерывный способ приготовления свекольного сиропа, который позволяет механизировать и автоматизировать этот технологический процесс, снизить потери свеклы, значительно улучшить санитарное состояние производственных помещений.

Свеклу при непрерывном способе приготовления сиропа подают из склада ковшовым элеватором в питающий бункер, откуда самоходом он поступает в дозатор. Дозу сырья (свекла) подают в непрерывнодействующий измельчитель, куда одновременно сливают из дозатора-подогревателя воду и из второго дозатора – лимонную кислоту. Свекло-измельчительный блок снабжен рубашкой для нагрева и кипячения сиропа и мешалкой. Продолжительность кипячения сиропа – 30 мин. Готовый свекольный сироп подвергается фильтрации сразу после варки, поэтому станция бывает снабженной ловушкой. Отфильтрованный сироп перекачивают насосом через противоточный теплообменник в сборник для хранения.

При приготовлении сахарного сиропа холодным способом применяют непрерывно действующие растворители несколько иной конструкции. После растворения сироп подвергают обесцвечивающей фильтрации.

При варке сахарного сиропа иногда используют некоторые сахаросодержащие отходы (бракованная продукция, промывные воды и т.д.), которые имеют различную кислотность и цветность и содержат ароматические вещества. Использование этих жидкостей ухудшает качество сиропов, а, следовательно, и напитков. Для удаления ароматических веществ и устранения цветности сахаросодержащих растворов рекомендуется до варки сахарного сиропа обработать их активным углем и пропустить через фильтры, заполненные костяной крупкой.

Если для варки сиропа используют вместо воды производственный брак с кислотностью до 1 мл 1 н. раствор щелочи на 100 мл брака, сироп варят также, как на чистой воде. При кислотности 2 мл 1 н. раствор щелочи на 100 мл брака вы-

держка сиропа при 70°C сокращается до 1 ч, а при кислотности 2,5 мл выдержку сиропа не производят. Использование брака кислотностью более 2,5 мл 1 н. раствора щелочи без разведения его водой не допускается.



Машинно-аппаратурная схема производства

Аппарат служит для получения карамельной массы и состоит из трёх частей: греющей, выпарной и ловушки, соединённых между собой трубопроводом.

Греющая часть представляет собой сварной стальной цилиндр, внутри которого смонтирован греющий медный змеевик с двумя рядами витков, соединённых между собой последовательно.

Выпарная часть аппарата состоит из двух стальных обечайек, приёмного сборника, соединённых между собой фланцами и откидными болтами. Внутри между обечайками помещён медный конус, который вместе с верхней обечайкой и сферической крышкой образует варочную вакуум-камеру. К патрубку в крышке

вакуум-камеры подключён трубопровод выпарной линии, идущей к мокровоздушному насосу.

Ловушка аппарата задерживает частички карамельной массы, уносимые со вторичным паром при работе насоса. Она представляет собой цилиндрический стальной сварной сосуд с плоской крышкой и перегородкой внутри расположенной напротив входного патрубка.

Увариваемый сироп из расходного сиропного бака плунжерным насосом непрерывно нагнетается в змеевик аппарата под давлением 0,4 МПа.

Одновременно в корпус греющей части аппарата через верхний штуцер подаётся греющий пар. В паровом пространстве аппарата греющий пар омывает змеевик и конденсируется. Конденсат непрерывно отводится через штуцер в конденсатоотводчик. Давление греющего пара контролируется манометром, в случае увеличения давления пара выше допустимого срабатывает предохранительный клапан. Поступающий в сдвоенный змеевик сироп поднимается сначала по виткам внутреннего змеевика, затем переходит по вертикальной соединительной трубе в нижний виток наружного змеевика и движется далее вверх по его виткам; из верхнего витка наружного змеевика уваренная масса переходит по соединительному трубопроводу в вакуум-камеру аппарата, в которой конденсатором смешения создаётся разрежение, поддерживаемое с помощью поршневого мокровоздушного вакуум-насоса, присоединяемого к вакуум-камере. Масса, получаемая в результате выпаривания сиропа в змеевике, непрерывно поступает в вакуум-камеру, при этом процесс уваривания массы до конечной влажности 1,5-2,5% продолжается благодаря интенсивному самоиспарению влаги в разреженном пространстве. Расположенный у сферической крышки вакуум-камеры отбойник препятствует уносу массы в конденсатор. По мере накопления готовой массы в вакуум-камере ее периодически, через каждые 2 мин, выгружают.

Подбор и техническая характеристика оборудования

Подбор оборудования производится в зависимости от производственной мощности предприятия: 7000 тонн в год. Известно, что предприятие работает в среднем 250 дней в году, но мы берем альтернативный подход в среднем 180 дней в первом году и рассчитывая на минимальную производственную мощность, тогда за одни сутки производственная мощность составит: $5\,040\text{ т} : 180\text{ дней} = 28\text{ т в сутки}$. Часовая производительность сироповарочной станции составляет 1,16 т; за одну смену работы (8 ч) станция произведёт $1,16\text{ т} \times 8\text{ час} = 9,3\text{ т}$.

Монтаж, техническая эксплуатация и ремонт станции

Корпуса вакуум-аппаратов изготавливают из листовой меди марки М2 или М3, содержащей 99,7-99,5% чистой меди, а также из стали.

Монтаж выпарных аппаратов производят в соответствии с установочными чертежами в следующем порядке:

1. размечают место установки аппарата;
2. производят установку греющей части аппарата;
3. крепят выпарную часть аппарата;
4. изготавливают обслуживающую площадку;
5. присоединяют к аппарату трубопроводы и контрольно-измерительные приборы;
6. испытывают аппарат на герметичность.

Греющую часть аппарата устанавливают на фундаменте и крепят тремя фундаментными болтами М20. Отклонение от горизонтали не должно превышать 0,3 мм на 1 м длины. Выпарную часть крепят на тягу к перекрытию (или на кронштейнах к стене). К аппарату подводят трубопроводы карамельного сиропа, карамельной массы, греющего пара, слива конденсата, продувки и вакуумной линии.

После монтажа площадки к аппарату присоединяют трубопроводы и устанавливают вакуум-насос. При монтаже выпарных аппаратов так располагают трубопроводы, чтобы они не мешали обслуживанию аппарата и чтобы легко можно было осуществлять чистку, ремонт и наблюдение за их состоянием.

Хорошая работа вакуум-аппарата возможна лишь при надёжном разрежении в нём, поэтому необходимо обеспечить полную герметизацию системы. В связи с этим при монтаже вакуум-аппаратов особенно тщательно выполняют соединения, обеспечивающие герметичность установки (фланцы, места сварки, вентили, задвижки, смотровые и осветительные окна и т.п.). При монтаже вакуум-насосов также уделяется особое внимание герметичности соединений. В качестве прокладок применяют листовую резину или асбестовый картон марки АС и С. Затяжку болтовых соединений производят равномерно.

Воздух проникает в насос чаще всего из-за негерметичности сальниковых уплотнений. Для сальников вакуум-насосов применяются набивки. Такие набивки выдерживают давление до 20 мН/м² при максимальной температуре сальников 100°C.



По окончании монтажа трубопроводов вакуум-аппарата герметичность их соединений испытывают следующим образом. Испытуемое место соединения покрывают мыльным раствором и затем в аппарате создают воздушное давление до 20 кН/м². Появление пузырей в местах соединения свидетельствует о негерметичности. Создание воздушного давления свыше 200 кН/м² недопустимо, так как это может привести к разрушению аппарата.

Герметичность соединений можно проверить также под вакуумом. Для этого подключают аппарат к вакуум-сети, создают в нём разрежение, после чего к испытуемому месту подносят горящую свечу. Если в каком-нибудь месте пламя отклоняется в сторону испытываемого места, то это означает, что здесь герметичность нарушена. Плотность нагревательной камеры проверяют путём гидравлического испытания и наружного осмотра.

Очистка поверхностей нагрева. Накипь, отлагающаяся на стенках аппаратов, удаляют с помощью минеральных органических веществ.

Способ очистки зависит от вида и степени загрязнения, а также конструкции аппарата. Существуют следующие способы очистки теплообменных поверхностей: механический (для очистки мягких осадков применяются шомпола, волосяные щетки и щетки из латунной проволоки, металлические ерши, резиновые шарики или пробки, проталкиваемые струей воды или сжатым воздухом. Твердая накипь удаляется порошками, жесткими проволочными щетками и механическими долотами); химический (аппараты заполняют химическими реактивами с последующей промывкой, загрязнения органического характера удаляют с помощью 5%-ного раствора каустической соды, раствора хлорной извести. Осадки, отлагающиеся в результате исходной жесткости воды, удаляют 3-5%-ным раствором соляной кислоты; слизь маслянистого, глинистого или илистого вида – 3-5%-ным раствором едкого натра, иногда с добавкой керосина); гидравлический (применяется для удаления неприлипающих отложений – песка, листов щепы и т.д. – с помощью струи воды или потоком воды с повышенной циркуляционной скоростью); термический – применяется для удаления очень твердой накипи путем прогрева трубок паром с последующим опрыскиванием холодной водой. Вследствие резкого изменения температуры накипь отделяется и смывается. При очистке аппаратов жесткой конструкции пользоваться этим способом следует осторожно, так как из-за резких изменений температуры может нарушиться плотность вальцовки трубок.

При эксплуатации теплообменных аппаратов следует руководствоваться правилами устройства и безопасной эксплуатации сосудов, работающих под давлением, необходимо постоянно следить за температурой и давлением входящего теплоносителя и температурой выходящего продукта; в вакуум-аппаратах наблюдают за разрежением. Необходимо систематически контролировать состояние конденсатоотводчиков, предохранительных клапанов и воздушных кранов. Воздушный кран для отвода из парового пространства аппарата воздуха и других неконденсирующихся газов следует держать приоткрытым, чтобы температура отводящей трубы была около 50°C. Категорически запрещается повышать давление и температуру в аппаратах и трубопроводах сверх допустимых пределов. Необходимо следить за плотностью фланцевых соединений и исправностью ограждений у движущихся деталей. Смазка движущихся деталей и набивка сальников на ходу не разрешается. Периодически, не реже 1 раза в год, проводят наружный осмотр аппаратов, одновременно контролируют правильность его эксплуатации. Внутренний осмотр проводится не реже 1 раза в 3 года. При этом проверяется состояние внутренних поверхностей аппарата, сварных и заклепочных швов. Если внутренний осмотр невозможен, проводится гидравлическое испытание. Гидравлическое испытание с предварительным внутренним осмотром проводится не реже 1 раза в 6 лет. Если аппарат находился в бездействии свыше года или подвергался ремонту с нанесением заплат или сменой листов, то перед пуском обязательно должно быть проведено гидравлическое испытание. Осмотр и ремонт внутренних частей аппарата допускается только после его остывания до температуры 30°C. При этом работу должны вести два человека: один – внутри аппарата, другой снаружи. Освещение внутри аппарата, так же как и электроинструменты, разрешается применять с напряжением до 12 В. Во время работ внутри аппаратов все трубопроводы для подачи в них пара, продукта, воды и т.д. должны быть отключены, а на запорной арматуре должны быть вывешены таблички «Не включать, работают люди» или другие надписи аналогичного содержания.

Категории сложности оборудования

Период работы оборудования между капитальными ремонтами, а также с момента ввода его в эксплуатацию до первого капитального ремонта называется межремонтным циклом. Структура и продолжительность ремонтных циклов берётся из приложения 1, где К – капитальный ремонт, С – средний ремонт, Т – текущий ремонт, П – профилактический осмотр (надзор).

Структура и продолжительность ремонтного цикла.

Наименование групп оборудования	Структура ремонтного цикла	Продолжительность в отработанных часах между двумя ремонтами				Количество ремонтов в цикле		
		Капитальный ремонт	Средний ремонт	Текущий ремонт	Профилактический надзор	средний	текущий	осмотр
Технологическое оборудование								
Сироповарочная станция	К-П-П-Т-П-П-Т-П-П-Т-П-П-С-П-П-Т-П-П-Т-П-П-К	16800	8400	2100	700	1	6	16

Категории сложности ремонта и нормы простоя оборудования в ремонте

Наименование оборудования	Тип. марка	Число единиц сложности ремонта		Время простоя (в ч) при работе в одну смену			
		Механической части	Электрической части	Капитальный ремонт	Средний ремонт	Текущий ремонт	Профилактический надзор
Сироповарочная станция	паровая	2,7	1,8	37,8	22,7	7,5	1,3

Сложность ремонта машин зависит от сложности их конструкции. Для оценки степени сложности вводится понятие «Категории сложности ремонтной единицы». Одна ремонтная единица ремонта механической части оборудования характеризуется трудоёмкостью капитального ремонта 35 чел/ч. Ремонтная единица для электротехнического оборудования характеризуется трудоёмкостью 12 чел/ч. Нормы трудоёмкости разных видов ремонта по отношению к капитальному ремонту принято в следующих соотношениях: К:С:Т:П = 1,0 : 0,6 : 0,2 : 0,03. Простой оборудования из-за ремонта исчисляется с момента остановки оборудования и сдачи его в эксплуатацию.

$$Д = P_m \times H,$$

где P_m – количество ремонтных единиц механической части оборудования,

H – норма простоя оборудования в ремонте на ремонтную единицу (определяется по приложению 2).

Годовой график ремонтов и осмотров оборудования на 2018 г.

№ пп	Наименование оборудования	Инвентарный номер	Предыдущий ремонт оборудования		январь	февраль	март	апрель	май	июнь	июль	август	сентябрь	октябрь	ноябрь	декабрь	Норма простоя оборудования в ремонте (в сут.)
			Вид ремонта	Дата ремонта													
1	станция	0,1	П		Декабрь 2006 г.	Т	П	П	П	4 сут.							

Для составления годового графика структуру ремонтного цикла изображают графически, принимая, что ввод в эксплуатацию оборудования с второй половины 2018 г.

Охрана труда

Анализ производственного травматизма в кондитерских отраслях показывает, что наибольшее количество несчастных случаев наблюдается при эксплуатации основного технологического оборудования.

Оборудование, используемое в кондитерской промышленности для растворения, уваривания, темперирования сырья и полуфабрикатов (вакуум-варочные аппараты, варочные котлы и др.), должно отвечать требованиям, изложенным в «Правилах устройства и безопасной эксплуатации сосудов, работающих под давлением» и оснащаться манометрами, вакуумметрами, предохранительными клапанами, а также термометрами.

С целью исключения ожогов паром, горячей водой, маслом или при контакте с нагретой поверхностью предусматривается: теплоизоляция, герметизация и блокировка крышек аппаратов с выключающими устройствами для пуска пара, горячей воды, при наличии давления в аппарате. Вакуум-аппараты и трубопроводы для пара и сиропа тщательно теплоизолируют, чтобы обеспечить температуру на наружной поверхности изоляции не выше 45°C.

Конструкция оборудования не должна затруднять загрузку, полное удаление продукта и санитарную обработку оборудования, должна обеспечивать безразборную мойку и исключать образование затопных зон.

Все операции по обработке, мойке и чистке оборудования должны быть механизированы и безопасны для обслуживающего персонала.

Смазку оборудования необходимо проводить только при полном останове, перекрытии запорной арматуры и обязательном вывешивании на пусковых устройствах плакатов «Не включать! Работают люди!».

Для организаций с численностью 100 и более человек назначается инженер по охране труда. Он организует работу по охране труда на предприятии. Обязанности инженера по охране труда:

- ежегодно издает приказы о назначении ответственных лиц за охрану труда в каждом цехе;
- разрабатывает инструкции на каждое рабочее место через каждые 5 лет;
- проводит обучение: инструктажи, стажировки, аттестации;
- проводит аттестации рабочих мест по условиям труда, профосмотры;
- предоставляет льготы и процентные ставки к тарифу, а также дополнительные отпуска и ведомости на спецжиры;
- осуществляет контроль за безопасностью труда.

Виды инструктажа на производстве: вводный, первичный, повторный, внеплановый и целевой.

Маркетинговый план

Казахстан имеет потенциальные возможности возрождения свекловодства: благоприятные природно-климатические условия, свеклопригодные земли, водные источники. Опыт возделывания сахарной свеклы за истекшие годы показал, что в республике возможно получение устойчивых урожаев не менее 400 ц/га на поливе и 200-250 ц/га на богаре.

Посевные площади, валовый сбор, урожайность сахарной свеклы

Наибольшая площадь земель под посевами сахарной свеклы в Казахстане было в 1990 году, когда площадь составляла 43,6 тыс. га, что в 21,8 раз превышает площади 2014 года.

По оперативным данным Комитета по статистике МНЭ РК в 2014 году посевная площадь сахарной свеклы составила 2 тыс. га, что на 25% меньше уточненной посевной площади 2013 года. Если сравнить с 2012 годом, то посевная площадь сахарной свеклы в 2013 году уменьшилась в 4,4 раза, а в 2014 году – еще на 1,4 раза.

Валовый сбор сахарной свеклы в 2013 году составил 64,6 тыс. тонн, по сравнению с 2012 годом объемы снизились в 2,3 раза или на 87 тыс. тонн. При этом, по сравнению с 2012 годом урожайность с 1 гектара увеличилось на 59% и составила 267,7 центнеров с гектара (хозяйства всех категорий), в том числе в сельскохозяйственных предприятиях урожайность составила 309,7 ц/га (по сравнению с 2012 годом урожайность увеличилось в 2,6 раза), по крестьянским и фермерским хозяйствам – 262,3 ц/га (рост в 1,4 раза). Однако в хозяйствах населения урожайность сахарной свеклы уменьшилось в 1,5 раза, и составила 140,0 центнеров с гектара.

Здания и сооружения

Производственная база будет размещена на арендованном участке мерою 50 соток, с производственной базой общей площадью 1 500 квадратных метров. Ввиду особенности производственного процесса помещение будет снабжено системой противопожарной безопасности. Арендная плата будет составлять – 3 700 000 тг.

Источник финансирования проекта

№ п/п	Источник финансирования	Сумма, тенге
1	Инвестиционные средства	1 994 796 080
	Итого	1 994 796 080

Общие инвестиционные затраты по проекту

№ п/п	Расходы по проекту	Сумма
1	Закуп оборудования с доставкой	1 225 000 000
2	Закуп сырья	480 000 000
3	Закуп основных средств	198 500 000
4	Административные затраты	88 296 080
5	Прочие расходы	3 000 000
	Всего	1 994 796 080

Основная смета затрат по проекту

№	Наименование	Ед. изм.	Кол-во	Цена	Сумма (KZT)	Период освоения 2018 году
1	Закуп оборудования с доставкой	комп. линия	1	1 225 000 000	1 225 000 000	февраль
2	Закуп сырья	тонна	24 000	20 000	480 000 000	октябрь
3	Автотранспорт с установкой	шт.	1	6 500 000	6 500 000	сентябрь
4	Кара	шт.	2	4 500 000	9 000 000	сентябрь
5	Погрузчик (универсал):	шт.	2	11 000 000	22 000 000	сентябрь
6	Аренда производственного здания и офиса	месяц	12	3 700 000	44 400 000	февраль
7	Заработная плата рабочих	рабочий период		19 740 000		период функций
8	Налоги 12% (соц.нал, осмс, соц.отч)	рабочий период		1 972 080		период функций
9	Коммунальные услуги	рабочий период		22 184 000		период функций
10	Отопительное оборудование (воздушное отопление)	год	1	28 000 000	28 000 000	период функций
11	Трансформатор ТМ 4000/35	шт	1	75 000 000	75 000 000	февраль
12	Холодильное оборудование	шт	7	7 000 000	49 000 000	февраль
13	Закуп основных средств (тары, генераторы, гидрафор для завода, орг.техника и мебель и т.д.)			9 000 000	9 000 000	март
14	Прочие расходы (связь, реклама, услуга банка по расчетному счету, административные расходы администрации во время организации)			3 000 000	3 000 000	период функций
	ИТОГО:				1 994 796 080	

Сводная смета затрат за период

№ п/п	Наименование	Сумма в месяц, тенге	Итого за год, тенге
1	Аренда офиса и производственного здания (12 месяцев)	3 700 000	44 400 000
2	Коммунальные услуги (электроэнергия, отопление, вода, мусор) за время функционирования производственного процесса (4 месяцев)	5 546 000	22 184 000
3	Налоги 12% (соц.нал, осмс, соц.отч)	291 060	3 492 720
4	Связь / интернет (12 месяцев)	10 000	120 000
5	Реклама (12 месяцев)	70 000	840 000
6	Услуги банка (12 месяцев)	3 400	40 800
7	Прочие расходы	250 000	3 000 000

Затраты на коммунальные услуги

№ п/п	Наименование статьи	Ед. изм.	Кол-во	Сумма в месяц, тенге	Сумма за год / 4мес., тенге
1	Электроэнергия (4 месяцев)	кВт	151 200	4 536 000	18 144 000
2	Отопление (производственной базы и административного здания в зимний период)	м2	1 500	150 000	600 000
3	Водоснабжение (4 месяцев)	м3	6 000	480 000	1 920 000
4	Газоснабжение (4 месяцев)	м3	5 000	200 000	800 000
5	Вывоз мусора (4 месяцев)	м3	40	180 000	720 000
	Итого			5 546 000	22 184 000

Расчет по фонду заработной платы персонала до начала производства (период начала закупок оборудования и организационные работы)

№ п/п	Наименование профессии	Кол-во чел.	Оклад за проделанный объем, тенге	Итого, тенге	Итого за год, тенге
1	Директор	1	300 000	300 000	3 600 000
2	Заместитель директора	1	200 000	200 000	2 400 000
3	Бухгалтер	1	150 000	150 000	1 800 000
4	Кассир, отдел кадров, делопроизводитель (в одном лице)	1	100 000	100 000	1 200 000
5	Медицинский работник на 0,5 ставки	1	30 000	30 000	180 000
6	Охрана: в 2 смены по 3 человека	6	40 000	240 000	2 880 000
	Итого	11	820 000	1 020 000	12 060 000

№ п/п	Наименование статей	1 год	2 год
1	Планируемая программа производств по годам, в %	80,00%	85,00%
2	Общая выручка от реализации услуг, тг	1 827 840 000	1 942 080 000
3	Ежемесячный показатель в разрезе на 4 месяца производства	456 960 000	485 520 000

Калькуляция производимой продукции

Структура затрат по производству сиропа из сахарной свеклы в количестве 6000 тонн в месяц		
Наименование		тенге
Сахарная свекла (6000 тонн стоимость сырья (сахарной свеклы) стоимость 1 тонны составляет 20 000 тг.)		120 000 000
Вода (вода расходуется пропорционально - 1000 литров / к 1 тонне свеклы) 6000 тонн * 80 тг за м3 = 480 000 тг.		480 000
Электричество (потребность оборудования 210 кВт в час) 210 * 24 час. * 30 дней = 151 200 кВт в мес. * 35 тг за кВт = 5 292 000 тг.		5 292 000
Прочие расходы		200 000
ИТОГО		125 972 000

Комментарии: Максимальная перерабатывающая мощность будет составлять 6000 тонн в месяц. Вывод готовой продукции (сиропа) 840 тонн. Цена 1 тонны готовой продукции будет составлять 680 000 тг. (Себестоимость составит 125 972 000 тг.). Ежемесячная выручка от реализации составит: 571 200 000 тг.

Прогноз о прибылях и убытках

Наименование статьи	Годы					Итого за 5 лет, тенге
	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	
Поступления						
Валовая прибыль	1 827 840 000	2 113 440 000	2 113 440 000	2 113 440 000	2 113 440 000	10 281 600 000
Итого выручка	1 827 840 000	2 113 440 000	2 113 440 000	2 113 440 000	2 113 440 000	10 281 600 000
Себестоимость	503 888 000	503 888 000	503 888 000	503 888 000	503 888 000	2 519 440 000
Издержки						
Аренда офиса и производственного здания	44 400 000	44 400 000	44 400 000	44 400 000	44 400 000	222 000 000
Коммунальные услуги	22 584 000	22 584 000	22 584 000	22 584 000	22 584 000	112 920 000
Связь	120 000	120 000	120 000	120 000	120 000	600 000
Услуги банка	40 800	40 800	40 800	40 800	40 800	204 000
Реклама	840 000	840 000	840 000	840 000	840 000	4 200 000
Прочие затраты	3 000 000	3 000 000	3 000 000	3 000 000	3 000 000	15 000 000
Итого производств. издержки	70 984 800	70 984 800	70 984 800	70 984 800	70 984 800	354 924 000
Затраты по ФЭП						
Затраты по ФЭП персонала	19 920 000	19 920 000	19 920 000	19 920 000	19 920 000	99 600 000
Отчисления по ФЭП персонала	1 972 080	1 972 080	1 972 080	1 972 080	1 972 080	9 860 400
Итого затраты по ФЭП	21 892 080	21 892 080	21 892 080	21 892 080	21 892 080	109 460 400
Операционная прибыль	1 231 075 120	1 516 675 120	1 516 675 120	1 516 675 120	1 516 675 120	7 297 775 600
Налог (КППН – 20%)	246 215 024	269 063 024	291 911 024	314 759 024	337 607 024	1 459 555 120
Чистая прибыль (остатки)	984 860 096	1 214 440 094	1 214 440 094	1 214 440 094	1 214 440 094	5 838 220 480

7. СОЗДАНИЕ ЦЕХА ПО ПРОИЗВОДСТВУ ТРАНСФОРМИРУЕМОЙ МЕБЕЛИ



Анкета проекта

Цели инвестиционного проекта: создание цеха по производству трансформируемой мебели (далее – мебели-трансформера) из дерева.

Продукция: Основным видом производимой продукции будет мебель трансформер, состоящая из стульев, столов, шкафов, кроватей, диванов и т.д. различной формы и трансформации под индивидуальные требования заказчика.

Стоимость проекта: 3 300 000 тенге.

Срок окупаемости: 7 месяцев.

Концепция проекта

Концепция проекта предусматривает создание цеха по производству трансформируемой мебели из дерева в городе Астана Республики Казахстан.

Функциональная мебель-трансформер нужна практически всем. В этом можно убедиться, если представить стандартный набор мебели в наших комнатах. И не важно кто производитель! Обычная мебель: стулья, столы, шкафы, диваны и т.д. значительно уменьшают пространство. И наоборот: мебель-трансформер позволяет осуществить самые смелые дизайнерские решения при оформлении интерьера, что в разы повышает качество жизни.

В настоящее время мебель рассматривают с точки зрения практичности, надежности и функциональности, учитывая интерьерные и дизайнерские качества, ведь мебель, на которой мы останавливаем свой выбор, должна соответствовать общему стилю и отвечать общей идее конкретного помещения.

Одним из важнейших вопросов при выборе мебели является экологическая чистота используемых материалов.

Мебельная промышленность развивается ускоренными темпами. Постоянно появляются новые материалы и возникают новые идеи, которые успешно реализуются, расширяя возможность выбора. Но, судя по покупательскому спросу, мебель из дерева никогда не выйдет из моды. Это подтверждается и спросом на такую мебель в Казахстане.

Основным видом производимой продукции будет мебель-трансформер, состоящая из стульев, столов, шкафов, кроватей, диванов и т.д. различной формы и трансформации под индивидуальные требования заказчика. В последующем в ассортимент производимой продукции могут быть добавлены другие виды мебели.

Потребителями планируемого цеха будут как крупные, так и малые организации дошкольного образования (детские сады, ясли и т.д.), а также владельцы малогабаритных офисов, квартир, комнат, загородных домов и дач.

Цех будет размещен в арендованном помещении общей площадью 100 квадратных метров.

Учитывая запланированные в настоящем бизнес-плане обороты предприятия, рекомендуется осуществлять деятельность в рамках индивидуального предпринимателя с использованием специального налогового режима на основе упрощенной декларации для субъектов малого бизнеса.

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, как программы продаж, так и ассортимента выпускаемой продукции.

Общие инвестиционные затраты по проекту включают в себя:

Расходы, тыс. тг.	2 017
Инвестиции в основной капитал	3 000
Оборотный капитал	300
Всего	3 300

Первоначальный закуп оборудования и станков планируется осуществить за счет средств государственной программы «Дорожная карта бизнеса 2020» – инструмент поддержки начинающих предпринимателей «Грант» на сумму 3 000 000 (три миллиона) тенге, а также участие собственными средствами для первоначального закупа сырья в сумме 300 000 (триста тысяч) тенге.

Источник финансирования, тыс. тг.	Сумма	Период	Доля
Собственные средства	300	12.2017	10%
Грант	3 000	12.2017	90%
Всего	3 300		100%

Описание продукта (услуги)

Мебель трансформер должна сочетать в себе высокую функциональность, возможность модификации, целостность, элегантность, гибкость.

Стол. Столы трансформеры могут отличаться по форме, цвету и материалу. Они могут быть высоко технологичными и очень простыми. По назначению такие столы, как и вся мебель трансформер, очень универсальны. Из, казалось бы, простого журнального столика лёгким движением руки получается обеденный стол на шесть персон.

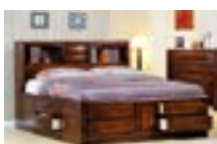


А из давно уже известного, и немного доработанного, стола-книжки получается замечательный стол с четырьмя стульями.

Используя инновационные идеи дизайнеров интерьеров и разработчиков мебельной фурнитуры, а также многолетний опыт работы с древесиной, цех сможет выпускать продукцию соответствующую уровню любого заказчика.

Если перед вами стоит задача оснащения детской комнаты своего ребёнка, тогда стоит обратить внимание на современную мебель. Она отличается не только высоким ка-

чеством исполнения, но и привлекательным внешним видом. Сегодня детская мебель трансформер на заказ позволяет без проблем решить практически любую задачу по оснащению жилого помеще-



Кровати трансформеры для детей. К качеству данной продукции предъявляются повышенные требования. Ведь от этого зависит здоровье ребёнка. Безопасность и комфорт стоят на первом месте. Не мало важную роль в воспитании детей играет эстетика. Поэтому

успешные руководители детских учреждений выбирают формы и расцветки мебели в соответствии с концепцией общего дизайна. Маленькие квартиры стали давно привычными для городских жителей. Зачастую в доме просто не хватает места для того, чтобы разместить все, что нам необходимо. Для того чтобы дом был не только уютным, но и функциональным, приходится использовать дополнительные решения. Одним из таких вариантов будет мебель-трансформер. Не все из нас имеют огромные кухни в своих домах или квартирах. В очень многих (особенно старых) квартирах эта очень важная комната маленькая, для того, что бы в ней было комфортно готовить, да и к тому же использовать ее как столовую. Но дизайнеры со всего мира работают над решением этой проблемы.

Кровать-трансформер имеет в себе оптимальное сочетание кровати и нескольких тумбочек для различных вещей, будь то белье, или же детские игрушки. Трансформером ее можно назвать потому, что при использовании небольшой физической силы, кровать может выдать нам дополнительные отсеки, и также их спрятать в себе, что существенно сэкономит квадратные метры Вашей комнаты. Ведь стоит только подумать, сколько свободного места хранится под обычной стационарной кроватью, а главное оно пустует. Давайте посчитаем, для стандартной двуспальной кровати, которая расположена у Вас в комнате, свободное место под ней может достигать чуть менее одного кубометра. Значит, тот шкаф, который так Вам мешает и занимает столько места можно перенести в другую, более свободную комнату или попросту выбросить.

Кресло шезлонг для дачи – идеальный выбор. Ведь складное кресло шезлонг в сложенном виде займет немного места. Раскладной шезлонг (раскладушка шезлонг или кровать шезлонг) станет спальным местом для гостей. Шезлонг складной или складное кресло шезлонг должны быть на каждой даче.

Планируемый ассортимент представлен в таблице.

Ассортимент планируемой продукции цеха

Наименование	Вид
Стол журнальный трансформер квадратный	Столы
Стол журнальный трансформер круглый	Столы
Стол-книжка трансформер	Столы
Кровать детская трансформер бюджет	Кровати
Кровать-шкаф трансформер	Кровати
Кровать-трансформер	Кровати
Кухня-трансформер	Кухни
Шезлонг-трансформер	Садовая мебель

Приведённый в таблице ассортимент не является полным и окончательным. Специфика цеха позволит изготовить любую мебель по заказу клиента, не перенастраивая станки и не меняя профиль. Тем самым качество готовой продукции всегда останется на высоком уровне.

Программа производств

В таблице представлена планируемая программа производства по годам.

Планируемая программа производства по годам

Показатель	2 018	2 019	2 020	2 021	2 022	2 023	2 024
Производство от максимальной мощности, %	25%	48%	70%	95%	100%	100%	100%
Стол журнальный трансформер квадратный, шт	36	69	101	137	144	144	144
Стол журнальный трансформер круглый, шт	36	69	101	137	144	144	144
Стол-книжка трансформер, шт	36	69	101	137	144	144	144
Кровать детская трансформер бюджет, шт	250	480	700	950	1 000	1 000	1 000
Кровать-шкаф трансформер, шт	24	46	67	91	96	96	96

Кровать-трансформер, шт	12	23	34	46	48	48	48
Кухня-трансформер, шт	12	23	34	46	48	48	48
Шезлонг-трансформер, шт	36	69	101	137	144	144	144

Программа продаж будет осуществляться на основе результатов проведенных маркетинговых исследований (с целью определения предпочтений потребителей в дизайне трансформируемой мебели), а также посредством рекламных акций.

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

Формирование цен основано на рыночных ценах и определении полной себестоимости продукции.

Планируемые цены на продукцию, тенге

Наименование	Значение	Минимум, тг	Максимум, тг
Стол журнальный трансформер квадратный, шт	шт	84 500	112 000
Стол журнальный трансформер круглый, шт	шт	18 000	25 000
Стол-книжка трансформер, шт	шт	70 000	100 000
Кровать детская трансформер бюджет, шт	шт	32 000	40 000
Кровать-шкаф трансформер, шт	шт	150 000	190 000
Кровать-трансформер, шт	шт	170 000	220 000
Кухня-трансформер, шт	шт	180 000	250 000
Шезлонг-трансформер, шт	шт	30 000	42 000

Конкурентная стоимость продукции складывается из

- относительно низкой себестоимости, что позволит установить конкурентную цену;
- использования натурального сырья, закупаемого у производителей в РК.

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

Маркетинговый план

Описание рынка продукции (услуг)

Сырьевой базы для деревообрабатывающей промышленности в Казахстане объективно нет, традиционно до 70% необходимой древесины завозится. Однако, рост производства на деревообрабатывающих и мебельных предприятиях Казахстана стал возможен за счет расширения рынков сбыта, а также уменьшения себестоимости продукции за счет внедрения новых технологий.

Итак, доля продукции мебельной отрасли в общем объеме производства промышленной продукции в РК в 2017 году составила 0,17%. По сравнению с 2016 годом этот показатель не изменился.

За январь-май 2011 г. объем производства мебели составил 9 229 млн. тенге, что составляет 37,1% к соответствующему периоду 2010 г. К предыдущему месяцу наблюдается спад индекса физического объема (ИФО) по производству мебели – 81,8%.

Индекс физического объема производства мебели за январь-октябрь 2017 года к соответствующему периоду 2016 года составил 109,1 %.

В структуре рынка мебели наибольшую долю занимает мебель для сидения специальная, в основном с металлическим каркасом. За январь-май 2017 г. производство данного вида мебели составило 240 824 штук или в 5,0 раза больше соответствующего периода предыдущего года. Вторым крупным сегментом рынка является мебель офисная, деревянная. За январь-октябрь 2017 г. произведено 158 222 штук, или на 142,4% больше соответствующего периода прошлого года.

Основные и потенциальные конкуренты

Основными конкурентами предприятия являются компании – производители мебели в городе Астана.

Основными преимуществами создаваемого предприятия являются:

- Качество выпускаемой продукции за счет использования натурального сырья с отсутствием токсичных веществ.
- Гибкость производства.
- Справедливая и взаимовыгодная сбытовая политика.
- Конкурентные цены, выгодная политика скидок.
- Профессионализм персонала предприятия.
- Постоянное развитие.

Прогнозные оценки развития рынка, ожидаемые изменения

Для развития мебельной промышленности Казахстана необходимо разработать отраслевую программу продвижения отечественных товаров на внешние рынки и создать свободные индустриально-производственные зоны для оптимизации инвестиционных затрат, активной кооперации по цепочке добавленной стоимости.

Несмотря на растущую конкуренцию с импортной продукцией, развитие отрасли и рост производства в Казахстане вполне реальны – при условии поддержки государства и реализации предложений по развитию специалистов отрасли. Как кластер, мебельная и деревообрабатывающая промышленность может развиваться, и рост будет вызван, прежде всего, реализацией крупных инвестиционных проектов в добывающей сфере.

Стратегия маркетинга

Традиционные способы привлечения клиентов для салонов офисной мебели – это реклама в печатных изданиях, радио, телевидение, прямая рассылка буклетов с предложениями, участие в выставках, а также размещение коллекции на собственных интернет-сайтах.

По мнению участников мебельного рынка России, прямая рассылка дает самую высокую отдачу. Но лишь только в том случае, если она попадает по назначению – непосредственно к человеку, отвечающему за закуп.

Что касается телефонного маркетинга, то он может быть полезен для установления первичного контакта. Причем здесь важно не рассылать прайс-листы, а информировать клиента о возможностях.

Наиболее эффективным способом считается участие в выставках. На выставке клиент имеет возможность увидеть коллекции многих производителей и продавцов, сравнить их, прицениться и выбрать то, что соответствует его вкусам, финансовым возможностям и потребностям.

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.

Реализацию продукции планируется осуществлять через оптовых посредников, без открытия собственной торговой точки.

Формирование спроса и стимулирование сбыта планируется исходя из следующих моментов:

- Квалифицированный персонал.
- Современное оборудование.
- Участие в государственных закупках на поставку офисной мебели.
- Реализация программ по стимулированию спроса.

Техническое планирование

Технологический процесс

Типовая технология изготовления мебели

1. Раскрой полноформатных мебельных щитов и древесины на заготовки:

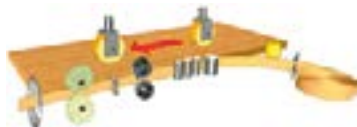


Прямолинейный раскрой мебельных щитов, облицованных шпоном или ламинированных с исключением сколов.

Криволинейный раскрой по контуру мебельных щитов, облицованных шпоном или ламинированных с исключением сколов.



2. Облицовка кромок заготовок:



Нанесение кромкооблицовочного материала на прямолинейную кромку с одновременной обработкой кромки при механической подаче заготовки.



Нанесение кромкооблицовочного материала на криволинейную кромку с обрезкой материала при ручной подаче.

Снятие свесов кромочного материала по высоте и по длине.



3. Сверление отверстий в заготовках

Многошпиндельное сверление отверстий под шканты и фурнитуру торцев и пластиковых заготовок.



4. Сборка изделий



Ручная сборка с применением электрического инструмента.

Здания и сооружения

Предполагаемый цех планируется разместить в нежилом арендованном помещении площадью около 100 квадратных метров. Ввиду особенности производственного процесса помещение будет снабжено системой противопожарной безопасности. Помещение будет состоять из непосредственно цеха по производству мебели, разделенного на 2 части, в одной из которой осуществляется раскрой материалов, в другой – сборка мебели.

Оборудование и инвентарь (техника)

Перечень оборудования и затраты на его приобретение представлены в нижеследующей таблице.

Перечень оборудования для цеха

Наименование	Кол-во	Цена, тыс. тенге	Сумма
Циркулярная пила TKHS 315M-4.2DNB	1	315,978	315,978
Радиально-сверлильный JDR-34	1	168	168
Ленточный BAS318Precision DNB	1	348,972	348,972
Лобзиковый ЗСЛ-250	1	105,520	105,520
Торцовочно-усовочный JSMS-12L	1	138	138
Фуговально-рейсмусовый JPT-410	1	1 080	1 080
Стружкоотсос DC-1100A	1	204	204
Фильтрация воздуха AFS-1000B	1	174	174
Шлифовальный JSC-233A-M	1	150	150
Пазовально-долбежный JSG-5	1	150	150
Компрессор BASIC 250-50W	1	101,712	101,712
Комплект ручного инструмента	1	63,818	63,818
ИТОГО	12		3 000

Деревообрабатывающие станки для изготовления трансформируемой мебели обладают рядом преимуществ – они функциональны, надежны и уникальны. В них отсутствуют ненужные дополнительные функции, что значительно снижает себестоимость оборудования, изготовленного согласно заявленным требованиям заказчика.

Деревообрабатывающие станки позволяют собственнику модернизировать, реконструировать и при необходимости перепрофилировать свои мощности на выпуск новой продукции, доукомплектовать находящееся в работе оборудование.

Оборудование было выбрано на основании ценового предложения компании «Toolsmart» г.Алматы.

Коммуникационная инфраструктура

Проектом предусмотрена аренда помещения, в котором будет действовать необходимая коммуникационная инфраструктура, а именно электро-, тепло- и водоснабжение, а также телефонная связь. При необходимости будет произведена необходимая адаптация под условия работы цеха.

Финансовый план**Эксплуатационные расходы****Расчет себестоимости 1-го изделия, тенге**

Наименование материала	Ед.изм.	Цена за ед.	Стол квадрат		Стол круг		Стол книга		Кровать дет-я	
			Норма расхода на 1 изд.	Сумма, тг.	Норма расхода на 1 изд.	Сумма, тг.	Норма расхода на 1 изд.	Сумма, тг.	Норма расхода на 1 изд.	Сумма, тг.
Щит мебельный, сосна	кв.м.	7000	4,6	32 200	1,15	8 050	3,45	24150		
Доска сухая, сосна	кв.м.	4500	0,46	2 070			0,23	1035		
Брус сухой, сосна	п.м.	250	2,3	575	7,59	1 897	55,2	13800		
ДВП-3,2 мм	кв.м.	280								
Фурнитура	ком-плект	5000	4	20 000			0,4	2000	0,4	2000
Крепёж	ком-плект	1500	1	1 500	1	1 500	2	3000	2	3000
Поролон	кв.м	5600								
Фанера с2/4	кв.м.	3300							5	16500
Итого				56 345		11 447		43 985		21 500

Расчет себестоимости 1-го изделия, тенге

Наименование материала	Ед.изм.	Цена за ед.	Кровать шкаф		Кровать транс		Кухня		Шезлонг	
			Норма расхода на 1 изд.	Сумма, тг.	Норма расхода на 1 изд.	Сумма, тг.	Норма расхода на 1 изд.	Сумма, тг.	Норма расхода на 1 изд.	Сумма, тг.
Щит мебельный, сосна	кв.м.	7000	9,5	66500	5,63	39410	6,32	44240		
Доска сухая, сосна	кв.м.	4500	2,55	11475	2,2	9900	1,15	5175	1,38	6210
Брус сухой, сосна	п.м.	250	1	250	4	1000			43,7	10925
ДВП-3,2 мм	кв.м.	280	3,75	1050			4,31	1207		
Фурнитура	ком-плект	5000	2	10000	4	20000	2	10000	0,4	2000
Крепёж	ком-плект	1500	2	3000	3	4500	4	6000	1	1500
Поролон	кв.м	5600								

Фанера с2/4	кв.м.	3300		10,2	33660	14,38	47454		
Итого			92 275		108 470		114 076		20 635

Данные на цены выше указанных материалов были взяты на основе мониторинга интернет сайтов оптовых фирм города Астана. За основу взят распространённый материал – сосна сухая. Клиент, по желанию, сможет выбрать любой другой материал. Что может привести как к уменьшению, так и к увеличению стоимости изделия.

Общие и административные расходы

Проектом предусмотрена аренда помещения стоимостью 80 тыс. тенге в месяц. В эту стоимость будут включены все коммунальные платежи, за исключением расходы на оплату электроэнергии и телефонной связи.

Общие и административные расходы предприятия в месяц, тыс. тг

Затраты		2018	2022
ФОТ без соц.налога и соц.отчислений		130	260
Аренда производственного помещения	100 м2	80	0
Электроэнергия	2 000 кВт	25,98	51,96
Расходный материал		1 878, 37	60 108, 93
Транспортные расходы		38	100
Услуги связи		2	10
Обслуживание и ремонт ОС		7	14
Услуги банка		2	5
Расходы на рекламу		11	50
Прочие расходы		13	70
Итого		2 187,35	60 669,89

Аренда помещения рассчитывалась исходя из средней арендной ставки на окраине г. Астана и принята на уровне 800 тенге за 1 кв. метр. Общая мощность станков составляет 13,9 кВт. Среднее время работы – 6 часов, 22 рабочих дня.

Расчет расходов на оплату труда, тыс. тг.

№	Должность	Количество	оклад	К начислению	ФОТ
	Адм.-управленческий персонал				
2	Менеджер по продажам	1	65	65	65
	Итого	1	65	65	65
	Производственный персонал				
2	Столяр	1	65	65	65
	Итого	1	65	65	65
	Всего по персоналу	2	130	130	130

Основные функции руководителя, технолога и дизайнера буде исполнять, на начальном этапе развития цеха, сам индивидуальный предприниматель.

Сумма расходов на оплату труда составляет 130 тыс. тенге в месяц. Социальные отчисления составляют 6,5 тыс.тг. в месяц (из расчета 5% от фонда оплаты труда (далее – ФОТ) без учета обязательных пенсионных взносов (далее - ОПВ). Данная сумма уменьшает сумму социального налога согласно ст.437 Налогового кодекса РК (далее – НК РК). Исчисление налогов на основе упрощенной декларации производится путем применения к объекту налогообложения (доход) ставки в размере 3% (ст.437 НК РК), из которого ½ составляет индивидуальный подоходный налог, ½ – социальный налог.

Кроме того, исчисленная сумма налогов подлежит корректировке в сторону уменьшения на сумму в размере 1,5% от суммы налога за каждого работника, если среднемесячная заработная плата работника составила не менее 2-кратного минимального размера заработной платы, установленного на соответствующий финансовый год Законом о республиканском бюджете (ст.436 НК РК).

Расчет планируемой прибыли и убытков

ОТЧЕТ О ПРИБЫЛЯХ И УБЫТКАХ	2 018	2 019	2 020	Итого
Выручка (без НДС)	26 667 000	51 141 750	74 845 750	152 654 500
Себестоимость продукции	15 026 984	28 819 636	42 177 424	86 024 044
материалы, комплектующие, товары	15026984	28 819 636	42 177 424	86 024 044
ВАЛОВАЯ ПРИБЫЛЬ	11 640 016	22 322 114	32 668 326	66 630 456
Зарплата	1 560 000	2 500 000	3 500 000	7 560 000
Общие издержки:	2 097 760	2 254 000	2 384 000	7 227 760
производственные издержки	1 727 760	1 859 000	1 959 000	5 545 760
административные и офисные издержки	120 000	130 000	140 000	822 000
реклама	130 000	135 000	145 000	410 000
прочие расходы	120 000	130 000	140 000	450 000
ОПЕРАЦИОННАЯ ПРИБЫЛЬ	7 982 256	17 568 114	26 784 326	51 832 946
Амортизация	450 000	450 000	450 000	2 250 000

ПРИБЫЛЬ ДО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ	7 532 256	17 118 114	26 334 326	49 582 946
Налог на прибыль	800 010	1 534 253	2 245 373	4 579 636
ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ	6 732 246	15 583 862	24 088 953	46 405 061

8. ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВА БЕСКАРКАСНОЙ МЕБЕЛИ



Анкета проекта

Цели инвестиционного проекта: организация производства бескаркасной мебели.

Продукция: кресло-груша, кресло-меч, пуф, кресло комфорт.

Стоимость проекта: 1 900 250 тенге.

Срок окупаемости: 8 месяцев.

Концепция проекта

Концепция проекта предусматривает производство бескаркасной мебели.

Бескаркасная мебель – это необычайный комфорт, удобство, универсальность, экологичность, а ещё она полезна для здоровья, лёгкая, оригинальная, её легко транспортировать, за ней просто ухаживать.

Для организации проекта требуются инвестиции в размере 1 727 500 тенге с собственным участием 172 750 тенге.

Структура финансирования проекта, в тыс.тенге

	стоимость	удельный в %
грант	1 727 500	90,9
собственные средства	172 750	9,1
итого	1 900 250	100

Использование средств гранта

Наименование	Ед.изм.	Количество	цена	Стоимость
Швейная машина Jack 6380	Шт.	1	225000	225000
Швейная машина Jack JK-9100 BP	Шт.	1	140000	140000
Предвспениватель	Шт.	1	650000	650000
Материал кожан	М.	250	1050	262500
Сырье для предвспенивателя	Кг.	1000	450	450000
				1727500

Использование собственных средств

Наименование	Ед.изм.	Количество	Цена	Стоимость
Оверлок	Шт.	1	140000	140000
Доставка сырья для пенополистирола			30000	32750
				172750

Описание продукции, технология изготовления

Бескаркасная мебель была изобретена достаточно давно, первое кресло-мешок поступило в продажу ещё в шестидесятых годах прошлого века. Но в нашей стране эта удобная и практичная мебель появилась совсем недавно. Бескаркасная мебель может быть нескольких видов: диваны, кресла или пуфики. Но объединяет все эти виды отсутствие жёсткого каркаса, т.е. конструкция мебели состоит из оболочки, выполненной из различного материала (ткани, натуральной или искусственной кожи, меха) и наполнителя из пенополистирола.

Наибольшей популярностью из всех вариантов бескаркасной мебели пользуется кресло-мешок (кресло-груша, бин-бег). Это очень удобная мебель, которая принимает форму сидящего в ней человека. Кресла очень лёгкие, их свободно может перемещать по квартире даже ребёнок. Используют их в квартирах, на дачах, в клубах, кафе, салонах красоты, детских учреждениях.

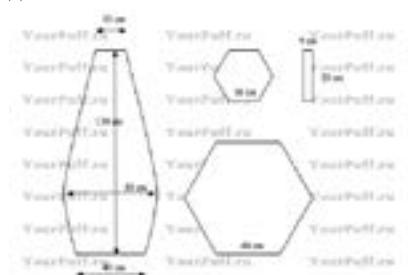
Бескаркасная мебель – это необычайный комфорт, удобство, универсальность, экологичность, а ещё она полезна для здоровья, лёгкая, оригинальная, её легко транспортировать, за ней просто ухаживать. Если остановиться и рассмотреть полезность такого предмета, как бин-бег, то, наверное, достаточно будет сказать, что сегодня даже многие детские врачи-педиатры рекомендуют приобрести такую мебель для своего малыша, чтобы развитие ребенка было гармоничным и всесторонним. Дело в том, что бин-бег позволяет распределить нагрузку на организм наиболее равномерно, а шарики-наполнители способны сделать лёгкий массаж.

Для пожилых людей такая мебель будет полезной, т.к. у большинства из них спина является больным местом. Поэтому, погрузившись в кресло, человек полностью расслабляется, а в придачу ещё и согревается. А что может быть лучше для людей в возрасте?

Кресло-мешок – разновидность мягкой мебели. Представляет собой герметичный тканевый или кожаный мешок, вспененным полистиролом. Может состоять из одного или двух чехлов: внешнего (декоративного) и внутреннего (в качестве контейнера для наполнителя). Ткани для внешнего чехла могут использоваться разнообразные, но чаще всего предназначенные для производства мебели, например: флок, шинил, грета, искусственная кожа, нейлон и т.д. Как правило, представляет собой мешок в форме груши – это одна из самых популярных и узнаваемых моделей бескаркасной мебели.

Пуф – разновидность мягкой мебели. Детали для внешнего чехла: – 6 боковых клиньев; – 1 шестиугольник со стороной 40 см для основания кресла (в зависимости от расположения деталей на ткани, она у вас будет цельная или состоять из 2 деталей) – 1 шестиугольник со стороной 10 см для вершины; – 1 ручка для переноски кресла – обычный прямоугольник с размерами 5*12 см.

Берем два боковых клина, складываем их лицом к лицу стачиваем по 15 см сверху и 15 см снизу по длинной стороне деталей.



1. В конце и начале швов делаем закрепки. Формируем полость для втачивания молнии. Далее вшиваем молнию

2. Берем следующий клин, стачиваем боковые швы. Все боковые швы утюжим и заглаживаем на одну сторону. С лицевой стороны делаем отсрочку по каждому шву, захватывая заглаженные припуски.

3. Теперь сошьем ручку для нашего кресла мешка. Для этого возьмем деталь, сложим ее пополам вдоль длинной стороны, выполним шов на машинке.

4. Пришиваем верхнюю часть мешка, не забыв проложить между деталями ручку для переноски кресла, припуски заглаживаем, делаем отсрочку.

5. Наполнить пенополистироловыми шариками

Размеры мебели на примере кресла-мешка:

Кресло-мешок стандартного размера имеет диаметр основания 90 см и высоту до 110 см. Такой мешок предназначен для использования взрослыми, вес которых не превышает 100 кг, а также подростками и детьми. Это кресло, как правило, поддерживают спину до уровня лопаток или шеи, но не поддерживают голову. Большие кресла-мешки имеют диаметр основания 95 см и высоту 130 см. Они рассчитаны на крупных людей – весом более 100 кг. Такое кресло имеет отметку XL и обеспечивает удобное положение тела. На сегодняшний день на рынке представлены различные модели кресел. Наиболее распространенной моделью является кресло в форме **груши**. Для детей до 7 лет наиболее подходит кресло **цилиндрической** формы. Также существуют модели в виде **подушек, лежаков** и даже **стульев**.

ИП предполагает изготовление 4 видов продукции: кресло-груша; кресло-мяч; пуф; кресло комфорт.

Материалы для изготовления мебели:

Наполнитель. В качестве наполнителя бескаркасной мебели используются гранулы вспененного полистерола (являющегося сырьем для производства пищевой упаковки, одноразовой посуды, пенопласта). Наполнитель имеет свои сертификаты качества и сертификаты СЭС. Гранулированный вспененный полистирол — это белые гранулы сферической формы, внутри которых имеется множество замкнутых ячеек, заполненных воздухом. Диаметр гранул, как правило, от 1 до 4 мм. Теплоизоляционные свойства пенополистирола значительно превосходят свойства железобетона, кирпича или дерева. Вспененный полистирол стоек к биологическому разрушению и воздействию большинства химических реагентов, поэтому он не имеет ограничений по сроку годности. Полистирол также не является питательной средой для микроорганизмов, насекомых и грызунов. Именно поэтому гранулы пенополистирола нашли широкое применение в производстве бескаркасной мебели в качестве наполнителя кресла-мешка.



Примерный расход наполнителя: 400 л = 1 кресло-груша средних размеров.

Ткань. Оксфорд – это прочная ткань с полиуретановым покрытием, которое обеспечивает высокую водоупорность и препятствует накоплению грязи между волокнами. Основные характеристики: сырьевой состав – полиэстер 100%; поверхностная плотность – 135/15 г/м²; разрывная нагрузка полосы ткани размером 50х200 мм: по основе – 1240 Н/кГс / 1310 Н/кГс; по утку – 1120 Н/кГс / 1100 Н/кГс; стойкость к истиранию по плоскости – более 5 000 циклов; водоупорность – более 1000 мм водного столба.

Организационный план

На начальных этапах в компании будут заняты 2 человека.

Персонал:

Должность	Количество	Оклад в тенге	Сумма в месяц
Директор	1	По схеме налогового кодекса	
Швея	1	70 000	70 000
Итого	2		70 000

Производственный раздел

Наличие производственных помещений.

Для организации процесса требуется арендуемое помещение. Стоимость аренды 35 тыс.тенге в месяц.



Потребность в оборудовании. Требуется следующее оборудование:

Наименование	Ед.изм.	Количество	цена	Стоимость	Описание/характеристика
Швейная машина Jack 6380	Шт.	1	225 000	225 000	Промышленная швейная машина одноигольная челночного стежка для пошива тяжелых материалов и кожи с двойным продвижением (ПЕРЕТОП) – нижняя рейка и 2 лапки. Длина стежка до 8 мм, высота подъема лапки до 16 мм.
Оверлок	Шт.	1	140 000	140 000	Вид швейной машины для обмётывания срезов текстильных материалов (тканых и нетканых) при изготовлении швейных изделий (одежды и других). Обмётывание предотвращает осыпание (распускание) срезов материалов и придаёт им красивый вид. Одновременно с обмётыванием оверлок обрезает излишки ткани.
Швейная машина Jack JK-9100 BP	Шт.	1	140 000	140 000	Jack JK-9100 BP прямострочная швейная машина для шитья легких и средних материалов
Предвспениватель	Шт.	1	650 000	650 000	Необходим для производства пенополистироловых шариков, используемых как наполнитель кресел мешков. Изготавливая шарики самостоятельно себестоимость единицы производимой продукции уменьшается на 800 тенге. Поставщик – Россия.
Итого оборудование				1 155 000	

Потребность в оборотных средствах

Наименование	Ед.изм.	Количество	Цена	Стоимость	Описание/характеристика
Материал кожзам	М.	250	965	241 250	Материал от оптового поставщика из Китая. Заказывая данный материал в Китае, уменьшается себестоимость единицы производимой продукции на 900 тенге.
Сырьё для предвспенивателя	Кг.	1000	429	429 000	Сырьё для производства пенополистироловых шариков. 1000 кг – минимальный допустимый заказ из города Алматы. 1 тонны хватит на 208 единиц выпускаемой продукции.
Расходы на доставку материалов				30 000	
Аренда помещения 1 мес				35 000	
Оплата электроэнергии 1 мес				10 000	
				742 500	

Расходы сырья 1 кресло

Наименование сырья	Ед.изм.	Количество	Цена	Общая стоимость	Описание / характеристика
Материал винил, гобелен, жаккард	м	3	1 500	4 500	Винил. Гобелен. Жаккард.
Пенополистироловые шарики	Куб.м.	0.4	5 400	2 160	Наполнитель.
Молния	Шт.	2	150	300	1 – на кресло-мешок без внутреннего чехла; 2 – кресло-мешок с внутренним чехлом.
Материал бязь	м	3	350	1 050	Только для кресел с внутренним чехлом.
ИТОГО				8010	

Планируемый объем продукции в месяц

	Кол-во	Цена реализации	В т.ч. стоимость материалов
Кресло-груша	20	16 000	6 500
Кресло-меч	5	20 000	8010
Пуф	5	10 000	4 050
Кресло-комфорт	15	20 000	8 010

Расходы в месяц

Аренда цеха – 35 000 тенге.

Расходы ГСМ на доставку сырья – 10 000 тенге.

Расходы на рекламу – 5 000 тенге.

Электроэнергия – 10 000 тенге.

Расходы на связь и интернет – 6 000 тенге.

Заработная плата – 70 000 тенге в месяц.

ФИНАНСОВЫЙ РАЗДЕЛ

График ввода в эксплуатацию

Открытие предприятия планируется в течение 2 месяцев после получения гранта, оплаты стоимости и поставки оборудования. Финансовый результат планируется получить через 2 месяца с начала реализации проекта.

Отчет о прибылях и убытках

ОТЧЕТ О ПРИБЫЛЯХ И УБЫТКАХ	2017	2018	2019	2020	2021	итого
Выручка	7 700 000	9 240 000	9 240 000	9 240 000	9 240 000	44 660 000
Кресло-груша	3 200 000	3 840 000	3 840 000	3 840 000	3 840 000	18 560 000
Кресло-мяч	1 000 000	1 200 000	1 200 000	1 200 000	1 200 000	5 800 000
Пуф	500 000	600 000	600 000	600 000	600 000	2 900 000
Кресло-комфорт	3 000 000	3 600 000	3 600 000	3 600 000	3 600 000	17 400 000
Себестоимость продукции	4 120 000	4 944 000	4 944 000	4 944 000	4 944 000	23 896 000
Прямые издержки	3 104 500	3 725 400	3 725 400	3 725 400	3 725 400	18 006 100
Кресло-груша	1 300 000	1 560 000	1 560 000	1 560 000	1 560 000	7 540 000
Кресло-мяч	400 500	480 600	480 600	480 600	480 600	2 322 900
Пуф	202 500	243 000	243 000	243 000	243 000	1 174 500
Кресло-комфорт	1 201 500	1 441 800	1 441 800	1 441 800	1 441 800	6 968 700
Оплата труда (производство)	700 000	840 000	840 000	840 000	840 000	4 060 000
Социальные отчисления	115 500	138 600	138 600	138 600	138 600	669 900
Коммунальные услуги	100 000	120 000	120 000	120 000	120 000	580 000
Транспортные расходы	100 000	120 000	120 000	120 000	120 000	580 000
ВАЛОВАЯ ПРИБЫЛЬ	3 580 000	4 296 000	4 296 000	4 296 000	4 296 000	20 764 000
Общие & Административные расходы	470 000	552 000	552 000	552 000	552 000	2 678 000
Аренда цеха	350 000	420 000	420 000	420 000	420 000	2 030 000
Связь	60 000	72 000	72 000	72 000	72 000	348 000
Реклама и PR	60 000	60 000	60 000	60 000	60 000	300 000
ОПЕРАЦИОННАЯ ПРИБЫЛЬ	3 110 000	3 744 000	3 744 000	3 744 000	3 744 000	18 086 000
Амортизация	173 250	173 250	173 250	173 250	173 250	866 250
Оборудование	173 250	173 250	173 250	173 250	173 250	866 250
ПРИБЫЛЬ ДО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ	2 936 750	3 570 750	3 570 750	3 570 750	3 570 750	17 219 750
Налог на прибыль	115 500	138 600	138 600	138 600	138 600	669 900
ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ	2 821 250	3 432 150	3 432 150	3 432 150	3 432 150	549 850

9. ИЗГОТОВЛЕНИЕ ДОМБРЫ ИЗ ЦЕЛЬНОГО ДЕРЕВА НА 3D-ФРЕЗЕРНОМ СТАНКЕ



Концепция проекта

«Нағыз қазақ қазақ емес, Нағыз қазақ – домбыра», что буквально означает: «настоящий казах это тот, кто умеет играть на домбре». А если учесть то, что были когда-то времена, когда каждый казах мог «управлять» домброй, то смысл еще одной пословицы «Әу демеітін қазақ жоқ» («Нет казаха, который не поет») сегодня также остается актуальным. Настолько актуален, что на самом деле сегодня очень много молодых людей, которые несмотря ни на что, развивают искусство игры на домбре. Всевозможные фестивали, конкурсы, а также супермодные домбыра-party служат примером.

Реализация данного проекта позволит предпринимателю организовать инновационное производство на местном уровне в виде мини-цеха, деятельность которого обеспечит диверсификацию, увеличение доходности и конкурентоспособности предприятия. Наряду с этим, модернизация действующего цеха современным оборудованием позволит увеличить объем выпуска национальных изделий прикладного искусства и даст новый импульс по содействию развитию национального искусства сочетающего в себе элементы современного инновационного производства, а также росту производительных сил. Проект направлен на создание новых рабочих мест.

Общие инвестиционные затраты по проекту включают в себя:

Расходы, тыс.тенге	Сумма, тыс.тенге	Источник
Приобретение оборудования	3000,0	Средства гранта
Приобретение инструментов	300,0	Собственные средства
Всего	300,0	

Финансирование проекта планируется осуществить как за счет собственных средств инициатора проекта, так и за счет средств гранта в рамках Единой программы поддержки и развития бизнеса «Дорожная карта бизнеса 2020».

Общие инвестиционные затраты составят:

Источник финансирования	Сумма, тыс.тенге	Доля, %
Собственные средства	300,0	10%
Средства гранта	3000,0	90%
Всего	3300,0	100%

Конкурентоспособность бизнес-проекта подтверждается динамикой роста уровня жизни наших соотечественников и повышением их интереса к истокам прикладного искусства, желанием людей окружать себя экологически чистыми и красивыми изделиями. В первые годы независимости в стране работало от силы десять профессиональных мастеров. Сегодня их гораздо больше. Народ постепенно возвращается к своим корням, детей чаще отдают в классы и кружки народной музыки. На инструменты снова появился спрос.

Описание продукта (услуги).

Домбра – это виртуозный философский инструмент казах, в умелых руках домбра может передать всю гамму человеческих чувств и переживаний, в домбре воплощена символика учения аль-Фараби. Самым узнаваемым символом казахской культуры, бесспорно, остается домбра.

И если музыканты столетиями передают поколениям кюи Великой степи, так же трепетно относятся настоящие мастера к изготовлению самого инструмента. У мастеров тоже есть своя школа, и у каждого своя школа. Первейшая задача в изготовлении домбры – подобрать дерево: березу, дуб, клен или бук. У каждого дерева свои свойства, которые влияют на тембр и звучание. Чтобы инструмент передавал все тончайшие нюансы богатейшей палитры звуков, каждая деталь должна быть тщательно отшлифована и подогнана. Изучению и совершенствованию искусства изготовления музыкального инструмента мастера посвящают всё свое время, потому что домбра должна отвечать требованиям национального духа.

Сегодня мастеров, которые создают домбру, в стране можно пересчитать по пальцам. Тем ценнее опыт народных мастеров.

Конечно, инструмент делать нелегко. Когда играет, он должен отдавать яркий и красивый звук, а в неумело созданных инструментах звук глухой.

В изготовлении домбры – множество нюансов. Процесс состоит из множества деталей. Какими быть корпусу, деке, грифу и струнам? Составляющие инструмента делают из разных сортов дерева: белый клен, ель, сосна, африканский палисандр, черное дерево. От вида материала зависит конечная цена.

Чтобы добиться лучшего звучания инструментов, в работе мы следуем нескольким правилам. Прежде всего, сохранение самобытности инструментов. В тренде – электродомбры. По форме они почти не отличаются от оригинала, но они утратили аутентичное звучание и скорее напоминают электрогитары.

Сейчас в производстве используют разные породы древесины. Корпус инструментов мы делаем в основном из клёна, в Казахстане пока нет отечественной деревообрабатывающей промышленности, направленной на изготовление материалов для казахских народных музыкальных инструментов.

В свою работу мы внедряем современные технологии, сохраняя традиции. В последнее время особой популярностью пользуются станки с компьютерным управлением. Раньше программирование обеспечивало беспереывное выполнение единственной задачи, поэтому результатом оказывалась выработка единственного продукта. Теперь же на практике успешно применяются современные модели, позволяющие создавать сложные предметы.

Искусство резьбы по дереву также стало доступно для машины. Человек при помощи компьютера легко управляет инструментом, пока на поверхности проявляются витиеватые узоры. Некоторые люди до сих пор полагают, что красивейшие изделия изготавливаются вручную. Они сильно ошибаются, ведь такой трудоемкий процесс был бы не оправдан низкой стоимостью изделия. Соответственно, практически все изящные деревянные декоративные предметы создаются на станках. Часть трудоемкой работы мы выполняем на станках. При этом сборку, покраску, чистку, подгонку и много другое делаем сами. Сокращение ручного труда позволяет работать эффективнее и экономить время. Неважно, будут ли на наших инструментах играть опытные музыканты или дети в музыкальной школе, качество должно всех одинаково устраивать.

Маркетинговый план

Основными потребителями являются жители г. Астана и прилегающих к столице населенных пунктов. В первые годы независимости в стране работало от силы десять профессиональных мастеров. Сегодня их гораздо больше. Народ постепенно возвращается к своим корням, детей чаще отдают в классы и кружки народной музыки. На инструменты снова появился спрос.

Учитывая современные темпы роста жилищного строительства, населения столицы, а также развитие внешнего и внутреннего туризма, надеемся на достаточный спрос на указанный перечень продукции. Немаловажным является рост количества состоятельных соотечественников, желающих иметь в своем доме домбру. В Астане и в других городах и селах появляются рестораны, кафе с национальной кухней, которым требуется соответствующее оформление.

Рынок музыкальных инструментов представляет собой довольно узкий сегмент по сравнению с рынком товаров потребления или электроники, и, следовательно, зачастую подходы в вычленении практик и механизмов PR в данном сегменте носят уникальные свойства и самобытный характер.

У нас в стране широкое развитие получает патриотическое движение продажи отечественных товаров под общим названием «Сделано в Казахстане», было бы замечательно видеть в этом ряду и товаров этого профиля.

Большое влияние на рынок оказывает государственная программа поддержки культурных мероприятий, музыкальных школ и консерваторий вместе с наличием большого количества концертных залов и домов культуры. Большая доля продаж приходится именно на музыкальные учебные заведения и их учеников. Спрос на инструменты не падает, значит Казахстан даст миру еще много талантливых музыкантов.




Исходя из вышеизложенного считаем своевременным развитие бизнеса данного направления.

Предлагаемый ассортимент продукции должен, по возможности, соответствовать запросам рынка, хотя само использование традиционных по форме и назначению изделий обеспечивает в условиях расцвета национальной культуры постоянный уровень интереса среди потенциальных потребителей.

Расширение ассортимента и повышение качества резных изделий из дерева позволит ИП «Алтын Агаш» сформировать устойчивый положительный имидж и обеспечить свою позицию на рынке резных изделий из дерева и оказания услуг по выполнению заказов по 3D резьбам.

Этой же цели будет способствовать применение адекватных цен на изделия, доступных людям со средним уровнем доходов.

Планируемые цены на предлагаемые изделия

Наименование	Ед.изм	Цена, тенге	Примечание
Домбыра с орнаментом	шт	от 70 000	
Домбыра с портретом	шт	от 100 000	
Домбра с овальным корпусом (цельный), гриф с орнаментом (шпон)	шт	от 80 000	

Стимулирование сбыта и рекламная деятельность.

На начальном этапе сбыт такой продукции требует рекламы и затрат на поиски клиентов:

- 1) Рекламная компания через СМИ, интернет.
- 2) Искать заказы через знакомых.
- 3) Изготовить буклеты для рассылки дизайнерам, офисным центрам и т.д.
- 4) Прямые предложения состоятельным людям.
- 5) Создать Интернет сайт.

Особое внимание при этом планируется уделить продуманному тексту обращения к потребителям, привлекающему внимание и подчеркивающему качества и преимущества нашего товара.

Немаловажное значение для привлечения внимания потребителей играют также личные контакты с потребителями. Возможно, эта мера окажется не менее эффективной, чем реклама.

По мере развития ИП и выпуска высококачественных изделий будут направлены усилия на то, чтобы быть в числе товаров, реализуемых по программе «Сделано в Казахстане»

Количество средств, затрачиваемых на продвижение услуги (рекламную деятельность), необходимо корректировать ежемесячно на основании сравнения количества потребителей, привлеченных каждым из вышеуказанных способов. Для увеличения потока клиентов потребуются дополнительные усилия и затраты на маркетинг.

Программа производства

Рассмотрим, из каких статей складываются затраты на сырье и расходные материалы на изготовление 1 изделия.

Наименование статей	Стоимость, тенге	Норма расхода	Сумма, тенге
Шанак (корпуса т.е заготовка), м3	52 000,00	0,06	3120,00
Какпак, м3	45 000,00	0,012	540,00
Гриф, м3	52 000,00	0,015	780,00
Накладка (красное дерево и черное дерево), м3	360 000,00	0,0020	720,00
Пружина, м3	48 000,00	0,0004	19,20
Обечайки (шпон), м2	3 000,00	0,54	1620
Подставка, м3	52 000,00	0,0001	5,20
Струна (леска), м	4,00	5,6	22,40
Клей (ПВА), гр	2,00	100	200,00
Лак, мл	1,70	80	136,00
Кисть, шт	50,00	3	150,00
Наждачная бумага, м	600,00	4	2400,00
Морилка, краска, мл	3,29	80	263,20
Всего			9976,00

В следующей таблице представлена планируемая программа производства по годам проекта.

Планируемая программа производства по годам:

показатель	2018	2019	2020	2021	2022
Домбра, шт	72	100	120	140	160

Техническое планирование

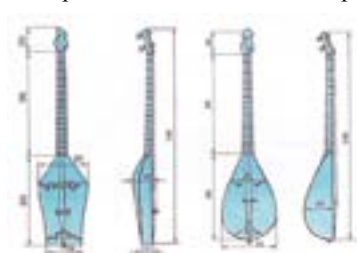
Технология процесса изготовления домбры

Для казахского народа домбра – настоящая реликвия. Она почитается не одно столетие. На ней виртуозно играли любимцы кочевников – кюйши.

Есть два вида домбр – это академический инструмент токпе, на них играют в оркестрах, и второй вид – калак-домбра. К сожалению, почти не осталось мастеров, которые бы выпускали такие инструменты, и мы бы хотели возродить это ремесло, чтобы молодое поколение не забывало о своих корнях и национальной культуре.

Строение домбры

Домбра на протяжении веков сохраняет свое основное строение и вид. Народные мастера постоянно стремятся расширить её звуковые возможности, мелодичность, нежели разнообразить форму. Так, например, центрально-казахстанская домбра отличается плоским корпусом и на ней две жильные струны.

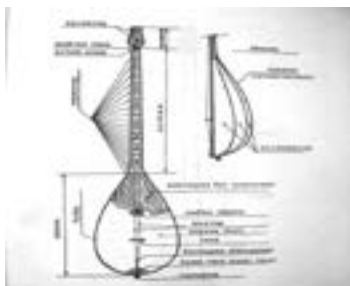


Типичная, наиболее распространенная домбра с овальным корпусом, представлена на фотографии. Ниже даны названия составных частей домбры.

Шанак – корпус домбры, выполняет роль усилителя звука.

Какпак – дека домбры, воспринимаемая посредством вибрации звуки струн, усиливает их и придает определенную окраску звучанию инструмента – тембр.

Гриф (мойын) – на нем расположены лады и нотные точки (ладов 19, точек 7).



Пружина – это балка на деке с внутренней стороны, по-немецки она так и называется «der bassbalken». В казахской домбре пружины раньше не было. Длина пружины скрипки предполагается в пределах от 250 до 270-295 мм. У домбры сейчас для улучшения звука аналогичная пружина (длинной от 250-300 мм) крепится в верхней части панциря и возле подставки. Как правило, она изготавливается из ели с выдержкой в несколько десятилетий без признаков гнили.

Обечайки изготавливаются из клёна. Заготовки должны иметь такую толщину, чтобы при чистовой отделке обечаяек, в зависимости от плотности клена, толщина их составила 1-1.2 мм.

Подставка – очень ответственный функциональный элемент домбры. Передавая колебания струн на деку и создавая первый резонансный контур на пути распространения колебаний от струн к корпусу, подставка является подлинным ключом к звучанию домбры. От её качеств, формы, веса и настройки зависит сила, ровность и тембр звучания инструмента. Их три: пяточная подструнная подставка; пороговая подструнная подставка; подвижная подструнная подставка.

Струна – источник звуковых колебаний домбры. На домбре традиционно использовались жильные струны, изготавливаемые из бараньих или козьих кишок. Считалось, что наилучшими качествами обладают струны из кишок двухлетней овцы. Такие струны дают низкий звук и соответственно низкий настрой, характерный для народной музыки. G-c, A-d, B-es, H-e. Из овец разных регионов Казахстана отдается предпочтение овцам Атырауской и Мангыстауской областей. По-видимому, засоленность пастбищ для скота в этих местах благоприятно влияет на качество струн, изготавливаемых из бараньих кишок. Для оркестровых произведений мировой классики низкий настрой оказался неудобным. Поэтому в тридцатые годы, в связи с созданием оркестров народных инструментов, была выбрана настройка струн d-g. Однако жильные струны её не выдерживали и быстро лопались. Ахмед Жубанов пробовал использовать в качестве материала кетгут, шелк, капрон, и т. п., но наиболее подходящей по звучанию оказалась обычная рыболовная леска. Как результат сегодня мы имеем единственный, широко распространенный вид домбры у казахов стандартной формы со струнами из лески, утративший неповторимый тембр звучания.

Изготовление домбры условно можно разделить на 5 этапов.

1. *подготовка материала (подготовительный этап);*
2. *точение цельной заготовки на токарном станке по копиру;*
3. *изготовление отдельных частей изделия;*
4. *сборка изделия.*
5. *декоративная отделка.*

Изучение технологической карты и ознакомление с техникой безопасности.

Последовательность изготовления изделия.

Оборудование и инструменты.

Рабочий чертёж.

1. Подготовить материал: отрезать рейку, выстрогать в размер, распилить рейку пополам.

Необходимые инструменты и материалы: линейка, угольник, верстак, ножовка, рубанок.

2. Склеить 2 бруска, вложив между поверхностями брусков бумагу.

Необходимые инструменты и материалы: бумага, клей, ножницы, кисть, зажим верстака или струбцина.

3. Разметить поверхность торцов под страховочные кольца, предварительно обозначив центр и начертить диаметр окружности кольца.

Необходимые инструменты и материалы: верстак, линейка, карандаш, угольник.

4. Запилить выступы на торцах и, используя стамеску, обработать поверхность в размер (по высоте кольца).

Необходимые инструменты и материалы: ножовка, зажим верстака, стамеска, киянка, рубанок.

5. Установить на шипы страховочные кольца.

Необходимые инструменты и материалы: верстак, рапикуль, киянка.

6. Установить заготовку на токарном станке.



Необходимые инструменты и материалы: токарный станок, резцы, копир.

7. Обработать поверхность заготовки по копиру.

8. Отделка поверхности шлифованием.

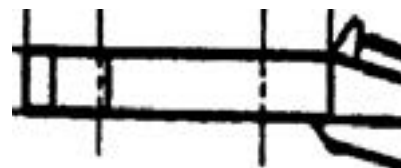
9. Снять заготовку с центров.

10. Располовинить заготовку, предварительно сняв кольца.

11. Отрезать выступы с торцов и зачистить поверхности

Необходимые инструменты и материалы: токарный станок, наждачная бумага, нож, электролобзик.

12. Придать форму и уклон ладошки. Разметить центры отверстий для колошников.



Необходимые инструменты и материалы: нож или стамеска, шлифовальный круг.

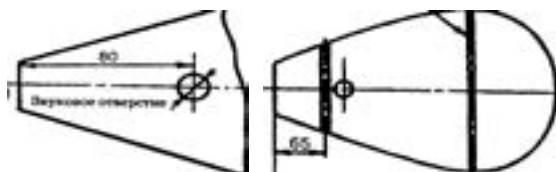


13. Изготовить деку (по форме корпуса), разметить центр звукового отверстия и просверлить.

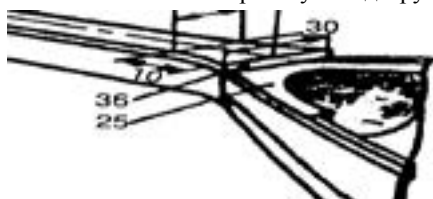
Необходимые инструменты и материалы: ручной или электролобзик, карандаш, корпус домбры, линейка, центровое сверло, сверлильный станок.

14. Выдолбить отверстие в корпусе и обрезать кромку корпуса на толщину дека. Склеить деку с корпусом.

Необходимые инструменты и материалы: приспособление для крепления заготовки домбры, сверлильный станок, сверло, шлифовальный круг, минициркулярная пила, карандаш, клей, кисть.



15. Изготовить пороговую подструнную подставку (у ладошки) и



пяточную подструнную подставку (между грифом и декой, закрепить по месту (приклеить) подвижную подставку.

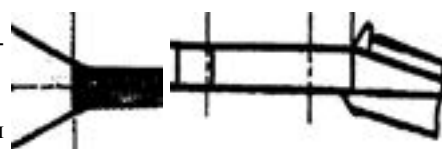
Необходимые инструменты и материалы: нож, кисть, клей.

16. Разметить нотные деления.

17. Декоративная отделка домбры (орнамент, морение-покраска, лакирование).

Необходимые инструменты и материалы: морилка, краска, кисти, лак, клей, орнаменты, ножницы.

18. Закрепить леску на грифе по раз-



метке ладов и натянуть струны.

Необходимые инструменты и материалы: леска, нож.



Технологическая карта изготовления домбры

№	Последовательность выполнения работы	Инструменты и приспособления
1	Выбрать заготовку с учетом припусков на обработку и прострогать брусок.	Верстак, рубанок.
2	Разметить заготовку по ширине, длине и толщине.	Линейка, карандаш.
3	Распилить заготовку, сохраняя линии разметки.	Верстак, ножовка.
4	Зачистить и склеить изделие.	Наждачная бумага, клей ПВА.
5	Расписать и покрыть изделие лаком.	Кисть, лак.

Сегодня деревообрабатывающие станки с ЧПУ получили широкое распространение. По сравнению с прежними моделями они оказались настоящим скачком прогресса, показавшим истинную производительность. Правда, это не единственный фактор, заставивший столь серьезно менять технологические линии. Главным преимуществом оказалась скорость переработки. Заранее подготовленная программа позволяет с постоянной скоростью обрабатывать древесину практически без участия человека. Таким образом, правильно организованная технологическая линия повышает выход продукта в несколько раз.

Организация, управление и персонал

ИП работает с применением специального налогового режима на основе упрощенного режима налогообложения для субъектов малого бизнеса.

ИП планирует арендовать на долгосрочной основе помещение общей площадью 30 м². Водоснабжение, канализация в помещении проведены от центральных коммуникаций.

Реализация данного проекта позволит предпринимателю внедрить инновационное производство на местном уровне и организовать деятельность миницеха, что обеспечит диверсификацию деятельности, увеличение доходности и конкурентоспособности предприятия. Кроме того, модернизация инновационным оборудованием позволит увеличить объем изделий прикладных искусств и даст новый импульс по созданию современных инновационных предприятий, выпускающих национально-прикладные инструменты в регионе.

Потребность в основных средствах.**Необходимо приобрести следующее оборудование:**

Наименование	Количество, шт/ комплект	Цена, тенге	Сумма, тенге
Основные оборудование:			
Фрезерный станок с ЧПУ (Фрезерный 3D станок по дереву)	1	2 600 000	2 600 000
Компьютер	1	400 000	400 000
Всего			3 000 000
Вспомогательные инструменты:			
Линейка, угольник, верстак ножовка, рубанок, стамеска, резцы, киянка, рашпиль.	1	120 000	120 000
Установочные универсальные постаменты для установки домбры.	1	180 000	180 000
Всего			300 000
Итого			3 300 000

Наименование	Цена, тенге	Техническая характеристика
Основные оборудования:		
Фрезерный станок с ЧПУ (Фрезерный 3D станок по дереву).	2 600 000	 <p>Сейчас цены на деревообрабатывающие станки с ЧПУ стали намного доступнее. Подходящий станок можно подобрать через интернет-магазин.</p>
Компьютер.	400 000	
Вспомогательные инструменты:		
Линейка, угольник, верстак ножовка, рубанок, стамеска, резцы, киянка, рашпиль.	120 000	
Установочные универсальные постаменты для установки домбры	180 000	

Общее руководство предприятием осуществляет директор.

Расчет расходов на оплату труда, тыс.тг.

Должность	Кол-во, человек	Оклад, тенге
Директор, технолог, дизайнер.	1	
Резчик (рабочий)	1	110 000

Финансовое планирование.**Расчет стоимости расходных материалов для изготовления изделий из дерева на 1 месяц.**

Наименование	Количество, шт	Цена, тенге	Сумма, тенге
Материалы:			
Заготовка, м3	6	3 120,00	18 720,00
Какпак, м3	6	540,00	3 240,00
Гриф, м3	6	780,00	4 680,00
Накладка (красное дерево и черное дерево), м3	6	720,00	4 320,00
Пружина, м3	6	19,20	1 152,00
Обечайки (шпон), м2	6	1620	9 720,00
Подставка, м3	6	5,20	31,20
Струна (леска), м	6	22,40	134,40
Клей (ПВА), гр	6	200,00	1 200,00
Лак, мл	6	136,00	816,00
Кисть, шт	6	150,00	900,00
Наждачная бумага, м	6	2 400,00	14 400,00
Морилка, краска, мл	6	263,20	1 579,20
Всего			60 892,8

Моделирование финансовых результатов проекта выполнено с помощью финансовой модели проекта, специально разработанной в программе Excel.

В качестве горизонта планирования принят проектный период 5 лет.

Экономические и финансовые расчеты настоящего проекта произведены в постоянных ценах, сложившихся на момент составления настоящего бизнес-плана; способ расчета предполагает пропорциональное увеличение затрат и доходов за счет инфляционных процессов.

Предполагается, что совокупные инвестиционные издержки по проекту составят 3 300 тыс.тенге, финансирование проекта будет осуществляться за счет привлечения государственного гранта и собственных денежных средств.

Расчет стоимости направлений инвестиционных вложений произведен по укрупненным показателям проекта и предварительной оценке стоимости ремонта, электромонтажных работ и поставки оборудования. Окончательная стоимость будет скорректирована в соответствии со сметным расчетом, а стоимость оборудования и комплектующих - по результатам условий контрактов на поставку.

Прогнозный отчет о прибылях и убытках

ОТЧЕТ О ПРИБЫЛЯХ И УБЫТКАХ	2 018	2 019	2 020	2 021	2 022	Итого
Выручка (без НДС)	6 120 000	8 500 000	10 200 000	11 900 000	13 600 000	50 320 000
Себестоимость продукции	730 714	1 014 880	1 217 856	1 420 832	1 623 808	6 008 090
материалы, комплектующие, товары	730 714	1 014 880	1 217 856	1 420 832	1 623 808	6 008 090
ВАЛОВАЯ ПРИБЫЛЬ	5 389 286	7 485 120	8 982 144	10 479 168	11 976 192	44 311 910
Зарплата	1 320 000	1 320 000	1 325 000	1 375 000	1 380 000	6 720 000
Общие издержки:	915 000	935 800	965 000	980 000	997 000	4 792 800
производственные издержки	240 000	245 000	252 000	258 000	262 000	1 257 000
административные и офисные издержки	480 000	485 000	491 000	491 000	498 000	2 445 000
маркетинговые издержки	120 000	120 800	132 000	135 000	137 000	644 800
прочие расходы	75 000	85 000	90 000	96 000	100 000	446 000
ОПЕРАЦИОННАЯ ПРИБЫЛЬ	3 154 286	5 229 320	6 692 144	8 124 168	9 599 192	32 799 110
Амортизация	496 650	496 650	496 650	496 650	496 650	2 483 250
ПРИБЫЛЬ ДО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ	2 657 636	4 732 670	6 195 494	7 627 518	9 102 542	30 315 860
Налог на прибыль	183 600	255 000	306 000	357 000	408 000	1 509 600
ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ	2 474 036	4 477 670	5 889 494	7 270 518	8 694 542	28 806 260

10. ИЗГОТОВЛЕНИЕ ШВЕДСКИХ СТЕНОК



Концепция проекта.

Шведская стенка – универсальный способ организации компактного домашнего спортивного зала. Существуют модели, которые не загромождают собой даже малогабаритную квартиру. А возможность дополнять конструкцию навесным оборудованием (кольца, канат, турник, боксерская груша и т.д.) позволит разнообразить тренировки и дать нужную нагрузку всем группам мышц.

Сейчас люди снова начали уделять внимание здоровью и активному образу жизни. Поэтому востребованными стали различные тренажеры, особенно компактные и недорогие, чтобы можно было оснастить любое жилье. Идеальным вариантом становится столь простая, но очень полезная шведская стенка. Даже одна она позволит оздоровиться, поддерживать мышцы в тонусе, а фигуру в порядке. Полезна она для опорно-двигательного и вестибулярного аппарата, позволяет выполнять упражнения на разные группы мышц и поддерживать хорошее самочувствие.

Еще лучше, если она дополнительно оснащена турником, может расширять функциональность за счет навесного оборудования. Ну, а если освоить дополнительно изготовление небольших детских спортивных мини-комплексов со шведской стенкой, турником, качелей, канатом или иными элементами, то спрос еще более возрастет. Тогда такой уголок станет местом не просто развлечения, но и укрепления организма, что позволит детям более гармонично развиваться.

Реализация данного проекта позволит предпринимателю организовать инновационное производство на местном уровне в виде мини-цеха, деятельность которого обеспечит диверсификацию, увеличение доходности и конкурентоспособности предприятия. Наряду с этим, модернизация действующего цеха современным оборудованием позволит увеличить объем выпуска изделий. Проект направлен на создание новых рабочих мест.

Общие инвестиционные затраты по проекту включают в себя:

Расходы, тыс.тенге	Сумма, тыс.тенге	Источник
Приобретение оборудования.	3 000,0	Средства гранта
Приобретение инструментов.	300,0	Собственные средства
Всего	3 300,0	

Финансирование проекта планируется осуществить как за счет собственных средств инициатора проекта, так и за счет средств гранта в рамках Единой программы поддержки и развития бизнеса «Дорожная карта бизнеса 2020».

Общие инвестиционные затраты составят:

Источник финансирования	Сумма, тыс.тенге	Доля, %
Собственные средства	300,0	10%
Средства гранта	30 000,0	90%
Всего	3 300,0	100%

Конкурентоспособность бизнес-проекта подтверждается динамикой повышения уровня жизни наших соотечественников и повышением их интереса к спорту, желанием людей окружать себя экологически чистыми и красивыми изделиями.

Описание продукта (услуги).

Прообраз шведской стенки – обычная хозяйственная лестница. Придумали ее финские крестьяне, а название свое она получила потому, что Финляндия тогда находилась под властью Швеции. Но это не суть как важно. Важно то, что уже простейшие упражнения на шведской стенке (см. рис. ниже) позволяют полностью избежать расстройств здоровья из-за сидячего образа жизни. Только скандинавы могли додуматься до такого использования лестницы: зимы в Фенноскандии долгие, суровые. Земля мало плодородная, активный сезон сельскохозяйственных работ короткий.



Рис.1. Простейшие упражнения на шведской стенке

Условия современной городской жизни предъявляют к физическому состоянию людей примерно такие же требования, но по другим причинам. А шведская стенка своими руками – изделие не из сложных; есть варианты, которые возможно изготовить в домашних условиях за 2-3 часа, см. далее. Но шведская стенка все-таки спортивный снаряд, а не хозяйственный инвентарь или домашняя утварь, поэтому делать ее нужно с соблюдением определенных, хоть и несложных, правил.

Основные требования.

Для простых упражнений на шведской стенке можно привязать обычную лестницу к стрехе или потолочной балке, как делали финны старого времени. Но шведская стенка для расширенного и полного комплекса физических упражнений устроена уже по-иному.

Размеры спортивно-оздоровительной шведской стенки должны быть таковы:

пролет по перекладинам (длина перекладины) – 800-900 мм;

для домашней и детской шведских стенок при недостатке места в помещении допускается уменьшать длину перекладин до 600 мм;

расстояние между осями перекладин по высоте – 150 мм;

если на стенке будет заниматься только ограниченный круг взрослых, расстояние между осями перекладин по высоте допускается увеличивать до 220-260 мм соответственно комплекции пользователей, диапазон 150-220 мм анатомически и физиологически «глухой», заниматься будет неудобно;

диаметр перекладины 40 мм для взрослых и 24-30 мм для детей разного возраста (подробнее см. материалы об устройстве домашнего спортивного уголка);

расстояние нижней перекладины от пола – 150-220 мм;

количество перекладин – 12-18 для взрослых и 10-15 для детей.

Даже при самых несложных упражнениях в медленном темпе на спортивные снаряды приходится динамические нагрузки, много превышающие вес занимающихся.

Статические нагрузки от детей меньше, а динамические относительно веса тела ребенка больше, чем от взрослых. Поэтому шведская стенка для полного комплекса упражнений взрослых должна выдерживать в течение 20 мин без нарушения собственной конструкции и крепления к строительным конструкциям груз, подвешенный к середине любой из перекладин (или, при приеме в эксплуатацию и годовом освидетельствовании, ко всем поочередно) груз весом:

180 кг – для полного комплекса регулярных упражнений взрослыми в 2-3 и более смены ежедневно;

150 кг – домашняя или для детских спортивных состязаний;

120 кг – детская домашняя.



Технологически шведская стенка может быть выполнена из дерева, металла и прочного пластика. За деревянную приятно взяться. Стальная более подойдет для усиленного комплекса упражнений с упором, см. далее. Пластиковая – для детей дошкольного и младшего школьного возраста. Начнем со шведской стенки из дерева, как наименее трудоемкой и универсальной.

Чертежи и устройство простой деревянной шведской стенки

Чертежи типовой деревянной шведской стенки даны на поз. 1. На перекладины пойдут черенки для садового инструмента из дуба, бука, граба и т.п. твердой плотной мелкослойной древесины без дефектов. Поскольку они далеко не всегда точно круглого сечения, нужно в любой столярной мастерской с токарным станком или в токарной по металлу проточить концы нарезанных в размер черенков до диаметра 35 мм (поз. 2). Длина проточки – 20 мм; такова же и глубина лунки.

Это позволит выбрать лунки под черенки в тетивах самым распространенным мебельным сверлом Форстнера, так называемым, петельным.

На тетивы (боковины) домашней шведской стенки сгодится обычная строевая доска без дефектов, ослабляющих ее общую прочность. Допустимы косослой без гнили и плесени, мелкие невыпадающие сучки. Крепление перекладин – в торец по саморезу или конфирмату (мебельному винту) 6х80 (поз. 3). Весьма желательно непосредственно после сверловки отверстий для металлического крепежа, но перед его установкой склеить детали ПВА без выдержки до отлипа, это намного увеличит общую прочность и надежность стенки, см. далее.

Т.е: собираем стенку всухую, стягиваем чем-нибудь, например, веревкой, сверлим установочные отверстия под метизы, все разбираем, наносим на стыки ПВА, собираем, стягиваем сталью. Пока клей не засох, проверяем и поправляем общую ровность и по горизонту, чтобы не получилось «пропеллера». О креплении снаряда наглухо поговорим далее, но вообще-то типовая шведская стенка достаточно прочна сама по себе и с помощью крюков из стали 40х4 или 30х6 (поз. 4) может быть подвешена на установленную в распор между стенами траверсу (штангу, поз. 5) или низкую (плоскую) П-образную скобу из трубы от 40х2. К скобе нужно приварить подпятники - «пятаяки» каждый под 3-4 самореза на 6-8 мм в пропиленовых дюбелях. Замуровывать концы несущей скобы в стену нельзя! Расшатается обязательно! Сборка – лежа на подпорках с выравниванием в плоскость и горизонт на сухую или, лучше, на плазе – ровной, застеленной пленкой поверхности.

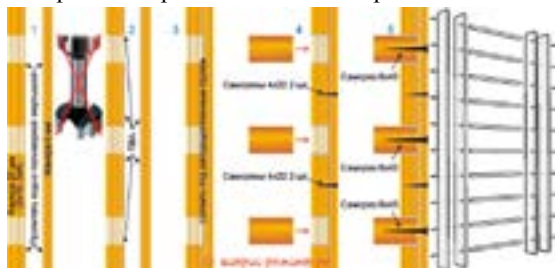
Заглубление стальной части метизов в несущую стену (помимо толщины отделки): в бетон – от 60 мм; в кирпич – от 70 мм; в дерево – от 90 мм.

Детали и варианты

Самая, казалось бы, не домашняя операция – проточка концов перекладин – на самом деле обычно затруднений не вызывает. В любом инструментальном магазине или на железном базаре вам подскажут, где поблизости есть токарка, чтобы обточить перекладины. Гораздо больше сложностей возникает при поиске материала для тетив и выборе способа крепления снаряда к несущим конструкциям. Также – как ставить на стенку навесную гимнастическую перекладину (турник) и поручни для упражнений на упоре руками (их часто называют упором, ручным упором или, реже, полубрусьями). Упор и турник стали неперенными принадлежностями домашней шведской стенки; турник часто делают ее неотъемлемой составной частью.

Тетивы

Обычная строевая доска на тетивы шведской стенки без выбора не подойдет: она не рассчитана на такое большое количество точек сосредоточенной нагрузки. Выбрать продавец то ли позволит, то ли нет, да и выбирать, скорее всего, будет не из чего: пиломатериал высшей кондиции (а такой и нужен на спортивные снаряды) отбирается уже при распиловке производителем и в продажу идет по цене в разы дороже. Склеить тетивы из фанеры? Трудоемко и ничуть не дешевле – фанера сравнительно с деловой древесиной тоже дорога. Однако есть способ упрочнить в нужной степени дешевую упаковочную фанеру. Он же позволяет сделать тетивы шведской стенки из вовсе бросовых ее отходов. Труд на выклейку придется потратить не меньше, но затрат получится вряд ли больше, чем на покупку ординарных досок. А прочность готового изделия будет больше, чем из отборных высшей кондиции. Способ этот – предварительная пропитка фанерных заготовок водно-полимерной эмульсией (ВПЭ). Этот недорогой, безвредный, безопасный и удобный в использовании материал совершенно исключает расслаивание самой дрянной фанеры и в несколько раз повышает ее прочность. Помимо того, отпадает необходимость в дорогом и узко специализированном сверле Форстнера – все отверстия сквозные, их можно сверлить хоть ручным коловоротом обычным перьевым сверлом по дереву. На шведскую стенку с избытком хватит 3-4 л ВПЭ.



Как собрать шведскую стенку в переклеенных из отходов фанеры тетивах

Для стенки, на которой регулярно занимаются взрослые, толщину внутренних частей тетив нужно увеличить до 28-32 мм; тогда все слои можно набирать из кусков, подогнанных встык.

Полная «техкарта» сборки такова:

Готовят перекладины (см. выше).

Готовят плаз.

Готовят грузы для гнета.

Нарезают и подгоняют куски для внутренних частей. Не забудьте пронумеровать или отметить, какой с каким стыкуется.

Все заготовки пропитывают ВПЭ с 2-х сторон.

Заготовки тут же, не дожидаясь полного высыхания послойно укладывают на плаз и склеивают.

Уложив и выровняв куски первого слоя, наносят на не и на ответные поверхности кусков следующего ПВА.

Не дожидаясь подсыхания клея до отлипа, укладывают 2-й слой на первый.

Повторяют пп. 7 и 8, пока не наберется заготовка нужной толщины.

Ставят на заготовку гнет – не менее 5-6 грузов от 2 кг равномерно по длине.

Металлическим угольником подравнивают торцы ребер заготовки, поправляют «уползшие» куски.

По пп. 4-11 переклеивают заготовку второй тетивы.

Спустя 3-4 суток (на сушку заготовок) сверлят сквозные отверстия под перекладины.

Готовят внешние накладки тетив (пропитывают ВПЭ), наклеивают под гнетом на внутренние части и скрепляют весь пакет мелкими саморезами (отступ от краев тетив – 20-25 мм).

Собирают снаряд всухую и сверлят установочные отверстия под крепеж перекладин.

Промазывают гнезда под перекладины ПВА и собирают снаряд на плазе, не дожидаясь подсыхания клея.

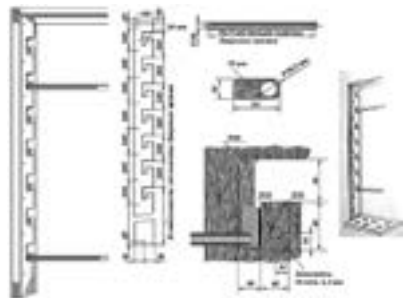
Выравнивают конструкцию по плоскости (устраняют «пропеллер», если обнаружился) и скрепляют саморезами 6x45 для детской стенки на рис. или 6x60 для взрослой.

Сушат стенку лежа на плазе 5-7 дней. Весьма желательно пригрузить по углам, чтобы не повело.

Наборный вариант

Другой вариант удобной и довольно экономной, хотя и достаточно трудоемкой шведской стенки в квартиру – наборно-разборная комбинированная в дверном проеме: тетивы из обычной строевой доски или 15 мм фанеры, перекладины стальные из труб, серги перекладин – дуб, бук, граб.

Чертежи разборной шведской стенки в дверном проеме даны на рис.:



Чертежи разборной шведской стенки в дверном проеме

Поскольку точек крепления к несущей конструкции 32, используем крепеж мелкий, саморезы 3 мм; их заглубление в дверной косяк – от 20 мм. Перекладины обязательно стальные: деревянные, не включенные в общую силовую схему, не выдержат. Фиксация серг на перекладинах – винтами М4-М6 с головками впотай. Диаметр частей перекладин под захват взрослыми можно увеличить, надев на них пластико-

вые оболочки, напр. из 2-3 слоев термоусаживаемой трубки (ТУТ); это же повысит шероховатость перекладин до «деревянной».

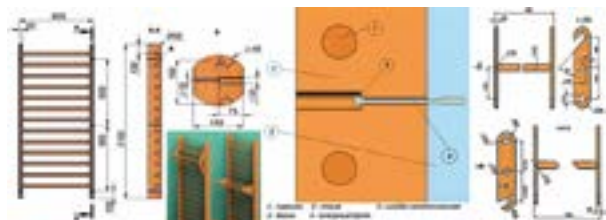
Достоинство данной шведской стенки – сняв часть перекладин, можно выполнять упражнения с широким махом ногами.

Недостатки – на время упражнений перекрывается проход, портится дверной косяк и внешний вид проема. Кроме того, оптимальный шаг перекладин по высоте 150 мм получить невозможно, а 240 мм это близко к предельно допустимому.

Турник и упор

Простая перекладина для подтягивания и удержания угла ногами на весу существенно расширяет функциональные возможности шведской стенки. Детская шведская стенка без турника вообще теряет большую часть своих развивающих качеств. Простую стенку-лестницу несложно дополнить навесным держателем перекладины для подтягивания и др. статических упражнений (без резких движений).

Чертежи шведской стенки с деревянным навесным держателем турника даны на рис. (верхний кронштейн держателя справа сверху; нижний – там же внизу).



Чертежи шведской стенки с навесным деревянным держателем турника. Другие варианты исполнения навесного турника и ручного упора для шведской стенки показаны на след. рис.:

Варианты конструкции навесного турника и упора для рук на шведскую стенку.



Ручной упор позволяет заниматься на шведской стенке уже весьма опытным и физически развитым пользователям, поз. 4 и 5. Для деревянного навесного упора нужно брать идеально однородное без дефектов дерево особо прочных пород, например, тиковое и т.п. Размеры навесного на шведскую стенку упора для рук даны справа на рис. Однако наиболее функциональны ручные упоры, совмещенные с перекладиной, см. еще один рис.:



Навесные на шведскую стенку упоры для рук, совмещенные с перекладиной.

Основные конструкционные материалы несущих частей: труба 40x2, профтруба 60x60x2. Для укосин, стяжек и лопастей накидных захватов – профтруба 60x(20-30)x1,5 или (справа)

труба 20x1,5. Для крюков там же – полоса 30x6. «Накидка» на шведскую стенку справа на рис. наиболее функциональна, но на спортивный снаряд общего пользования такую не сертифицируют: крюки в зоне действий занимающегося травмоопасны.

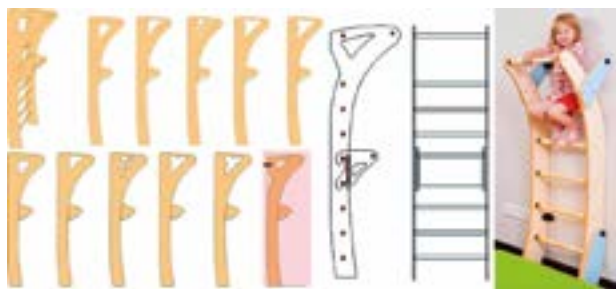
Примечание: вынос перекладины турника вперед – 60-65 см. Стационарный (прикрепленный наглухо) турник на шведской стенке обязателен для средней степени напряженности или усиленных занятий взрослых, тем более что он не мешает детям пользоваться навесным турником, а взрослым – упором для рук. Однако в таком случае крепить консоли турника (держателем перекладину кронштейны) 3-мя или 4-мя болтами (поз. 1 и 2 ниже на рис.) – грубая ошибка, как и детали, выполненные из явно дефектной древесины (показано красными стрелками на поз. 2). Крепление квадратом допустимо, если гнезда под болты сквозные винтовые, а детали снаряда из высококачественного переклеенного твердого

на несущей стене по месту размечаются отверстия под саморезы в дюбелях, см. выше; прокладки с пяток снимаются, и стенка крепится к стене, ее пятки окажутся висящими в воздухе; готовятся подпятники из микропористой резины пожестче толщиной на 2 мм больше толщины временных прокладок; один человек парой монтировок поддевает нижнюю перекладину у самых тетив и подвдвигает снаряд вверх (поз. 4 на рис.);

помощник смазывает резиновые подпятники монтажным клеем и подсовывает под висячие пятки тетив; первый работник снимает нажим с монтировок.

Спустя час-полтора сдвинуть или сорвать снаряд вряд ли удастся и физически крепкому взрослому.

Крепление в упор. Крепление детской шведской стенки в упор на 2-х точках показало себя надежнее крепления в распор. Оно не требует помощника для выполнения, меньше портит несущую стену и пол, а также позволяет придать снаряду игривый вид. Крепление в упор действует по принципу рычага, заклинившегося в мертвой точке. Поэтому его верхние точки крепления должны быть абсолютно жесткими во всех 3-х плоскостях, а тетивы несколько изогнутыми. Толщина дощатых тетив от 24 мм; фанерных пропитанных ВПЭ от 16 мм, т.е. фанерные тетивы могут быть цельными не переклеенными. Условия надежности такого способа крепления, во-первых – опорные поверхности должны вписываться в прямой угол (выделено красным на рис. ниже). Чтобы стена и пол меньше терлись, на опорные поверхности наклеивают тонкие силиконовые прокладки (резина оставляет следы). Во-вторых, носки пяток тетив должны выступать вперед не менее чем на расстояние, равное отстоянию осей перекладин от несущей стены. Если начинающие атлеты уж очень шустры и резвы, лучше вынести носки пяток вперед на половину выноса перекладины турника или более, т.е. на 25-30 см.



Третье: крепление к стене – анкерными болтами от М8. Заложение анкеров в стену от 80 мм, от 90 мм и от 100 мм для бетона, кирпича и дерева соотв.

Рис. Способ крепления детской шведской стенки в упор между полом и несущей стеной

Однако рассмотрите повнимательнее и то, что справа на рис. Сходство только внешнее, а силовая схема получается совсем

другая. Из-за неизбежно возникающих люфтов на крепеже кронштейнов- «ушей» к тетивам крепить такой снаряд к стене нужно в 4-х точках, что менее надежно и портит его вид.

Шведская стенка из пластика для взрослых вопрос очень и очень сомнительный. Бытовые пластики плохо держат статические нагрузки и быстро от них устают. Специальные (напр. углепластик «карбон») очень дороги и перегруженные склонны к внезапному разрушению. Но детская шведская стенка из полиизопропилена (попросту – пропиленовая) очень хорошее решение, т.к. пропилен отлично поглощает динамические нагрузки. Только крепить пропиленовую детскую шведскую стенку к стене нужно как взрослую, в 3-х или 4-х точках на анкерах М6-М8 с заложением в стену 90, 100 или 120 мм для бетона, кирпича и дерева.

Маркетинговый план

На казахстанском рынке хорошую репутацию заслужили следующие продавцы:

• **Effect-Sport** – магазин, специализирующийся на реализации шведских стенок и спортивного оборудования. Философия бренда – внимание качеству: сотрудничество с лучшими производителями, обязательный многоуровневый предпродажный контроль.

Покупателей здесь ждут доступные цены, широкий ассортимент и гарантии.

• **Inter Atletika** – продавец оборудования известных марок, предоставляющий покупателям приемлемые цены, скидки и гарантии на спортивный инвентарь от года до 10 лет. Здесь можно найти тренажеры, шведские стенки, спортивное питание, оборудование для инвалидов, массажные конструкции.

• **Kampfer** – оптовый продавец спортивного и массажного оборудования популярных марок, предлагающий особые условия клиентам: скидки, привлекательные цены, возможность приобретения в розницу (для постоянных клиентов), разные формы расчета.

• **Karusel** – компания специализируется на реализации оборудования для детских центров и площадок (батуты, лабиринты, аттракционы). Но в ассортименте присутствуют и качественные шведские стенки и спортивные комплексы (приоритет отдается уличным конструкциям, есть и домашнее снаряжение).

• **Leader** – спортивные комплексы серии созданы в первую очередь для детей, хотя и рассчитаны на нагрузку до 100-150 кг. Это богатый ассортимент качественных безопасных конструкций разных габаритов, предполагающих комплектацию дополнительным оборудованием. Товар можно приобрести на официальных сайтах спортивных магазинов.

• **Midzumi** – зарекомендовавший себя производитель детских и универсальных комплексов для дома и улицы, ассортимент которого отличается высоким качеством и разнообразием моделей. Бренд широко представлен во многих магазинах.

• **Pioneer** – специализация производителя – поставки пособий и оборудования для школ, детских садов, уличных площадок.

• **Romana** – завод игрового и спортивного оборудования, ассортимент которого включает разнообразные модели домашних спортивных комплексов; продукция отличается безопасностью и соответствует ГОСТам.

Основными потребителями являются жители г. Астана и прилегающих к столице населенных пунктов. Учитывая современные темпы роста жилищного строительства, населения столицы, а также развитие внешнего и внутреннего туризма, надеемся на достаточный спрос на указанный перечень продуктов.

У нас в стране широкое развитие получает патриотическое движение продажи отечественных товаров под общим названием «Сделано в Казахстане», было бы замечательно видеть в этом ряду и товары спортивного профиля. Исходя из вышеизложенного считаю своевременным развитие бизнеса данного направления.

Планируемые цены на предлагаемые изделия:

Универсал 1 – 70 000 тг.

Домашний спортивно-игровой комплекс 1 – 40 000 тг.

Доставка-установка – 3 000 тг.

Стимулирование сбыта и рекламная деятельность

На начальном этапе сбыт такой продукции требует рекламы и затрат на поиски клиентов:

- 1) Рекламная компания через СМИ, интернет.
- 2) Искать заказы через знакомых.
- 3) Изготовить буклеты для рассылки дизайнерам, офисным центрам и т.д.
- 4) Прямые предложения состоятельным людям.
- 5) Создать Интернет-сайт.

Особое внимание при этом планируется уделить продуманному тексту обращения к потребителям, привлекающему внимание и подчеркивающему качества и преимущества нашего товара.

Немаловажное значение для привлечения внимания потребителей играют также личные контакты с потребителями. Возможно, эта мера окажется не менее эффективной, чем реклама.

По мере развития ИП и выпуска высококачественных изделий будут направлены усилия на то, чтобы быть в числе товаров, реализуемых по программе «Сделано в Казахстане»

Количество средств, затрачиваемых на продвижение услуги (рекламную деятельность) необходимо корректировать ежемесячно на основании сравнения количества потребителей, привлеченных каждым из вышеуказанных способов. Для увеличения потока клиентов потребуются дополнительные усилия и затраты на поиск и привлечение клиентов.

Организация, управление и персонал

ИП работает с применением специального налогового режима на основе упрощенного режима налогообложения для субъектов малого бизнеса.

ИП планирует арендовать на долгосрочной основе помещение общей площадью 70 м². Водоснабжение, канализация в помещении проведены от центральных коммуникаций.

Реализация данного проекта позволит предпринимателю провести инновационный производственный процесс в местном уровне и организовать деятельность мини цеха, что обеспечит диверсификацию деятельности, увеличение доходности и конкурентоспособности предприятия.

Общее руководство предприятием осуществляет директор.

Расчет расходов на оплату труда, тыс.тг.

Должность	Кол-во, человек	Оклад, тенге
Директор	1	
Сварщик	1	110 000

Потребность в основных средствах.

Необходимо приобрести следующее оборудование:

Наименование
Основное оборудование:
1. Сварочный аппарат – 150 000 тг (ARC 250)
2. Стол рабочий – 164 000 тг
3. Болгарка 64 000 тг (GWS – 17-125 BOSH)
4. Дрель – 72 000 тг (BOSH)
5. Удлинитель – 32 000 тг (катушка 50 м.)
6. Сварочн. маска – 15 000 тг (Хамелеон WHOG-130R4)
7. Краскопульт – 55 000 тг
8. Краги пятипалые сподкладкой – 1000 * 2 = 2 000 тг
9. Сварка фартук – 2000 * 2 = 4 000 тг
10. Компрессор окрасочный – 110 000 тг
11. Сварочный костюм – 10000 * 2 = 20 000 тг
12. Отрезной круг –1 шт – 200 тг *25 шт = 5 000 тг
13. Маты (цветн. искусств.кожа № 10) 1 м - 1000 тг *100 м = 100 000 тг
14. Швейная машинка – 100 000тг
15. Машина мини бортовая – 1 500 000 тг
16. Материалы – 607 000 тг
Труба квадрат. профильная
Труба круглая
Аркан
Шуруп, болт
Крючок
Итого 3 000 000

Финансовое планирование.

Моделирование финансовых результатов проекта выполнено с помощью финансовой модели проекта, специально разработанной в программе Excel.

В качестве горизонта планирования принят проектный период 5 лет.

Экономические и финансовые расчеты настоящего проекта произведены в постоянных ценах, сложившихся на момент составления настоящего бизнес-плана; способ расчета предполагает пропорциональное увеличение затрат и доходов за счет инфляционных процессов.

Предполагается, что совокупные инвестиционные издержки по проекту составят 3 300 тыс.тенге, финансирование проекта будет осуществляться за счет привлечения государственного гранта и собственных денежных средств.

Расчет стоимости направлений инвестиционных вложений произведен по укрупненным показателям проекта и предварительной оценке стоимости ремонта, электромонтажных работ и поставки оборудования. Окончательная стоимость будет скорректирована в соответствии со сметным расчетом, а стоимость оборудования и комплектующих – по результатам условий контрактов на поставку.

Прогнозный отчет о прибылях и убытках

ОТЧЕТ О ПРИБЫЛЯХ И УБЫТКАХ	2 018	2 019	2 020	2 021	2 022	Итого
Выручка (без НДС)	6 120 000	8 500 000	10 200 000	11 900 000	13 600 000	50 320 000
Себестоимость продукции	730 714	1 014 880	1 217 856	1 420 832	1 623 808	6 008 090
материалы, комплектующие, товары	730 714	1 014 880	1 217 856	1 420 832	1 623 808	6 008 090
ВАЛОВАЯ ПРИБЫЛЬ	5 389 286	7 485 120	8 982 144	10 479 168	11 976 192	44 311 910
Зарплата	1 320 000	1 320 000	1 325 000	1 375 000	1 380 000	6 720 000
Общие издержки:	915 000	935 800	965 000	980 000	997 000	4 792 800
производственные издержки	240 000	245 000	252 000	258 000	262 000	1 257 000
административные и офисные издержки	480 000	485 000	491 000	491 000	498 000	2 445 000
маркетинговые издержки	120 000	120 800	132 000	135 000	137 000	644 800
прочие расходы	75 000	85 000	90 000	96 000	100 000	446 000
ОПЕРАЦИОННАЯ ПРИБЫЛЬ	3 154 286	5 229 320	6 692 144	8 124 168	9 599 192	32 799 110
Амортизация	496 650	496 650	496 650	496 650	496 650	2 483 250
ПРИБЫЛЬ ДО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ	2 657 636	4 732 670	6 195 494	7 627 518	9 102 542	30 315 860
Налог на прибыль	183 600	255 000	306 000	357 000	408 000	1 509 600
ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ	2 474 036	4 477 670	5 889 494	7 270 518	8 694 542	28 806 260

11. ПРОИЗВОДСТВО МЕБЕЛИ В СТАРИННОМ КЛАССИЧЕСКОМ СТИЛЕ

Концепция проекта.

Бизнес-идея предусматривает расширение действующего цеха путем приобретения оборудования для производства мебели в старинном классическом стиле.

Инициатор проекта имеет свой цех по реставрации и обшивке мебели. В рамках проекта планирует приобрести оборудование, сырье и материалы для производства мебели с нуля на заказ. Изготавливать мебель планирует в старинном стиле (фото в приложении).

Значимость данного проекта очевидна: создание новых рабочих мест, развитие производственной отрасли Костанайской области.

Инициатор проекта имеет своих постоянных клиентов. Обращаются не только жители своего района, но и близлежащих регионов.

Описание продукции

Основным направлением работы цеха является – реставрация мебели и производство мебели в старинном классическом стиле.

Предметы интерьера старого классического стиля всегда считались престижными, особенно это касается **состаренной мебели**. Ведь мебель, выполненная **под старину из натурального дерева**, имеет всегда высокую цену. Мебель под старину – это настоящий шедевр, оригинальный дизайн и благородный вид. Такая мебель в интерьере придает дому роскошь, внося элементы антикварного стиля.

Новое – это хорошо забытое старое. Данное направление – интересное и достаточно привлекательное. Инициатор проекта имеет 20-летний опыт работы в сфере производства мебели. Мебель из дерева под старину (состаренная мебель из массива сосны) – это предмет отделки интерьера помещений, изготовленный методом искусственного старения древесины. Мебель под старину, вид которой достигается путем вытирания слоев из древесины, а также искусственного создания сколов, трещин, потертости или порезов, а в завершении работ – нанесение покрытия, которое и придает окончательный вид состаренной деревянной мебели.

Основными видами продукции на заказ в стиле под старину будут: диван, кресло, стул. При производстве мебели будут учтены предпочтения клиента.

Технология производства

При индивидуальном **производстве мебели** изделия изготавливают в малом количестве, повторный их выпуск не предусматривается.

Технологический процесс производства мебели начинается с раскроя сухих пиломатериалов влажностью 8(±2)% на черновые заготовки, которые после механической обработки приобретают требуемые размеры и переходят в разряд деталей.

Аналогично обрабатывают плитные материалы на древесной основе, материалы из прессованной древесины, клееной, гнутой и гнуто-клееной древесины. Затем осуществляют отделку деталей и сборочных узлов лакокрасочными материалами.

Сборка деталей в узлы, а узлов в конкретное изделие осуществляется в определенной последовательности, которая обуславливается конструкторской особенностью того или иного вида мебели.

Последовательность операций сборки включает в себя монтаж мебельной фурнитуры на вертикальные и горизонтальные стенки и двери, формирование каркаса изделия, крепеж задней стенки с отверстиями под шурупы или скобы. Все крепления элементов осуществляются ручным пневмоинструментом. Затем каркас изделия устанавливают в вертикальное положение с целью навески дверей и их регулировки. Данная операция осуществляется при помощи сборочных ступеней, которые представляют собой рамочно-сварную конструкцию, на которой монтируются опорные планки. При необходимости положение этих планок меняется, что обеспечивает правильные углы и качественное соединение горизонтальных ступеней с вертикальными, а значит, и требуемые геометрические формы изделия.

Расчет себестоимости продукции

Расчет себестоимости складывается из материала, применяемого при изготовлении изделия.

Рассмотрим себестоимость основной продукции.

Себестоимость производства одного дивана:

Наименование	Сумма, тг
материал	8000
поролон	7000
брус, ДВП, ДСП	8000
клей, скобы, сатин	2000
ИТОГО, тг.	25000

Себестоимость производства одного кресла:

Наименование	Сумма, тг
материал	4000
поролон	5000
брус, ДВП, ДСП	4000
клей, скобы, сатин	2000
ИТОГО, тг.	15000

Себестоимость производства одного стула:

Наименование	Сумма, тг
материал	2000
поролон	1000
брус, ДВП, ДСП	1000
клей, скобы, сатин	1000
ИТОГО, тг.	5000

ОБЕСПЕЧЕНИЕ КАДРАМИ

На данный момент руководитель ИП работает один. В рамках данного проекта руководитель ИП планирует привлечь дополнительно двух работников.

Направление средств

Оборудование и приспособления.

№	Наименование	Марка, модель	Цена, руб.	Цена, тг.	Поставщик	Финансирование
1	Станок распиловочный	Энкор Корвет-10	9900	56 925	ООО «Авангард» г. Челябинск, тел. 8 (7142) 91-46-65, 8 (351) 2110576.	За счет гранта
2	Деревообрабатывающий станок	Могилев ИЭ-6009-А4.2	17700	101 775	ООО «Авангард» г. Челябинск, тел. 8 (7142) 91-46-65, 8 (351) 2110576.	За счет гранта
3	Лобзик пневматический	SA8233H S	14578	83 823	ООО «Авангард» г. Челябинск, тел. 8 (7142) 91-46-65, 8 (351) 2110576.	За счет гранта
4	Шуруповерт пневматический pistolетного типа	SA6280	6216	35 742	ООО «Авангард» г. Челябинск, тел. 8 (7142) 91-46-65, 8 (351) 2110576.	За счет гранта
5	Дрель пневматическая pistolетного типа	ИП-1011	2900	16 675	ООО «Авангард» г. Челябинск, тел. 8 (7142) 91-46-65, 8 (351) 2110576.	За счет гранта
6	Ленточная пневматическая шлифмашина	SA4505	18130	104 248	ООО «Авангард» г. Челябинск, тел. 8 (7142) 91-46-65, 8 (351) 2110576.	За счет гранта
7	Пила циркулярная	Интерскол ДП-210/1900м	7300	41 975	ООО «Авангард» г. Челябинск, тел. 8 (7142) 91-46-65, 8 (351) 2110576.	За счет гранта
8	Шланг для компрессора спиральный	Fubag 10м. - 3 шт.	3600	20 700	ООО «Авангард» г. Челябинск, тел. 8 (7142) 91-46-65, 8 (351) 2110576.	За счет гранта
9	Компрессор	Fubag F1-310/50 CM 3	18200	104 650	ООО «Авангард» г. Челябинск, тел. 8 (7142) 91-46-65, 8 (351) 2110576.	За счет гранта

10	Фрезер кромочный	BOSCH GKF600	14200	81 650	ООО «Авангард» г. Челябинск, тел. 8 (7142) 91-46-65, 8 (351) 2110576.	За счет гранта
11	Станок фрезерный	ЭНКОР Корвет-85	90000	517 500	ООО «Авангард» г. Челябинск, тел. 8 (7142) 91-46-65, 8 (351) 2110576.	За счет гранта
12	Скобобой	Fubag SN 4050	3400	19 550	ООО «Авангард» г. Челябинск, тел. 8 (7142) 91-46-65, 8 (351) 2110576.	За счет гранта
ИТОГО				1 185 213		

Сырье и материалы.

№пп	Наименование	Кол-во	Ед.изм.	Цена, тг.	Поставщик	Финансирование
1	Поролон	10	рулонов	120 000	ИП Сапаргалиев г. Костанай. ул. Дулатова 116 тел: 544640	За счет гранта
2	Материал для обивки	100	м.	180 000	ИП Сапаргалиев г. Костанай. ул. Дулатова 116 тел: 544640	За счет собственных
3	Клей для паралона	50	л.	65 000	ИП Сапаргалиев г. Костанай. ул. Дулатова 116 тел: 544640	За счет гранта
4	Скоба для степлера	50	пач.	23 000	ИП Сапаргалиев г. Костанай. ул. Дулатова 116 тел: 544640	За счет собственных
5	Брус, доска	20	м.куб.	400 000	г. Костанай Торговый дом ул. Фабричная -2 тел: 8(7142) 39264	За счет гранта
ИТОГО				788 000		

Производственная программа.

Планируемые объемы продаж за один месяц представлены в следующей таблице:

Наименование	Кол-во, шт.	Цена за ед., тг.	Сумма, тг.
диван	2	50 000	100 000
кресло	2	15 000	30 000
стул	5	10 000	50 000
реставрация	2	15 000	30 000
ИТОГО			210 000

Статьи	2017 (6 мес.)	2018	2019
ПОСТУПЛЕНИЯ			
Выручка от реализации:			
продукции (в т.ч. реставрация)	1 260 000	2 520 000	2 520 000
Итого поступлений	1 260 000	2 520 000	2 520 000
ВЫПЛАТЫ			
закуп сырья	630 000	1 260 000	1 260 000
заработная плата	300 000	600 000	600 000
транспортные расходы	30 000	60 000	60 000
налоги	18 900	37 800	37 800
Итого расходов	978 900	1 957 800	1 957 800
Чистая прибыль (убыток)	281 100	562 200	562 200
Рентабельность продаж	2%	22%	22%

Комментарии к таблице: в закуп сырья включены затраты на покупку материала, поролона, брусков, ДВП, ДСП, клея, скоб, сатина, необходимых для производства и реставрации мебели. Заработная плата планово в месяц составит 50 000 тг. (по 25 000 тг. на каждого работника). В транспортные расходы включены затраты на доставку мебели до клиента (учтены по минимуму, т.к., в основном, клиенты сами забирают мебель). Налоги инициатор проекта уплачивает по упрощенной системе.

12. РАСШИРЕНИЕ СТУДИИ МОДЫ**Анкета проекта:**

Цели инвестиционного проекта: расширение студии моды.

Стоимость проекта: 53 610 000 тенге.

Срок окупаемости: 57 месяцев.

Концепция проекта

Концепция проекта расширение деятельности по пошиву эксклюзивных швейных изделий высокого качества с помощью современного оборудования и технологического процесса в г.Астана путем запуска нового швейного ателье.

Цели проекта:

Эффективное использование инвестиционных средств для открытия нового швейного цеха.

Расширение клиентской базы среди отечественных заказчиков.

Увеличение количества заказов.

Увеличение производственных мощностей для обеспечения выполнения большего количества заказов в месяц.

Целью деятельности предприятия будет являться извлечение дохода для улучшения материального благосостояния его участников.

Общие инвестиционные затраты по проекту включают в себя

Инвестиции, тг.	Сумма	Доля, %
Инвестиции в основной капитал	53 610 000	100%

Финансирование проекта планируется осуществить за счет заемного капитала.

Целевое назначение кредитных средств:

Наименование	Цена, тенге	Итого, тг.
Коммерческое помещение	53 610 000	53 610 000
ИТОГО		53 610 000

Описание продукта (услуги).

Основной специализацией будет индивидуальный пошив изделий, ориентированный на средний класс. Выпуск одежды будет штучный, серийный, либо всего несколько предметов гардероба.

Главным плюсом швейного цеха будет возможность оказать внимание каждому клиенту при сохранении высокого качества предоставляемых услуг.

На данный момент наш цех оборудован современным оборудованием, которое позволяет справляться с заказами различной степени сложности, от пошива эксклюзивных изделий с уникальными дизайнерскими решениями, так и типовые заказы пошива повседневной одежды.

Полный перечень предоставляемых услуг:

Наименование изделия	Тип заказа
Костюм для солистки	Эксклюзивный пошив
Казахский национальный костюм	Эксклюзивный пошив
Национальное платье	Эксклюзивный пошив
Платье для солистки	Эксклюзивный пошив
Купальник и беретки	Эксклюзивный пошив
Костюм Агибаева	Эксклюзивный пошив
Платье Вальс	Эксклюзивный пошив
Платье Кыз Жибек	Эксклюзивный пошив
Платье Шолпан	Эксклюзивный пошив
Сценический костюм Пляски	Эксклюзивный пошив
Сценический костюм для танцев	Эксклюзивный пошив
Пошив танцевального костюма	Эксклюзивный пошив
Сценический костюм «Прикосновение»	Эксклюзивный пошив
Сценический костюм «Магия»	Эксклюзивный пошив
Сценический костюм «Жар птица»	Эксклюзивный пошив
Сценический костюм «Шаттык»	Эксклюзивный пошив
Юбка	Стандартный пошив
Платье (вечернее, кружевное)	Стандартный пошив
Платье офисное	Стандартный пошив
Пиджак	Стандартный пошив
Брюки	Стандартный пошив
Платье классическое	Стандартный пошив
Платье ретро	Стандартный пошив
Белый фрак	Стандартный пошив
Пошив смокинга	Стандартный пошив

Технологический процесс

Основной плюс индивидуального пошива одежды заключается в том, что она шьется по меркам заказчика и сидит точно по фигуре. Но для того, чтобы добиться нужного эффекта, необходимо знать основы по пошиву одежды.

Существуют общие для всех типов изделий звенья технологической цепочки.

Вначале ткань промеряют, выделяют в ней бракованные участки. Далее производят пошив одежды на швейной машинке.

Влажно-тепловая обработка проводится как в процессе пошива изделий (например, дублирование, т.е. соединение ткани верха с прокладкой при помощи клея, к примеру, так обрабатывают манжеты и воротники), так и в конце процесса – для придания товарного вида изделию.

Не менее важным вопросом при пошиве изделий остается выбор тканей и их поставки. В связи с сложившейся ситуацией на отечественном рынке и ценовой политикой, приходится закупать ткань и фурнитуру у зарубежных поставщиков, путем заключения договоров на долгосрочное сотрудничество.

Маркетинговый план

Описание рынка продукции (услуг).

Путем анализа текущего состояния потребительского рынка было выявлено постепенное улучшение ситуации, после кризисных явлений в экономике 2013-2014 гг. Период 2014-2017 гг. охарактеризован ростом отрасли. Одна из самых важных отраслей комплекса, которая специализируется на создании товаров народного потребления, является легкая промышленность. Эта отрасль относится к обрабатывающим отраслям, специализация которых является производство и выпуск различных товаров, к которым относятся ткани, обувь, одежда. Легкая промышленность в Казахстане является сферой деятельности, которая специализируется на выпуске готовых к использованию товаров, а также предметов, которые используются в других смежных областях производства. На данный момент крупные центры легкой промышленности в Казахстане являются не такими многочисленными, при этом они несут большой потенциал для экономики страны. Эта особенность связана с наличием большого капитала и быстрой оборачиваемостью денежных средств.

Огромное влияние на легкую промышленность оказывают конечные потребители и ситуация с огромным количеством импортных товаров, с которыми отечественные производители не могут конкурировать. В зарубежных странах, откуда приходит до 70% импортных товаров на наш рынок, легкая промышленность более развита, что позволяет предлагать нашему населению более качественные и надежные модели повседневной одежды. А это ведет к тому, что отечественное производство и товары теряют свою привлекательность для потребителей. Можно выделить несколько основных проблем, которые препятствуют оптимальному и эффективному развитию отрасли.

Основной и главной проблемой является нелегальный импорт товаров, неучтенное производство, которое является неофициальным и подпольным. В результате на Казахстанском рынке присутствует огромное количество товаров, отличающихся низким качеством и небольшой, но привлекательной ценой для потенциальных покупателей. Это ведет к тому, что товары, выпущенные официальными Казахстанскими компаниями, которые обладают высоким уровнем качества и сделанные из правильных компонентов, не пользуются спросом. В результате отечественным производителям приходится конкурировать с огромным количеством контрафактной продукцией. Это приводит к тому, что снижается не только качество продукции, которая поступает на наш рынок, но и прибыль компаний, а это снижает налоговые отчисления в бюджет страны. Поэтому наличие на рынке иностранной неучтенной и легальной низкосортной продукции оказывает негативное влияние на развитие всей экономики страны в целом.

Решением данной проблемы является ограничение импорта и государственная поддержка отечественных производителей в сфере легкой промышленности. Также дополнительной проблемой отрасли является то, что многие крупные и средние компании используют устаревшее оборудование и технологии, создаваемые товары являются неконкурентными. На предприятиях нет автоматизированных систем, поэтому производство полностью основывается на ручном труде, в результате чего существенно увеличивается себестоимость выпускаемой продукции. Также ситуация в легкой промышленности напрямую связана с ситуацией в области снабжения ее фурнитурой. На отечественных производителей фурнитуры приходится от 25% до 39%, остальное занимает импортная продукция. От 60% до 70% на рынке пуговиц приходится на импортного производителя, особенно блузочные и костюмные сегменты. Также негативное влияние на рынок оказывает огромное количество некачественной и кустарной фурнитуры из стран Южной Азии (Китай, Тайвань, Южная Корея). Также в последние 3-4 года очень активно растет доля рынка турецкой продукции, которая также не всегда высокого качества. Это вынуждает предприятия, которые заинтересованы в высоком уровне качества выполняемых ими изделий, заключать прямые договоры с поставщиками на покупку тканей и фурнитуры.

Также на отрасль легкой промышленности существенное влияние оказывает отсутствие программы профессиональной подготовки рабочих кадров. Отсутствуют территориальные специализированные колледжи по подготовке будущих специалистов, которые могут работать на современном технологическом оборудовании и использованием автоматизированных систем. В дефиците даже рядовые работники – старые кадры уходят на пенсию, молодые не хотят идти на предлагаемые зарплаты. В результате объем производства и закупок отечественных тканей для выполнения госзаказа сократился на 40-50%. В итоге отечественные производители вынуждены не только сокращать объемы производства, но и содержать необходимые для выполнения госзаказа мощности себе в убыток. Эксперты рынка отмечают, что розничный рынок продукции легкой промышленности — самый значимый рынок среди непродовольственных товаров. Стратегией развития легкой промышленности до 2020 года предусматривается увеличение доли отечественных товаров легкой промышленности на внутреннем рынке. Это одна из приоритетных задач на ближайшую перспективу.

На данный момент сложилась положительная ситуация для предприятий малого и среднего бизнеса, улучшились условия в программах господдержки и общая ситуация на рынке. По причине технологических особенностей, высокой трудоемкости и отсталости производств крупные предприятия не могут специализироваться на узких направлениях швейного производства таких, как пошив эксклюзивных изделий на заказ. Это создает дефицит на рынке и выгодные условия для работы таких мелких и средних предприятий как наше.

На сегодняшний день услуги по ремонту и пошиву одежды в Казахстане предлагают ателье, а также многочисленные мастерские.

Виды услуг в числе основных предоставляемых услуг ателье и ремонтных мастерских можно назвать:

- Ремонт одежды (подгонка по фигуре, замена молнии, замена подкладки, ремонт воротника, пришивание заплатки, штопка и др.).

- Пошив одежды (пошив верхней одежды, одежды из кожи и др.).
- меховое ателье (перекрой шуб, подгонка по фигуре, замена воротника, восстановление низа шубы, изменение длины и др.).
- Ремонт кожаных изделий (замена молний, устранение порезов, подгонка по фигуре и др.).

Рынок данных видов услуг будет расти и развиваться вместе с ростом числа населения и уровня доходов населения соответственно. Ежегодный рост объема рынка услуг ателье составляет более 10%. Стоит отметить, что рынок этот достаточно сегментирован, так одни ателье специализируются только на пошиве одежды, другие – на ремонте, а многие оказывают полный комплекс услуг, которые пользуются достаточно высоким спросом. Сегодня в условиях кризиса более востребованы все же услуги именно ремонта. Также весьма востребовано и прибыльно направление по пошиву штор, покрывал и иных текстильных изделий, поэтому предлагается предоставлять полный спектр услуг.

Степень успешности проекта оценивается как достаточно высокая, так как практически в любом населенном пункте высок процент людей, готовых стать потенциальными клиентами ателье.

Прогнозные оценки развития рынка, ожидаемые изменения

Организацию услуг на предприятии предполагается осуществлять с учетом следующих принципов:

Постоянный мониторинг конкурентоспособности услуг.

Использование комплекса мер по формированию спроса, формированию имиджа и закреплению постоянных клиентов.

Оборудование и инвентарь

На данный момент наш цех оборудован современным оборудованием, которое позволяет справляться с заказами различной степени сложности, от пошива эксклюзивных изделий с уникальными дизайнерскими решениями, так и типовые заказы пошива повседневной одежды.

Номер по порядку	Наименование, характеристика	Цена за единицу, в KZT	Фактическое наличие		По данным бухгалтерского учета	
			количество	сумма, в KZT	Количество	сумма, в KZT
1	Промышленный парогенератор с утюгом на 2л	23,214.29	10.000	232 142,90	10.000	232 142,90
2	SILTER-SPR/MN 2035 "SUPERMINI" 3.5л	27,678.57	1.000	27,678.57	1.000	27,678.57
3	Janome W 23U	40,178.57	10.000	401 785,70	10.000	401 785,70
4	Промышленный оверлок Jack JK-768B-3-504M1-15 головка	40,178.57	10.000	401 785,70	10.000	401 785,70
5	Стол для промышленного швейного оборудования	6,428.57	1.000	6,428.57	1.000	6,428.57
6	Jack JK-768BDI-5-516M2-35 (головка + стол + двигатель)	65,178.57	1.000	65,178.57	1.000	65,178.57
7	Apysew TDZ-82*122AUN	61,607.14	1.000	61,607.14	1.000	61,607.14
8	Бытовой оверлок 423 U	26,785.72	10.000	267 857,20	10.000	267 857,20
Итого			44.000	821 607,23	44.000	821 607,23

Общая стоимость имеющегося оборудования составляет 821 607 тенге.

Здания и сооружения.

В рамках проекта предусмотрено приобретение помещения общей площадью 178,7 кв.м.

К зданию подведена вся необходимая коммуникационная инфраструктура.

Общие и административные расходы.

В таблице представлены общие и административные расходы предприятия в месяц.

Наименование	Сумма, тг.
ФОТ	607 000
Коммунальные расходы	70 000
Хозяйственные расходы	19 500
ИТОГО	696 500

Финансовый план

Прогноз прибылей и убытков

	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Выручка	53 657 316	71 543 088	71 543 088	71 543 088	71 543 088	71 543 088
Материалы и комплектующие	33 121 800	44 162 400	44 162 400	44 162 400	44 162 400	44 162 400
Валовая прибыль	20 535 516	27 380 688	27 380 688	27 380 688	27 380 688	27 380 688
Общехозяйственные и коммерческие расходы	984 500	1 074 000	1 074 000	1 074 000	1 074 000	1 074 000
Амортизация	2 233 750	2 680 500	2 680 500	2 680 500	2 680 500	2 680 500
Расходы на заработную плату	6 127 145	8 157 560	8 157 560	8 157 560	8 157 560	8 157 560
Финансовые расходы	2 542 646	2 550 304	1 998 887	1 447 470	896 053	344 636
Прибыль до налога на прибыль	8 647 475	12 918 324	13 469 741	14 021 158	14 572 575	15 123 992
Прибыль с учетом убытков прошлых периодов	1 054 628	1 100 580	1 146 531	1 192 483	1 238 434	1 284 385
Налог на прибыль	259 424	387 550	404 092	420 635	437 177	453 720
Чистая прибыль	8 388 051	12 530 774	13 065 649	13 600 523	14 135 398	14 670 273

13. ШВЕЙНЫЙ САЛОН ПО ПОШИВУ ЖЕНСКОЙ ОДЕЖДЫ С НАЦИОНАЛЬНЫМ КОЛОРИТОМ



Концепция проекта

Концепция проекта предусматривает открытие ателье, а в дальнейшем салона по пошиву одежды для женщин и детей: платья, пальто, корсетной женской, детской одежды и других изделий от эконом-класса до люкс-формата, ориентированную на целевую аудиторию. Особое внимание при реализации услуг будет уделено национальному стилю (этно-стиль).

Производство будет основано на эксклюзивной работе с индивидуальным дизайном, которому не будет аналогов. В дальнейшем пошив одежды будет зарегистрирован под маркой отечественного производителя.

Целевой группой планируемого цеха будут женщины-клиенты и дети в разных возрастных категориях: дошкольный от 3-6 лет; младший школьный от 6-11 лет; старший школьный от 11-14,5 лет; подростковый от 14,5-18 лет.

Финансирование проекта планируется осуществить за счет привлечения средств гранта и собственных средств.

Финансирование проекта

Источник финансирования, тыс.тг.	Сумма	Период	Доля
Собственные средства	72 260	2017	10,00%
Средства гранта	722 600	2017	90,00%
Всего	794 860		100%

Описание продукции

1. Пошив плечевых изделий: платья, корсеты, жакеты, блузки, жилетки, брюки, юбки, верхняя одежда, куртки утепленные, пальто, шапки-ушанки, береты и т.д.

2. Изготовление казахских национальных головных уборов: саукеле, такай, калпак, борык.

3. Женский пояс, тияра, колье в казахском национальном стиле (ручная работа, стеклярус, аппликация, бисер, бусы, стразы).

4. Пошив панно, покрывал, римские шторы, в технике художественного лоскутного шитья (в работе могут использоваться лоскутки любой ткани, нить, ленточки, тесьма, бисер, бусы, стразы).

5. Настенные ковры и покрывала по старинной казахской технологии «Біз кесте» (техника тамбурной вышивки).

Основное направление дизайна: национальный колорит.

Основными преимуществами создаваемого предприятия являются:

Качество выпускаемой продукции за счет использования качественного сырья для пошива изделий.

Разумные цены, гибкая система скидок по накопительной системе для постоянных клиентов.

Креативный дизайн.

Фото и видеоотчет процесса пошива изделия, в любой момент клиент может внести дополнения или изменения.

Профессионализм персонала предприятия.

План маркетинга.

Рынок продукции

Мода – это форма стандартизованного поведения, когда человек подгоняется под стандарты. Мода имеет разные задачи, одно из направлений психологическая разрядка. Мода – это всегда способ привлечения к себе внимания. Современная мода, на которую так старается равняться современная молодежь, что в ней есть такого опасного? Замаскированная ловушка для молодых девушек, которые стараются одеваться супер-модно. И таким образом, они говорят себе: «вот я теперь современная, я теперь на уровне, я как с обложки журнала». И она не всегда понимает почему, когда она выходит на улицу, происходят всякие события, с которыми она не хотела бы сталкиваться. Что она не понимает? В психологии известно, что у нас есть общение с помощью слов, но у нас есть еще общение, когда мы даем друг другу информацию не с помощью слов, а с помощью оформления своей внешности. Мы на уровне слов можем говорить одну информацию, а на уровне оформления своей внешности давать дополнительную уточняющую информацию. Таким образом, она говорит о себе совершенно однозначную информацию, она может об этом даже не понимать. Она срисовала себя с международного модного журнала, не задумываясь. Это модно, а что за этим следует?



Все ответы можно найти в прошлом нашей истории. Наши предки знали и понимали какое влияние оказывает на окружающих внешний вид. Когда одежда была не просто одеждой, а своеобразным паспортом. В старину по вышивке на одежде судили о девушке, хорошая ли она мастерица и хозяйка, замужняя или нет. По вышивке могли узнать от куда человек приехал, если узор на одежде яркий и насыщенный значит ее сшили на юге страны, северу были свойственны более приглушенные цвета и скромные орнаменты.

Все узоры и орнаменты на одежде вышиты на определенных участках, которые подчеркивают фигуру женщины представляя ее более красивой и служили оберегом от дурного глаза. Причем у каждого символа есть свое место, а все элементы в целом представляют собой картину МИРА (если перефрази-

ровать на современный лад каждая девушка в такой одежде была мисс мира). Сохранение своей истории, своего культурного наследия является одной из **актуальных проблем** современного общества.

Национальный костюм, в котором с наибольшей полнотой воплотились богатейшие традиции казахского декоративно-прикладного искусства, является выразителем эстетических представлений народа, обеспечивает передачу их поколения в поколение духовного и исторического опыта.

Применение народных традиций в одежде формирует устойчивый интерес к культуре и искусству казахского народа, способствует взаимопроникновению и развитию международного диалога и дает возможность показать ценности своего народа, воспитывает молодое поколение.

Использование символики казахской национальной одежды в современном дизайне костюма Казахстана происходит преимущественно в рамках очень популярного этно-направления, корни которого погружены в космос кочевой культуры древних поселенцев евразийских степей. Этно-мотивы обеспечивают трендам казахстанских дизайнеров так называемую узнаваемость, самобытность, этническую, региональную идентификацию, особое положение в многоликом мире fashion-индустрии. Сегодня фольклорные линии этно придают практически каждой модной коллекции древнюю экзотику, яркость, гламурный шик, создают настроение своими редкими деталями или даже становятся стилем жизни. Притягательная сила этностиля заключается в таких непереносимых принципах народного костюма любого этноса как эстетичность, функциональность, целесообразность, рациональность кроя и исполнения. Причем, этностиль ни в коей мере не отменяет ту радость эксперимента, то новаторство, без которых не может существовать дизайн, ориентированный на новейшие научно-технические достижения, технологии и материалы, самые современные веяния моды, самые изысканные запросы потребителей.

Этнический стиль принято называть фольклорным, или народным. Фольклорная одежда помогает создавать своё внутреннее пространство, прикоснуться к истокам существования, ощутить свободу и силу. Применение этнических традиций в одежде формирует устойчивый интерес к культуре и искусству казахского народа, способствует взаимопроникновению и развитию международного диалога, у казахстанских дизайнеров появилась возможность показать ценности своего народа, а также выйти на международные «площадки» высокой моды, продемонстрировав художественный синтез этнической самобытности национального костюма в сочетании с современными тенденциями.

Основные и потенциальные конкуренты

Основными и потенциальными конкурентами являются китайские и киргизские производители. Разницы в ценовом предложении данных производителей с нашей продукцией имеет значение в меньшую сторону. Помимо хорошего ценового предложения, предпринимателем предлагаются текстильные изделия хорошего качества.

Как уже ранее было отмечено Д. Назарбаевой, импортируемые из-за рубежа товары легкой промышленности в большей степени «плохого качества». Мы не используем метод «китайского ширпотреба», и это не пошив «до первой стирки». До начала изготовления продукции любая ткань проверяется на реальные, а не внешне видимые свойства.

Предпринимателем гарантируется, что ткани, предусмотренные для стирки, не будут красить друг друга. Швы не расходятся, так как используется мелкий шаг, выдерживается ширина припусков ткани. Полностью обрабатываются все швы. Гарантийный срок для работ премиум-класса по договору с предприятием составляет 5 лет. В случае непредвиденных обстоятельств по качеству ткани или ниток, мы бесплатно реставрируем изделие.

Ассортимент предпринимателя включает работы эконом- и премиум-класса. Дизайн цветов и подбор колорита по желанию клиента. Клиент всегда найдет для себя решение с любыми финансовыми возможностями.

Конкуренты и их продукция

Академия моды «Сымбат»

Именно «Сымбат» первым в истории Казахстана представил казахстанскую моду за рубежом в 1972 г., а впоследствии в 2003 году на профессиональном fashion-подиуме на Неделе моды в Москве (Moscow fashion week). Кроме России участвуем регулярно на Неделе моды в Дубае (DIFW), в 2007 году впервые приняли участие на Неделе моды в Вашингтоне (DC Fashion week) и Сибирской неделе моды (SFW).

Компания «Ерке – Нұр»

На сегодняшний день производственно-швейная компания «Ерке-Нұр» – одно из крупнейших предприятий Казахстана, участник международных ярмарок и дефиле в таких странах, как Германия, Голландия, Бельгия, Турция, Сингапур, Китай, США, Россия. Предприятие имеет десятилетний опыт работы на рынке малого и среднего бизнеса, заслужило мировую известность и уважение. Продукция компании участвовала в различных конкурсах и выставках, награждена многочисленными грамотами и дипломами, среди которых: Благодарственное письмо Президента РК Н.А. Назарбаева, приуроченное к празднованию десятилетия Независимости Республики Казахстан, Благодарственное письмо Ассамблеи народов Казахстана за организацию Fashion-Show «Атамекен-Көңіл сазы», проводимое под эгидой Ассамблеи, Почвальная Грамота Акима города Алматы за развитие малого и среднего бизнеса в 2002 году, в 2005 году Диплом III степени Акима г. Алматы, Диплом II степени за высокое качество продукции в 2006 год, у, Диплом республиканского конкурса «Лучший товар Казахстана» за 2003 год. А также по результатам конкурса «Выбор года 2007» компания завоевало звание «Лучший Дом Моды года».

Дом Моды «Нур-шах»

Дом Моды «Нур-Шах» был основан дизайнером Нурджамал Нурпеисовой в 2001 году. Основная деятельность – разработка и пошив современной и национальной одежды, также сувениров и аксессуаров. Благодаря успешной работе компания приобрела широкую известность не только на Казахстанском рынке, но и за его пределами.

Салон национальной одежды «Өрнек»

Первое ателье в Мангистауской области по пошиву национальной одежды, которое было создано в 1985 году. Благодаря росту и авторитету организации, доверяли многие государственные заказы, такие, как Администрация Президен-

та РК, Государственная филармония, Президентский центр культуры, Департамент культуры г. Астаны, Президентская гвардия, Президентский цирк, Республиканский танцевальный ансамбль «Наз» и т.д.

Ауа Варані

Ая Бапани – молодой казахстанский дизайнер, дочь известных мастеров по войлоку Бапановых. Сейчас дизайнер выступает под собственным брендом Ауа Варані. Свое вдохновение она черпает из истории, этнографии, искусства. Причем Ая не просто копирует элементы казахского национального стиля, она передает саму суть народного искусства, которая выражается в силуэте, цветах и пропорциях каждого образа в коллекции. Богатая культура казахского народа стала главным отражением в этнических работах молодого и талантливого дизайнера. Она заявила о себе совсем недавно, но ее коллекции из войлока успели воодушевить зарубежных дизайнеров и стать любимым брендом казахстанских звезд.

Стратегия маркетинга

Главная идея предпринимателя, развивать данное направление на территории Казахстана. Что даст возможность нашим представительницам прекрасного пола, а именно женщинам-пышечкам приобретать продукцию соответствующего качества и по приемлемым расценкам. А оптовый покупатель сократит и сэкономит время и деньги на транспортных расходах, всегда актуальная и модная линия одежды.

Главной целью проектируемого цеха является проникновение на рынок и последующее существование в нем.

В качестве основного метода продвижения необходимо использовать прямую рекламу на интересующие целевые группы. Для этого будут использоваться:

- рассылки рекламных материалов о цехе и рекламно-технической документации по его продукции;
- размещение информации о предприятии на бесплатных интернет-ресурсах (ВКонтакте, Инстаграм, Ютуб), подача объявлений.
- анкетирования и личные встречи с владельцами торговых центров и бутиков для заключения договоров на оптовые поставки.

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.

Дополнительные возможности для партнеров:

- предоставить свой собственный дизайн, по которому будет создано изделие;
- указать необходимые размеры соответствующие сезону или ходовой размер;
- доставка по адресату;
- для VIP-партнеров, гарантирую эксклюзивность товара, то есть, создать дизайн изделия в единственном числе или в ограниченном количестве;
- индивидуальный подход к каждому клиенту.

Формирование спроса и стимулирование сбыта планируется исходя из следующих моментов:

- Соответствие цены и качества изделия.
- Квалифицированный предприниматель.
- Пошив по современным технологиям.
- Современное оборудование.
- Реализация программ по стимулированию спроса.



Производственный план

Наличие производственных помещений

Мастерская по пошиву изделий будет располагаться по адресу Карагандинская область, Осакаровский район, село Ералы, ул. Вторая д. 14-1. Дом, где будет выделено 2 комнаты общей площадью 30 квадратных метров.

Потребность в оборудовании.

Имеется в наличии следующее оборудование:

№	Наименование	Дополнительная характеристика	Ед. изм	Цена за ед., тенге	
1	JACK JK-F4	Одноигольная швейная машина с плоской платформой и прямым приводом для легких и средних материалов, автоматическая система смазки, с нижним транспортёром ткани, длина стежка до 7 мм, подъем лапки 5-13 мм, максимальная скорость шитья 4 500 об/мин. Встроенный в голову серводвигатель с блоком управления, с регулировкой скорости, с позиционером, LED подсветка. Экономия электроэнергии, низкий уровень вибрации и шума.	1 шт	113 500	
2	Gazzella «Harmony» Sm/ Psa 2135 Ap	Размер рабочей поверхности – 120/40 см Высота стола – 90 см Мощность утюга – 1000 Вт Мощность бойлера – 1250 Вт Мощность стола – 800 Вт Напряжение – 220 В Давление пара – 3,5 бар Температура нагрева доски – 0-90 С Производство пара – 70 г/мин Рабочее время – 5,5 ч. Вес – 38 кг	1 шт	205 500	

4	Промышленный электропаровой утюг с подвесным бачком «Dison» DS-777	Утюг электрический. Регулируемый термостат. Технические характеристики: Вес утюга 2,3 кг. Размер рабочей поверхности подошвы 110x205 мм. Мощность 1000 Вт. Напряжение 220 В.	1 шт	19 500	
5	ES-94A	Подошва антиглянцевая (207x120x1мм) (Алюминий-Тефлоновая) (Хорватия)	2 шт	7200	
6	Манекен	Манекен портновский, одноразмерный, женский (Беларусь) Размер 46	1 шт	34500	
7	Светильник светодиодный АОМ-20А (SMD)		2 шт	5000	
8	Anysew AS-MB1 (метрическая и дюймовая резьба)	Ручной пресс для установки фурнитуры. Насадки в комплект не входят.	1 шт	8 000	
9	P36L (31358HW)	Лапка односторонняя для вшивания молнии – левая, плавающая (ширина подошвы 8 мм)	1 шт	900	
10	P36 (12435HW)	Лапка односторонняя для вшивания молнии – правая, плавающая (ширина подошвы 8 мм)	1 шт	900	
11	LOT NO.2-1/2 (120803-1\8)	Лапка для подгибки, литая 3,2 мм (с закрытым срезом)	1 шт	800	
13	P950 (S950)	Лапка для формирования складок, регулируемая, литая	1 шт	1 200	
14	JACK JK-E4-5-M03/333	Двухигольный, пятиниточный оверлок для лёгких и средних материалов со встроенным серводвигателем. Расстояние между иглами 3 мм. Ширина обмётки 4мм. Длина обмётки 3,8 мм. Диапазон дифференциального продвижения от 0,7 до 2 мм. Подъём лапки до 5 мм. Максимальная скорость шитья 6000 об/мин.	1 шт	181 000	

15	МАТ (коврик)	Для пэчворка, размер экстра макси 914х609 см	1 шт	14800	***
16	Линейка	Для пэчворка прямоугольная размер 30,48х16,51 в сантиметрах	1 шт	4000	***
17	Дисковый нож Sev Easy	Для пэчворка 45 мм в комплекте с лезвием	1 шт	6000	***
18	Дисковый нож RTY2/C Olifa	Для пэчворка 45 мм	1 шт	6800	***
19	Лезвие	Запасное лезвие для раскройного ножа 45 мм	1 шт	1200	***
20	Термоэппликатор Hemline	Для аппликации	1 шт	10000	***
21	Маркер	Самоисчезающий маркер для ткани	4 шт	7200	***
21	Зеркало	Р-р 1700*700мм Толщина 4 мм обработка краев еврокромка	2	21000	
22	Офисное кресло	Ширина 58 код товара 2462 престиж	3	53700	
	Принтер лазерный	Ricoh SP 122 Black черно белая печать	1	19900	
Итого: 722 600 тенге					

Заработная плата

Должность	Количество после внедрения проекта	Оклад в тенге	Сумма в месяц
Директор-бухгалтер-швея	1	По схеме налогового кодекса	
Итого АУП	1		
водитель	1	30 000	30 000
Итого производственный персонал	4		30 000

Планируемый объем производства в месяц в среднем с учетом сезонности, цена реализации и стоимости материалов.

Все изделия	Количество в месяц	Цена реализации	Стоимость сырья и материалов
Платье рубашечного кроя	15,0	18 428	10 840
Платье на корсетной основе	3	28 334	16 667
Жилет приталенный на подкладке с аппликацией	6	13 260	7 800
Камзол с вышивкой бисер, поетки	4	85 000	50 000
Юбка сложного асимметричного кроя	6,0	94 445	55 556
Платье для полных дам на корсете	7,0	62 900	37 000
Платье из шелка	12	18 889	11 111
Коктейльное платье шифон	3	18 889	11 111
Детские платья дошкольные от 3-11 лет	5,0	9 445	5 556
Старший школьный 11-14,5	5,0	14 166	8 333
Подростковый 14,5-18 лет	5,0	23 611	13 889

Расходы в месяц

Затраты	Сумма в тенге
Аренда цеха	20 000
Электроэнергия 2,5 кВт за час * 15 тг * 5 часов в день * 30 дней	6 000
Коммунальные услуги, вода, вывоз мусора, канализация	5 000
Техническое обслуживание машинок	3 000
Интернет связь	5 000
Сотовый телефон	2 000
Транспортные расходы	18 000
Реклама (объявления, буклеты)	5 000
Заработная плата водителя	30 000

Объем выпуска продукции по годам

Объем продаж (в единицах продукции)	ед.	1 год	2-5 годы
Платье рубашечного кроя	шт	135	180
Платье на корсетной основе	шт	27	36
Жилет приталенный на подкладке с аппликацией	шт	54	72
Камзол с вышивкой бисер, поетки	шт	36	48
Юбка сложного асимметричного кроя	шт	54	72
Платье для полных дам на корсете	шт	63	84
Платье из шелка	шт	108	144
Коктейльное платье шифон	шт	27	36
Детские платья дошкольные от 3-11 лет	шт	45	60
Старший школьный 11-14,5		45	60
Подростковый 14,5-18 лет		45	60

Финансовый план
Отчет о прибылях и убытках

ОТЧЕТ О ПРИБЫЛЯХ И УБЫТКАХ	2018	2019	2020	2021	2022	итого
Выручка (с НДС)	20 766 573	27 688 764	27 688 764	27 688 764	27 688 764	131 521 629
Платье рубашечного кроя	2 487 780	3 317 040	3 317 040	3 317 040	3 317 040	15 755 940
Платье на корсетной основе	765 018	1 020 024	1 020 024	1 020 024	1 020 024	4 845 114
Жилет приталенный на подкладке с аппликацией	716 040	954 720	954 720	954 720	954 720	4 534 920
Камзол с вышивкой бисер, поедки	3 060 000	4 080 000	4 080 000	4 080 000	4 080 000	19 380 000
юбка сложного асимметричного кроя	5 100 030	6 800 040	6 800 040	6 800 040	6 800 040	32 300 190
Платье для полных дам на корсете	3 962 700	5 283 600	5 283 600	5 283 600	5 283 600	25 097 100
Платье из шелка	2 040 012	2 720 016	2 720 016	2 720 016	2 720 016	12 920 076
Коктейльное платье шифон	510 003	680 004	680 004	680 004	680 004	3 230 019
Детские платья дошкольный от 3-11 лет	425 025	566 700	566 700	566 700	566 700	2 691 825
Старший школьный 11-14,5	637 470	849 960	849 960	849 960	849 960	4 037 310
Подростковый 14,5-18 лет	1 062 495	1 416 660	1 416 660	1 416 660	1 416 660	6 729 135
Себестоимость продукции	12 815 127	17 450 435	17 450 435	17 450 435	17 450 435	82 616 868
Прямые издержки	12 215 628	16 287 504	16 287 504	16 287 504	16 287 504	77 365 644
Платье рубашечного кроя	1 463 400	1 951 200	1 951 200	1 951 200	1 951 200	9 268 200
Платье на корсетной основе	450 009	600 012	600 012	600 012	600 012	2 850 057
Жилет приталенный на подкладке с аппликацией	421 200	561 600	561 600	561 600	561 600	2 667 600
Камзол с вышивкой бисер, поедки	1 800 000	2 400 000	2 400 000	2 400 000	2 400 000	11 400 000
Юбка сложного асимметричного кроя	3 000 024	4 000 032	4 000 032	4 000 032	4 000 032	19 000 152
Платье для полных дам на корсете	2 331 000	3 108 000	3 108 000	3 108 000	3 108 000	14 763 000
Платье из шелка	1 199 988	1 599 984	1 599 984	1 599 984	1 599 984	7 599 924
Коктейльное платье шифон	299 997	399 996	399 996	399 996	399 996	1 899 981
Детские платья дошкольные от 3-11 лет	250 020	333 360	333 360	333 360	333 360	1 583 460
Старший школьный 11-14,5	374 985	499 980	499 980	499 980	499 980	2 374 905
Подростковый 14,5-18 лет	625 005	833 340	833 340	833 340	833 340	3 958 365
Оплата труда (производство)	0	363 600	363 600	363 600	363 600	1 454 400
Фиксированная оплата	0	360 000	360 000	360 000	360 000	1 440 000
Отчисления в ФОМС	0	3 600	3 600	3 600	3 600	14 400
Социальные отчисления	311 499	415 331	415 331	415 331	415 331	1 972 824
Текущий ремонт и обслуживание оборудования	27 000	36 000	36 000	36 000	36 000	171 000
Транспортные расходы	162 000	216 000	216 000	216 000	216 000	1 026 000
Коммунальные услуги	99 000	132 000	132 000	132 000	132 000	627 000
ВАЛОВАЯ ПРИБЫЛЬ	7 951 446	10 238 329	10 238 329	10 238 329	10 238 329	48 904 761
Общие & Административные расходы	333 000	384 000	444 000	444 000	444 000	2 049 000
Аренда	225 000	240 000	300 000	300 000	300 000	1 365 000
Связь, интернет	63 000	84 000	84 000	84 000	84 000	399 000
Реклама и PR	45 000	60 000	60 000	60 000	60 000	285 000
ОПЕРАЦИОННАЯ ПРИБЫЛЬ	7 618 446	9 854 329	9 794 329	9 794 329	9 794 329	46 855 761
Амортизация оборудования	108 390	144 520	144 520	144 520	144 520	686 470
ПРИБЫЛЬ ДО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ	7 510 056	9 709 809	9 649 809	9 649 809	9 649 809	46 169 291
Налог на прибыль	311 499	415 331	415 331	415 331	415 331	1 972 824
ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ	7 198 558	9 294 477	9 234 477	9 234 477	9 234 477	44 196 466

14. ИЗГОТОВЛЕНИЕ ГОЛОВНЫХ УБОРОВ И ВЕРХНЕЙ ОДЕЖДЫ



Концепция проекта

Цель проекта: изготовление головных уборов из лисьего меха и верхней одежды из овечьих шкур в национальном стиле.

Стоимость реализации проекта: 3 513 200 (три миллиона пятьсот тринадцать тысяч двести) тенге.

Финансирование проекта планируется в рамках первого направления Единой программы поддержки и развития бизнеса «Дорожная карта бизнеса 2020» по инструменту «Предоставление государственных грантов».

Суть проекта: развитие в Жамбылской области производство изделий легкой промышленности.

Целесообразность реализации проекта: В условиях роста покупательской способности населения и уровня обеспеченности людей нашей республики различными товарами значительно возрастают требования к ассортименту и качеству изделий. Большая роль в удовлетворении потребностей населения в меховых и кожаных видах одежды принадлежит кожевенно-меховой промышленности. Одним из основных отраслевых инвестиционных приоритетов для кредитования предприятий по переработке сельскохозяйственной продукции утвержденной правительством Республики Казахстан является переработка кожсырья. Исходя из развития экономики в нашем регионе, предложенный проект направлен на развитие производства кожевенно-мехового полуфабриката.

Описание продукции

Основные виды деятельности предприятия:

На сегодняшний день основными видами деятельности являются:

Изготовление зимних головных уборов из лисьего меха разных видов и размеров.

Изготовление верхней одежды (дубленка и жилетка) из овечьих шкур.

Изготовление металлических дверей.

Изготовление национальной юрты.

Краткая характеристика хозяйственной деятельности: активная деятельность будет вестись в собственном помещении в городе Каратау Таласском районе Жамбылской области. По проекту планируется приобрести оборудования для производства. Перечень планируемой продукции для производства: головные уборы из лисьего меха; дубленки и жилетки из овечьих шкур. Реализация настоящего проекта, позволит предприятию-заявителю получить следующие результаты: организовать производство из меха и кожи в национальном стиле; увеличить доходность предприятия.



Реализация вышеуказанных результатов, позволит предпринимателю повысить доходность предприятия, укрепив его финансовое положение. Изготовление головных уборов из меха достаточно редкий вид «рукоделия». Оно находится на стыке нескольких ремесел. Первое: моделирование и конструирование соответствующей формы головного убора. Второе: скорняжные работы – изготовление мехового колпака, его правка и пр. Третье: швейные работы – изготовление подклада, прокладок и т.д. В гардеробе каждого человека нашей страны есть один, или даже несколько головных уборов. Особенно эффектно, роскошно и богато выглядят

шапки из меха лисы. Длинношерстный ворс красиво переливается в лучах зимнего солнца, создавая потрясающий эффект. Лиса пушистая с красивыми серо-белыми переливами на кончиках. Ее мех не настолько густой, как у песца, зато длина ворса больше и весит продукция из лисицы легче. Мех отлично противостоит сильным морозам – в нем тепло и комфортно. Объемные шапки хорошо подходят как солидным, так и молодым людям.

Зимние фасоны головных уборов из пушистого меха подходят к большинству фасонов верхней одежды. Их можно комбинировать как с утонченным элегантным стилем, так и повседневным городским. Но как любой элемент гардероба, головные уборы нужно подбирать со знанием дела. Шапки из меха лисы – это роскошные головные уборы, способные обеспечить тепло и комфорт в условиях суровой зимней стужи. Кроме того, лисьи шапки оказывают успокаивающие и даже оздоровительные воздействия, благодаря удивительным свойствам натурального меха. Мех лисы относится к дорогим и престижным мехам, который ценится во всем мире. Довольно мягкий, густой с длинным ворсом – этот мех обладает прекрасным свойством сохранять тепло, что так востребовано в странах с холодным морозным климатом. Лисий мех имеет очень богатую цветовую гамму. Особенной ценностью обладает мех лисы «чернобулки» у которого цвет острого волоса состоит из трех оттенков, от светлого серебра, до самого темного. Так же ценен мех лисы Gold Fox с его огненно-рыжим цветом.

Меховая шапка из лисы, способна преобразить внешний вид человека, добавив в него роскоши и шарма, индивидуальности и неповторимости, выделить из толпы и заставить останавливаться прохожих, провожая Вас завистливым взглядом. Лисица всегда считалась хитрым и ловким животным, знающим чего хочет и как этого добиться. Рыжая лиса всегда привлекала внимание, черно-бурая (серебристо-черная) считалась более благородной и ценной. Пушистый длинноворсовый мех лисы теплый и роскошный, отличается элегантностью и притягательной чувственностью.

Преимущества меховых головных уборов из лисы: 1. **Отлично сохраняют тепло.** Предки пушного зверя в природе жили на севере Канады, поэтому плотный подшерсток хорошо сохраняет тепло и противостоит зимней стуже. 2. **Долговечность.** Шапки из лисы носятся без ущерба для внешнего вида до 8 лет. 3. **Красивый естественный цвет.** Натуральная палитра позволяет создавать роскошные головные уборы без необходимости специальной обработки или окрашивания. Служат они соответственно дольше, чем обработанные аналоги. 4. **Универсальность.** Подходят представителям любого возраста и типа внешности, сочетаются как с роскошной шубой, так и обычным пуховиком. 5. **Практичность.** Удобно хранить в любом проветриваемом помещении при комнатной температуре. Желательно одевать на специальную колодку для сохранения объема изделия.

Дубленка, изготовленная из овечьей шкуры, отличается своей практичностью, морозостойкостью и высокой носкостью. Овечьи шкуры в процессе изготовления подвергаются дублению, благодаря чему упрочняется мездра, что делает дублёрку влаго-, грязе- и морозостойкой. Овечьи шкуры различаются по породам животных, из шерсти которых изготовлены дублёрки. К наиболее распространенным относятся мерино, каракуль, тиградо, энтерфино и тоскано. Дубленки на овчине отличаются своей тонкостью, легкостью и при этом отлично сохраняют тепло. Дубленки из овечьей шкуры подходят практически всем людям, независимо от возраста и стиля. Её можно носить под костюм, джинсы и брюки. В тон этой одежды можно подобрать на голову шапочку с меховым помпоном. Как



ухаживать за дубленкой из овчины? Для того чтобы такая верхняя отделанная мехом одежда долго служила, сохраняя при этом свои первоначальные внешние характеристики, за ней необходимо правильно ухаживать. Если дублёнка намокнет от дождя или мокрого снега, то сушить её возле открытого источника тепла запрещено. Чтобы кожа и мех не повредились, лучше сушить дублёнку на свежем воздухе или балконе. После того как она высохнет, её следует почистить при помощи специальной щетки. Если на кожу будут постоянно попадать солнечные лучи, то это может привести к её неравномерному выцветанию. Небольшие загрязнения удаляются при помощи мягкой ткани или смоченной в спирте ваты. В иных случаях следует воспользоваться услугами химчистки. Хранить дубленку на овчинном меху следует в специальном тканевом пакете, предназначенном для одежды, так как в этом случае очень важной будет циркуляция воздуха. Для сохранения внешнего вида меха его следует постоянно расчесывать.

Стратегия маркетинга. Хозяйственная деятельность предприятия во многом зависит от выбранной и успешно реализуемой маркетинговой стратегии. Стратегия маркетинга ИП предполагает в себе следующие основные элементы: оптимизацию ценообразования; продвижению оказываемых услуг. При этом достижение обозначенных целей возможно только при эффективном использовании и профессиональном сочетании всех инструментов маркетинга. **Важным направлением маркетинга является разработка гибкой системы ценообразования, которая будет способствовать увеличению объемов продаж. Значительная роль в этом деле принадлежит упорядочиванию торговых наценок.** Стимулирование сбыта будет осуществляться, исходя из следующих моментов: участие в региональных выставках кожаных полуфабрикатов; участие в областных выставках «Лучшие товары года»; адресная рассылка рекламы, размещение ее в специальных изданиях и на интернет ресурсах.

Ценообразование. Наряду с качеством основным показателем конкурентоспособности оказываемых услуг является их цена. Особое значение цена на продукцию кожаных изделий, планируемую к предоставлению в рамках проекта, имеет в обеспечении конкурентоспособности с продуктами аналогичных объектов. Ценообразование основано на 3-х основополагающих принципах: покрытие всех издержек предприятия; поддержание цены на конкурентоспособном уровне; обеспечение дохода предприятия.

Конкурентоспособность. Продукция ИП благодаря высокой сырьевой обеспеченности будет обладать следующим неоспоримыми преимуществами: высокое качество услуг (Product); доступность цены (Pricing); дистрибуция (Place); продвижение (Promotion).

Высокое качество товаров будет обеспечено за счет профессионально предоставленных товаров и использования качественного сырья.

Доступность цены будет обеспечена за счет использования отечественного сырья; использования безотходных технологий в хранении; диверсификации производства; сбалансированной политике продаж по сезонам.

Технология изготовления меховых скроев головных уборов

В последние годы существенно изменились технология и организация производства по изготовлению головных уборов всех видов. Этому способствовали разработанная ИП «Кожамжаров Мурат» новая технология изготовления головных уборов, основанная на применении новых утепляющих и прикладных материалов, внедрение новой техники, механизация производственных процессов, а также совершенствование моделирования и конструирования изделий.

В качестве утепляющих материалов для головных уборов широко используются нетканые материалы. Технология изготовления утепляющих подкладок, разработанная ИП «Кожамжаров Мурат» и основанная на применении высокопроизводительных швейных и игольных машин, позволит выстегивать настилы утеплителя из трех слоев: подкладочного, утепляющего и прокладочного. Внедрение указанной технологии в производстве позволит упростить изготовление утепляющих подкладок и улучшить их качество, будет уменьшена масса головного убора, увеличится его формоустойчивость. Заметно возрастёт производительность труда: одна машина заменяет 5-8 швей-мотористок.

Производство головных уборов включает следующие технологические процессы: складские и вспомогательные работы по подготовке и производственной сортировке пушно-мехового полуфабриката; сортировка, наборка и назначение шкурок на изделия; правка отдельных видов шкурок; раскрой пушно-мехового полуфабриката на скрои головных уборов; раскрой прикладных и вспомогательных материалов; изготовление головок и утепляющих подкладок; комплектование деталей головных уборов (меховых скроев, подкладок, головок и др.) и запуск их в производство; сборка головных уборов; сортировка, оценка, маркировка и упаковка головных уборов.

Подготовительные операции скорняжного производства. Пушно-меховой и овчинно-шубный полуфабрикат, применяемый для изготовления меховых головных уборов, в пределах даже одного вида характеризуется большим разнообразием товарных свойств волосяного покрова и кожаной ткани. В связи с этим полуфабрикат перед запуском в скорняжное производство подвергается производственной сортировке, которая позволяет сгруппировать партии шкурок с однородными товарными свойствами в пределах полуфабриката каждого вида. Для этого в подготовительном этапе предприятия выполняет следующие технологические операции: приемка пушно-мехового и овчинно-шубного полуфабриката от поставщика, контрольная проверка качества поступивших шкурок, обрезка лап и хвостов, разрезание шкурок по череву, измерение их площади, производственная сортировка шкурок, люстрирование и глажение волосяного покрова, комплектование в партии однородных шкурок, хранение их до запуска в наборку, наборка и складка.

Производственная сортировка полуфабриката и комплектование производственных партии для наборки на изделия.

После количественной и качественной приемки, обрезки лап и хвостов и измерения площади пушно-меховой полуфабрикат подвергают производственной сортировке. Цель ее заключается в том, чтобы в процессе подготовки и комплектования партий отобрать шкурки однородного качества для изготовления из них определенных видов изделий. Шкурки подбирают по виду, цвету, сорту и группам пороков, а



также по блеску, высоте и густоте волосяного покрова, форме завитка, размеру (площади) и другим признакам и затем отправляют в наборочное отделение. Подготовленный таким образом меховой полуфабрикат позволяет повысить производительность труда наборщика и улучшить качество изготавливаемых изделий.

Шкурки кролика. В группе шкур среднего размера этот вид мехового полуфабриката является самым многочисленным. Для изготовления головных уборов используются шкурки крашенные и натуральные, а также имитирующие более ценную пушнину, что позволяет значительно расширить ассортимент изделий. Полуфабрикат комплектуют партиями для наборки на головные уборы. При этом полуфабрикат с более высоким зачетом (первого сорта первой, второй и третьей групп пороков) комплектуют по клейму, без производственной сортировки, т. е. подбирают шкурки определенной имитации, одного сорта, одной группы пороков и площади.



Технологические операции по подготовке полуфабриката к раскрою.

Кожевая ткань шкурки при приложении к ней определенных растягивающих усилий деформируется и растягивается, особенно при увлажнении. Последующая правка шкурки и закрепление ее в новом положении с дальнейшей сушкой позволяют зафиксировать новую площадь шкурки и этим улучшить использование меха, а также качество продукции, так как головные уборы, изготовленные из правленных шкурок, обладают большей формоустойчивостью. Согласно технологии перед раскроем меховые шкурки увлажняют и расправляют; овчину после увлажнения и правки подвергают сушке и глажению.

Увлажнение кожной ткани. Влага хорошо поглощается кожной тканью меховой шкурки, так как последняя очень гигроскопична. Кроме того, влага адсорбируется шкуркой из воздуха. Увлажнение способствует повышению пластичности шкурки, причем степень увлажнения влияет на качество потяжки. **Пролежка полуфабрикатов после увлажнения.** Чтобы увлажняющий раствор проник внутрь кожной ткани и равномерно распределился в ней, применяют пролежку. Пролежка проводится для всех видов мехового полуфабриката после его увлажнения. Для шкурок, увлажненных паровоздушной смесью, пролежка не нужна, так как они прошли ее в паровоздушной камере. **Расправка и формование (правка) полуфабриката.** Расправка шкурок средних и мелких видов необходима для улучшения использования полуфабриката. При расправке поверхность полуфабриката выравнивается, складки разглаживаются; шкурке придается конфигурация, близкая к лекалам изделия или удобная для раскроя. Потяжка шкурок в ширину превышает потяжку в длину, благодаря чему и прирост площади шкурки больше. Однако чаще всего шкурки растягивают в длину, так как это повышает густоту волосяного покрова шкурки и в некоторых случаях удобнее для раскроя. Шкурки каракуля всегда растягивают в ширину, поскольку при этом улучшаются завитки на шкурке. В зависимости от модели изготавливаемых головных уборов, конфигурации их деталей и свойств полуфабриката шкуркам при расправке придают нужную форму. **Сушка полуфабриката.** Процесс сушки позволяет осуществить формование шкурки (скроя) за счет фиксации коллагеновых волокон в определенном положении. Шкурке при правке придают определенную форму, позволяющую провести более удобный раскрой; благодаря растяжению увеличивается площадь шкурки, а сушка все это фиксирует. Во время сушки удаляется в виде пара избыточная влага, которая была введена в кожную ткань шкурки для облегчения процесса правки и придания ей большей эластичности. **Глажение волосяного покрова.** Глажение волосяного покрова овчины производится для того, чтобы повысить ее блеск, устранить образовавшиеся после правки и сушки замины волоса. Перед глажением овчина проходит операцию люстрирования волосяного покрова. Для этого на волосяной покров наносят люстровальный раствор. **Раскрой полуфабриката.** При раскрое мехового полуфабриката на головные уборы применяют разные методы раскроя. **Приемка деталей.** Детали головных уборов из комплектующей кладовой поступают на сборку. Перед запуском на поток скрой головных уборов проверяют качество изготовления. **Разметка деталей.** На деталях головки намечают мелом середину передней и затылочной части, на деталях околыша – середину нижнего среза, на деталях головки и козырька – места их соединения. **Соединение деталей головки и околыша.** Перед соединением деталей подстригают волос по краю верхней детали на ширину точного шва. **Обработка верхних срезов деталей околыша.** В зависимости от модели головного убора применяют различные варианты обработки срезов и соединения деталей. **Соединение головки с деталями околыша.** Для различных моделей головных уборов эта операция может проводиться по-разному. **Глажение.** Детали околыша проутюживают электроутюгом через ткань. Температура нагрева утюга не более 90-100°C. **Чистка.** Головку и околыш на механической щетке очищают от пыли и ниток. **Правка.** Головные уборы правят на электроформе. Головной убор надевают на электроформу, выравнивают нижний борт, завязывают тесьму наушников, затем электроформу раздвигают на один-два размера больше назначенного для готового головного убора. Швы и неровности головки разглаживают утюгом через ткань. Продолжительность выдержки на электроформе 6-8 мин. Температура нагрева электроформы 100-110°C. По окончании сушки головной убор снимают с электроформы и охлаждают. **Отделка.** Волосяной покров расчесывают металлической расческой вдоль линии швов и выравнивают ножницами. Головку и околыш очищают от подсеженного волоса, удаляют концы ниток.

Калькуляция по изготовлению головных уборов из лисьего меха.

№	Ингредиенты	Ед. изм.	Кол-во	Цена за 1 ед., тенге	Стоимость, тенге
1	Шкура лисы	штук	50	4 000	200 000
2	Дерматин	метр	23	1 500	34 500
3	Подкладочный материал	метр	23	1 000	23 000
4	Синтепон	метр	15	500	7 500
5	Лента	маток	3	250	750
6	Нитка	штук	90	80	7 200

7	Заклепка	штук	240	30	7 200
8	Кнопка	штук	300	50	15 000
Итого затраты от производства:			744		295 150
№	Реализация продукции	Ед. изм.	Кол-во	Цена за 1 ед., тенге	Стоимость, тенге
	30 головных уборов большого размера, из них:				
1	Головные уборы с хвостом	штук	20	15 000	300 000
2	Головные уборы без хвоста	штук	10	12 000	120 000
	60 головных уборов стандартного размера, из них:				
3	Головные уборы с хвостом	штук	30	13 000	390 000
4	Головные уборы без хвоста	штук	30	8 000	240 000
Итого доход от реализации:			90		1 050 000
Маржа, %					256%

Технология изготовления верхней одежды из овчины. Обработки, которым шкура подвергается, по характеру воздействий разделены на две группы: обработки, в основе которых лежат химические и физико-химические процессы, и обработки, в основе которых лежат механические процессы. Первая группа – это партийные обработки, а вторая – поштучные, они определяют специфику организации производства кожи. Партийные заключаются в обработке определенного количества шкур или полуфабриката в растворе химических материалов, или воде (для этого используют специальное оборудование – подвесной барабан), а поштучные – поочередная обработка полуфабриката (в основном это механические операции). **Овчина.** Основой производственной сортировки овчины является подбор партий шкур с учетом свойств волосяного покрова и кожной ткани. Для изготовления цельномеховых мужских, подростковых и детских дубленок подбирают овчину с облагороженным волосяным покровом высокого качества. **Выделка кожи.** Выделка – один из самых простых способов обработки кожи, в то же время и самый древний из них. Производство готовой кожи – довольно трудоемкий и длительный процесс, который состоит из трех основных стадий кожевенного производства: отмочно-зольные процессы; подготовительные процессы и дубление; химическая отделка и красильно-жировальные процессы.



Основные процессы и операции кожевенного производства.

Отмочно-зольные процессы. Сырые кожи: шкуры овцы, при этом учитываются их происхождение и весовая категория. **Консервирование:** Если доставка кожи не занимает много времени и предусмотрена немедленная её обработка, то кожа просто замораживается. Для всех случаев нормальной считается поставка просоленных кож. **Отмачивание** – это первый этап обработки, кожи замачивают, чтобы удалить грязь; они вновь набирают вла-

гу. Для смягчения используют биологические увлажняющие средства. Сначала достигается предварительная мягкость, затем – основная. После того как кожа размягчена, могут быть удалены остатки мяса. **Золнение:** Удаление верхнего слоя кожи и волосяного покрова. На этом этапе определяют сорт кожи, что служит основой для ее дальнейшего целевого назначения. Применяемые химические вещества: известь и сернистый натрий, которые потом нейтрализуются кислотой. При этом ставятся в основном следующие 4 цели: ослабить связи волоса и эпидермиса с дермой; осуществить частичное омыление жировых веществ; достигнуть достаточного набухания волокон шкуры; привести шкуру в химическое состояние, необходимое для дубления. Кроме того, условия золнения и прозоленности влияют и на такие свойства готовой кожи как прочность при растяжении и влагоемкость. Прочность у кож, подвергшихся интенсивному действию зольника, всегда меньше. Это связано с разрушением связей в главной цепи внутримолекулярных связей при такой отработке. Водостойкость же при интенсивной обработке зольным раствором у кожи понижается, что связано с повышением их пористости.

Подготовительный процесс.

Сгонка шерсти. Производится на специальных волосогонных машинах. Эта операция осуществляется после золнения, когда связь между волосом и дермой ослаблена. Полуфабрикат после сгонки шерсти обычно называют гольем. **Мездрение.** Удаление прирезей мяса, сухожилий и подкожной жирового слоя (мездры). Мездра используется для производства технического желатина. Обработанные кожи готовы к дублению и называются «гольё». **Чистка лица.** Эта операция следует после мездрения. Чистка заключается в удалении коротких волос (подседа), а также частично продуктов распада белков и жиров. **Обеззоливание и протравка.** Кожа очищается от продуктов золнения посредством нейтрализации, проводится деферментация – протравка. Кожа обрабатывается основательно и становится более гладкой. Золеное голье находится в состоянии нажора – сильного набухания и содержит большое количество соединений кальция, как связанных с коллагеном, так и отложившихся в виде извести и известковых солей. **Бучение.** Служит подготовкой процессу минерального дубления. Голье погружают в барабаны с соляным раствором, а затем обрабатывают слабо концентрированной кислотой. Добавленные во время этого процесса дубильные вещества еще не могут воздействовать активно, но равномерно пропитывают голье. **Промывка.** Промывку проводят водой для удаления солей кальция и продуктов распада белков. После промывки голье поступает в дубильные аппараты для дубления. **Дубление.** Полученное сырье обрабатывается в специальных дубильных барабанах, после чего получается хромовый полуфабрикат wetblue, который готов к использо-

ванию. Дубящие вещества классифицируются по двум группам: органические (таниды, альдегиды, жиры); минеральные (титановые, хромовые, циркониевые и алюминиевые соединения);

Калькуляция по изготовлению дубленки из овечьей шкуры.

№	Ингредиенты	Ед. изм.	Кол-во	Цена за 1 ед., тенге	Стоимость, тенге
1	Шкура овцы	штук	5	500	2 500
2	Шкура ягненка	штук	2	1 000	2 000
3	Пуговица	штук	12	50	600
4	Нитка	маток	1	150	150
5	Джинсовый материал	метр	5	1 300	6 500
Итого затраты от производства:			25		11 750
№	Реализация продукции	ед. изм.	кол-во	Цена за 1 ед., тенге	Стоимость, тенге
1	Дубленка	штук	2	15 000	30 000
Итого доход от реализации:			2		30 000
Маржа, %					155%

В деятельности предприятия будет задействован штат из 3 работников, которые приведены в следующей таблице:

Штатное расписание по проекту

№ п/п	Наименование должности	Количество по штату, чел.	Оклад рабочих, тенге
1	Руководитель	1	Чистая прибыль
2	Швея	1	Сдельный
3	Помощник	1	Сдельный
Итого рабочих мест по проекту		3	-

По мере необходимости в штат будут наниматься дополнительные сотрудники в зависимости от производственной загруженности.

Финансовый план.

Источник финансирования проекта.

№ п/п	Наименование статей	Сумма, тенге	Доля, %
1	Грантовые средства	3 000 000	85,39%
2	Собственные средства	513 200	14,61%
Итого		3 513 200	100%

Инвестиционные затраты проекта.

№ п/п	Наименование статей	Сумма, тенге	Доля, %
1	Затраты на приобретение оборудования и основных средств	3 513 200	100,00%
Всего по проекту		3 513 200	100%

Основные затраты по проекту.

№ п/п	Наименование статьи затрат	Ед. изм.	Кол-во ед.	Цена за ед., тенге	Итого сумма, тенге
Грантовые и собственные средства					
Оборудования и основные средства					
1	Швейная машина для кожаных изделий	шт.	2	561 600	1 123 200
2	Оверлог	шт.	1	300 000	300 000
3	Трубогиб	шт.	1	400 000	400 000
4	Машинка для стрижки овец	шт.	2	145 000	290 000
5	Машинка для теребления шерсти	шт.	1	700 000	700 000
6	Машинка для дубления кожи, шкуры	шт.	1	700 000	700 000
Итого			8	2 806 600	3 513 200
Итоговая сумма по проекту					3 513 200

Сводная смета затрат за период.

№ п/п	Наименование	Сумма в месяц, тенге	Итого за сезон, тенге
1	Коммунальные услуги	16 489	49 467
2	Затраты на сырье	158 361	475 083
3	Расходы на услуги связи	2 000	6 000
4	Затраты по ФЭП персонала	130 000	390 000
5	Отчисления по ФЭП персонала	14 300	42 900
6	Выплата подоходного налога	12 150	48 600
7	Прочие расходы	5 000	15 000
Итого затрат		338 300	1 027 050

Затраты на коммунальные услуги.

№ п/п	Наименование статьи	Ед. изм.	Стоим. 1 ед, тенге	Потребление в месяц, ед.	Сумма в месяц, тенге	Сумма за сезон, тенге
1	Электроэнергия	кВт	14,17	200	2 834	8 502
2	Отопление	кв.м.	165,00	75	12 375	37 125
3	Водоснабжение	куб.м.	64,00	20	1 280	3 840
Итого					16 489	49 467

Валовый объем производства продукции за период, тенге.

№ п/п	Наименование статей	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год
1	Планируемая программа производств по годам в %	90,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
2	Общие расходы по производству продукции, тг	427 574	475 083	475 083	475 083	475 083

Расходы на производство продукции за период.

№ п/п	Наименование статьи	Ед. изм.	Кол-во произ. продукции за 1 мес.	Себестоимость продукции за ед., тенге	Общий расход в мес., тенге	Общий расход за сезон, тенге
Продукции						
1	Головные уборы из лисьего меха	шт.	40	3 371	134 831	404 494
2	Верхняя одежда (дубленка) из овечьей шкуры	шт.	4	5 882	23 529	70 588
Итого			44	9 253	158 361	475 083

Валовый доход от реализации продукции за период, тенге.

№ п/п	Наименование статей	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год
1	Планируемая программа производств по годам в %	90,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
2	Общая выручка от реализации продукции, тг	1 458 000	1 620 000	1 620 000	1 620 000	1 620 000

Валовый доход от производимых товаров по наименованиям

№ п/п	Наименование статьи	Ед. изм.	Кол-во продаж за 1 мес.	Средняя цена за ед., тенге	Общий доход в мес., тенге	Общий доход за сезон, тенге
Продукции						
1	Головные уборы из лисьего меха	шт.	40	12 000	480 000	1 440 000
2	Верхняя одежда (дубленка) из овечьей шкуры	шт.	4	15 000	60 000	180 000
Итого			44	27 000	540 000	1 620 000

Прогноз отчета о прибылях и убытках по проекту (в разрезе по годам)

Наименование статьи	Годы					Итого за 5 лет, тенге
	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	
Поступления						
Выручка от реализации продукции	1 458 000	1 620 000	1 620 000	1 620 000	1 620 000	7 938 000
Итого выручка	1 458 000	1 620 000	1 620 000	1 620 000	1 620 000	7 938 000
Издержки						
Коммунальные услуги	49 467	49 467	49 467	49 467	49 467	247 335
Затраты на сырье	427 574	475 083	475 083	475 083	475 083	2 327 905
Расходы на услуги связи	6 000	6 000	6 000	6 000	6 000	30 000
Прочие расходы	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	75 000
Итого производств. издержки	498 041	545 550	545 550	545 550	545 550	2 680 240
Затраты по ФЭП						
Затраты по ФЭП персонала	390 000	390 000	390 000	390 000	390 000	1 950 000
Отчисления по ФЭП персонала	42 900	42 900	42 900	42 900	42 900	214 500
Итого затраты по ФЭП	432 900	432 900	432 900	432 900	432 900	2 164 500
Операционная прибыль	527 059	641 550	641 550	641 550	641 550	3 093 260
Выплата подоходного налога	43 740	48 600	48 600	48 600	48 600	238 140
Чистая прибыль (остатки)	483 319	592 950	592 950	592 950	592 950	2 855 120

15. ПРОИЗВОДСТВО ТРИКОТАЖНЫХ НОСКОВ**Концепция проекта.**

Бизнес-идея предусматривает организацию деятельности по производству трикотажных носков.

Текстильная и швейная промышленность Казахстана покрывает лишь 10% потребности внутреннего рынка. Для этой отрасли характерно следующее: отрасль представлена предприятиями с низким уровнем технической оснащенности. Проблемами отрасли также являются низкая производительность труда, отставание от мировых аналогов технологии, отсутствие стандартов качества, низкий уровень маркетинга. Но есть и конкурентные преимущества – близость потенциальных хлопковых производителей Узбекистана, Таджикистана, Туркменистана. Казахстан находится в центре емких рынков сбыта стран СНГ и Восточной Европы.

Носки, колготки и прочая продукция чулочно-носочного производства всегда пользовалась, пользуется и будет пользоваться высоким спросом. Более того, в последнее время спрос на нее только возрастает. Но на сегодняшний день почти на 70% рынок насыщен товарами импортного производства. Хотя, стоит отметить, что постепенно появляется все большее количество отечественных производителей, желающих занять эту нишу рынка. Ведь чулочно-носочный бизнес является востребованным и прибыльным.

Основными видами продукции, производимой цехом, будут трикотажные носки (мужские, женские и детские, в том числе хлопчатобумажные, смесовые и полушерстяные).

Основными потребителями продукции будет население Кызылординской области.

Общие инвестиционные затраты по проекту включают в себя:

Расходы, тенге	2018
Инвестиции в оборотный капитал	300 000
Инвестиции в основной капитал	6 000 000
Всего	6 300 000

Финансирование проекта планируется осуществить за счет заемного капитала:

Источник финансирования	Сумма, тенге	Доля
Инновационный грант	6 000 000	100%
Всего		100%

Описание продукции

Носки – это трикотажный или вязанный парный предмет одежды, предназначенный для стопы. Они являются предметом гигиены, используются для комфортного расположения стопы в обуви и увеличивают время эксплуатации последней.

Носки бывают разных видов.

1. По способу изготовления:

- трикотажные;
- вязанные.

2. По виду используемых станков:

- с использованием круглочулочных станков (носки без шва);
- с использованием плоскочулочных (котонных) машин;
- носки, вырабатываемые на плоских фанговых станках.

3. По используемой в производстве трикотажной ткани:

- натуральные растительные ткани: хлопок; лен;
- натуральные животные волокна: шелк; шерсть;
- синтетические волокна: полипропилен; нейлон; спандекс; полиэстр; эластик и др., а также комбинированные ткани.

Программа производства.

Планируемая программа производств в месяц:

Производственная мощность	В час (пар)	Кол-во смен	Кол-во часов	Кол-во дней	Итого в месяц
100%	10	3	8	26	6240

Производительность оборудования – 10 пар в час. При 3-сменном режиме работы за месяц можно произвести: 10 пар/час * 3 смены * 8 часов * 26 дней = 6 240 пар носков.

Планируемая программа продаж

Наименование продукта	Кол-во (пар)	Цена (тг/пар)	Итого в месяц (тг)	Итого в год (тг)
Носки	6240	110	686400	8236800

Продав товары по 110 тенге за пару, мы сможем выручить 686 400 тенге в месяц, 8 236 800 тенге в год.

При формировании цен была учтена покупательная способность потребителей, определяемая средним уровнем их доходов. Формирование цен основано на рыночных ценах и полной себестоимости продукции.

Конкурентная стоимость продукции складывается из:

- относительно низкой себестоимости, что позволит установить конкурентную цену;
- использования качественного сырья.

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

Маркетинговый план.

Данный проект не имеет конкурентов по Кызылординской области и является инновационной в Кызылординской области. Для сбыта продукции целесообразно открыть небольшой бутик в торговом центре или магазине. Способов продажи трикотажных изделий большое множество, только с помощью интернета для этого существует множество сайтов. Например, объявление о продаже своих изделий можно разместить на досках объявления, на разнообразных сайтах и форумах.

Технологический процесс

Технология производства трикотажных носков

Технология производства трикотажных носков (мужских, женских и детских, в том числе хлопчатобумажных, смесовых и полушерстяных) включает следующие операции:

- вязка заготовки носка без зашивки мыска;
- зашивка мыска;
- формовка носков;
- нанесение маркировки и упаковка продукции.

1. Пряжа устанавливается на шпулярик. После заправки пряжи в нитеводители процесс изготовления носков без мыска на вязальной машине происходит в непрерывном автоматическом режиме. Вязка начинается с прорезиненной манжеты, затем вяжется паголенок, пятка со стопой и мысок без зашивки. В конце каждого такого цикла пряжа автоматически обрезается и изделие заготовка через вакуумный отборник поступает в специальную корзину-накопитель.

2. Для зашивки мыска на заготовке можно использовать ручную или полуавтоматическую кеттельную машину. Для обслуживания полуавтоматической кеттельной машины потребуется оператор, который вручную будет закладывать заготовку на вход станка. После зашивки мыска изделие поступает в корзину-накопитель.

3. Последующая формовка, прессование и сушка носков происходит на полуавтоматических прессовых станках с влажностной и термической обработкой. Обслуживание агрегата производится одним оператором.

4. Упаковка готовой продукции и нанесение маркировки производится полуавтоматически или вручную.

Перечень необходимого оборудования

№	Наименование	Кол-во (шт)
1	Носочный вязальный аппарат	1
2	оборудование для зашивки мысков (кеттельное оборудование)	1
3	носочное формовочное оборудование	5
4	машина для пришивания носочных ярлыков	1

Носочный вязальный аппарат обойдется в 1 675 000 тенге, оборудование для зашивки мысков (кеттельное оборудование) – в 655 000 тенге, носочное формовочное оборудование – 5 единиц * 13 000 тенге = 65 000 тенге, машина для пришивания носочных ярлыков – в 195 000 тенге. Всего затраты на оборудование составят 2 590 000 тенге.

Здания и сооружения

Для организации бизнеса необходимо помещение 20 кв. м, которое на первоначальном этапе лучше арендовать.

Организация, управление и персонал

Общее руководство предприятием и сбыт продукции осуществляет сам директор.

Затраты на персонал, тенге

Должность	Кол-во работников	Оклад за месяц, тенге	Сумма за месяц, тенге
Рабочий	6	60 000	360 000
Итого:	6		360 000

Расходы

Расчет переменных расходов:

Производственные расходы	Ед. изм	Цена, тг/кг	Норма (1 пары) кг	В месяц	В год
<i>Носки</i>	пар			6 240	74 880
Синтетическая нить	тг	1 455	0,006	54 475,2	653 702,4
Х/б пряжа	тг	407	0,033	83 809,44	100 5713
Итого	тг			138 284,6	1 659 416

Общие и административные расходы предприятия на первый месяц, тенге:

Наименование	Месяц, тенге
Оплата труда персонала	360 000
Электричество	14 000
Аренда помещения	30 000
Прочие расходы	20 000
Итого расходы	424 000

Для производства 1 пары носков необходимо 330 гр х/б пряжи и 6 гр нити синтетической. При цене х/б пряжи 407 тенге, нити синтетической – 1 455 за 1 кг, затраты на сырье для производства 1 пары носков составят: $0,033 * 407 + 0,006 * 1 455 = 22,2$ тенге. При ежемесячном производстве 6 240 пар затраты на сырье составят 138 528 тенге.

Расходы на заработную плату: 6 человек (по 2 человека в смену) * 60 000 тенге = 360 000 тенге.

Аренда помещения: $20 \text{ м}^2 * 1 500 \text{ тенге/м}^2 = 30 000$ тенге.

Расходы на электроэнергию – 14 000 тенге. Расходы на рекламу, прочие расходы – 20 000 тенге.

Итого расходы составят 562 528 тенге.

Прогноз отчета о прибылях и убытках, тыс. тенге:

Наименование	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год
<i>Доход от реализации продукции, услуг</i>	<i>8236,8</i>	<i>8236,8</i>	<i>8236,8</i>	<i>8236,8</i>	<i>8236,8</i>
Доход от реализации носков	8236,8	8236,8	8236,8	8236,8	8236,8
<i>Себестоимость реализ. товаров, услуг</i>	<i>6747,4</i>	<i>6747,4</i>	<i>6747,4</i>	<i>6747,4</i>	<i>6747,4</i>
Сырье	1659,4	1659,4	1659,4	1659,4	1659,4
Оплата труда персонала	4320	4320	4320	4320	4320

Электричество	168	168	168	168	168
Аренда помещения	360	360	360	360	360
Прочие расходы	240	240	240	240	240
Валовая прибыль	1489,4	1489,4	1489,4	1489,4	1489,4
Расходы по процентам за кредиты					
Доход до выплаты налогов	1489,4	1489,4	1489,4	1489,4	1489,4
Налог на деятельность	247,104	247,104	247,104	247,104	247,104
Чистый доход	1242,296	1242,296	1242,296	1242,296	1242,296
Рентабельность	15,08%	15,08%	15,08%	15,08%	15,08%

16. ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ЦЕХ ПО ИЗГОТОВЛЕНИЮ ВАЛЯЛЬНО-ВОЙЛОЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ

Концепция проекта

Концепция проекта предусматривает организацию деятельности производственного цеха по изготовлению войлочных изделий. В силу большого спроса на валяльно-войлочные изделия у населения, возникает необходимость в приобретении оборудования. Цех будет производить небольшие партии модных войлочных изделий для детей и взрослых, а также предметы быта и интерьера.

Цель займа – приобретение оборудования для изготовления войлочных изделий.

Необходимый объем инвестиций составляет 3 миллиона тенге.

Цели проекта:

- возрождение старинного казахского ремесла – войлоковаления, продвижение войлочных изделий, сделанных в Казахстане на внутренний и внешний рынки и популяризация этностиля.
- постоянное совершенствование технологий и дизайна, полезные свойства овечьей шерсти, высокое качество изделий помогает удовлетворять вкусы самых изысканных клиентов, выполнять корпоративные заказы и представлять культурные традиции нашего народа на национальных и международных выставках и ярмарках.
- выявление перспектив и оценка эффективности инвестиционных вливаний в проект.

Описание отрасли, продукции и услуг

Войлок – древнейший материал с уникальными свойствами. Интересный, довольно универсальный и экологичный, в настоящее время он переживает второе рождение и вновь входит в моду.

Войлок (от тюрк. oyluk – покрывало) – плотный нетканый текстильный материал из валяной шерсти. Изготавливается обычно в виде полотнищ, которые имеют различную толщину, в зависимости от назначения.

Единственный природный материал, из которого может быть изготовлен войлок, – это шерсть, причём лучше всего овечья шерсть. Шерстяные волокна имеют верхний чешуйчатый слой – кутикулу. Благодаря ему волокна могут сцепляться друг с другом под воздействием горячей воды и пара. На этом основан принцип войлоковаления.

Войлок применяется очень широко: в автомобилестроении, в мебельном производстве, в строительстве. Из него шьют обувь, верхнюю одежду и головные уборы, ковры, предметы декора и игрушки, а так же сумки и даже бижутерию. Для каждой отрасли тип материала разный.

Характеристики.

- Экологичность. Войлок – полностью экологически чистый материал, не содержит токсичных веществ в своем составе. Более того, войлок способен впитывать и нейтрализовывать частично пары формальдегида, что делает его незаменимым в качестве изоляционного материала в жилом строительстве.
- Теплопроводность. Овечья шерсть обладает замечательными теплоизоляционными свойствами, а войлок, состоящий из большого количества крепко сцепленных шерстяных волокон, является уникальным утеплителем. Он замечательно поглощает влагу и выводит ее, поэтому дом, в котором войлок использован в качестве утеплителя, никогда не будет сырым и с повышенной влажностью. Войлочные валенки – самая теплая зимняя обувь. Ноги в них никогда не замерзнут и не намокнут от снега.
- Антибактериальность. В полотне не заводятся болезнетворные микробы и грибки плесени.
- Легкость. При всех своих замечательных технических характеристиках материал еще и необычайно легкий.
- Износостойкость. Обладает стойкостью к истиранию, он достаточно длительное время не теряет своих свойств.

Маркетинг и сбыт продукции.

Анализ текущего состояния рынка войлочных изделий.

В нашей стране последнее время отводится большое значение развитию легкой промышленности, валяльно-войлочное производство – тоже не исключение.

Каждый год Кластерным бюро ЮНЕСКО в Алматы организовываются тренинги (недельные, месячные) по Казахстану, Кыргызстану, Таджикистану и Узбекистану, при поддержке ПРООН в Казахстане.

Цели тренинга – дать теоретические знания начинающим и более опытным мастерицам и помочь приобрести практические навыки по созданию изделий из войлока с использованием местного сырья на примере таких (казахский традиционный головной убор) и текемета (один из видов казахского войлочного ковра).

Бесплатные тренинги «Дизайн и технология изготовления изделий из войлока» учат современной методике изготовления изделий из войлока, осваиваются основы войлоковаления: раскладка шерсти, подготовка предварительного войлока, лекал, нанесение орнамента, изготовление как плоских, так и бесшовных изделий. За время тренинга ученицы научатся

изготовлению разнообразного ассортимента продукции: войлочных тапочек, сумок, а также сувенирной продукции: юрт, верблюдов, брошей, заколок, бус, чехлов для телефонов и кошельков.

В Казахстане по программе «Культурное наследие» работа ведется при взаимодействии фонда «Евразия Центральной Азии» (ФЕЦА), компании «Шеврон», Казахстанского общественного фонда «Our Heritage» (Наше наследие), Министерства культуры и информации РК, Центрально-Азиатской ассоциации в поддержку ремесел «CACSA».

Миссия проекта: возрождение, развитие ремесел и консолидация усилий ремесленников в интересах взаимообогащения культур народов Центральной Азии и их интеграции в мировое рыночное пространство, где ремесленников Казахстана обучают и повышают квалификацию, что необходимо для сохранения, совершенствования и дальнейшего развития. Ассоциация занимается обучением ремесленников Казахстана новым технологиям в области войлоковаления. А также активно распространяет опыт и традиции, способствует общению людей, работающих в этой области, делают возможным обмен их опытом и знаниями, но также проводит широкую пропаганду войлока, организуя выставки, ярмарки, мастер-классы.

Маркетинговый план по оказанию услуг в войлочном цехе 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 средний уровень цен по сравнению с другими.

Квалифицированный персонал.

Современное оборудование.

Реализация программ по стимулированию спроса.

Целевой сегмент. Потенциальными клиентами являются все слои населения. Для наглядности можно поделить всех покупателей на группы: женщины молодого и среднего возраста, в основном 18-60 лет; все категории населения (пошив одежды).

Конкуренция. Конкуренции по данному сегменту в Мангыстауской области нет. Многие мастерские расположены в крупных городах – Алматы, Астана, Шымкент.

Реклама. Для стимулирования продаж необходимо проведение рекламных мероприятий. Важным фактором успешной работы является необходимость информирования жителей населенного пункта об услугах цеха.

Продвижение в социальных сетях. Для проведения успешной рекламной кампании Индивидуальный предприниматель использует социальную платформу.

Инвестиционный план.

Стоимость проекта, источники финансирования.

Стоимость проекта равна – 3 000 000,0 тенге. Проект планируется вынести на рассмотрение конкурсной комиссии АО «Фонд финансовой поддержки сельского хозяйства» для получения кредита под 4% годовых на 60 месяцев по программе «Қолдау». Предприниматель участвует в проекте собственным заложенным обеспечением.

В состав стоимости проекта входят стоимость закуп оборудования и принадлежностей.

Целевое использование заемных средств в проекте

№	Наименование	Кол-во, шт	Стоимость, тг	Итого, тг
1	Чесальный станок	1	600 000	600 000
2	Стол для раскладки шерсти с подсветкой	1	150 000	150 000
3	Стол для валяния с отводом	1	150 000	150 000
4	Стиральная машина	1	100 000	100 000
5	Парогенератор-утюг профессиональный	1	150 000	150 000
6	Манекен портновский профессиональный	1	130 000	130 000
7	Манекен женский профессиональный	1	130 000	130 000
8	Колодки для шапок	1	40 000	40 000
9	Чугунная ванна	1	50 000	50 000
10	Стегочная машина	1	1 500 000	1 500 000
Итого				3 000 000

Производственный план.

Войлок является уплотнительным, прокладочным материалом. Валяние – это технологическая последовательность получения войлока, при котором образуется материал за счет сцепления и переплетения волокон. Шерстяные волокна имеют чешуйчатый слой, и это позволяет волокнам сцепляться между собой под действием пара или горячей воды, растворов кислот или щелочи, сокращаться, тем самым создавая более прочные связи между волокнами. Также процесс валяния шерсти называется войлоковалением.

В процессе войлоковаления изготавливаемое изделие уменьшается в размерах (усаживается), соответственно растет прочность изделия и его плотность. Усадка войлока варьируется от 30% до 80%, плотность имеет максимальное значение на уровне 0,55 г/см³. При увеличении плотности наступает перенапряжение волокон и изделие разрушается.

Этапы войлоковаления:

1. Разрыхление шерсти.
2. Смешивание и замасливание смеси.
3. Изготовление основ.

4. Уплотнение и пропитывание основ.

5. Отделка.

В начале шерстяные волокна на специальных щипальных и трепальных аппаратах разрыхляют. Затем подготовленная шерсть попадает в смесовые аппараты, где ее замасливают и смешивают. Третий этап войлоковаления – это получение ваты на чесальных аппаратах. В ходе процесса слои накладываются друг на друга, формируя заготовку больше необходимого размера. После этого заготовка попадает на свойлачивающие аппараты с подвижными плитками, прогретыми до необходимой температуры, где основу уплотняют, затем пропитывают раствором кислоты или щелочи. На валяльных машинах подготовленные изделия уменьшают (уваливают) до необходимого размера и плотности. В ходе обработки после очередного этапа заготовку вытягивают, равняя на специальных аппаратах для растягивания. Отделка включает в себя шлифовку, очищение от ворсинок, прессование, обрезку и аппретирование.

Виды войлока:

1. Шерстяной.
2. Полушерстяной.
3. Минеральный (из минеральной ваты).
4. Химический (из химических волокон).

Назначение войлока:

1. Технический (грубошёрстной, полугрубый, тонкошёрстный).
2. Бытовой (подошвенный, обувной, шорный).
3. Строительный.

Существует две техники валяния: мокрое валяние и сухое валяние. Мокрое валяние является традиционным способом изготовления войлока.

Материалы и инструменты, необходимые для мокрого валяния:

1. Шерсть.

Виды шерсти для валяния:

- осовая шерсть (используется для валяния грубых изделий, не контактирующих напрямую с нежной кожей, например, валенок, полусапог, сумок);
- сливер (расчёсанная овечья шерсть, без остевых волосков чаще всего неокрашенная, используется для набивания игрушек, создания основы изделия, с последующим наложением шерсти других цветов);
- очес (чес шерсти, состоящий из мелких волосков, используется для валяния полотна, фетра, мягкого войлока);
- выбеленка (чес овечьей шерсти, вытянутая и выбеленная, используется в качестве светлого тона и для домашнего окрашивания);
- верблюжья (расчесанная шерсть верблюда, используется для валяния игрушек и др. изделий без использования шерсти-основы);
- ангора или мохер (шерсть ангорской козы, с шелковистым блеском, используется для декора и отделки изделий);
- полутонкая шерсть (пуховые волосы от 25 до 29 микрон в диаметре (тонине) используется для сухого и мокрого валяния, для отделки изделий и декора);
- тонкая шерсть (пуховые волосы от 19 до 25 микрон в диаметре (тонине) используется для сухого и мокрого валяния, для отделки изделий и декора);
- топи (пуховые волосы до 19 микрон в диаметре (тонине) используется для сухого и мокрого валяния, самая дорогая шерсть).

По выделке шерсть делят на вату (короткие волокна) и гребенную ленту (длинные волокна, расчесанные и уложенные в виде ленты от 1 метра длиной).

2. Горячая вода.

3. Мыло (лучше всего использовать специальное мыло для валяния, в крайнем случае детское мыло. Использовать жидкое мыло не желательно, содержащийся пенообразующий лаурилсульфат натрия вызывает сильное раздражение кожи и аллергические реакции при длительном воздействии на кожу).

4. Коврик (можно использовать рифлёный резиновый коврик, бамбуковые коврики, жесткий кусок креолина или упакочный воздушно-пузырчатый полиэтилен, наиболее доступный и недорогой материал).

Мокрое валяние подразумевает обильное использование воды, что может оказать негативное воздействие на поверхности и материалы, которые не переносят влагу. Освоив базовые навыки мокрого валяния, можно создавать изделия как плоских форм (ковры, панно, картины), так и полубъемные войлочные изделия с применением форм-макетов (сумки, кошельки, шапки, шляпы, обувь). Техника мокрого валяния широко используется при изготовлении украшений и декоративных предметов интерьера, таких как вазы, войлочные цветы, гирлянды и многое другое.

Сухое валяние, или же фальцеванием (на английском «needle felting»), — это античное искусство, дошедшее до наших дней, датируемое временами Римской империи. Эта техника использовалась римлянами, как для изготовления теплой водостойкой одежды, так и для нанесения декоративных рисунков на различные тканые поверхности. Сейчас фальцеванию широко применяется для нанесения различных рисунков на ткань или же для создания сложных войлочных форм, таких как игрушки.

Материалы и инструменты, необходимые для сухого валяния:

1. Игла. Иглы имеют несколько параметров, по которым их можно классифицировать: толщина, вид сечения, количество зубцов. Толщина (размер) является основным параметром. Толстые иглы применяются на начальном этапе, ими обычно формируется первоначальная форма объекта, иглы средней толщины на основном этапе, а тонкой иглой дорабатываются формы и линии. Иглы для сухого валяния бывают нескольких видов сечения. Основные: треугольное, корончатое, звездчатое. Иглы с треугольным сечением используются на этапе основной работы с изделием. Зазубрины распределяются по всей рабочей поверхности, а простота формы позволяет легко проходить игле в изделие, ускоряя про-

цесс сваливания. Звездчатое сечение применяется в основном на финальном этапе работы, например, когда необходимо отполировать поверхность изделия. Иглы с корончатым сечением имеют зазубрены лишь на конце острия. Благодаря этому, игла не способна деформировать изделие, соответственно используется для проваливания декоративных элементов, узоров к изделию.

2. Иглодержатель. Иглодержатель – это, как правило, деревянная или пластиковая ручка, в которую вставляются фальцевальные иглы, от одной до нескольких сразу.

3. Поверхность (поролоновая подложка или специальный метек).

Войлокование – яркое, самобытное явление мировой культуры, одновременно обладающее устоявшимися традициями и значительным потенциалом развития новых технологий.

Постоянные расходы:

№	Наименование	В месяц, тг	В год, тг
1	Коммунальные расходы	20 000,00	240 000,00
2	ФОТ	100 000,00	1 200 000,00
3	Налоги и соц.отчисления		320 400,00
4	Закуп сырья* (табл.4)	10 292,00	123 504,00
5	Амортизация ОС	25 000,00	300 000,00
6	Гашение кредитных средств	55 250,00	663 000,00
	Итого:	210 542,00	2 846 904,00

Расходы на закуп сырья:

№	Наименование	Масса, кг	Стоимость, тг	Итого, тг
1	Закуп верблюжьей шерсти	180	500	90 000
2	Закуп овечьей шерсти	70	50	3 500
3	Краски			10 000
4	Прочие (мыло, уксус, сода, масло)			20 000
	Итого:			123 500

Прогнозируемые доходы:

Как упомянули выше, предприниматель имеет стабильную клиентуру и формирование доходов связывает с разными видами услуг:

№	Наименование услуг	Итого, тг
1	Пошив на заказ одежды	1 240 000
2	Валяние на заказ одежды	1 420 000
3	Валяние на заказ предметы быта и интерьера	820 000
4	Обработка шерсти на чесальном станке	600 000
	Итого	4 080 000

План производства и доходы от реализации услуг

Мастер выполняет пошив одежды по индивидуальным заказам. Заказ на национальные одежды, в частности, приходится на декабрь-январь-февраль-март месяцы (поэтому, расчет производился на 4 месяца). На пошив платьев фактор сезонности особо не влияет. Таким образом, годовая выручка от пошива одежды колеблется около 1,2 миллиона тенге.

Прогнозируемая выручка от пошива на заказ одежды

№	Наименование изделий	Кол-во, шт	Сезон (месяцы)	Стоимость услуги, тг	Итого, тг
1	Национальная одежда (камзол, бешпет, чапан, кажекей)	4	4	40 000	640 000
2	Платья	10	12	5 000	600 000
	Итого	14		45 000	1 240 000

Прогнозируемая выручка от валяния на заказ одежды

Самым распространенным изделием являются жилеты и тюбетейки (такия). На них есть круглогодичный спрос, а верхние одежды, такие как пальто, камзол, кардиган, в основном, заказываются в холодные времена года (по 2-3 штуки в год).

Прогнозируемая выручка от валяния на заказ одежды составляет порядка 1,4 миллиона тенге.

№	Наименование изделий	кол-во, шт	сезон (месяцы)	В год, шт	Стоимость услуги, тг	Итого, тг
1	Жилеты	5	12	60	15 000	900 000
2	Пальто	3	1	3	70 000	210 000
3	Камзол	2	1	2	30 000	60 000
4	Кардиган	2	1	2	50 000	100 000
5	Тюбетейки	5	12	60	2 500	150 000
	Итого			127		1 420 000

Прогнозируемая выручка от валяния на заказ одежды

На верблюжьи одеяла спрос есть всегда. На рынке китайские и российские аналоги продаются по 16 000-18 000 тенге. Предприниматель планирует продавать их по 12 000 тенге, а себестоимость продукции составляет 6 500 тенге.

Стоимость ковров варьируется в пределах 10 000-35 000 тенге.

№	Наименование изделий	Кол-во, шт	Сезон (месяцы)	В год, шт	Стоимость услуги, тг	Итого, тг
1	Верблюжье одеяло	5	12	60	12 000	720 000
2	Коврики	5	1	5	20 000	100 000
	Итого			65		820 000

Прогнозируемая выручка от обработки шерсти.

Заказ на обработку шерсти, т.е. механическое очищение и чесание на станке приходится на весенний период, когда выстригают шерсть животных. Мощность станка позволяет за час обработать 20 кг шерсти.

№	Наименование изделий	Кол-во, кг	Сезон (месяцы)	В год, кг	Стоимость услуги, тг	Итого, тг
1	Обработка шерсти на чесальном станке	500	4	2 000	300	600 000

Таким образом, в совокупности валовая выручка от вышеуказанных услуг прогнозируется на уровне 4 млн. тенге.

Организационный план.

Персонал. К этому необходимо отнестись очень ответственно, так как эти работники будут в дальнейшем заниматься основным производством и выполнять намеченные задачи. Необходимо подобрать таких специалистов, которые будут способны решать самые сложные задачи, от этого будет зависеть выбор новых моделей и расширение ассортимента.

График работы. Рабочие дни: понедельник-суббота, с 10.00-19.00 часов, обеденный перерыв – с 13.00-14.00 часов? выходной – воскресенье.

Мастер-технолог обеспечивает бесперебойную, ритмичную работу цеха; составляет графики загрузки цеха на месяц, неделю, день, распределяет работы между сотрудниками, контролирует выполнения плановых заданий. Проводит расчеты нормы времени.

Фонд оплаты труда.

№	Наименование	Оклад	Ед.	В год, тенге
1	Руководитель (мастер)	120 000	1	1 440 000
2	Помощники мастера	50 000	2	1 200 000
	Всего		3	2 640 000

Финансовый план.

Прогноз доходов и расходов.

Показатели	Годы реализации проекта					Средняя
	1-год	2-год	3-год	4-год	5-год	
Выручка от реализации	4 080 000,0	4 284 000,0	4 498 200,0	4 723 110,0	4 959 265,5	4 508 915,1
Прочие доходы (кредит)	3 000 000,0					600 000,0
Инвестиционные затраты	3 000 000,0					
Производственные затраты	1 863 504,0	1 941 679,2	2 023 763,2	2 109 951,3	2 200 448,9	2 027 869,3
Операционная прибыль	2 216 496,0	2 342 320,8	2 474 436,8	2 613 158,7	2 758 816,6	2 481 045,8
Погашение суммы оплаты по займу	663 000,0	663 000,0	663 000,0	663 000,0	662 534,5	662 906,9
Прибыль до уплаты налогов	1 553 496,0	1 679 320,8	1 811 436,8	1 950 158,7	2 096 282,2	1 818 138,9
Налоги и соц.отчисления	320 400,0	336 420,0	353 241,0	370 903,1	389 448,2	354 082,5
Чистая прибыль	1 233 096,0	1 342 900,8	1 458 195,8	1 579 255,6	1 706 834,0	1 464 056,4
Уровень рентабельности, %	30%	31%	32%	33%	34%	32%

17. ИЗГОТОВЛЕНИЕ ТРИКОТАЖНЫХ ИЗДЕЛИИ



Концепция проекта.

В данной работе будет рассматриваться открытие ателье, которое будет заниматься изготовлением трикотажных изделий. Несмотря на обилие магазинов модной одежды в нашем районе, всё ещё остаётся огромный контингент людей, которые хотят носить только эксклюзивную, пошитую специально для них одежду. Именно поэтому открытие швейного ателье – прекрасный способ начать свой бизнес.

Цель проекта – обоснование экономической эффективности открытия ателье по пошиву трикотажных изделий.

Общие инвестиционные затраты по проекту включают в себя:

Расходы, тенге	2018
Инвестиции в основной капитал	1 500 000
Оборотный капитал	150 000
Всего	1 500 000

Финансирование проекта планируется осуществить как, за счет инновационного гранта так и за счет собственных средств:

Источник финансирования, тенге.	Сумма	Доля
Инновационный грант	1 500 000	90%
Собственные средства	150 000	10%
Всего	1 650 000	100%

Описание продукта (услуги).

Трикотажные изделия классифицируются по следующим признакам: назначение, сырье, переплетение, способ изготовления, отделка. По назначению трикотажные изделия подразделяют на верхний трикотаж, бельевые трикотажные изделия, чулочно-носочные, перчаточные, головные уборы и платочно-шарфовые.

По сырью: трикотажные изделия изготавливают из натуральных волокон и из смеси различных волокон. В зависимости от переплетения различают изделия из кулирных (поперечно-вязанных) и основовязанных полотен. По способу изготовления изделия подразделяют на регулярные, полурегулярные, кроеные и комбинированные. Регулярным изделиям форму придают в процессе вязания. В полурегулярных изделиях детали формируют в процессе вязания частично, окончательно им форму придают в процессе подкроя. Детали кроеных изделий получают при раскрое полотна, а затем их сшивают. В комбинированных изделиях используют вязаные и кроеные детали. По отделке трикотажные изделия могут быть отбеленными, пестровязаными, гладкокрашеными, набивными, со специальными отделками. Трикотажные изделия различают по половозрастному признаку: мужские, женские и детские.

Верхние трикотажные изделия. В ассортимент верхнего трикотажа входят жакеты, жилеты, джемперы (пуловеры), свитеры, пальто, куртки, платья, костюмы, юбки, шорты, блузки, комбинезоны.

Жакет – изделие с разрезом до конца стана, рукава вшивные, заканчиваются манжетами, напульсниками, иногда подгибаются внутрь. Низ стана может быть оформлен ластиком, подогнутым внутрь. Жакет может быть однобортным или двубортным. **Жилет** – изделие без рукавов с разрезом по всей длине переда. **Джемпер (пуловер)** имеет застежку ограниченной длины или; без нее, воротник различной конструкции или без воротника. **Свитер** – изделие с высоким воротом, одинарным или двойным, с длинными рукавами. **Платье** отличается большим разнообразием фасонов, различных силуэтов. **Блузки** шьют из более тонких полотен, с воротником или без него, рукава разного фасона.

Мужские трикотажные изделия отличаются от женских более простой конструкцией и отделкой. Детский верхний трикотаж вырабатывается тех же видов, что и для взрослых, но менее сложных фасонов.

Бельевые трикотажные изделия. Трикотажное белье вырабатывается из хлопчатобумажной, шерстяной, полушерстяной, смешанной пряжи, искусственных и шерстяных нитей. Трикотажное белье гигиеничное, легкое, достаточно упругое, мягкое, хорошо облегает фигуру. Трикотажное белье классифицируют по видам, сезонности, фасонам, размерам, ростам и подразделяют на бытовое и спортивное; по половозрастному признаку – на мужское, женское, детское (для новорожденных, ясельного, дошкольного, школьного, подросткового возраста). Ассортимент мужского белья: верхние сорочки, фуфайки, кальсоны, майки, трусы. Размер верхних сорочек обозначается дробью, в числителе – обхват шеи в сантиметрах, а в знаменателе – полуобхват груди: с 38/44 до 48/56.

Ассортимент женского белья разнообразен по видам, применяемым материалам, отделке. К женским бельевым изделиям относят сорочки ночные, дневные, комбинации, панталоны, гарнитур, пеньюары, нижние юбки. Пеньюар – утренний нарядный туалет, рукава могут быть длинные, короткие или без рукавов, силуэт свободный, изделие может быть на подкладке или без нее. Пеньюары могут выпускаться в комплекте с сорочкой.

Детское белье. В ассортимент детского белья входят практически те же виды, что и для взрослых. Исключительно детские виды: для дошкольного возраста – комбинезоны, кофточки, песчонницы; для новорожденных – распашонки, рубашки, ползунки, конверты, кофточки, чепчики, пинетки, фартуки. Изделия могут выпускаться гарнитурами.

Ассортимент спортивного белья – майки, фуфайки спортивные, трусы-плавки, купальные костюмы. Фуфайки спортивные имеют сшивной или цельный стан, плечи скошены, рукава вшивные, цельнокроеные, короткие или длинные, воротник может быть оформлен вырезом различной формы.

Чулочно-носочные изделия. В ассортимент чулочно-носочных изделий входят женские и детские чулки, получулки, мужские, женские и детские носки, колготки, подследники, спортивные чулочные изделия, медицинские чулки. Для чулочно-носочных изделий применяют различное сырье – пряжу хлопчатобумажную, шерстяную, полушерстяную, искусственные, синтетические нити и различные сочетания этих нитей. Чулочно-носочные изделия различают по виду, отделке, способу изготовления, конструкции. По отделке чулочно-носочные изделия могут быть отбеленные, гладкокрашенные, пестровязанные, рисунчатые. Чулочно-носочные изделия вырабатывают на различных машинах и разнообразными переплетениями (гладь, ластик, рисунчатые, малораспускающиеся и др.). Длина следа в сантиметрах – основной размерный признак чулочно-носочных изделий. Женские чулочно-носочные изделия: чулки, полу чулки, колготки, носки, подследники. Чулок женский состоит из мыска, следка, пятки, паголенка и борта. Борт – верхняя часть чулка высотой 5–9 см, паголенок прикрывает ногу от колена до стопы длиной от 68 до 88 см. Пятка покрывает пятку ноги и часть голени, может быть высокой – до 12 см, и низкой – до 4 см. След – часть чулка, покрывающая стопу сверху (верхний след) и снизу (нижний след). Мысок – конечная часть следа, покрывает пальцы ног. Колготки женские имеют борт, ластовицу, ножки, пятку, след и мысок. На удобство и прочность колготок большое влияние оказывают конструктивные особенности: модель с ластовицей, модель, имеющая сформованную стопу, швы на торсе и на мыске плоские (не прорисовываются через платье, юбку), наличие широкого пояса (колготки не сползают и частично корректируют фигуру).

Программа производства.

В таблице представлена планируемая программа производства по годам реализации проекта.

Планируемая программа производств по годам, шт.:

Продукция	Кол-во, шт.	Цена, тг.	Сумма, тг.
Трикотажные изделия	120	4 000	480 000
ИТОГО:			480 000

Программа продаж будет осуществляться на основе результатов, проведенных маркетинговых исследований (с целью определения предпочтений потребителей в дизайне продукции). При формировании цен была учтена покупательная способность потребителей, определяемая средним уровнем их доходов. Формирование цен зависит от вида заказов на пошив или на реставрацию и подгонку, цены основаны на рыночных ценах и полной себестоимости продукции. При расчете программы продаж инфляция во внимание не принималась, поскольку связанное с инфляцией повышение цен пропорционально отразится на увеличении цен продаж предприятия.

Маркетинговый план.

Описание рынка продукции

По состоянию на 29.12.2016 год количество крупных и средних предприятий и производств, занятых в легкой промышленности составило 1151. В производстве одежды – 630, в производстве текстильных изделий – 354, в производстве кожевенного сырья, пушнины и изделий из них – 105, в производстве обуви – 56, в производстве головных уборов – 6



По графику можно увидеть, что наибольшую часть легкой промышленности в РК занимает производство одежды – 54,7% и текстильная и швейная промышленность – 30,8 %, что показывает о возможности обеспечения населения своей продукцией.

Прогнозные оценки развития рынка, ожидаемые изменения

По результатам анализа конкурентных преимуществ страны текстильная промышленность определена как один из семи наиболее перспективных кластеров. Казахская текстильная промышленность имеет большой потенциал для успешного развития отрасли, учитывая более низкие показатели затрат при производстве, близость к сырью и потенциальным рынкам сбыта производимой продукции, привлекательный инвестиционный климат, развитую транспортную инфраструктуру. Казахстан обладает хорошим масштабом рыночных возможностей для развития текстильной индустрии.

Стратегия маркетинга.

Главной целью проектируемого цеха является проникновение на рынок и последующее существование в нем. Основным рынком сбыта будут население, также индивидуальный заказ потребителей. В качестве основного метода продвижения необходимо использовать прямую рекламу на интересующие целевые группы. 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.
- Квалифицированный персонал.
- Современное оборудование.
- Реализация программ по стимулированию спроса.

В штате предусмотрен продавец, который будет обслуживать клиентов, проходящих в цех. В планах предприятия – привлечение к сотрудничеству оптовых продавцов.

Техническое планирование. Технологический процесс. Изобретение относится к текстильной промышленности, а именно к белью и способам его изготовления. Предложенное трикотажное изделие, такое как плавки, трусы, панталоны, рейтузы, брюки и, главным образом, колготки, состоит из корпусной детали и деталей для ног. Зону промежности закрывают с помощью, как минимум, пары противоположных трикотажных вставок, заходящих в зону промежности. В настоящем изобретении описаны также способы вязания данного трикотажного изделия с использованием плосковязальной машины с двойной станиной и двухцилиндровой вязальной машины. Изобретение обеспечивает получение бесшовного белья анатомической формы, высокую степень автоматизации производства и его экономичность.

Перечень оборудования и затраты на его приобретение представлены в нижеследующей таблице.

Перечень оборудования для цеха:

Наименование	Кол-во	Цена	Сумма
Оборудование			
Вязальная машина	2	400 000	800 000
Оверлог	1	100 000	100 000
Стол	2	100 000	200 000
Стеллаж	1	200 000	200 000
Примерочная	1	100 000	100 000
Дополнительные инструменты		100 000	100 000
Итого			1 500 000

Цены на оборудование указаны на основе результатов обзора и анализа цен на Центральном рынке и в магазинах в Кызылординской области.

Здания и сооружения. Предполагаемый цех планируется разместить в жилом специально оборудованном помещении. Ввиду особенности производственного процесса помещение будет снабжено системой противопожарной безопасности.

Коммуникационная инфраструктура. Проектом предусмотрена помещения, в котором уже будет необходимая ком-

муникационная инфраструктура, а именно электро-, тепло- и водоснабжение, а также телефонная связь. При необходимости будет произведена необходимая адаптация под условия работы цеха.

Эксплуатационные расходы. Эксплуатационные расходы состоят из переменных расходов.

Переменные расходы в месяц и по годам, тенге:

	В месяц	2018	2019	2020	2021	2022
		год	год	год	год	год
Расходы на материалы	240 000	720 000	2 880 000	2 880 000	2 880 000	2 880 000

Переменные расходы состоят из затрат на ткань и фурнитуру для изготовления продукции, расходы на материалы рассчитано 50% от стоимости товаров.

Общие и административные расходы.

Общие и административные расходы предприятия в месяц:

Затраты	Сумма, тенге
Оплата труда	40 000
Электроэнергия	5 000
Прочие непредвиденные расходы	10 000
Итого	210 000

Расчет расходов на оплату труда, тенге:

№	Должность	Количество	Оклад	К начислению
1	Швея	1	40 000	40 000
	Всего по персоналу	1		40 000

Сумма расходов на оплату труда составляет 40 тыс. тенге в месяц. Социальные отчисления составляют 4 тыс.тг. в месяц (из расчета 5% от фонда оплаты труда без учета обязательных пенсионных взносов (далее - ОПВ)). Данная сумма уменьшает сумму социального налога согласно ст.437 Налогового кодекса Республики Казахстан (далее - НК РК). Исчисление налогов на основе упрощенной декларации производится путем применения к объекту налогообложения (доход) ставки в размере 3% (ст.437 НК РК), из которого 1/2 составляет индивидуальный подоходный налог (далее – ИПН), 1/2 - социальный налог.

Отчет о доходах и расходах, тенге

Наименование	2018 год				2019 год	2020 год	2021 год
	10	11	12	Итого	Итого	Итого	Итого
Доход от реализации изделия	480 000	480 000	480 000	1 440 000	5 760 000	5 760 000	5 760 000
Выручка от реализ. изделия	480 000	480 000	480 000	1 440 000	5 760 000	5 760 000	5 760 000
Себестоимость реализ. изделия	295 000	295 000	295 000	885 000	3 540 000	3 540 000	3 540 000
Заработная плата	40 000	40 000	40 000	120 000	480 000	480 000	480 000
Сырье	240 000	240 000	240 000	720 000	2 880 000	2 880 000	2 880 000
Ком.услуги	5 000	5 000	5 000	15 000	60 000	60 000	60 000
Прочие расходы	10 000	10 000	10 000	30 000	120 000	120 000	120 000
Валовая прибыль	185 000	185 000	185 000	555 000	2 220 000	2 220 000	2 220 000
Налог	14 400	14 400	14 400	43 200	172 800	172 800	172 800
Чистая прибыль	170 600	170 600	170 600	511 800	2 047 200	2 047 200	2 047 200
Рентабельность	35,5%	35,5%	35,5%	35,5%	35,5%	35,5%	35,5%

18. ОТКРЫТИЕ ЦЕХА ПО ПРОИЗВОДСТВУ СУМОК-ПЕРЕНОСОК ДЛЯ ДЕТЕЙ



Концепция проекта предусматривает открытие цеха по производству сумок-перевозок. Компания планирует производить и заниматься реализацией сумок-переносок для детей из безопасных материалов, использование которого актуально во всем современном мире.

Очевидное преимущество сумок-перевозок – это их долговременное использование. Изготовление сумок-перевозок идет в строгом соответствии со стандартами нашей компании: цвет, логотип, шрифт, форма и прочее.

Цель проекта: занять большую часть рынка сумок-перевозок в Южно-Казахстанской области, позиционировать как удобные сумки-перевозки, производимые компанией с необычным для Казахстана менеджментом.

Общие инвестиционные затраты по проекту включают в себя:

Расходы, тыс. тг.	2 018
Инвестиции в основной капитал	2 719
Оборотный капитал	981
Всего	3 700

Описание продукта. Основными видами сумок-перевозок, производимыми цехом будут **люлька-переноска; слинг-сумки; эрго-рюкзак; сумка-кенгуру; конверты; сумки с заказными вышивками.** В последующем в ассортимент производимой продукции могут быть добавлены другие виды сумок-переносок.

Прежде всего, сумка-переноска – это предмет материального мира ребенка, необходимый предмет, при помощи которого организовывалось жизненное пространство ребенка. Переноска для маленьких детей является предметом, который облегчает жизнь родителей в первое время жизни малыша. Сумка-переноска – это приспособление, которое используется при перемещении ребёнка. Для того чтобы он в эти моменты был в комфорте и безопасности, и используется специальная переноска. Есть несколько видов переносок, что позволяет каждому родителю выбрать ту, которая ему больше подходит. Ниже мы рассмотрим самые популярные модели.



Они помогают держать переноску строго горизонтально, не создавая дискомфорта малышу.



Сумка-люлька. Люлька переноска кокон для новорожденных детей от 0 до 6 месяцев, до 9 кг этот вид переносок используется как самостоятельная переноска, например, для перевозки ребёнка в машине. Она имеет ровное дно, высокие бортики и ремни безопасности, сверху закрывается плотным и хорошо застёгивающимся чехлом на молнии, так что выронить ребёнка даже при наклоне сумки невозможно. Обычно сумки-переноски имеют две прочные ручки.

Переноска-кенгуру. Переноска-кенгуру имеет твёрдую спинку, но отсутствует поддержка для головы. Переноска допускается с возраста, когда ребёнок хорошо сидит самостоятельно. Использовать рюкзак-кенгуру можно непродолжительное время (до двух часов в день), так как при переноске в них ребёнок усаживается на промежность, ноги свисают вниз, а не разводятся в стороны, а это создаёт излишнюю нагрузку на позвоночник и тазобедренные суставы. По мнению специалистов ношение ребёнка в сумке-кенгуру возможно

с 4 месяцев, когда он уже держит голову, способен опираться на руки лёжа на животе и достиг веса 7-7.5 кг. Кенгуру позволяют переносить малышей лицом к родителю, на боку, на спине, а также лицом от себя.



Переноска-трансформер. Эту модель можно носить как спереди, так и сзади. Переноска-трансформер имеет широкие удобные лямки, что комфортно для родителей, поскольку нагрузка на плечи и спину распределена равномерно. Чаще всего на ней есть карманы и регуляторы лямок. Подойдёт для детей, которые уже умеют самостоятельно держать голову.

Эрго-рюкзак. Он выглядит как рюкзак, но со специальным карманом для ребёнка. Рюкзак удобен для матери, поскольку

присутствует широкий пояс. Несмотря на то, что есть поддержка для головы, эрго-рюкзак советуют носить только с 4-ёх месяцев, потому что он имеет довольно мягкую конструкцию и, вследствие этого, не физиологичен.



Слинг-шарф. Слинг с

кольцами очень удобен особенно на самых первых этапах жизни ребёнка. Он позволяет регулировать положение, укладывая младенца, как в колыбель или носить его вертикально. Такой слинг представляет собой длинную и довольно широкую полосу ткани (примерно 2 метра на 0.7-1 м). На одном конце полосы вшита мягкая наплечная подкладка и кольца, в которые заправляется другой конец ткани. Слинг с кольцами даёт возможность легко изменять положение с сидячего на лежащее, если малыш засыпает, носить ребёнка на животе, спине или на бедре. Чем толще ткань – тем больше диаметр колец. Слинг-шарф имеет примерно такую же ширину, что и слинг с кольцами, но значительно большую длину – до шести метров. Такая длинная полоса ткани позволяет носить ребёнка на животе, спине или на бедре, удобно расположив его в вертикальном или горизонтальном положении. Мягкий шарф поддерживает ребёнка в положении, как на руках у мамы, создавая ощущение максимальной близости и защищённости. Стоит отметить, что слинги из нетянущихся тканей имеют большую ширину. Носить подросткового ребёнка в таком слинге тяжело, так что он больше подходит для новорожденных (примерно до 3 месяцев) или для использования на короткое время.

Сумки с заказными вышивками. Любители же оригинальных, нетривиальных вещей, напротив, могут стать поклонниками вышивки на одежде, учитывая её эксклюзивность и бесконечное многообразие. Ведь именно в таком наряде (с оригинальным и уникальным выши-



тым декором) можно почувствовать себя неповторимой и яркой. Вышивка на одежде/вещах сейчас стала еще больше набирать обороты в индустрии моды. При этом вышивка довольно разнообразная и причудливая формы. К ней относятся: орнаменты, цветы, животные, насекомые, растения, узоры.

Анализ отрасли.

Сумки-переноски давно и прочно вошли в повседневную жизнь родителей новорожденных детей. Они являются одним из основных видов переноски ребенка. Рюкзаки, слинги и сумки для переноски детей могут стать очень хорошим дополнением или даже альтернативой коляске. Они обеспечивают родителям большую свободу как дома, так и за его пределами, ребенок может всегда находиться под присмотром и постоянно чувствовать маму, что особенно важно для самых маленьких.

Обзор рынка. Уровень спроса на сумки-переноски есть, однако он не полностью удовлетворяется по разным причинам. Например, высокие цены, однообразие, отсутствие индивидуального подхода и прочее. В Казахстане по причине близкого расположения к границе Китая основная масса товара, и сумок в том числе (более 90%), завозится именно оттуда. Однако сумки-переноски китайского производства находятся в низком ценовом сегменте, которому соответствует и качество товара. Всемирно известные торговые марки, такие как Chicco, Mothercare, Bertoni и Maxi-cosi, занимают высокий ценовой сегмент с соответствующим качеством. Стартап по производству сумок-переносок создается именно с целью удовлетворения потребностей тех, кто предпочитает качественный товар, созданный по доступной цене и именно для него. Магазины, предлагающие фабричные сумки, не будут являться основными конкурентами, но тем не менее косвенно будут оказывать влияние на спрос (товары-заменители). На конец 2016 года около 30% рынка сумок «машинного производства» Казахстана приходилось на продукцию из текстильных материалов, около 28% – из натуральной, композиционной или лаковой кожи, около 1% – на сумки из пластмассы и около 41% – из прочих материалов.

Целевой рынок. Исходя из того, что акцент при производстве сумок-переносок сделан на эксклюзивность товара, целевая аудитория – это потребители со средним доходом (при среднем месячном уровне зарплаты в Казахстане – 110 тыс. тенге). В среднем сумки-переноски стоят от 10 000 тенге, сумки-кенгуру стоят от 6000 тенге, хотя слинг-сумки не так сильно распространены в южно-казахстанском рынке, стоят они от 7 000 тенге, эрго-рюкзак стоит в среднем от 10 000 тенге.

Конкуренты. Производство сумок-переносок – является новой отраслью на рынке Казахстана. В отрасли отсутствуют признанные отечественные лидеры рынка. Таким образом, для компании открываются перспективные возможности предпринимательства. Основными конкурентами будут иностранные компании по производству сумок-переносок.

Стратегия маркетинга. Главной целью проектируемого цеха является проникновение на рынок и последующее существование в нем. В качестве основного метода продвижения необходимо использовать прямую рекламу на интересующие целевые группы. Для этого можно использовать:

- рассылки рекламных материалов о цехе и рекламно-технической документации по его продукции;
- размещение информации о предприятии на бесплатных интернет-ресурсах, подача бесплатных объявлений.

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.
- Квалифицированный персонал.
- Современное оборудование.
- Реализация программ по стимулированию спроса.

Выход на массовый сегмент. Ориентируемся на аудиторию, в которой есть дети. Шанс - стать первыми и надежно закрепиться. **Плюсы:** высокий уровень дистрибуции, глубокое проникновение на рынок; «нетронутая» ЦА; доступность товара; индивидуальность товара.

Минусы: высокие затраты; возможное отторжение «сочувствующими»; нежелательно использовать инструменты «не для всех» в PR и рекламе; неизбежное расширение штата.

Идти туда, где наша аудитория уже есть: супермаркеты, рынки, детские магазины, интернет-магазины, мелкие и средние дистрибьюторы.

Каналы сбыта: магазины детской одежды, обуви и аксессуаров; сети и магазины, специализирующиеся на детских-товарах; интернет магазины; крупные супермаркеты и сети; рынки.

Здесь встает серьезный вопрос: **а как это сделать?** Как справиться с таким количеством потенциальных клиентов? Здесь у нас есть несколько вариантов: собственный отдел продаж; дилеры; агентская сеть.

Где продается большинство сумок-переносок сейчас? В основном, возят оптом из Китая по 3000 тенге за сумку. В Интернет-магазинах (как в казахстанских, так и в российских – от 10 000 тенге плюс доставка). Заказывают с индивидуальным рисунком у художниц. Шьют сами (и такое случается!).

Какие сложности будут ждать НАШ продукт: долгий вход в сеть; непонимание со стороны закупщиков, кто отвечает за нашу категорию – долгий поиск принимающего решение; по итогам проведенного опроса мы составили **список вопросов, которые чаще всего задают нам закупщики:** почему вы выбрали нашу сеть? наша выгода? почему вы решили, что ваши сумки будут покупать? о них кто-нибудь уже знает? у нас уже есть подобные сумки в ассортименте, но дешевле: чем ваши сумки лучше?

Производственный процесс.

Технология пошива изделия. Технология пошива сумки-переноски не представляет никакой сложности. Ткань расстилается на раскройном столе. Раскрой деталей происходит по лекалам. Подготовить матрас. Последние этапы – это сборка и обработка изделия. Добавляем фурнитуру.

Как видите все очень-очень просто: из куска ткани вырезается основа сумки, капюшон, бортики, добавляются ручки, далее при необходимости добавляется сетка, молнии и кнопки или другая фурнитура. Все это соединяется при помощи швейной машинки, края изделия обрабатываются, и сумка готова для печати и вышивания.

Требуемые материалы. Основными типами ткани, используемые при пошиве сумок-переносок, является нейлон и хлопок. Так же можно использовать и более дешевые материалы, такие как полиэстер.

Материалы:

Материалы	Предназначение	Фото	Стоимость
Ткань (бязь)	Основной материал для пошива сумок		От 300 тг. за 1 кв.м.
Ткань (кордура)			От 1 400 тг. за 1 кв. м
Ткань (диагональ)			От 400 тг. за 1 кв.м
Синтепон			От 400 тг. за 1 рулон (45 кв.м)
Ткань (Oxford (Оксфорд))			От 1 000 тг. за 1 кв.м
Ткань (Поролон)			От 200 тг. за 1 кв.м
Ткань (полиэстер)			От 400 тг. за 1 кв.м
Ткань (таффета)			От 400 тг. за 1 кв.м
Ткань (сетка)			От 200 тг. за 1 кв.м

Ткани покупаем у завода-производителя «SouthTextileLine» в г.Шымкент, а также на рынках ЮКО. Инвестиции в материалы для создания первой партии сумок (для рекламных целей) составляют 700 000 тг.

Организация, управление и персонал. Общее руководство предприятием осуществляет администратор (директор). Так как, собственники компании являются инициатором проекта, они готовы в первое время работать без оплаты труда. И берут на себя ответственность выполнения обязанностей должностей как директор, администратор, PR-менеджер, бухгалтер, дизайнер, технолог-печатник.

Организационная структура предприятия имеет следующий вид:



Цех будет размещен в помещении общей площадью 40 квадратных метров (помещение имеется).

Учитывая запланированные в настоящем бизнес-плане обороты предприятия, рекомендуется осуществлять деятельность в рамках индивидуального предпринимателя на упрощенном режиме с использованием специального налогового режима на основе упрощенной декларации.

Оборудование и инвентарь.

Перечень оборудования и затраты на его приобретение представлены в таблице:

Наименование	Количество	Цена	Сумма, тенге
Собственные средства			700
з/п	1	200	200
Ткань	1	500	500
Оборудование			2 719
Промышленная швейная машина Typical GC0323	1	295	295
Промышленная швейная машина GC6240(двухиглольная)	1	375	375
Принтер формат A3 L1800 с эл. приводом	1	800	800
Парогенератор	2	55	110
Сабельный нож	1	110	110
Оверлог	2	180	360
Швейно-вышивальная машина BROTHER NV-4000	1	570	570
Дырокол-револьверный Becker	1	6	6
Перфоратор-щипцы для кнопок и люверсов	1	4	4
Клеевой пистолет	1	5	5
Этикет-пистолет	1	14	14
Термопресс	1	70	70
Сырье			281
Ткань	1	200	200
Фурнитура	1	81	81
ИТОГО			3 700

Оборудование, инвентарь, частично фурнитура и сырьё, будут закупаться за счет средств грантового финансирования.

Кроме того собственные денежные средства в размере 700 000 тенге будут направлены на оплату труда сотрудников и закуп тканей для производства.

Перечень оборудования и техники, которые приобретены за счет собственных средств (ранее):

Наименование	Кол-во	Ед.изм.	Цена за единицу	Общая стоимость	Источники финансирования
Производственное оборудование					
Оверлог	1	шт	70 000	70 000	собственные средства
Швейная машинка	1	шт	30 000	30 000	собственные средства
Оргтехника					
Компьютеры	1	шт	150 000	150 000	собственные средства
МФУ (принтер сканер копир)	1	шт	20 000	20 000	собственные средства
ВСЕГО				420 000	

Цены на оборудование указаны на основе результатов обзора и анализа цен на рынке г. Шымкент.

Финансовый план.

Общие и административные расходы.

В эту стоимость будут включены все коммунальные платежи, расходы на содержание оборудования, обслуживание сайта, услуги связи, расходы на рекламу и т.д.

Общие и административные расходы предприятия в месяц, тыс. тг:

Затраты	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
ФОТ	220	220	220	220	220	220	220	220
сайт	4	4	4	4	4	4	4	4
Коммунальные услуги	6	6	6	6	6	6	6	6
Услуги связи	5	5	5	5	5	5	5	5

Обслуживание и ремонт ОС	10	10	10	10	10	10	10	10
Расходы на рекламу	10	10	10	10	10	10	10	10
Итого	255	255	255	255	255	255	255	255

Расчет расходов на оплату труда, тыс. тг:

№	Должность	Количество	ФОТ
Адм.-управленческий персонал			
1	Администратор PR-менеджер	1	66
	Итого	1	66
Производственный персонал			
1	Закройщик-портной	2	110
2	Вышивальщица-печатник	1	44
	Итого	3	154
	Всего по персоналу	4	220

Производительность:

Кол-во швей	чел.	2
Время работы	дн./мес.	26
Пошив люльки-рюкзака на 1 швею	шт./день	1
Производство люльки-рюкзака в мес.	шт./мес.	52
Пошив слинг-сумок на 1 швею	шт./день	1
Производство слинг-сумок в мес.	шт./мес.	52
Пошив эрго-рюкзаков на 1 швею	шт./день	1
Производство эрго-рюкзаков в мес.	шт./мес.	52
Пошив кенгуру на 1 швею	шт./день	1
Производство кенгуру в мес.	шт./мес.	52

Цены на товар:

Наименование	Значение, тг.
Пошив люлька-переноска	9 000
Пошив слинг-сумок	5 000
Пошив эрго-рюкзака	7 000
Пошив кенгуру	7 000

Переменные расходы (калькуляция производства):

	Ед.изм.	Цена, тг.	Люлька-переноска		Слинг-сумка		Эрго-рюкзак		Кенгуру	
			Норма расхода	Сумма	Норма расхода	Сумма	Норма расхода	Сумма	Норма расхода	Сумма
Материал, плотная	м	1 500	2,8	4 200			2	3 000	1,4	2 100
Материал, эластичный	м	400			3,5	1 400				
Подкладочная ткань	м	300	0,5	150			1	300	1	300
Нитки	шт.	200	0,5	100	1	140	1	200	1	200
Молнии	шт.	100	1,0	100	3	300	4	400	4	400
Пуговицы, защепки	шт.	10	1,0	10	3	30	8	80	8	80
Ремни	м	300	0,3	90	1	300	2	600	3	900
Сетка	м	200	0,5	100			0,3	60		
Кольца	шт.	200			1	200				
Украшение, вышивка	шт.	500	1	500	1	500	1,0	500	1	500
ДСП	м	100	0,4	40						
Поролон	м	200	2	400						
Итого				5 690		2 870		3 500		3 980

Производство:

Продукция	ВСЕГО	2 018	2 019	2 020	2 021	2 022	2 023	2024	2025
		Итого	Итого						
Загрузка, %		55%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Пошив люлька-переноска	4 482	114	624	624	624	624	624	624	624
Пошив слинг-сумок	4 482	114	624	624	624	624	624	624	624
Пошив эрго-рюкзака	4 482	114	624	624	624	624	624	624	624
Пошив кенгуру	3 858	114	624	624	624	624	624	624	624

Отчет о доходах и расходах, тг

Наименование	ВСЕГО	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
		Итого	Итого	год	год	год	год	год	год
Доход от реализации продукции, услуг	108 035	3 203	17 472	17 472	17 472	17 472	17 472	17 472	17 472

Пошив люлька-переноска	34 726	1 030	5 616	5 616	5 616	5 616	5 616	5 616	5 616
Пошив слинг-сумок	19 292	572	3 120	3 120	3 120	3 120	3 120	3 120	3 120
Пошив эрго-рюкзак	27 009	801	4 368	4 368	4 368	4 368	4 368	4 368	4 368
Пошив кенгуру	27 009	801	4 368	4 368	4 368	4 368	4 368	4 368	4 368
Себестоимость реализ. товаров, услуг	61 889	1 835	10 009	10 009	10 009	10 009	10 009	10 009	10 009
Сырье и материалы	61 889	1 835	10 009	10 009	10 009	10 009	10 009	10 009	10 009
Валовая прибыль	46 146	1 368	7 463	7 463	7 463	7 463	7 463	7 463	7 463
Расходы периода	19 415	1 022	3 066	3 066	3 066	3 066	3 066	3 066	3 066
Доход до выплаты налогов	26 732	346	4 398	4 398	4 398	4 398	4 398	4 398	4 398
Налог на деятельность ИП, налоги от ФОТ	3 241	96	524	524	524	524	524	524	524
Чистый доход	23 490	250	3 873	3 873	3 873	3 873	3 873	3 873	3 873
Кумулятивный чистый доход	23 490	250	4 124	7 997	11 870	15 744	19 617	23 490	27 364

19. ПОШИВ ЧЕХЛОВ ДЛЯ АВТОМОБИЛЕЙ



Концепция проекта. Автомобиль – не просто транспортное средство, предназначенное для комфортного передвижения. Это еще и постоянный источник расходов для его обладателя, ведь владелец должен поддерживать исправную работу всех систем, регулярно проходить техобслуживание и своевременно переобувать четырехколесного друга. А еще, проводя по несколько часов в день за рулем, хочется добиться максимального комфорта, оформив салон исходя из личных предпочтений. Этим и стоит воспользоваться, предложив автолюбителям стильные и практичные чехлы.

Небольшое ателье по пошиву чехлов на автомобили – выгодная идея для тех, кто хочет познакомиться с автобизнесом изнутри и, вместе с тем, кто хочет начать бизнес с небольшими стартовыми капиталовложениями. На рынке всегда будет высокий спрос на тенты, которым автолюбители накрывают свои машины от переменчивых погодных условий или во время простоя в период отпуска за границей. В то же время можно наладить производство уникальных и оригинальных чехлов на сидения автомобиля, которые широко используются в тюнинге.

ИП предполагает получить заемные средства 4000 тыс. тенге для приобретения помещения по программе массового предпринимательства и продуктивной занятости на 5 лет под 6%. Отсрочка по выплате основного долга 6 мес.

Цель финансирования:

Мероприятие	Сумма, тенге	Доля
Приобретение помещения	4000000	
Приобретение мебели	300000	
Оборотные средства, в том числе	332500	
Уплата процентов	70000	
Приобретение материалов на 1 мес.	262500	
ИТОГО, в том числе	4632500	100%
Кредит	4000000	86,3%
Собственные средства	632500	13,7%

Описание продукции. Виды чехлов и особенности изготовления.



Важно учитывать, что существует два основных вида автомобильных чехлов:

- Защитные чехлы для авто. Для изготовления такого изделия потребуется закупить материалы, обладающие хорошей влагостойкостью и при этом хорошо пропускающие воздух. Цена такого полотна составит около 3-4 тысяч тенге.

- Чехлы на сиденья. Для производства нужно закупить практичные ткани, отличающиеся хорошей плотностью и стойкостью к износу. Важно иметь воз-

можность предложить клиентам разнообразный ассортимент вариантов, среди которых будут изделия из различных материалов, отличающиеся по текстуре и цветовой гамме. Хороший сезонный бизнес – пошив теплых чехлов, выполненных из искусственного меха.

На материалах экономить нельзя ни в коем случае, ведь в этом случае ателье очень быстро прекратит свою работу. Одно из основных преимуществ такого бизнеса заключается в том, что у владельцев авто срабатывает желание получить

то, что есть у другого человека – это лучшая мотивация обновить оформление салона. Поэтому важно, чтобы заказчик услуги остался доволен выполненной работой – тогда он с удовольствием порекомендует её знакомым, родственникам и коллегам, а звонки будут активно поступать даже без значительных затрат на рекламу.

План маркетинга

Несмотря на то, что машина давно стала чем-то обыденным, автовладельцы продолжают внимательно следить за состоянием средства передвижения. Автомобиль – это демонстрация статуса и благосостояния хозяина. По этой причине владельцы авто стремятся как можно дольше сохранить машину и ее салон в первозданном виде. В этом им помогает пошив авточехлов на заказ.

Спрос на продукцию существенно возрос в последние годы, так как данный метод позволяет защитить салон автомобиля от повреждений, освежить его или полностью изменить дизайн. Из-за возросшего спроса все больше предпринимателей задумываются о том, как открыть ателье по пошиву чехлов для автомобиля.

За январь-май 2017 года в Республике Казахстан зарегистрировано 304517 легковых автомобилей или на 10,5% больше, чем в соответствующем периоде прошлого года. По состоянию на 1 июня 2017 года в Республике Казахстан количество зарегистрированных легковых автомобилей составило 3850,8 тыс. единиц.

Количество зарегистрированных легковых автомобилей за январь-май 2017 года						
	Всего за январь-май 2017 г.	в том числе зарегистрированные		январь-май 2017 г. к январю-маю 2016 г., в %	в том числе зарегистрированные	
		физическими лицами	юридическими лицами		физическими лицами	юридическими лицами
Республика Казахстан	304 517	291 617	12 900	110,5	111,7	88,7
Акмолинская	11 404	10 820	584	109,0	111,9	74,0
Актюбинская	13 206	12 708	498	95,9	98,6	56,3
Алматинская	44 109	43 412	697	119,5	119,8	103,3
Атырауская	9 129	8 790	339	118,3	120,8	76,4
Западно-Казахстанская	9 321	8 902	419	112,6	113,3	98,6
Жамбылская	16 447	16 134	313	112,0	112,7	83,7
Карагандинская	21 745	21 025	720	113,5	113,4	116,3
Костанайская	11 479	10 630	849	112,2	110,6	136,1
Кызылординская	9 565	9 230	335	108,6	108,8	101,5
Мангистауская	13 822	13 501	321	101,4	103,1	59,2
Южно-Казахстанская	39 966	39 261	705	102,2	102,3	93,6
Павлодарская	11 196	10 720	476	109,9	110,0	106,5
Северо-Казахстанская	7 687	7 083	604	120,8	118,0	167,3
Восточно-Казахстанская	21 177	20 544	633	124,3	126,5	78,9
г. Астана	36 762	34 313	2 449	167,0	168,6	147,4
г. Алматы	23 744	22 347	1 397	71,8	74,3	46,8

Предпосылкой роста заказов на пошив является и рост числа автомобилей в регионе. Рынок переполнен стандартными моделями чехлов, а потому те, кто хочет заработать, должны предложить клиентам нечто особенное. Это могут быть оригинальные рисунки, возможность нанесения логотипа или создание полноценной композиции, в которой сиденья украшены разными рисунками, которые гармонично сочетаются друг с другом. Но такая работа возможна только по предзаказу – стоит обсудить с клиентом его предпочтения, получить предоплату, приобрести соответствующие материалы и только после этого приступить к пошиву. С одной стороны – это более длительный процесс, но с другой, и стоимость его на порядок выше, если сравнивать со стандартными предложениями.

Чтобы зарабатывать на пошиве чехлов для машин потребуется налаженные каналы сбыта готовой продукции. Продавать товары из наличия стоит только в том случае, если есть магазин товаров для авто, готовый принять продукцию на реализацию, либо налажено сотрудничество с одной из крупных мастерских. Либо же продажа готовых комплектов станет следующей ступенью развития бизнеса – к этому этапу стоит переходить, когда ателье заработает определенную известность, а потому не будет проблем с клиентами.

Потенциальные клиенты. Автолюбители региона.

Продвижение продукции. ИП предполагает давать объявления в соцсетях, изготовление визитных карточек, рекламных буклетов, размещение баннеров на станциях технического обслуживания.

Технология производства. ИП планирует выпускать чехлы из четырех видов материалов.

Используемый материал.

1. Кожа и экокожа. Наиболее популярный материал, гладкий и приятный на ощупь. Главное преимущество в том, что изделия из него практичны. Кожаные чехлы не требуют особого ухода, легко очищаются от грязи и пыли, не подвержены воздействию УФ-лучей. При этом есть у материала два недостатка. Если с сиденьями обращаться недостаточно бережно, на чехлах могут оставаться заметные следы и царапины. Кроме того, чехлы из экокожи и натуральной кожи в жаркую пору года сильно нагреваются, а в холодную – сильно остывают. Однако многие автолюбители закрывают глаза на эти недостатки из-за стильного вида. При покупке экокожи для собственного производства обратите внимание на толщину: материал должен быть не менее 1,0, однако, чем толще, тем лучше.

2. Алькантар – искусственная замша, теплая, мягкая и приятная на ощупь. При том, что материал тонкий, чехлы пользуются спросом благодаря своей прочности. Стоимость виниловых чехлов невысока, к тому же рынок предлагает

широкий ассортимент расцветок. Материал не пропускает жидкость. Однако этот материал не такой приятный на ощупь, как предыдущие. Ощущение уюта и тепла в холодное время создадут меховые чехлы. Кроме пушистых чехлов из искусственного ворса, спросом пользуется и натуральный мех, к примеру, овчина. Стоит отметить, что чехлы низкого качества линяют и оставляют следы на одежде.

3. Велюр – материал для чехлов считается одним из самых популярных. Велюровые чехлы выгодно отличаются невысокой стоимостью, внешней привлекательностью и комфортом в использовании. Велюр не только приятен на ощупь, его ворсистая поверхность препятствует скольжению, что позволяет чувствовать себя удобно во время езды. Кроме того, велюровые чехлы не нагреваются от солнца, а зимой не переохлаждаются. Единственное, на что следует обратить внимание – велюровые чехлы требуют регулярной и сравнительно деликатной стирки.

Чехлы для сидений автомобилей вне зависимости от размеров шьются по стандартным лекалам. Перед пошивом обязательно снимаются мерки: высота спинки сидения; ширина сидения; длина нижней подушки. Продукция, пошитая на заказ, конкурентоспособна и обладает рядом преимуществ наряду с универсальными и модельными чехлами. Владелец автомобиля самостоятельно выбирает материалы в зависимости от предпочтений и внешнего вида самого салона. Часто клиенты заказывают чехлы на сидения с аксессуарами или рисунками.

Чехлы для автомобиля технологически просты в изготовлении, однако есть ряд требований, которые нужно изучить перед открытием собственного производства. Обязательно учитывайте разрезы в местах раскрытия подушек, которые раскрываются во время ДТП. При замере проверьте, требуются ли разрезы под подлокотники. Автомобильные тенты и чехлы как бизнес. Для увеличения прибыли можно включить в свой ассортимент универсальные готовые чехлы для любых моделей авто, которые клиент может тут же приобрести. Это повлияет и на количество заказов. Доверие потенциальных клиентов значительно повысится, ведь они смогут оценить качество готовых изделий. Чтобы повысить рентабельность предприятия, параллельно с чехлами для сидений можно выпускать автомобильные тенты. Автомобилисты покупают их для защиты лакокрасочного покрытия машины от солнца и непогоды. Размеры чехлов для автомобилей носят те же названия, что и наименования размеров одежды: S, M, L, XL, XXL. Можно производить тенты в различных ценовых категориях в зависимости от толщины материала, состава и его водонепроницаемости.

Качество перетяжки прежде всего зависит от профессионализма исполнителей. Это, в первую очередь, относится к уровню квалификации закройщика и специалиста по пошиву изделий из кожи. От первого зависит насколько точно будут изготовлены выкройки, а от второго – качество сшивания из подготовленных закройщиком деталей комплекта для перетяжки, то есть конечный результат. В случае проведения этих работ своими руками потребуются приобретение необходимых навыков в процессе изготовления и сшивания кожаных выкроек. Не исключено, что это будет достигнуто методом проб и ошибок.

Перетяжка определенных частей, поверхностей салона может существенно отличаться по технологии выполнения работ. Например, перетяжка дверей автомобиля, различных его панелей (включая переднюю – так называемую торпеду), потолка требует соблюдения одной технологии, а при перетяжке сидений применяют совершенно другую. Но при этом методы изготовления выкроек и сшивания их в фрагменты, детали кожаного покрытия приблизительно одинаковы.

Чтобы своими руками обтянуть кожей любой элемент из пластика, сначала его или эту панель следует демонтировать. В процессе снятия панели с нее удаляют все без исключения детали, находящиеся на ней. В итоге должна остаться только голая основа, по которой будут изготавливаться выкройки для данного элемента.



Для перетяжки сидений их демонтируют. При этом с них снимают все крепежные, регулировочные и декоративные элементы, закрепленные поверх заводских чехлов, которые затем стягивают с рамы сиденья и аккуратно распарывают по швам на отдельные фрагменты. По этим вырезкам впоследствии и изготавливают выкройки из кожи. По основам панелей и фрагментам чехлов сидений изготавливают выкройки (отдельные детали будущего покрытия), которые повторяют все изгибы, контуры обтягиваемых элементов. Выкройки для сидений изготавливают сразу из кожи по вырезкам заводских чехлов, которые накладывают на материал для перетяжки и обводят по контуру гелевой ручкой. После этого обрисованный фрагмент вырезают ножницами, отмечают на нем место будущего шва.

Выкройки для различных панелей выполняют сначала из флизелина или специальной пленки, способной тянуться. Полимер наклеивают на пластиковый элемент. При этом пленку необходимо тщательно растянуть и разгладить по поверхности панели. Затем на флизелине отмечают места, где необходимо наличие швов в кожаном покрытии. Это зависит от количества неровностей и изгибов панели. После этого пленку снимают и разрезают по разметке будущих швов. Полученные выкройки из флизелина накладывают на кожу и по их контуру делают разметку шва, а с припуском в 10 мм на подгибание при сшивании отмечают место раскроя материала. Выполняют разметку гелевой ручкой. Затем вырезают выкройки из кожи.

Перед сшиванием выкроек в единый кожаный чехол их края следует приблизительно в половину утончить (срезать слои кожи). Такая процедура позволит при сшивании получать менее объемные швы. Если утончить кожу в половину, то будут получаться швы толщиной, равной (или немного больше) толщине выкройки покрытия. Сшивают выкройки на специальном оборудовании. Обычная швейная машинка не подойдет. После сшивания с изнаночной стороны изготовленного чехла обрезают лишние выступы подвернутой на шве кожи, оставляя минимальные припуски, обеспечивающие целостность и прочность кожаного покрытия салона.



Параллельно с изготовлением кожаных чехлов выполняют подготовку пластиковых поверхностей элементов салона. Их зачищают наждачной бумагой (лучше крупнозернистой) в местах, куда должно будет лечь покрытие из кожи. Чем более шероховата будет панель, тем лучше. Затем поверхность очищают и обезжиривают.

На изнаночную сторону готового кожаного покрытия наносят клей. Используют только специальные составы для кожи. Одновременно с этим наносят клей на поверхность пластиковой панели. Клеящий состав должен подсохнуть, после



чего выполняют приклеивание кожного покрытия на пластик. При этом желательно использовать фен, что повысит эластичность кожи и позволит несколько размягчить клеящий состав. Клеить начинают с середины панели, постепенно продвигаясь к периферии. Строчки швов размещают по заранее отмеченным местам (на перегибах и углах). В завершение кожу раскатывают резиновым валиком, панель оставляют на день, чтобы покрытие надежно сцепилось с ее поверхностью. Готовые кожаные чехлы для сидений натягивают вместо снятых заводских. Сборку и установку кресел и других элементов салона производят своими руками в обратной демонтажу последовательности.

Производственная программа.

Наличие помещения. Для организации бизнеса требуется приобретение нежилого помещения стоимостью 4 000 тыс. тенге

Потребность в оборудовании. ИП имеет в наличии следующее оборудование и инструменты:

Основные средства, в т.ч.	В тенге
Швейная машинка	50000
Перфоратор	70000
Степлер-пистолет	15000
Набор инструментов	12500
ИТОГО	147500

Потребность в мебели. ИП планирует приобрести мебель- стол раскроечный, стулья, шкафы для хранения сырья, на общую сумму 300 000 тенге.

Потребность в оборотных средствах 332 500 тенге:

Оборотные средства, в т.ч.	тенге
Выплата процентов	70 000
Приобретение ткани на 1 месяц	262 500
итого	332 500

Персонал организации:

	Количество	Оклад	ФОТ
Директор	1	Согласно схеме налогового кодекса	
Швея-раскройщик	2	60 000	120 000
механик	1	80 000	80 000
ИТОГО			200 000

Расходы в месяц:

Транспортные расходы – 20 000 тенге.

Комуслуги – 10 000 тенге.

Реклама – 5 000 тенге в месяц

Заработная плата — 200 000 тенге в месяц.

Расходы на связь и интернет – 5 000 тенге в месяц.

Хозрасходы – 20 000 тенге в месяц.

Расходы на материал. Расходы на нитки, масло, клей, иглы и прочее – 12 000 тенге в месяц.

Расходы на материал перетяжки:

Вид продукции	Ед. изм	Кол-во	цена	Стоимость материала	Цена реализации
Перетяжка из алькантары	м	7	2 500	17 500	87 500
Перетяжка из эко-кожи или велюра	м	7	2 000	14 000	70 000
Нанесение орнамента	шт	7	1 000	7 000	24 000

Объемы производства.

В первый год реализации проекта 2 месяца заняты организационными процессами.

	Вид продукции	Ед. изм	в мес	1 год	2 год	3-5 годы
1	Перетяжка из алькантары	шт	4	40	48	48
2	Перетяжка из эко-кожи или велюра	шт	7	70	84	84
3	Нанесение орнамента	шт	3	30	36	36

Финансовый план.

Отчет о прибылях и убытках:

ОТЧЕТ О ПРИБЫЛЯХ И УБЫТКАХ	2018	2019	2020	2021	2022	итого
Выручка (с НДС)	9 120 000	10 944 000	15 090 000	15 090 000	15 090 000	65 334 000
Перетяжка из алькантары	3 500 000	4 200 000	5 250 000	5 250 000	5 250 000	23 450 000
Перетяжка из эко-кожи или велюра	4 900 000	5 880 000	8 400 000	8 400 000	8 400 000	35 980 000
Нанесение орнамента	720 000	864 000	1 440 000	1 440 000	1 440 000	5 904 000
Себестоимость продукции	4 486 800	5 380 160	6 324 350	6 324 350	6 324 350	28 840 010
Прямые издержки	1 890 000	2 268 000	3 150 000	3 150 000	3 150 000	13 608 000

Перетяжка из алькантары	700 000	840 000	1 050 000	1 050 000	1 050 000	4 690 000
Перетяжка из эко-кожи или велюра	980 000	1 176 000	1 680 000	1 680 000	1 680 000	7 196 000
Нанесение орнамента	210 000	252 000	420 000	420 000	420 000	1 722 000
Оплата труда (производство)	2 000 000	2 400 000	2 400 000	2 400 000	2 400 000	11 600 000
Социальные отчисления	136 800	164 160	226 350	226 350	226 350	980 010
Материальные затраты	120 000	144 000	144 000	144 000	144 000	696 000
Транспортные расходы	200 000	240 000	240 000	240 000	240 000	1 160 000
Комуслуги	100 000	120 000	120 000	120 000	120 000	580 000
Налоги и отчисления	40 000	44 000	44 000	44 000	44 000	216 000
Налог на имущество	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	100 000
ФМС	20 000	24 000	24 000	24 000	24 000	116 000
ВАЛОВАЯ ПРИБЫЛЬ	4 633 200	5 563 840	8 765 650	8 765 650	8 765 650	36 493 990
Общие & Административные расходы	300 000	360 000	360 000	360 000	360 000	1 740 000
Хозрасходы, инструменты	200 000	240 000	240 000	240 000	240 000	1 160 000
Связь	50 000	60 000	60 000	60 000	60 000	290 000
Реклама и PR	50 000	60 000	60 000	60 000	60 000	290 000
ОПЕРАЦИОННАЯ ПРИБЫЛЬ	4 333 200	5 203 840	8 405 650	8 405 650	8 405 650	34 753 990
Амортизация	445 000	445 000	445 000	445 000	445 000	2 225 000
Здания и сооружения	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000	2 000 000
Прочие ОС	45 000	45 000	45 000	45 000	45 000	225 000
Расходы по процентам	234 444	188 889	135 556	82 222	28 889	670 000
ПРИБЫЛЬ ДО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ	3 653 756	4 569 951	7 825 094	7 878 428	7 931 761	31 858 990
Налог на прибыль	136 800	164 160	226 350	226 350	226 350	980 010
ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ	3 516 956	4 405 791	7 598 744	7 652 078	7 705 411	30 878 980

20. ПРОИЗВОДСТВО ОРТОПЕДИЧЕСКИХ МАТРАСОВ



Анкета проекта:

Цели инвестиционного проекта: производство ортопедических матрасов.

Стоимость проекта: 6 000 000 тенге.

Срок окупаемости: 16 месяцев.

Концепция проекта.

Концепция проекта предусматривает развитие одной из ведущих компаний по производству ортопедических матрасов в Казахстане, в частности приобретения автотранспортного средства и комплектующих материалов, позволяющих снизить себестоимость выпускаемой продукции, ускорить процесс выполнения текущих и будущих проектов.

В последнее время люди начинают понимать, что спать на матрасе гораздо удобнее и полезнее, чем на помпезном красивом диване с дорогой обивкой. Матрасы бывают пружинные, непружинные, латексные с различным уровнем жесткости. Сейчас выпускается множество моделей, рассчитанных на разный вес и массу человека. При любой нагрузке матрас сохраняет свои ортопедические качества – мягкость и жесткость.

Проект предполагает приобретение автотранспортного средства и комплектующих материалов. Сумма необходимых инвестиций – 6 000 000 тенге. Инвестиции планируется привлечь из внешнего источника в виде банковского кредита в размере 6 000 000 тенге.

Инвестиционный план:

№	Наименование	Стоимость, тенге
1	Инвестиции	6 000 000
	Собственные средства	0
	Кредитные средства	6 000 000
	В % соотношении	
	Собственные средства	0
	Кредитные средства	100%
Итого:		6 000 000

Описание продукта.

Матрац или матрас – мягкое ложе для кровати с жестким каркасом или без него; мягкая стёганая подстилка. Может быть набитым, пружинным, для обеспечения требуемой жесткости и комфортабельности.

Матрасы бывают нескольких видов:

- Ортопедические. Основной вид матрасов. Уменьшают нагрузку на позвоночник и улучшают кровообращение за счёт поддержки различных частей тела.

- Детские матрасы. Отличаются от взрослых размером – 120х60 см.
- Противопротезные. Используются в медицинских целях для людей, находящихся «прикованными» к кроватям.
- Гелевые. За счет использования геля достигается максимальное запоминание формы тела спящего.
- Топперы – матрас небольшой толщины (4-8 см), который расстилается поверх старого матраса или дивана.

Матрасы создаются из высококачественных материалов и комплектующих. Команде профессионалов, работающих в компании, по плечу выполнению даже самых сложных заказов. Цель компаний - расширить производства, разрабатывать новые технологии и изобретать усовершенствованные модели матрасов, экспортировать за рубеж.

Команда компании справедливо считает, что качественные матрасы не должны быть роскошью, доступной лишь ограниченному кругу покупателей. Именно с этой целью эффективно используются современные технологии, европейские комплектующие и передовой опыт зарубежных партнеров. Компания **производит ортопедические матрасы разных размеров**.

Сведения о рынке и конкурентах. Производством матрасов в Казахстане занимаются всего несколько компаний. Основную долю занимает привозная продукция из Китая, России, Белоруссии, Европы и др. Казахское производство представлено следующими компаниями: ТОО «Фирма Ыылдыз» с торговой маркой «Рамазан» (г. Костанай); ТОО «Новая реальность сна» (г. Костанай); ТОО UFUK / УФУК (г. Астана).

Маркетинговая стратегия. Традиционные способы привлечения клиентов для данного производства – это реклама в печатных изданиях, телемаркетинг, прямая рассылка буклетов с предложениями, участие в выставках, а также размещение коллекций на собственных интернет-сайтах.

Что касается телефонного маркетинга, то, он может быть полезен для установления первичного контакта. Причем здесь важно не рассылать прайс-листы, а информировать клиента о возможностях. Наиболее эффективным способом считается участие в выставках. На выставке клиент имеет возможность увидеть коллекции многих производителей и продавцов, сравнить их, прицениться и выбрать то, что соответствует его вкусам, финансовыми возможностями и потребностям.

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 аналогичными изделиями, выпускаемыми другими производителями.

- Квалифицированный персонал.

- Современное оборудование.

- Реализация программ по стимулированию спроса.

Основные барьеры и риски входа на рынок

Ключевыми барьерами входа на рынок в рамках реализации проекта выдвигаются следующие:

- Доступ к источникам финансирования.

- Долгосрочные контракты и деловые связи.

- Активный маркетинг.

- Административные барьеры.

Описание рынков сбыта.

Сбыт осуществлён следующими способами:

Готовые матрасы реализуются в крупных супермаркетах.

Заключение выгодных контрактов на сотрудничество с производителями кроватей.

Недорогие матрасы можно реализовывать по тендерам в государственные учреждения: детские сады, в военные гарнизоны.

Оптовых покупателей можно искать посредством размещения информации в интернете (сайт, контекстная реклама, соц. сети, доски объявлений).

Объемы продаж и условия оплаты продуктов:

№	Наименование товара	Продажная цена, тг	Объем сбыта товара или услуг
1	Ортопедические матрасы 80/200	28 800	20 шт
2	Ортопедические матрасы 100/200	36 000	10 шт
3	Ортопедические матрасы 140/200	46 200	10 шт
4	Ортопедические матрасы 160/200	52 800	30 шт
5	Ортопедические матрасы 180/200	59 400	27 шт
6	Ортопедические матрасы 200/200	66 000	9 шт

Анализ расположения и инфраструктуры.

Все производство расположено в арендованном помещении. Стоимость аренды составляет 147 000 тенге. Помещение отвечает производственным условиям: соответствующие освещение, водопровод, канализация, отопление, вытяжка.

Список приобретаемых активов:

Наименование движимого имущества	Дата приобретения	Срок эксплуатации	Количество единиц	Стоимость приобретения
Автотранспортное средство Газель*	Январь 2018	5 лет	1 ед.	3 000 000 тенге
Комплектующие материалы	Январь 2018	-	-	3 000 000 тенге
Итого необходимо средств				6 000 000 тенге

* - необходимо для доставки произведенной продукции, что приведет к снижению себестоимости продукции и приведет к увеличению продаж

* - ранее все комплектующие материалы приобретались у перекупщиков, в случае получения кредитных средств появится возможность приобрести большую партию материалов уже напрямую у изготовителей, что также приведет к снижению себестоимости.

Технологический процесс. Технологический процесс начинается с укладки навитых пружин в отдельные мешочки, выполненные из нетканого материала. Их склеивают с соседними пружинами, которые потом упаковывают в специальные чехлы. Учитывая, что между пружинами будет жесткая связь, каждая пружина будет подстраиваться под каждый участок вашего тела, и при этом не будет оказывать воздействия на соединение остальных пружин. При точечном распределении нагрузки и повторения контура тела, будет возникать ортопедический эффект, присущий блоку независимых пружин. Если изменять диаметр пружин, то можно делать пружинные блоки с различным количеством пружин на один квадратный метр. Чем больше будет пружин, тем выше будет ортопедический эффект. После того как пружинный блок будет полностью готов, на него можно будет укладывать остальные ингредиенты, среди которых можно отметить поролон, кокосовую койру, конский волос, джут, нетканый объемный материал и латекс. Количество слоев и тип будет зависеть от качества, которыми будут наделены готовые матрасы.

Матрасы создаются из высококачественных материалов и комплектующих.

Материалы-наполнители: латекс; вязкоэластичный поролон (для более дорогих моделей); перфорированный латекс (хорошо подходит для беспружинного варианта) – натуральный материал с пористой воздушной структурой с микро-сортами, который получают вспениванием экстракта сока дерева гевеи, отличается воздухопроницаемостью, мягкостью, эластичностью, повторяет контуры тела; термовойлок – получают смешиванием синтетических, шерстяных и хлопковых волокон, применяют как изолирующий слой, он не позволяет пружинам приближаться к мягкому наполнителю и делает изделие более упругим; кокосовое волокно (для жестких изделий) – натуральный материал, который делают из пропаренных оболочек кокоса с пропитыванием латексом; пенополиуретан – эластичный синтетический материал, наполненный воздушными тонкостенными ячейками.

Материалы для чехлов: жаккард – прочная ткань, не растягивается, хорошо стирается, не линяет; натуральный хлопок; шерстяные ткани; текстильный трикотаж. Популярными для реализации идеи становятся чехлы «зима-лето»: одна сторона изготовлена из шерстяной ткани, вторая – из легкой ткани.

Финансовый план.

Список общих издержек:

№	Расходы	Сумма, тенге
1	Аренда	147 000
2	Ком.услуги	11 000
3	Реклама	25 000
4	Прочие расходы	5 000
5	ГСМ и транспортные расходы	50 000
	Итого	238 000

Отчёт о прибылях и убытках:

	2018	2019	2020	2021
Выручка	62 157 600	62 157 600	62 157 600	62 157 600
Материалы и комплектующие	24 863 040	24 863 040	24 863 040	24 863 040
Сдельная зарплата	21 630 845	21 630 845	21 630 845	21 630 845
Валовая прибыль	15 663 715	15 663 715	15 663 715	15 663 715
Общехозяйственные и коммерческие расходы	2 856 000	2 856 000	2 856 000	2 856 000
Амортизация	750 000	750 000	750 000	750 000
Финансовые расходы	336 145	284 096	232 048	180 000
Прибыль до налога на прибыль	11 721 571	11 773 619	11 825 667	11 877 715
Прибыль с учетом убытков прошлых периодов	978 786	983 123	987 460	991 798
Налог на прибыль	351 647	353 209	354 770	356 331
Чистая прибыль	11 369 924	11 420 410	11 470 897	11 521 384

21. ОТКРЫТИЕ ЦЕХА ПО ПРОИЗВОДСТВУ ПОРОЛОНА (ГУБКА)



Анкета проекта:

Цели инвестиционного проекта: открытие цеха по производству поролон (губка).

Стоимость проекта: 3 500 000 тенге.

Срок окупаемости: 1 год.

Концепция проекта

Концепция проекта предусматривает открытие цеха по производству поролона (губка). Идея бизнеса состоит в организации производства поролона для удовлетворения нужд мебельного рынка, производителей мягких игрушек, спортивных и других товаров.

Целью деятельности предприятия будет улучшение благосостояния участника через производство поролона (губка). Поролон (пенополиуретан) – представляет собой упругий эластичный материал из пены полиуретана, объем которого состоит на 9/10 из воздушных ячеек. Поролон на данный момент является одним из материалов-«долгожителей»: впервые пенополиуретан (или сокращенно ППУ) был разработан еще в 1930-х годах, а получен – в 1940-х. Это испытанный и надежный смягчающий и опорный материал, использующийся для придания упругости изделиям (например, мягкой мебели) и теплоизоляции.

Общие инвестиционные затраты по проекту включают в себя:

Расходы	Сумма, тенге
Инвестиции в основной капитал	2 620 000
Инвестиции в оборотный капитал	880 000
Всего	3 500 000

Финансирование проекта планируется осуществить как, за счет инновационного гранта так и за счет собственных средств.

Источник финансирования	Сумма, тенге	Доля
Инновационный грант	3 000 000	85%
Собственные средства	500 000	15%
Всего	3 500 000	100%

Описание продукта (услуги). Поролон это (пенополиуретан) – представляет собой упругий эластичный материал из пены полиуретана, объем которого состоит на 9/10 из воздушных ячеек.

Где используется поролон? Мебель (и даже в мебели для домашних животных), мягкие игрушки, автокресла, спортивный инвентарь, хозяйственные товары (губки, тряпки).

Маркетинговый план. При производстве поролона, используют такие компоненты, как полиизоцианат, и полиол.

Заказчиками станут: заводы и фабрики, по производству мягкой мебели. Они поролон используют в качестве набивки изделий с целью экономии. Это диваны, кресла, пуфики, а также другая их продукция. Такие заводы и фабрики потребляют поролон на 70%, от всей продукции, на предприятии. Постоянными заказчиками, станут строительные компании. Они поролон используют, для звукоизоляции, теплоизоляции, виброизоляции. Также с вами будут сотрудничать, обувные фабрики. Они поролон, также используют, для создания своей продукции. Это стельки, для обуви. Ещё поролон применяется в медицине, из него изготавливают протезы, фиксирующие шины. Ещё одними, ваши клиентами могут стать, производители аудио аппаратуры. Они используют поролон, при изготовлении микрофонов, наушников, аудио колонок. Очень часто поролон используется частными лицами, для своих домашних целей. Они будут покупать вашу продукцию, малыми оптовыми партиями. Строительные магазины, также обратятся к вам, за поролоном. Они его продают в своих магазинах. Ещё поролон, используется, в некоторых видах, мягких, набивных игрушках. А это значит, что фабрики по производству игрушек, тоже потенциальные ваши клиенты.

Спрос, на поролон велик. А значит этот вид мини бизнеса, принесёт свои результаты.

Основные покупатели: организации и индивидуальные предприниматели, занимающиеся изготовлением мягкой мебели.

Деятельности цеха по производству поролона напрямую связана с объемами продаж мягкой мебели. Пик выручки приходится на период с сентября по декабрь и февраль-апрель, так как в данный период наблюдаются максимальные продажи мягкой мебели. В период с мая по август наблюдается сезонное снижение выручки. В январе наиболее оптимально заниматься техническим обслуживанием оборудования, так в данный месяц заказов практически нет.

Программа производств.

Планируемый объем оказываемых услуг в месяц:

Наименование	Кол-во, блок	Цена тг	Сумма, тг
Поролон	100	77 550	7 755 000
Всего	100	77 550	7 755 000

В данном производственном процессе должно быть задействовано не менее трех человек (технолог и двое рабочих). При изготовлении поролона любой плотности за одну рабочую смену производится от 5 до 10 блоков. За месяц (23-24 рабочих дня) изготавливается в среднем 115 блоков. Приведем расчет себестоимости одного блока поролона плотностью 22 кг/куб.м. По технологии необходимое количество сырья для изготовления одного блока составляет 50,17 кг. Стоимость шестикомпонентной системы для производства поролона составляет 940 тенге за 1 кг (в 1 кг находятся все необходимые компоненты в требуемых пропорциях). Следовательно, себестоимость одного блока по сырью составит: 50,17 кг x 940 тенге = 47 159,8 тенге. Получаемый на данном оборудовании блок имеет размеры: ширина – 1 000 мм, длина – 2 000 мм, высота 1 100 мм.

Таким образом к продаже поступает 110 см поролона (110 листов размером 10x1000x2000 мм). В среднем на январь 2017 г. стоимость одного листа поролона плотностью 22 кг/куб.м размером 10x1000x2000 мм составляет 705 тенге, следовательно, 110 листов x 705 тенге = 77 550 тенге. Определим разницу между ценой продажи и себестоимостью одного блока по сырью: 77 550 тенге – 47 159,8 тенге = 30 390,2 тенге. При средней занятости рабочего персонала на производственном процессе изготавливается и продается до 100 блоков в месяц с доходом 3 494 873 тенге.

Расходы на электроэнергию составляют 200 – 300 кВт в месяц при вышеуказанных темпах работы. Заработная плата у сотрудников сдельная, в среднем она составляет 500 тенге за производство одного блока ППУ. Текущие расходы на нужды производственной деятельности составляют 130 000 – 150 000 тенге в месяц.

Данное оборудование позволяет производить до 20 т поролона в месяц при условии непрерывного функционирования производства. Ожидаемая производственная мощность фирмы – 10 кв. м. /сутки. Если взять во внимание, что количество рабочих дней – 26 в месяц, то производительность предприятия за один месяц составит 260 кв. м. Розничная цена составляет 2 500 тенге/кв. м.

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

Техническое планирование. Одним из основных материалов, используемых при изготовлении мягкой мебели, является поролон (ППУ). Существует две основных технологии производства пенополиуретана: непрерывный метод; периодический метод. Для нашего небольшого предприятия будет использоваться периодический метод производства поролона, так как он отличается простотой, затраты на оборудование незначительные, процесс производства не требует специального образования, достаточно пройти обучение, предлагаемое при покупке оборудования.

Требуемое оборудование. Линия для производства поролона в минимальной комплектации. Линия подойдет тем, кто хочет начать производить поролон не вкладывая больших денег в бизнес. Или для тех, кто имеет собственную необходимость в поролоне, например, небольшие мебельные производства, которые хотят сэкономить денег на закупке поролона для своих нужд. Производительность линии по производству поролона 16 куб. м за 8 часов. Увеличить производительность можно за счет покупки дополнительных блок форм или за счет увеличения количества рабочих смен. Для размещения линии подойдет большой гараж площадью от 40-70 кв.м с высотой 2,5м. Размер получаемого листа поролона 2000х1000мм. Толщина листа поролона – любая от 1 до 1 000 мм. Можно самостоятельно изменить блок форму до любого размера. Для транспортировки линии понадобится «Газель» или аналогичный грузовик.

Окупаемость линии по производству поролона около 2 месяцев. При заказе оборудования необходимо будет произвести предоплату 70% при заключении договора поставки и 30% по факту изготовления:

Наименование	Цена в тенге.
1. 01 (комплект)	1 500 000
2. Блок форма для поролона БФП - 2.0	420 000
3. Станок для резки поролона С-11 (термическая резка)	700 000
ИТОГО:	2 620 000

Коммуникационная инфраструктура. Проектом предусмотрена аренда помещения, в котором уже присутствует необходимая коммуникационная структура (электро-, тепло- и водоснабжение).



Организация, управление и персонал.

Организационная структура предприятия имеет следующий вид.

Организационная форма собственности: индивидуальный предприниматель.

Система налогообложения: упрощенный режим налогообложения.

Производственный цех: аренда, 40-70 кв.м.

Численность персонала: 3 человек

Режим работы: 8 часов в смену, 23 смены в месяц.

Количество бригад: 1.

Эксплуатационные расходы

Эксплуатационные расходы состоят из расходов на ком.услуги, оплаты труда, реклама и прочие расходы:

Затраты	В месяц, тенге
Оплата труда	150 000
Сырье	4 715 980
Аренда	250 000
Коммунальные услуги	50 000
Реклама	100 000
Прочие расходы	150 000
Итого	5 415 000

Расчет заработной платы:

Должность	Количество	Оклад, тенге	Сумма, тенге
Производственный персонал			
Бухгалтер	1	50 000	50 000
Рабочий	2	50 000	100 000
Всего	3		150 000

Отчет о доходах и расходах, тыс. тенге:

Наименование	2018 год				2019 год	2020 год	2021 год
	10	11	12	Итого	Итого	Итого	Итого
Доход от реализации продукции	7 550	7 550	7 550	22 650	90 600	90 600	90 600
Выручка от реализ продукции	7 550	7 550	7 550	22 650	90 600	90 600	90 600

Себестоимость реализ. продукции	5 416	5 416	5 416	16 248	64 992	64 992	64 992
Заработная плата	150	150	150	450	1 800	1 800	1 800
Сырье	4 716	4 716	4 716	14 148	56 592	56 592	56 592
Аренда	250	250	250	750	3 000	3 000	3 000
Коммунальные услуги	50	50	50	150	600	600	600
Реклама	100	100	100	300	1 200	1 200	1 200
Прочие расходы	150	150	150	450	1 800	1 800	1 800
Валовая прибыль	2 134	2 134	2 134	6 402	25 608	25 608	25 608
Налог	227	227	227	680	2 718	2 718	2 718
Чистая прибыль	1 908	1 908	1 908	5 723	22 890	22 890	22 890
Рентабельность	25,3%	25,3%	25,3%	25,3%	25,3%	25,3%	25,3%

22. ПРОИЗВОДСТВО НАБОРОВ РУКОДЕЛИЯ ПО ПРЕДМЕТУ «ТЕХНОЛОГИЯ» ДЛЯ ШКОЛ И КОЛЛЕДЖЕЙ

Концепция проекта.

Концепция проекта предусматривает организацию, при студии рукоделия, сбыта наборов (заготовки) необходимый для предмета «Технология», «Труд» согласно календарному плану предмета для учащихся школ и колледжей. Тем самым достигается эффективность проводимого урока. В данном проекте предполагается привлечение труда инвалидов-колясочников, людей с ограниченными возможностями. Цель проекта заключается в организации труда инвалидов-колясочников и результативности уроков «Технология», «Труд» а так же улучшение материального благосостояния участников проекта.

Причины и следствия нерезультативности уроков «Технология», «Труд»: на уроки труда большинство учащихся приходит без материалов; родители не покупают необходимые материалы.

Причины: Отсутствие времени у родителей искать необходимый материал; дороговизна материалов (если задано принести два вида ткани размером 20*20 см, приходится покупать два куска с размером 20*150 см, в конце занятия остаются два куска по 20*130 см, которые обычно так и остаются неиспользованным, если нужно 4-5 штук бисера разного цвета придется покупать несколько пакетиков, и пакетик не используется до конца); не знают названия некоторых материалов; ребенок, начатое не доводит до конца; очень много остаточных материалов, которые потом не используются т.д.

В результате на уроке «Технология» ребенок сидит без дела, не учит урок, не осваивает технологию изготовления изделий; учителю при выставлении оценок нечего оценить; учитель не может настаивать на приобретении материалов; ребенок растет без знания рукоделия, которые бы пригодились в будущем при ведении хозяйства или, возможно, остается нераскрытым творческий потенциал.

ИП предлагает следующую услугу: согласно программе по предмету «Технология» собрать готовые наборы для каждого ученика с точным количеством необходимого материала. Это дает несколько преимуществ, решаются все проблемы перечисленные выше:

Нет необходимости тратить время на поиски нужного материала. В наборе будет только необходимое количество материалов, и, соответственно, стоимость будет намного меньше, чем обычный самостоятельный подбор. Ребенок использует все материалы в наборе, у него всегда есть нужный материал в нужное время.

В результате ребенок имеет возможность на практике изучить технологию изготовления изделия; учитель более продуктивно работает, все учащиеся задействованы; у ребенка есть возможность научиться разным видам рукоделия и определить свое будущее хобби, возможно даже будущую профессию.

Урок «Технология» дает возможность попробовать все виды рукоделия, сейчас школы оснащены необходимым оборудованием. Все знания пригодятся для ведения хозяйства, дети, когда вырастут, смогут сами организовать свой досуг, помогать своим детям.

Целевой группой проекта будут учащиеся школ, колледжей и их родители.

Общие инвестиционные затраты по проекту включают в себя:

Расходы, тенге.	2018
Инвестиции в основной капитал	3 000 000
Оборотный капитал	0
Всего	3 000 000

Финансирование проекта планируется осуществить за счет грантовых средств:

Источник финансирования, тенге.	Сумма	Доля
Инвестиционные средства	2 700 000	90%
Собственные средства	300 000	10%
Всего	3 000 000	100%

Описание продукта. Влияние рукоделия на здоровье человека

Занятия рукоделием оказывают благоприятное воздействие на нервную систему, психику и в целом позитивно влияют на человека, т.к. приобщает его к миру искусства, учат видеть нечто особенное в обычном и т.д. На своем личном примере много раз проверено и оценено «успокоительное» воздействие вязания, умиротворяющее воздействие



рисования.

Очень часто родители и педагоги в школах в целях повышения уровня дисциплины пресекают, что называется на корню эмоциональные всплески у детей, лишая их тем самым единственного известного способа выплеснуть негатив, не предлагая альтернативы. Любая мелочь, неправильно оцененная ребенком, может стать источником серьезной, трудноразрешимой проблемы или конфликта, вызвать изменения в характере, серьезно повлиять на дальнейшую жизнь.

Чем же может помочь в этом случае **рукоделие**? Занятие ручным трудом, требующее, как правило, высокой концентрации, позволяет ребенку погрузиться в себя, на время абстрагироваться от внешних раздражителей и сосредоточиться на вышивке, вязании, то есть

достичь состояния психологического комфорта. И если принять в расчет заключение медиков и психологов, что стресс обладает свойством «накапливаться в организме», то можно предположить, что регулярное пребывание в состоянии комфорта и безмятежности тоже может аккумулироваться. А стало быть, психика ребенка со временем станет более устойчивой к внешним раздражителям, что в свою очередь позволит снизить уровень конфликтности, исключить агрессию, повысить самооценку, избавиться от ряда комплексов и блоков, мешающих гармоничному развитию личности в период ее становления. Путем исследований было доказано, что постоянное монотонное движение рук благоприятно влияют на работу головного мозга, в частности на правое его полушарие, отвечающее за воображение, эмоции и интуицию.

Обучая ребенка вышиванию крестиком, к примеру, мы развиваем его воображение. Кроме того, качественно выполненная работа не может не радовать. У ребенка эта радость, вызванная признанием результатов его труда окружающими, равносильна радости от признания его самого, как личности. То есть, получая удовлетворение от своей работы, ребенок получает удовлетворение от самого себя, принимает себя, положительно себя оценивает, осознает свою полезность.

Программа производства. В ЗКО функционируют 52 общеобразовательные школы с 2 000 преподавателей, насчитывающие свыше 40 тыс. учащихся. Наряду со школами действуют 16 внешкольных учреждений по развитию разносторонних интересов, 7 профессионально-технических училищ, в которых обучается около 4 000 учащихся.

Если предположить, что данный проект охватит в первые годы от 1/8 до 1/4 часть всех учащихся ЗКО, то их количество примерно составит 5 000 до 11 500 учащихся.

Стоимость наборов не будет превышать 250-450 тенге. Данная сумма складывается из себестоимости и затрат на з/плату сотрудников и арендных платежей за торговые места.

Организационный план.

Здание и сооружения. Проектом предполагается аренда торговых точек в торговых домах, расположенных максимально близко к объектам образования (школы, колледжи). Такое расположение торговых точек дает возможность легкой доступности потенциальным клиентам – учащимся школ и колледжей. Необходимая торговая площадь около 4 кв.м. Предполагаемая сумма арендных платежей равна максимально 25 000 тенге в месяц.

Оборудование и инвентарь.

Имеющиеся в наличии собственные средства:

	Собственные средства	количество	сумма
1	Компьютер	1	124 000
2	Принтер МФУ	1	42 000
3	Принтер цветной	1	50 000
4	Принтер МФУ цветной	1	20 000
5	Товары для рукоделия	1	350 000
6	Инструменты для рукоделия	1	30 000
7	Витрины	1	25 000
8	Стол	1	10 000
	ИТОГО		651 000

Инвестиционные затраты:

	Инструменты и оборудования для создания набора	Количество	Цена	Итого
1	Кассовые аппараты (онлайн)	1	150 000	150 000
2	Торговое оборудование	9	40 000	360 000
3	Стеллаж	5	40 000	200 000
4	Стол с тумбой	10	30 000	300 000
5	Стул	10	6 000	60 000
6	Полки-стеллажи	10	15 000	150 000
7	Большой стол	2	40 000	80 000
8	Резак для ткани	3	6 000	180 000
9	Резак для бумаги	2	8 000	16 000
10	Коврик для резки	3	5 500	16 500
11	Контейнеры секционные	30	500	15 000
12	Ножницы	10	1 000	10 000
13	Линейки	10	300	3 000
14	Сантиметры	10	200	2 000
15	Пакеты	5000	2	10 000
16	Паста машина	1	15 000	15 000

17	Экструдер	1	2 900	2 900
18	Кусачки щипцы пробойники	10	1 000	10 000
19	Мерные ложки	20	100	2 000
20	Пинцет	5	500	2 500
21	Шила	5	500	2 500
22	Приспособления для намотки пряжи	5	4 000	20 000
23	Приспособления для мотки пряжи	5	4 000	20 000
24	Термопистолет	5	1 500	7 500
25	Весы электронные	2	4 000	8 000
26	Калькулятор	10	1000	10 000
27	Дыроколы фигурные	20	1 000	20 000
28	Настенные кармашки для мелочи	5	5 000	25 000
29	Стенд для фурнитуры	3	20 000	60 000
30	Приспособл. для изгот. косой бейки	2	1 500	3 000
31	Копир.	2	500	1 000
32	Нож циркуль	2	5 000	10 000
33	Для творчества	200	1 050	210 000
34	Для тумар 25 см	200	460	92 000
35	Для игрушки	200	160	32 000
36	Для плетения бисером	200	350	70 000
37	Для вышивки бисером	200	305	61 000
38	Для вышивки	200	313	62 600
39	Для вязания	200	200	40 000
40	Для открытки	200	200	40 000
41	Для коробки	200	300	60 000
42	Для шитья (прихват, фартуки)	200	500	100 000
43	Для валяния (сухого и мокрого)	200	250	50 000
44	Для лепки	200	300	60 000
45	Для создания украшения	200	200	40 000
46	Для создания панно	200	200	40 000
47	Для гобелена	200	200	40 000
48	Для папье-маше	200	200	40 000
49	Для квиллинга	200	200	40 000
50	Для декупажа	200	200	40 000
51	Для сутаж	200	200	40 000
52	Для техники пэчворк	200	400	80 000
53	Игрушки из фетра	200	200	40 000
54	Основы для украшения	250	450	112 500
ИТОГО:				3 000 000

Для реализации данного проекта планируется следующий кадровый состав: директор/руководитель проекта; оператор; работники для фасовки (инвалиды колясочники); доставщик-водитель; продавцы в точках.

Алгоритм производства:

- Учитель-предметник дает список и количество материалов для запланированного урока труда. Оператор заполняет заявку и передает работникам по фасовке (заявка содержит информацию о школе, классе, количестве и названия и т.д.). Оператор и доставщик составляют постоянный маршрут доставки. Два раз в день выезжает доставщик отвозит по городу пакеты с наборами. Склад товаров пополняется запасами по мере необходимости. Для этого ведется база данных товаров в наличии, ее ведут работники по фасовке. За каждым работником по фасовке закрепляются определенные виды товаров, они обязаны вести учет, при необходимости заранее делать заявку на пополнение их количества. Склад формируется по предварительно запланированной методической программе (календарно-тематические планы составленные учителями). Поставщиками являются российские, китайские и др. производители (оффлайн и онлайн заказы). Заявку на пополнение склада формирует оператор, заранее согласовав с директором. Директор обязан искать новых поставщиков, выгодные условия доставки, организовывать слаженную работу бизнеса.

- Операторами и работниками по фасовке будут наняты инвалиды.

Общие и административные расходы. Данные расходы состоят из затрат на заработную плату и аренду, а также платежи за телефонную связь и канцтовары.

Затраты на оплату труда:

- Директор/руководитель проекта – 100 000 тенге.
- Оператор – 40 000 тенге.
- Работники для фасовки (инвалиды колясочники) (2 человека) – 35 000 тенге.
- Доставщик-водитель – 35 000 тенге.
- Продавцы в точках – 30 000 тенге (3 человека).

Итого затрат на оплату труда в месяц составят 325,0 тыс. тг:

Затраты в месяц	Сумма, тыс.тг.
Зарплата	325,0
Аренда	25,0*4=100
Услуги связи	5,0
Канцтовары	5,0
ИТОГО	435,0

Отчет о доходах и расходах:

Наименование	2018	2019	2020	2021	2022
	с 9-го мес.				
Доход от реализации продукции	21 000	126 000	126 000	126 000	126 000
Выручка	21 000	126 000	126 000	126 000	126 000
Себестоимость реализ. Продукции	10 305	60 240	60 240	60 240	60 240
Прямые затраты	10 005	60 000	60 000	60 000	60 000
Косвенные затраты	300	240	240	240	240
Валовая прибыль	10 695	65 760	65 760	65 760	65 760
Доход до налогов	10 695	65 760	65 760	65 760	65 760
Подоходный, соц. налог ИП	321	1 973	1 973	1 973	1 973
Чистая прибыль	10 374	63 787	63 787	63 787	63 787
Кумулятивная чистая прибыль	10 374	74 161	137 949	201 736	265 523

23. ОРГАНИЗАЦИЯ ЦЕХА ПО УТИЛИЗАЦИИ МЕДИЦИНСКИХ ОТХОДОВ**Концепция проекта**

Все живые организмы на Земле представляют собой будущие биологические отходы. К биологическим отходам относятся: трупы животных и людей; все предметы, с ними контактировавшие; отходы жизнедеятельности и переработки пищи живыми организмами; мертворожденные тела животных и людей.

Как ни прискорбно, но после смерти все мы – всего лишь отходы, биомасса, засоряющая экологию планеты. А учитывая количество организмов, населяющих Землю, все отходы нужно как-то перерабатывать и уничтожать. Что касается останков людей и животных, то тут давно назрела проблема, поражающая по своим масштабам. Современное общество, несмотря ни на какие санитарно-гигиенические нормы, продолжает варварскую традицию предыдущих поколений – миллионы гектаров некогда плодородных почв отданы под кладбища. Колоссальные территории больше никогда не будут пригодны для сельскохозяйственных работ, они отравлены трупными ядами. Раз и навсегда. При этом кладбища не имеют никакой практической выгоды. В них нет смысла. А утилизация биологических отходов, тем более таких опасных, как разлагающееся человеческое тело, давно предлагает отличный способ решения этой проблемы.

Цель и задачи проекта: организация цеха по утилизации медицинских отходов ТОО «Биовторполимер».

Задачи проекта: покупка необходимого оборудования; строительство инфраструктуры по электроснабжению; запуск цеха по утилизации медицинских отходов.

Описание продукта (услуги). Проектируемая к производству услуга создается для утилизации биологических отходов различной степени опасности путем термической кремации на современном оборудовании марки АМТГ-300Д (Россия). Всего в Казахстане производится более 25 000 тонн медицинских отходов, из них опасных и особо опасных, подлежащих обязательному термическому уничтожению, примерно 20%, т.е. 5 000 тонн. Это натуральный объем рынка.

Основные источники опасных биоотходов: лечебно-профилактические учреждения государственного здравоохранения и частные медицинские клиники/кабинеты; ветеринарные; парикмахерские; животноводческие комбинаты, птицефабрики; производители/продавцы мясной и рыбной продукции; население; промышленные предприятия.

Маркетинговый план**Анализ ситуации в Республике Казахстан**

В Концепции по переходу Республики Казахстан к «зеленой» экономике, утвержденной Указом Президента Республики Казахстан от 30 мая 2014 года № 577, совершенствование сферы управления ТБО обозначено одним из основных направлений. Общий объем накопленных ТБО в Казахстане составляет около 100 млн. тонн, при этом ежегодно образуется уже порядка 5-6 млн. тонн ТБО. К 2025 году эта цифра может вырасти до 8 млн. тонн, при этом образующиеся отходы размещаются на полигонах без предварительной сортировки и обезвреживания. В таблице ниже показано распределение объемов размещения ТБО на полигонах и норм накопления твердых бытовых отходов в региональном разрезе (для 16-ти крупных городов).

Город	Население, тыс. чел ¹ .	Размещение на полигонах ТБО в 2012 г. ²	Норма накопления ТБО на человека ³
		тыс. тонн	м ³ /чел в год
Астана	778,198	326,4	2,16
Алматы	1475,429	549,12	2,55
Актау	180,885	109,7	2
Актобе	420,567	360,6	0,47
Атырау	272,071	44,07	0,56

Караганда	478,952	132,85	1,87
Костанай	219,224	152,73	1,17
Уральск	271,361	108,5	2,3
Шымкент	662,1	64,55	1,7
Павлодар	342,435	94,47	1,30
Кокшетау	152,006	57,7	1,16
Усть-Каменогорск	309,5	45,6	1,98
Талдыкорган	156,162	17	2,77
Тараз	343,275	34,96	0,54
Кызылорда	253,960	36,1	1,7
Петропавловск	206,043	62	2,07

Примечание - в общее размещение ТБО не включены автомобили, подлежащие утилизации, и отходы от переработки сточных вод;

¹ – согласно статистическим данным сайта www.stat.kz;

² – согласно отчетам областных департаментов экологии;

³ – по информации МНО.

В международной практике ТБО классифицированы на три части, которые соответствуют трем «потокам отходов», входящих в общий состав ТБО, но отличающихся между собой способом переработки и/или захоронения.

1. Коммунальные отходы.

2. Опасные ТБО – отходы потребления, образующиеся в результате жизнедеятельности человека, а также отходы производства с аналогичным характером образования, которые по своему составу и свойствам могут быть отнесены к опасным отходам. К ним относятся следующие отходы: использованные батарейки и аккумуляторы; использованное электрическое и электронное оборудование; ртутьсодержащие отходы (люминесцентные лампы и термометры); медицинские и ветеринарные отходы; отходы бытовой химии; отходы, содержащие асбест; другие опасные отходы, образующиеся в результате жизнедеятельности человека.

3. Другие ТБО – отходы, которые не являются опасными, и в то же время не могут быть отнесены к смешанным, так как для их сбора, вывоза и утилизации требуется применение иных подходов, нежели чем для первого потока. К «Другим ТБО» отнесены следующие отходы: строительные отходы; крупногабаритные отходы; автомобили, подлежащие утилизации; использованные автомобильные шины; отходы от переработки сточных вод.

Нормы накопления ТБО на душу населения в региональном разрезе имеют широкий диапазон от 80 до более 400 кг/чел в год, что предполагает наличие несоответствий в процессе сбора данных и составления отчетности. Следует отметить, что практически на всех полигонах ТБО в Казахстане отсутствуют весы в зоне приема отходов, т.е. тоннаж устанавливается путем перевода кубических метров в тонны, и при этом применяется значение удельного веса от 250 до 300 кг на м³. По опыту европейских стран удельный вес составляет 100-150 кг на м³.

В следующей таблице представлен морфологический состав ТБО в городской местности по анализу в 9-ти городах Казахстана за 2011 год, представленному компанией «Fichtner».

№	Вид (фракция) отходов	Доля в среднем по 9-ти регионам РК, %
1	Пищевые отходы	37
2	Бумага и картон	25
3	Пластмасса	15
4	Стекло	6
5	Текстиль	6
6	Резина	3
7	Металлы	3
8	Древесные отходы	3
9	Прочее	2
10	Итого	100

Анализ сведений об изучении морфологического состава по регионам показывает очень большие расхождения данных. Исходя из усредненного морфологического состава, количество вторичных материальных ресурсов, содержащихся в ТБО, составляет порядка 500 тыс. тонн бумаги и картона, 300 тыс. тонн стекла, 200 тыс. тонн металлов, 500 тыс. тонн пластмасс.

На территории Казахстана практически все отходы вывозятся на мусорные свалки для захоронения, при этом, на сегодняшний день, кроме действующего полигона ТБО в г. Астана, ни одна свалка ТБО не соответствует требованиям санитарных правил и экологическим стандартам захоронения.

Практически все полигоны исчерпали свой срок действия, требуются их рекультивация, сбор свалочного газа, при условии экономической целесообразности, а также строительство новых региональных инженерных полигонов. В республике не функционируют мусороперегрузочные (сортировочные) станции, где можно было проводить глубокую сортировку отходов с целью извлечения вторичных материальных ресурсов, а также биологически разлагаемой фракции для утилизации последней с производством «зеленой» энергии и компоста. Наконец, практически неразвитой остается система раздельного сбора отходов и (или) сортировки у источников образования ТБО.

Коммунальные отходы являются основной категорией ТБО, занимающей в процентном отношении по массе около 90-95% ТБО. Эта категория ТБО включает следующие основные типы или фракции отходов: пищевые отходы; бумага и картон, включая упаковочные материалы; пластмассы, включая упаковочные материалы; стекло, фарфорово-фаянсовые и глиняные отходы, включая упаковочные материалы; отходы садоводства, древесные отходы; текстиль; кости; кожа, резина; металлические отходы.

Прогноз развития рынка переработки ТБО в РК

В республике на настоящий момент не имеется централизованных предприятий по сжиганию или биологической переработке отходов, таким образом, производство «зеленой» энергии из ТБО не налажено. Первый пилотный проект по строительству завода механико-биологической обработки отходов (далее - МБО) намечен к реализации в г. Актау. Этот завод станет первым предприятием, вырабатывающим «зеленую» энергию из ТБО с использованием технологии анаэробного разложения органической фракции отходов.

Динамика прогноза образования отходов в Республике Казахстан приведена в таблице ниже. За основу прогнозирования были взяты имеющиеся данные об объемах образования отходов в 2011-2012 гг., приведенные в таблицах 1 и 2. Далее прогноз выполнялся расчетным путем на основе 3-х альтернативных вариантов, предусматривающих ежегодный рост объема образования отходов на 1%, 3% и 5%, соответственно.

Прогноз показывает, что уже в период с 2014-2015 годы (по 1%-ому сценарию) всего в Республике будет образовано около 19,3 млн. тонн твердых бытовых отходов. Это в среднем 6,4 млн. тонн отходов в год за данный период. В период с 2016-2020 годы в среднем в год будет образовано 6,7 млн. тонн ТБО, а в 2021-2030 годах – 8,3 млн. тонн ТБО в год.

Подобная нарастающая динамика образования ТБО отражает рост уровня благосостояния населения и рост экономики Республики Казахстан. Однако, в то же самое время, еще более актуальной становится необходимость систематического, программного подхода к модернизации и усовершенствованию системы переработки ТБО, без которой решение проблем отходов невозможно.

Прогнозная оценка так же показывает, что рост объемов образуемых отходов ожидается по всем категориям ТБО. Наконец, прогнозы указывают на наличие значительного количества ценных фракций в составе образуемых ТБО, что еще раз подчеркивает необходимость комплексных мероприятий для их сортировки и реализации на рынке вторичного сырья и топлива.

Объемы отходов, тыс. тонн	2014-2015			2016-2020			2021-2030		
	1 %	3 %	5 %	1 %	3 %	5 %	1 %	3 %	5 %
Городская местность									
Пищевые отходы	3.25	3.38	3.51	6.1	6.87	7.72	15.3	20.0	26.2
Бумага, картон, включая упаковку	1.85	1.93	2.01	3.48	3.92	4.41	8.73	11.5	15.0
Отходы садоводства, древесные отходы	278	289	301	522	589	662	1.31	1.72	2.25
Металл	116	121	125	218	245	276	546	716	936
Металлическая упаковка	232	241	251	435	490	552	1.09	1.43	1.87
Пластмасса	498	518	539	936	1.05	1.19	2.35	3.08	4.03
Пластиковая упаковка	746	768	791	0	0	0	0	0	0
Текстиль и прочее	637	663	690	1.2	1.35	1.52	3.0	3.94	5.15
Стекло	232	241	251	435	490	552	1.09	1.43	1.87
Стеклотара	457	470	484	0	0	0	0	0	0
Опасные бытовые отходы	116	121	125	218	245	276	546	716	936
Крупногабаритные отходы	579	603	627	1.09	1.23	1.38	2.73	3.58	4.68
Инертные отходы и т.д.	1.97	2.05	2.13	3.70	4.17	4.69	9.28	12.2	15.9
Сельская местность									
Пищевые отходы	1.91	1.99	2.07	3.52	3.96	4.45	8.49	11.1	14.5
Бумага, картон, включая упаковку	1.33	1.38	1.44	2.45	2.75	3.10	5.90	7.74	10.1
Отходы садоводства, древесные отходы	365	380	395	672	757	852	1.62	2.13	2.78
Металл	83	86	90	153	172	194	369	483	632
Металлическая упаковка	166	173	180	306	344	387	738	967	1.26
Пластмасса	357	371	386	657	740	832	1.59	2.08	2.72
Пластиковая упаковка	813	846	880	1.50	1.69	1.90	3.62	4.74	6.20
Текстиль и прочее	456	475	494	841	947	1.07	2.03	2.66	3.48
Стекло	166	173	180	306	344	387	738	967	1.26
Стеклотара	498	518	539	917	1.03	1.16	2.21	2.90	3.79
Опасные бытовые отходы	83	86	90	153	172	194	369	483	632
Крупногабаритные отходы	415	432	449	764	861	968	1.85	2.42	3.16
Инертные отходы и т.д.	1.66	1.73	1.80	3.06	3.44	3.87	7.38	9.67	12.6
ИТОГО, Городская местность	11.0	11.3	11.8	18.3	20.7	23.2	46.0	60.3	78.9
ИТОГО, Сельская местность	8.30	8.64	8.98	15.3	17.2	19.4	36.9	48.3	63.2
ИТОГО по республике	19.3	20.0	20.8	33.6	37.9	42.6	82.8	108.6	142

Для решения вышеуказанных проблем Правительством РК разработана Программа модернизации системы управления твердыми бытовыми отходами на 2014-2050 годы, целью которой является создание эффективного, надежного и социального приемлемого комплекса услуг по сбору, транспортировке, утилизации и захоронению твердых бытовых

отходов, увеличение доли переработки ТБО, а также обеспечение безопасного захоронения отходов.

В рамках данной программы планируется достичь доли переработанных отходов в 2030 году – 40%, а в 2050 году – 50%.

В целях достижения данных показателей в рамках Программы планируется внедрение механизмов экономического стимулирования сектора ТБО для решения таких вопросов, как удаление отходов со свалок, развитие звена раздельного сбора отходов, сортировки/переработки, и утилизации. Первоочередными мероприятиями в части экономического стимулирования будут являться: уменьшение ставки корпоративного подоходного налога для мусороперерабатывающих организаций; освобождение от уплаты налога на имущество для мусороперерабатывающих предприятий сроком на 7 лет; введение ускоренной налоговой амортизации оборудования, используемого в процессе переработки отходов.

Анализ ситуации в городе Семей и ВКО

На сегодняшний день ситуация с биологическими отходами в городе является одной из основных угроз для санитарно-эпидемиологическому благополучию города. Условия утилизации биологических отходов не соответствуют требованиям и нормам законодательства и правил. К примеру, останки домашних и бродячих животных закапываются в неустановленных местах, в том числе на полигонах ТБО, также сжигаются в необорудованных и не предназначенных для этого помещениях. По данным местных исполнительных органов ежегодное количество домашних питомцев, требуемых к утилизации в соответствии с нормами составляет более 5 000 голов, это более чем 75 тонн биологической массы. Остро стоит вопрос также с медицинскими отходами, к которым относятся гистологические, послеродовые и послеоперационные отходы, которые по степени опасности относятся к высшему уровню.

Расчеты общего объема биологических отходов, основанных только на официальных данных, превышает 360 тонн. Таким образом, предполагаемая услуга по степени соответствия нормам здравоохранения и санитарии не имеет аналогов в указанном регионе, имеет высокий уровень спроса при отсутствии конкурентов.

Согласно производственного плана, предполагаемый цех при полной загрузке способен удовлетворить лишь 70% от потребности города. Одним из основных преимуществ создаваемого предприятия является освоенный объем рынка по предоставлению услуг по утилизации опасных отходов.

Цены на услуги планируется установить на следующем уровне:

Наименование отходов	Описание	Цены, тенге
Домашние и бродячие животные	Останки домашних и бродячих животных (собаки, кошки, птица и т.д)	120
Медицинские отходы	Гистологические, послеродовые, послеоперационные и прочие отходы	170
Сельскохозяйственные животные	Крупно- и мелкорогатый скот	80

Основной деятельностью предприятия в соответствии с уставом является сбор, обработка и удаление отходов, утилизация отходов. Общее количество работников 8 сотрудников, из них 1 женщина. Основными клиентами компании являются многочисленные частные и государственные медицинские учреждения города: госпитали, лаборатории, больницы, клиники, а также войсковые части, школы, средние и высшие учебные заведения, детские дошкольные учреждения.

Программа производства.

Производственная программа предприятия основывается на проектной мощности приобретаемого оборудования. Согласно технических характеристик установка для сжигания биологических отходов позволяет утилизировать 70 кг биологической массы в час. При двухсменной работе цеха по 5 часов, общая производительность в день составляет 700 кг. Учитывая ежедневную работу цеха, круглогодичная мощность цеха составляет 255,5 тонн в год. В целях расчета эффективности по консервативному принципу производственная мощность предприятия установлена в объеме 200 тонн в год.

Производственная программа предприятия

Наименование отходов	Описание	Общая мощность, кг/ в год	2017	2018	2019	2020	2021
Мощность %		100%	50%	65%	80%	100%	100%
Домашние и бродячие животные	Останки домашних и бродячих животных (собаки, кошки, птица и т.д)	75 000	37 500	48 750	60 000	75 000	75 000
Медицинские отходы	Гистологические, послеродовые, послеоперационные и прочие отходы	96 000	48 000	62 400	76 800	96 000	96 000
Сельскохозяйственные животные	Крупно- и мелкорогатый скот	25 500	12 750	16 575	20 400	25 500	25 500
Итого		196 500	98 250	127 725	157 200	196 500	196 500

Техническое планирование

Проект предусматривает приобретение установки для сжигания биологических отходов АМТГ-300 Д производства ООО НПП «Агротехника» (РФ, Ижевск).

В целях установки оборудования планируется строительство навеса для технологического оборудования согласно разрабатываемой проектной документации. В целях соблюдения требования законодательства к объекту по утилизации биологических отходов планируемое строительство и отделка помещений будет осуществляться в соответствии с данными требованиями.

Обеспечение объекта инфраструктурой в части электроснабжения планируется согласно разработанной проектной документации на электроснабжение.



Установка для сжигания биологических отходов АМТГ-300 Д

Способами, с помощью которых производится уничтожение биологических отходов, являются захоронение, компостирование, утилизация на свалках и сжигание. Выбор способа зависит от доступности трудовых ресурсов, земельной площади, расположения животноводческого хозяйства или птицефабрики и принятых руководством методов управления. В основном, на сегодняшний день осуществляют уничтожение биологических отходов при помощи захоронения. Но такие методы утилизации чреваты заражением грунтовых вод и в обязательном порядке требуют одобрения ветеринарных и санитарных служб.

Наиболее оптимальным способом является применение промышленно изготовленных установок для сжигания биологических отходов – крематоров. При выборе установки необходимо обратить внимание на ряд ее характеристик: тип горелки, вместимость, размер загрузочного люка и имеются ли средства управления агрегатом и если да, то какие. Как правило, крематоры оснащаются автоматической системой управления горением, внутренней защитой от нагрузок высокой температуры и оптимальных размеров, вместительный загрузочный люк.

Выбирая производственную мощность крематора, необходимо помнить, что в различные периоды выращивания животных и птицы будет различная нагрузка на установку. Необходимо помнить, что общая масса падежа может варьироваться. Кроме того, необходимо предвидеть ситуацию в случае массового падежа поголовья по причине инфекции либо выхода из строя одной из систем жизнеобеспечения. При выборе крематора, нужно оценить размер его камеры сжигания (выражается в литрах либо в кубических метрах), так как производители могут завязать его производственную мощность.

Установки для сжигания отходов оснащаются одной или двумя горелками. Если горелки две, то одна устанавливается непосредственно в камере сжигания, а вторая – во «вторичном» блоке, обеспечивая тем самым дожигание и очистку зольных остатков и отходящего дыма от возможных вредных веществ, содержащихся в отходах. Согласно международным нормам, рекомендуется использовать крематоры общей мощностью горелок более 117 кВт. В зависимости от типа горелки, установки могут работать на дизельном топливе или на сжиженном природном газе. Эта особенность является одной из определяющих при выборе крематоров – необходимо оценить, какое топливо более доступно в хозяйстве.

Крематор – это оборудование, предназначенное для сжигания падежа и других органических отходов на птицефабриках, животноводческих фермах, ветеринарных клиниках и больницах. Крематор представляет собой камеру, имеющую внутри слой огнеупорного материала и оснащенную высокопроизводительной горелкой. Крематоры могут поставляться как с одной горелкой, так и с двумя. Во втором случае одна горелка устанавливается в камере сжигания, а вторая в камере дополнительного дожига, для того чтобы обеспечить дожигание и очистку образующихся в процессе горения сажи и отходящих газов. За счет высокой температуры горения, внутри крематора происходит практически полное уничтожение биологических отходов. Использование крематора – это один из самых простых и эффективных способов обеспечения санитарной чистоты – падеж утилизируется по мере накопления, а риск распространения заболеваний сведен к нулю, так как после использования крематора не остается отходов, которые могут привлечь разносчиков заболеваний.

В комплект поставки входят: камера установки – 1 шт.; горелка – 1 шт.; датчик температуры с паспортом – 1 шт.; шкаф управления с паспортом – 1 шт.; дымовая труба L= 1,5 м – 1 шт.; планка крепления огнеупорного войлока крышки люка (2 шт.); руководство по эксплуатации с указанием: предприятия-изготовителя, наименование и условное обозначение изделия, условия приемки, дата изготовления и продажи.

Организация, управление и персонал

Для реализации проекта планируется обеспечение цеха квалифицированным рабочим персоналом. В целях снижения постоянных затрат будут переданы на аутсорсинг услуги по ремонту и обслуживанию оборудования. Для оптимальной работы предприятия достаточно 3 работников при двухсменной пятичасовой работе. Руководство предприятием будет осуществлять директор – 1 ед. С каждым работником заключается индивидуальный трудовой договор, в котором устанавливаются их права и обязанности, расписаны внутренний распорядок рабочего дня и оснащение рабочего места.

Эксплуатационные расходы

К основным эксплуатационным затратам предприятия относятся затраты на электроснабжение и топливо. Согласно расчетов максимальное потребление крематора составляет 3 литра дизельного топлива за час работы. Таким образом, общий объем затрат топливо составляет 11 тонн в год в сумме 1 204,5 тыс. тенге в год. Затраты на электроснабжение установлены расчетным методом и в среднегодовом уровне составляют 32 тыс. тенге в год.

Общие и административные расходы

Административные затраты предусматривают ежегодную амортизацию основных средств в сумме 1 710,0 тыс. тенге в год. Также, к ним относятся затраты на содержание административного персонала и прочие расходы по обеспечению деятельности цеха.

Финансовый план

Инвестиционный план проекта

Наименование	Сумма, тенге	Доля, %	Источники финансирования
Приобретение оборудования	13 000 000	40,6	Собственные средства
Строительство зданий и сооружений	19 000 000	59,4	
Итого	32 000 000	100	

Таким образом, общая сумма инвестиции в проект составляет 32,0 млн. тенге, которые планируется реализовать за счет собственных средств.

Прогноз прибылей и убытков

Показатели	Годы реализации проекта							Итого
	I	II	III	IV	V	VI	VII	
ДОХОДЫ								

Выручка от реализации продукции, работ, услуг	14 774 400,0	20 743 257,6	27 572 576,3	37 222 977,9	40 200 816,2	43 416 881,5	46 890 232,0	230 821 141,5
Утилизация останков домашних и бродячих животных	4 860 000,0	6 823 440,0	9 069 926,4	12 244 400,6	13 223 952,7	14 281 868,9	15 424 418,4	75 928 007,1
Утилизация медицинских отходов	8 812 800,0	12 373 171,2	16 446 799,9	22 203 179,8	23 979 434,2	25 897 789,0	27 969 612,1	137 682 786,1
Утилизация мелкого и крупного скота	1 101 600,0	1 546 646,4	2 055 850,0	2 775 397,5	2 997 429,3	3 237 223,6	3 496 201,5	17 210 348,3
Прочие доходы								
Итого Выручка с НДС	14 774 400,0	20 743 257,6	27 572 576,3	37 222 977,9	40 200 816,2	43 416 881,5	46 890 232,0	461 642 282,9
Производственные затраты								
Энергозатраты	384 000,0	414 720,0	447 897,6	483 729,4	522 427,8	564 222,0	609 359,7	3 426 356,5
Топливо	1 204 500,0	1 300 860,0	1 404 928,8	1 517 323,1	1 638 709,0	1 769 805,7	1 911 390,1	10 747 516,6
Оплата труда	210 000,0	226 800,0	244 944,0	264 539,5	285 702,7	308 558,9	333 243,6	1 873 788,7
Прочие расходы	240 000,0	259 200,0	279 936,0	302 330,9	326 517,4	352 638,7	380 849,8	2 141 472,8
Итого прямых производственных затрат	2 038 500,0	2 201 580,0	2 377 706,4	2 567 922,9	2 773 356,7	2 995 225,3	3 234 843,3	18 189 134,6
Валовая прибыль	12 735 900,0	18 541 677,6	25 194 869,9	34 655 055,0	37 427 459,4	40 421 656,2	43 655 388,7	443 453 148,3
Операционные издержки								
Амортизация основных средств	1 710 000,0	1 710 000,0	1 710 000,0	1 710 000,0	1 710 000,0	1 710 000,0	1 710 000,0	11 970 000,0
Зарплата адм. персонала	1 080 000,0	1 166 400,0	1 259 712,0	1 360 489,0	1 469 328,1	1 586 874,3	1 713 824,3	9 636 627,6
Итого операционных затрат	2 790 000,0	2 876 400,0	2 969 712,0	3 070 489,0	3 179 328,1	3 296 874,3	3 423 824,3	21 606 627,6
Операционная прибыль	9 945 900,0	15 665 277,6	22 225 157,9	31 584 566,1	34 248 131,4	37 124 781,9	40 231 564,4	191 025 379,2
Прибыль до уплаты налогов	9 945 900,0	15 665 277,6	22 225 157,9	31 584 566,1	34 248 131,4	37 124 781,9	40 231 564,4	191 025 379,2
Налог от дохода (3%)	443 232,0	622 297,7	827 177,3	1 116 689,3	1 206 024,5	1 302 506,4	1 406 707,0	6 924 634,2
Чистая прибыль	9 502 668,0	15 042 979,9	21 397 980,6	30 467 876,7	33 042 106,9	35 822 275,4	38 824 857,5	184 100 744,9
Уровень рентабельности %	206,0	308,5	415,6	560,2	575,3	590,0	604,2	480,0

24. ИЗГОТОВЛЕНИЕ НАСОСНОГО ОБОРУДОВАНИЯ

Анкета проекта:

Цели инвестиционного проекта: изготовление насосного оборудования.

Стоимость проекта: 15 млн. тенге.

Срок окупаемости: 1 год.

Концепция проекта

Реализацию проекта по изготовлению насосного оборудования планируется осуществить в г. Актобе, Актыбинской области в арендуемом помещении. В Казахстане данное производство отсутствует. Цель предприятия – занять лидирующее место на рынке Казахстана по реализации насосного оборудования для предприятий нефтяной и угольной отрасли, горнодобывающего комплекса, металлургических комбинатов, объектов энергетики, коммунального и сельского хозяйства.

В химической промышленности необходимо специальное оборудование. Обычные насосы не подходят для агрессивных соединений. От обычной продукции центробежные модели отличаются электродвигателем со взрывобезопасными характеристиками и устойчивыми материалами, используемыми при производстве оборудования.

При изготовлении насосов химических для перекачивания кислот и других агрессивных веществ учитывается множество важных факторов — плотность сред, температуру жидкостей, действие абразивов и т. д. Для улучшения технических характеристик насосы для химической промышленности в проточной части выпускаются из хромоникелевой стали, углеродистых сплавов, резины, хромистого чугуна, хромоникелевой молибденомеднистой стали.

Конструкция оборудования также формируется и создается с учётом свойств жидкостей, с которыми оно будет работать. Большое внимание при производстве химических насосов малой производительности, промышленных погружных моделей, и прочей продукции уделяется силе всасывания механизмов и режиму работы техники.

Целями представленного инвестиционного проекта являются: разработка и описание путей создания бизнеса по производству насосов; анализ целесообразности создания данного бизнеса с точки зрения рентабельности и прибыльности; выбор оптимальных путей решения поставленных задач; разработка конкретных мероприятий, связанных с реализацией бизнес-плана; анализ возврата заемных средств и расчетное обоснование окупаемости проекта, исходя из колебания цен и прочих внешних факторов.

Учитывая большой спрос со стороны различных организаций, бизнес является выгодным. В основную группу потребителей входят нефтяная отрасль; угольная отрасль; горнодобывающая отрасль; металлургические комбинаты; коммунальные и сельские хозяйства.

Стоимость, структура, источники финансирования проекта:

№	Структура инвестиций по видам затрат	Сумма, тыс. тенге	%
1	Приобретение оборудования	15 000	75%
2	приобретение первоначального сырья	5 000	25%
	Итого	20 000	100%

Финансирование проекта планируется за счет средств БВУ, согласно программе «Дорожная Карта Бизнеса-2020» под 17%, 10% из которых будут субсидироваться государством.

Описание продукции.

Химический насос применяется в различных отраслях нефтехимической, химической промышленности и сельского хозяйства для перекачивания химических растворов, также воды и морской воды. Например, для водоснабжения городов и поселков в мелиоративных и дождевальных установках, а также для перекачивания золь и щелочей, а также других жидкостей, по плотности, химической активности и вязкости схожих с водой. Твердые включения допускаются в пределах 0,2 мм, концентрация включений не должна превышать 0,1% от общего объема перекачиваемой жидкости.

Консольный центробежный насос серии «К» не предназначен для работы во взрывоопасных зонах, для перекачивания легковоспламеняющихся жидкостей. Производительность от 10 куб.м. – до 100 куб.м. Также планируется выпуск насосов для нужд населения (Марки АН-10 для перекачки водной среды). Главным отличием отечественных химических насосов от импортной продукции является более низкая – до -10%, цена. Привлекательная стоимость продукции отечественного завода объясняется таможенными пошлинами, которые влияют на цену импортного оборудования. Однако широкий ассортимент, предлагаемый иностранными производителями, и довольно агрессивная маркетинговая политика позволяют экспортерам наращивать экспорт своей продукции и находить покупателей на казахстанском рынке. Сфера применения насосов ТОО «ДК.НАСОС» – сельское хозяйство, жилищно-коммунальное хозяйство, химическая промышленность, горно-обогатительная промышленность, нефтехимическая отрасль, а также бытовые насосы серии «ДК-АН».

Насосы химические: виды и назначение

Виды химических насосов: горизонтальные одноступенчатые консольные; вертикальные одноступенчатые; многоступенчатые.

Химические установки подразделяются на модели для подачи химически активных и агрессивных жидкостей, различных по плотности; присутствию жестких включений; размеру фракций; температуре подаваемых жидкостей. Существуют модели, способные работать при температуре среды в диапазоне от – 40 до + 250 градусов С.

Насосы высокого давления

Насосы высокого давления предназначены для подачи жидкости под давлением. Применение установок высокого давления: обратный осмос; очистка поверхностей; подача среды под давлением; дробление пород. Обычно роторные насосы высокого давления используются в оборудовании с обратным осмосом (парогенераторы, газирование воды, охлаждение жидкостей). Поршневые имеют небольшие размеры, используются для вязких и невязких жидкостей большого диапазона давлений. Плунжерные агрегаты характерны особо высоким и плавно регулируемым давлением подаваемой жидкости. Трёхплунжерные насосные аппараты равномерно подают жидкость очень высоких давлений. Насосы высокого давления справляются с задачами не только нефтяной промышленности, но и пищевой, горнодобывающей, сельскохозяйственной, транспортной, коммунальной, химической и прочих сфер.

Анализ рынка. Анализируя конкурентную среду, поставщиков насосов можно разделить на российских, китайских, немецких и английских производителей. Сильной стороной планируемого производства – короткий срок поставки, качество плюс средняя цена и работа по индивидуальным требованиям. Главным преимуществом проекта является то, что в Казахстане подобные предприятия отсутствуют, в связи с чем продукция будет пользоваться большим спросом.

В современных условиях можно справедливо предположить, что экономика Республики Казахстан находится в большей степени в зависимости от нефтегазового сектора страны, который является своего рода локомотивом экономического развития. В связи с этим будет актуальным рассмотреть сопутствующие отрасли в данной сфере, например, динамично развивающийся сегмент нефтегазового оборудования. Увеличение объемов добычи и переработки нефти и газа в последние десятилетия оказало большое влияние на развитие этой отрасли и повлекло за собой рост динамики спроса на различные типы промышленного оборудования, необходимые на разных технологических уровнях производства.

Основными факторами роста спроса на нефтегазовое оборудование являются:

- Увеличение объемов добычи нефти и газа за счет освоения месторождений Каспийского шельфа. Согласно планам крупнейших добывающих компаний, к 2020 году объем добычи нефти на таких основных месторождениях, как Тенгиз, Карачаганак и Кашаган, увеличится в 2,4 раза, что, в свою очередь, вызовет увеличение потребности на нефтегазовое оборудование в республике. На данный момент на территории страны осваивается более 200 нефтегазовых месторождений, и Казахстан занимает 13-ое место в мире по доказанным разведанным запасам нефти [1].

- Технологическая отсталость и износ мощностей предприятий нефтеперерабатывающей промышленности, которые влекут за собой ухудшение динамики развития всей нефтегазовой отрасли в целом. В связи с этим возникает закономерная потребность в обновлении технологических и производственных мощностей добывающих и перерабатывающих предприятий.

- В Казахстане функционируют три нефтеперерабатывающих завода в Шымкенте, Павлодаре и Атырау. Сейчас запущены государственные программы по модернизации данных объектов, где предусматриваются планы по разработке и созданию комплексного оборудования для установок глубокой переработки нефти, также намечено строительство новых нефтегазоперерабатывающих заводов.

- Текущая ситуация на рынке нефтегазового оборудования Казахстана показывает, что основная часть существующего внутреннего спроса на него удовлетворяется именно за счет импорта, тем временем как сама отрасль характеризуется

наличием отечественных производителей, выпускающих широкий спектр промышленного оборудования для добычи, переработки и хранения нефти и газа. Данная ситуация связана с тем, что порядка 80% казахстанской нефти и газа добываются международными компаниями – Chevron, Texaco, Exxon Mobil, British Petroleum, AGIP, NCOC, TCO. Практически все крупные компании стараются завезти оборудование в Казахстан из-за рубежа, т.к. больше доверяют качеству мировых лидеров в поставках нефтегазовой продукции, а в некоторых случаях предпочтение отдается тем странам производства оборудования, откуда сами компании происходят. Основными странами-импортерами нефтегазового оборудования в Казахстане являются Италия, Франция, Китай, Индия, Россия, США. Недостаточный опыт предприятий, низкие технологические и качественные характеристики оборудования, производимого казахстанскими заводами, оказывают существенное влияние на низкий спрос отечественной продукции.

Основными отечественными производителями нефтегазового оборудования являются следующие предприятия:

- АО «Имстальком» – производство резервуаров для хранения нефти и нефтепродуктов, магистральных сетей газо- и нефтепроводов и др.;
- АО «Севон Вертекс Хэви Индастри» – производство нефтегазового оборудования (сосуды, работающие под давлением, газосепараторы, нефтегазосепараторы 2-, 3-фазные емкости для хранения нефтепродуктов, водогрейные установки, устьевые нагреватели);
- АО «Завод» им. С.М. Кирова – производство насосов, печей для подогрева нефти, буровых долот, установок для обработки нефти, оборудования для герметизации устья скважин и др.;
- АО «Алматинский завод тяжелого машиностроения» – производство различных жидкостных насосов;
- АО «ПЗТМ» – производство изделий для нефтепереработки, установок для ремонта нефтегазового оборудования и др.;
- АО «Усть-Каменогорский арматурный завод» – производство трубопроводных задвижек и затворов;
- АО «Атырау-Нефтемаш» – производитель следующих типов оборудования: емкостное оборудование и цилиндрические аппараты; сепарационное оборудование и отстойники; установки прямого и косвенного нагрева нефти; блоки подготовки топлива; модульные котельные установки, котлы водогрейные и т.д.;
- АО «Мунаймаш» – производство глубинных штанговых насосов и частей для них;
- АО «Западно-Казахстанская машиностроительная компания» – производство бурового оборудования, печей подогрева нефти и др.

Таким образом, в Казахстане функционируют более 30 отечественных предприятий по производству различных типов оборудования для нефтегазовой сферы, и более того, внутреннее производство показывает тенденцию роста в последние десять лет. Анализ отрасли производства нефтегазового оборудования в Казахстане показывает, что существует большой потенциал для производства и сбыта даже тех позиций, которые сейчас почти в полном объеме импортируются, а именно ёмкостное оборудование для хранения нефти, трубная продукция, резервуары, насосы и многое другое.

Согласно мнению многих экспертов, Казахстан в данной отрасли имеет возможность в ближайшие 10 лет увеличить производство нефтегазового оборудования до 60-70%, но для этого необходимо повысить качество продукции, усовершенствовать технологические параметры и особенно уделить внимание системе маркетинга на отечественных предприятиях. Здесь можно перечислить множество причин, по которым потенциальные потребители могут обратиться к казахстанскому производителю: отсутствие лишних затрат и рисков при транспортировке, отпадает необходимость таможенных выплат, высокая доля казахстанского содержания, хорошее качество материала, возможность привлекать отечественных специалистов для монтажных и сервисных работ. Налаженная система маркетинга на промышленных предприятиях играет ключевую роль в повышении конкурентоспособности и эффективности деятельности предприятия. Промышленный маркетинг позволит руководству принимать наиболее эффективные управленческие решения по поводу цены, ассортимента, методов продвижения и содействует производству конкурентоспособной продукции, учитывая интересы и потребности клиентов. В современных условиях маркетинг становится фундаментом для долгосрочного и оперативного планирования производственно-коммерческой деятельности промышленных предприятий, составления экспортных программ производства, организации научно-технической, технологической, инвестиционной и производственно-сбытовой работы коллектива предприятия.

Маркетинговый план

Планируется, что выпускаемая продукция будет доходить до потребителя посредством следующих каналов сбыта: поставки в промышленные организации; поставки в нефтяные организации; поставки розничным клиентам; участие в электронных аукционах.

Рекламная компания будет содержать современные методы продвижения компании и продукта на рынок, а именно контекстная реклама в интернете; продвижение в электронных каталогах; реклама в печатных СМИ.

Для активного развития предприятия необходимы проводить следующие меры развития:

- создание отдела маркетинга в организационной структуре предприятия; осознание важности маркетинга как вектора развития предприятия на рынке;
- активное участие завода в государственных программах развития;
- проведение маркетинговых исследований
- продвижение продукции через построение благоприятного имиджа компании и налаживание плодотворных взаимоотношений с потенциальными клиентами, поставщиками и партнерами;
- в качестве инструментов по продвижению компании на нефтегазовом рынке можно использовать участие в специализированных выставках-ярмарках, как, например, выставки «KazBuild», «KazMet», «Mining World Central Asia», «KKPOOGGEE»;

- разработка собственного сайта с постоянно обновляющейся информацией о деятельности предприятия;
- выпуск информационного бюллетеня, распространения пресс-релизов, размещение информации о компании в справочниках, инициирование публикаций в СМИ (интервью, статьи и т.д.)

Технологический процесс

Технологический режим производства делится на 5 этапов:

Конструирование (чертежи расчеты) 3d моделирования.

Внедрение инженерных расчетов в литейном деле для получения оптимальных вариантов для пресс-формы клише при литье деталей насоса.

Механическая обработка деталей под конструкторские расчеты.

Сборка механических узлов деталей агрегата насоса.

Испытание отделом ОТК.

План производства изделий на 2018 год (кол-во штук).

наименование	ед. измерен	100% загрузка	40%	
			количество в месяц	итого 2018
Производство насосов	шт	40	16	192

В 2018 году планируется производить продукцию с мощностью 40%.

План производства изделий на 2018-2023 год (кол-во штук).

наименование	ед. измерен	100% загрузка	40%	50%	60%	70%	80%	80%
			итого 2018	2019	2020	2021	2022	2023
Производство насосов	шт	40	192	240	288	336	384	384

Расчеты по проекту были приведены исходя из 40% загрузки производства в первый год работы. Во второй 2019 год работы, установлена 50% загрузка производства. К 2022 году предприятие выйдет к 80% загрузке мощности. Вывод: при такой загрузке мощности производства денежных средств достаточно для своевременного обслуживания основного долга.

Финансовый план

Данный проект по изготовлению насосов – окупаемый проект. Полученную прибыль планируется использовать на расширение производственных мощностей, закупку новых линий оборудования.

Все расчеты по данному проекту произведены в тенге. При этом расходы разделены на прямые издержки, общие текущие издержки.

Планируемые доходы от реализации производимой продукции на 2018-2023 годы (тыс. тенге).

наименование продукции	стоимость единицы, тыс. тенге	2018, тыс. тенге	2019, тыс. тенге	2020, тыс. тенге	2021, тыс. тенге	2022, тыс. тенге	2023, тыс. тенге
производство насосов	450	86 400	108 000	129 600	151 200	172 800	172 800

Расчет доходов производился исходя из планируемого производства изделий.

Расчет себестоимости 1 единицы продукции

№	наименование деталей	состав	количество, штук	итого, стоимость тенге
1	Корпус насоса улитка	х40металл	1	27 000
2	рама оси вала (редуктор)	м20металл	1	17 000
3	ось вал	х40металл	1	15 000
4	стопорное кольцо сальника	х40/м20металл	2	459
5	сальник резиновый	резина	2	200
6	подшипники	сталь шариковая	2	2 500
7	уплотнитель герметик	завод	1	40 000
8	рабочее колесо	х40металл	1	2 500
9	контрогайка от оси вала	м20металл	1	200
10	электродвигатель	завод	1	80 000
11	основание насоса	м20металл	1	13 000
12	муфта соединение электродвигателя	м20/х40металл	1	3 000
13	муфта соединение редуктора	м20/х40металл	1	3 000
14	крышка полумуфта улитки	х12металл	1	9 540
15	фланец (всас)	м20/х65металл	1	0
16	фланец (выкид)	м20/х50металл	1	0
17	шпилька резьбовая	м10металл	1	2 000
18	шпилька резьбовая	м11металл	1	2 000
19	крышка редуктора сальникового	х20	1	2 000
20	прокладка бумажная	бумага/картон	1	500
21	мех обработка			40 000
Итого, тенге				259 899

Расчет себестоимости изделий на 2018-2023 года (тыс. тенге).

наименование продукции	себестоимость единицы, тыс. тенге	2018, тыс. тенге	2019, тыс. тенге	2020, тыс. тенге	2021, тыс. тенге	2022, тыс. тенге	2023, тыс. тенге
Производство насосов	259,8	49 901	62 376	74 851	87 326	99 801	99 801

Планируемое штатное расписание

№	Наименование должности	Кол.ед	Оклад, мес, тенге	ФОТ, мес, тенге	ЗП в год тыс.тенге
Административный персонал					
1	директор	1	100 000	100 000	1 200
2	бухгалтер	1	80 000	80 000	960
Производственно-технический отдел					
1	инженер ПТО	1	100 000	100 000	1 200
2	Токарь	2	200 000	400 000	4 800
3	Монтажник	2	80 000	160 000	1 920
4	Инженер ОТК	1	80 000	80 000	960
5	Сварщик	1	85 000	85 000	1 020
	Всего	9		1 005 000	12 060

Движение денежных средств по годам, тыс. тенге

	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.	2023 г.
Движение ДС от операционной деятельности:	1 677	10 411	17 186	25 277	33 342	33 166
Доходы	64 800	108 000	129 600	151 200	172 800	172 800
Доходы от реализации насосов	64 800	108 000	129 600	151 200	172 800	172 800
Расходы	63 123	97 589	112 414	125 923	139 458	139 634
Себестоимость	37 425	62 376	74 851	87 326	99 801	99 801
Аренда помещения	900	1 200	1 200	1 200	1 200	1 200
Зарплата рабочих к начислению	9 045	13 266	14 593	14 593	14 593	14 593
Коммунальные расходы	1 800	2 640	2 904	3 194	3 514	3 865
Амортизация	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000
КПН	558	1 319	2 088	2 987	3 883	3 863
Социальный налог	995	1 459	1 605	1 605	1 605	1 605
Прочие расходы (транспортные, связь, реклама)	9 000	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000
Расходы по выплате вознаграждения	1 400	1 329	1 173	1 018	862	706
Движение ДС от инвестиционной деятельности:	-20 000					
Общая стоимость проекта	20 000					
Движение ДС от финансовой деятельности	20 000	-2 222	-2 222	-2 222	-2 222	-2 222
Поступление кредитных средств, ИОС	20 000					
Погашение основного долга ИОС	0	2 222	2 222	2 222	2 222	2 222
Итого денежные средства	1 677	8 189	14 964	23 055	31 120	30 944
Деньги на начало	1 677	3 353	11 542	26 506	49 561	80 681
Деньги на конец	3 353	11 542	26 506	49 561	80 681	5

25.ОТКРЫТИЕ ПРОИЗВОДСТВА ПО ИЗГОТОВЛЕНИЮ СУВЕНИРНОЙ И НАГРАДНОЙ ПРОДУКЦИИ ПО UF-ТЕХНОЛОГИИ ПЕЧАТИ**Анкета проекта:**

Цели инвестиционного проекта: открытие производства по изготовлению сувенирной и наградной продукции по Uf-технологии печати.

Стоимость проекта: 5,7 млн. тенге.

Срок окупаемости: 1 год.

Концепция проекта.

Концепция проекта предусматривает открытие производства по изготовлению сувенирной и наградной продукции по Uf-технологии печати.

Целью деятельности предприятия является трудоустройство выпускников лицеев, колледжей и университетов города Павлодара, на вновь созданные рабочие места по данному проекту.

Целевой группой планируемого предприятия будут являться предприятия сферы ЖКХ, промышленные и производственные предприятия, предприятия соцкультбыта, частные домохозяйства и многие другие, где необходимо использование долговечных и эстетичных адресных табличек, стендов, сувенирной и наградной продукции.

Планируется приобретение UF-оборудования для производства рекламной, сувенирной и наградной продукции.

Общие инвестиционные затраты по проекту включают в себя:

Расходы, тенге	2018
Инвестиции в основной капитал	5 700 000
Всего	5 700 000

Финансирование проекта планируется осуществить за счет собственных средств инициатора проекта и государственного гранта в рамках Единой программы поддержки и развития бизнеса «Дорожная карта бизнеса 2020»:

Источник финансирования, тенге	Сумма	Доля
Собственные средства	2 700 000	47.3 %
Государственный грант	3 000 000	52.7 %
Всего	5 700 000	100 %

Описание продукта

Технология УФ-печати позволяет наносить изображения высокого разрешения практически на любые поверхности: гладкие и рельефные, жесткие и мягкие, прозрачные и цветные. Максимальная толщина материала может достигать 50 мм. С использованием белой подложки, цвет поверхности для печати может быть самым разнообразным – от прозрачного до черного.

Экологичность. Экологичные УФ-отверждаемые чернила не содержат вредные летучие органические соединения. При печати не выделяется озон и другие вредные испарения. После обработки красок УФ-лучами печатные покрытия становятся полностью безопасными. УФ-печать допустима в интерьерах и для товаров с повышенными санитарными требованиями; печать абсолютно безопасна для здоровья и окружающей среды.

Технология **ультрафиолетовой печати** предоставляет абсолютно новые возможности в изготовлении сувениров, полиграфии и рекламном бизнесе, в сфере дизайна и маркетинга, декоративного оформления интерьеров и мебели. Благодаря применению технологии прямой печати с недавнего времени появилась возможность использования неограниченного количества изобразительных средств.

Использование УФ-печати позволяет наносить изображение на любые поверхности. Среди материалов, на которые могут быть нанесены рисунки и логотипы, можно назвать и те, о возможности нанесения на которые какого-нибудь изображения раньше никто даже и не мечтал. Примерами таких поверхностей являются металл; пластик; кожа; стекло; дерево; зеркало; МДФ; резина. С помощью ультрафиолетовой печати можно оформлять различными картинками стены и потолки, керамику, композиты, ПВХ. Получаемое изображение получается ярким, насыщенным и, что очень важно, экологически безопасным, его выразительные характеристики имеют просто фантастический эффект.

Благодаря всему этому нанесение на сувенирную продукцию может производиться самого лучшего качества, что, в свою очередь, позволяет занимать лидирующую позицию в выбранном рыночном сегменте. В УФ-печати объединены все наилучшие возможности офсетной печати, кроме того, такая печать характеризуется еще и своими эксклюзивными преимуществами.

Этот инновационный метод нанесения рисунков имеет много преимуществ по сравнению с печатью матричными принтерами. УФ печать характеризуется высоким уровнем устойчивости к солнечным лучам, воздействию влаги и растворителей.

На чем можно напечатать при помощи УФ технологии? Всевозможные сувениры; ручки; брелоки; ежедневники; флешки; зажигалки; подарочные плакетки; ножи; часы; чехлы для айфонов; бейджи; карандаши; папки; информационные таблички и вывески.

Основные недостатки. К сожалению, УФ-лампа очень неэффективный источник УФ-излучения. Лишь не более 5% ее энергии переходит в УФ-излучение, остальное в тепло и видимый свет (причем очень интенсивный, что требует специальной защиты). Последние достижения позволили незначительно увеличить КПД УФ-ламп: вместо 5% полезной энергии получили 15%.

Типы оборудования: Существует основные типы широкоформатных УФ-принтеров:



• **Рулонный.** Предназначен для работы с тонким рулонным материалом (бумага, винил, ткань). Преимущество: один из недорогих конструктивных типов оборудования, простой в эксплуатации.

• **Гибридный.** Работает и с рулонными, и с листовыми материалами. Оптимально подходит для печати на традиционных жестких листовых поверхностях (гофрокартон, пенокартон, гофропластик, дибон и пр.). Но при печати на скользких (керамика, стекло) или тяжелых материалах (металл, камень) нанесение изображений может быть затруднено. Листовые материалы для печати на гибридных принтерах должны быть достаточно ровными и гладкими. Преимущество – недорогой тип оборудования, возможность печати на рулонных и легких листовых материалах.



• **Планшетный.** Отличается от других типов принтеров способом подачи материала (движется либо сам стол, или каретка с печатными головками). Преимуществом является высокая точность запечатки, что позволяет изготавливать оригинальные стерео-варио-изображения. Кроме того, на таком оборудовании есть возможность работать с самыми тяжелыми и плотными листовыми материалами. Планшетные принтеры подходят для УФ-печати на зеркалах, кафельной плитке, элементах мебели, щитовой наружной рекламе. Печать на таком

оборудовании отличается меньшей производительностью, рулонные материалы не используются.

Японский УФ принтер для печати сувенирных изделий и маркировки промышленной продукции

УФ принтер Mimaki UJF-3042 FX предназначен для полноцветной персонализации сувенирной и промо продукции: флешкарты, лазерные диски, зажигалки, ручки, брелоки,





номерки, изделия из оргстекла, ежедневники и т.п., а также печати на различных поверхностях: металл, дерево, стекло, пластик, кожа, акрил, плотный картон.
Флэш карты ручки сувенирные тарелки
Образцы печатной продукции
При помощи УФ-печати



Программа производства.

В таблице представлена планируемая программа производства по годам.

Планируемая программа производства по годам:

Показатель	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Средняя загрузка от проектной мощности	15%	74%	100%	100%	100%	100%
Продажи, млн. тенге	2.997	14.785	19 980	19 980	19 980	19 980

Программа продаж будет осуществляться путем проведения маркетинговых исследований (с целью определения предпочтений потребителей), а также посредством рекламных акций. При формировании цен была учтена покупательная способность потребителей, определяемая средним уровнем их доходов. Формирование цен основано на рыночных ценах и определения полной себестоимости услуг.

Прогнозируемые объемы производства и цены на выпускаемую продукцию:

№ п/п	Наименование продукции	Цена себестоимости одного м2 продукции, тенге	Цена продажи одной единицы продукции, тенге	Количество выпускаемых единиц продукции в месяц, штук
1	Широкоформатная печать на пленке	3 700	7 000	100 м2
2	Сувенирная продукция	1 200	2 500	100
3	Наградная продукция	800	1 700	150
4	Кабинетные таблички	1 000	2 200	100
5	Адресные уличные таблички на домах.	1 200	2 400	50
6	Памятные вымпелы	600	1 200	100

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

Маркетинговый план.

Описание рынка услуг.

Основным конкурентным преимуществом выпускаемой продукции является долгий срок службы от 5 (пяти) лет и более, что выше по сравнению с другой полиграфической и рекламной и наградной продукцией.

Стратегия маркетинга. Организацию производства на предприятии предполагается осуществлять с учетом следующих принципов:

1. Постоянный мониторинг конкурентоспособности продукции и услуг и работа над их совершенствованием.
2. Использование комплекса мер по формированию спроса, формированию имиджа и закреплению постоянных клиентов.

Маркетинговая стратегия заключается в организации сбыта выпускаемой продукции и оказываемых услуг. Цель – доступность для всех категорий предприятий и любых слоев населения. Предприятие планирует организацию сбыта по двум направлениям: за наличный и безналичный расчет. Сегментация маркетинга ориентирована на удовлетворение спроса клиентов с различными доходами (средними, высокими).

Рекламная кампания формируется в различных направлениях:

- размещение сайта в интернете;
- информация в прессе с указанием видов услуг, цен;
- щиты, указатели;
- световая реклама;
- брошюры, календари, буклеты и т.д.

В бюджет предприятия заложены ежемесячные расходы на рекламу.

Постоянно участвовать со дня основания в международных выставках и форумах, для поддержки государственных программ по привлечению иностранных инвестиций и поддержки инициатив правительства и местного государственного органа.

Организация, управление и персонал. Учитывая запланированные обороты предприятия, на начальном этапе рекомендуется осуществлять деятельность в рамках общеустановленного налогового порядка.

Общее руководство предприятием осуществляет директор. Директор контролирует работу административно-управленческого, производственного и обслуживающего персонала.

Организационная структура предприятия имеет следующий вид, представленный ниже.



Приведенную структуру управления персоналом можно отнести к линейной. Она позволяет оперативно управлять работой предприятия и находиться в курсе событий.

Финансовый план.

Общие и административные расходы.

Общие и административные расходы предприятия в месяц, тенге:

Затраты	Сумма
ФОТ	253.000
Коммунальные услуги	20 000
Итого	273 000

Коммунальные услуги рассчитывались исходя из текущих среднемесячных затрат ИП.

Прогноз фонда оплаты труда и социальных отчислений за год:

№	Должность	Количество	Оклад	Итого ЗП к начислению	Пенсионные отчисления	Подходный налог	Социальные отчисления	Социальный налог	К выдаче	ФОТ в тыс.	Фог за 1 год
Адм.-управленческий персонал											
3	Менеджер	1	90	90	9	6	4	5	75	99	
Итого		1	90	90	9	6	4	5	75	99	1 188
Производственный персонал											
1	Дизайнер-печатник	1	90	90	9	6	4	5	75	99	
Итого		1	90	90	9	6	4	5	75	99	1 188
Обслуживающий персонал											
1	Водитель	1	50	50	5	2	2	3	43	55	
Итого		1	50	50	5	2	2	3	43	55	660
Всего по персоналу		3	230	230	23	14	10	13	193	253	3 036

Прогнозируемый годовой фонд оплаты труда составит 3 036 000 тенге. Сумма отчислений за год составит 1 441 000 тенге.

Прогноз доходов и расходов. В таблице отражены результаты расчета прогнозируемых затрат на закупку товаров.

Прогноз текущих затрат на закупку товаров (формирование запасов), тыс. тенге:

Показатели	годы				
	1-й год	2-й год	3-й год	4-й год	5-й год
Прогнозируемый годовой товарооборот, тенге	3 996 160	9 990 400	19 980 000	19 980 000	19 980 000
Прогнозируемые затраты на сырье и материалы, тенге	99 600	345 600	2 990 000	2 990 000	2 990 000
Прогнозируемые затраты на вспомогательные материалы, тенге	100 000	300 000	1 848 000	1 848 000	1 848 000

На основании данных таблиц формируется прогноз сметы текущих затрат на реализацию проекта, отраженный в таблице.

Прогноз сметы текущих затрат на реализацию проекта, тыс. тенге:

Показатели	годы				
	1-й год	2-й год	3-й год	4-й год	5-й год
Сырье и материалы	99 600	345 600	2 990 000	2 990 000	2 990 000
Вспомогательные материалы	100 000	300 000	2 016 000	2 016 000	2 016 000
ФОТ с социальными отчислениями	1 012 000	3 757 000	3 757 000	3 757 000	3 757 000
Телекоммуникации	72 000	72 000	72 000	72 000	72 000
Коммунальные расходы	240 000	240 000	240 000	240 000	240 000
Хозяйственные расходы	348 000	348 000	348 000	348 000	348 000
Расходы на рекламу	80 000	360 000	360 000	360 000	360 000
Налоги	54 000	294 000	1 441 000	1 441 000	1 441 000
Итого полная себестоимость, тенге	2 005 600	5 716 600	11 224 000	11 224 000	11 224 000

Прогнозный расчет чистой прибыли (убытка) от деятельности отражен в таблице.

Прогноз чистой прибыли (убытка) по проекту, тыс. тенге:

Показатели	годы				
	1-й год	2-й год	3-й год	4-й год	5-й год
Прогнозируемый годовой товарооборот	3 996 160	9 990 400	19 980 000	19 980 000	19 980 000
Полная себестоимость	2 005 600	5 716 600	11 224 000	11 224 000	11 224 000
Чистая прибыль (убыток)	1 990 560	4 273 800	8 736 000	8 736 000	8 736 000

26. ОТКРЫТИЕ ЦЕХА ПО ПРОИЗВОДСТВУ СЕТКА РАБИЦА**Анкета проекта:**

Цели инвестиционного проекта: открытие цеха по производству сетка рабица.

Стоимость проекта: 20,0 млн. тенге.

Срок окупаемости: 1,5 год.

Концепция проекта.

Концепция проекта предусматривает открыть цеха по производству сетка рабица. Для этого планируется закупать оборудование, сырье для производства сетки-рабицы. Предприятие будет работать по структуре В2В, что означает предприятие будет реализовывать свой товар оптовым покупателям, тем самым оптовые покупатели будут продавать его потребителям.

Общие инвестиционные затраты по проекту включают в себя:

Расходы, тенге.	2 018
Инвестиции в основной капитал	20 000 000
Всего	20 000 000

Целью данного предприятия является производство высококачественной сетки-рабицы. Для производства планируется закуп линии оборудования и проволоки.

Краткосрочные цели (1 год): Приобретение сырья. Разработка узнаваемого фирменного стиля. Отработка основных бизнес процессов. Выполнение плана продаж на год.



Описание технологического процесса. Станок выполняет всю работу по изготовлению продукции в автоматическом режиме. От оператора требуется: загрузить катушку с проволокой, запрограммировать микропроцессор по определенным параметрам (толщина проволоки, диаметр ячеек, размеры рулона) и нажать на пуск.



Проволока из катушки с помощью разматывающего устройства и направляющих втулок подтягивается к области образования спирали, где навивается на шнек (рабочий механизм, скручивающий проволоку в спираль для последующего переплетения).



Навитые спирали передвигаются к гильотинирующему механизму, где происходит обрезка проволоки. Один из концов проволоки сгибается в виде крючка (на половину длины предполагаемой ячейки), заготовка протягивается через паз непрерывно вращающегося вала и крепится к гильотинирующему устройству.



Отрезанная спираль удерживается захватами, растягиваясь под воздействием подвешенного груза.

Затем, станок производит навивку следующей спирали с вплетением той, что удерживается захватами, формируя ячейки сетки-рабицы. После отрезки вновь сформированной спирали, захваты освобождают удерживаемую проволоку, и сетка сматывается в рулон запрограммированной длины.

Сетка обрабатывается машинным маслом, края упаковываются в плотную бумагу и готовые рулоны компактно складываются в предназначенное для хранения место.

**Анализ рынка и маркетинговый план.**

Потенциальные клиенты данного предприятия делятся на два основных сегмента: юридические лица — предприятия и организации, специализирующиеся на выполнении строительно-монтажных работ, и население, закупающее сетки для собственного строительства. Частные лица, как правило, приобретают самостоятельно или опосредованно — через подрядчиков.

Анализ конкурентоспособности. В Кызылординской области отсутствует производство аналогичных строительных материалов. Местные поставщики привозят из Шымкента и Караганды, продавая сетку-рабицу на строительных рынках



и в магазинах. Предприниматель планирует производить и продавать сетку-рабицу по оптовым ценам поставщикам (продавцам) и населению. Основным преимуществом является, что наши местные поставщики не будут иметь транспортные расходы на перевозку.

Продажа сетки-рабицы актуальный и прибыльный бизнес, возможный даже для начинающих предпринимателей. Сетка используется во многих отраслях: строительство, сельское хозяйство, промышленность и другие.

Сетка рабица – универсальное и самое доступное средство для огораживания своей территории. По отношению к деревянным, кирпичным и бетонным заборам, сетка имеет большое преимущество, это светопропускаемость, а также цена, которая намного ниже, чем у других заборов.

Основная ценовая стратегия основана на издержках – цена определяется с учетом издержек производства, обслуживания, накладных расходов, стоимости материалов и добавляется процент прибыли, величина которой устанавливается исходя из средней цены продукции, сложившейся в данный момент на рынке сбыта (конъюнктуры рынка). Продовольственная цена будет оптовая, так как покупателями будут торговые точки, магазины строительных материалов.

Использование совокупности предлагаемых ценовых стратегий позволит использовать принцип «эластичной» (гибкой) цены, т. е. цены быстро реагирующей на изменение соотношения спроса и предложения на рынке с учетом издержек.

При определении цены готового продукта используется применение рыночного метода, согласно которому на основании проведенного исследования рынка были определены цены, соответствующие аналогичным продуктам прочих производителей.

Цены на рабица сетки, тенге:

№	Наименование	Стоимость, за 1 м ²
	Сетка Рабица	710

Стратегия маркетинга.

Стратегия маркетинга будущего предприятия в первый год будет направлена на завоевание стабильной рыночной позиции и сохранение конкурентоспособности как по качеству товара, так и по его цене. Для достижения поставленной цели определен уровень цены на готовую продукцию за штуку сравнимый с ценами конкурентов.

Потенциальные покупатели продукции делятся на две основные группы (сегменты рынка): Сегмент А – коммерческие деятели (продавцы); Сегмент Б – частные лица, осуществляющие строительства самостоятельно.

На основании маркетинговых исследований определено, что физические объемы продаж по названным сегментам составляют 85% – сегмент А и 15% – сегмент Б. Частные лица нередко привлекают по договору подряда малые строительные предприятия для выполнения строительно-монтажных работ.

Анализ рынка сбыта также показывает, что в апреле-сентябре месяцах объемы закупок профильных листов в среднем на 20% выше, чем в оставшийся период года. В весенне-летний период повышается деловая активность строителей.

Среди основных видов планируемой рекламы следует отметить: изготовление и показ рекламных роликов о местонахождении завода-изготовителя и выпускаемой продукции на телевидении, периодические публикации сведений о заводе и выпускаемой продукции в городских, областных и региональных газетах, периодический показ рекламы на местном телевидении.

Оборудование для производства сетки-рабица и помещение для мини-цеха. Основная расходная часть организации производства рабицы – приобретение станков, изготавливающих сетку. Видов и производителей существует множество (в сети можно встретить даже инструкции, как собрать станок самостоятельно из «подручных» деталей). Мы не будем углубляться в изыски народных умельцев, поэтому рассмотрим два основных промышленных варианта: станки полуавтоматические и полностью автоматизированные.



Полуавтоматические – требуют участия оператора, управляющего процессом изготовления сетки. Преимущества: небольшие размеры, легкость в настройке и эксплуатации, невысокая стоимость. Основной недостаток: несмотря на частичное автоматизирование процесса, многое приходится делать ручным трудом, в т.ч. и загиб сетки, что допускает определенную асимметрию размеров ячеек и другие мелкие недостатки.

Автоматические – обеспечивают полностью отлаженный производственный процесс, не требующий вмешательства извне. Преимущества: высокая производительность, точность плетения, быстрый загиб и минимальное вмешательство оператора (загрузить катушку, снять готовый рулон). Недостатки: более высокая цена по сравнению с полуавтоматом, высокая стоимость ремонта и техобслуживания, необходимость специального обучения для персонала.



Планируется приобретение станка-автомата АСП15/2 в следующей комплектации: станок, размоточное устройство, 2 комплекта оснастки (винтовая втулка, пластинка навивки, приемная труба), паспорт, инструкция по эксплуатации. Станок производит сетку в соответствии с ГОСТ 5336-80 в широком диапазоне размеров ячеек (20-60 мм). В стоимость оборудования входит доставка, обучение персонала и гарантийное техобслуживание на протяжении года.

Дополнительные расходы – приобретение стеллажей для хранения готовой продукции, приемный стол, рабочее место оператора стоимостью в 300 000 тенге.

Финансовый план.

Доходная часть. Производительность станка (для размера ячейки – 55 мм) – 48 м²/час. При односменной работе и 22 раб./днях в месяц, объемы производства составят: 48 м² * 8 ч. * 22 дня = 8448 м²/месяц. Стандартные размеры рулона сетки – 15 м² (10 м в длину, 1,5 м в ширину). То есть, в месяц объемы производства с одного станка составят 563 рулона.

Продажная цена:

- розница – 2500 тг./рулон (30% продаж),
- опт – 2300 тг./рулон (70% продаж).

Итого доход: $(169 \text{ рулон} * 2500 \text{ тг.}) + (394 * 2300) = 1\,328\,700 \text{ тг./месяц.}$

Расчет затрат на сырье. Переменные расходы на продукцию.

Сырье для производства сетки-рабицы – низкоуглеродистая проволока (по ГОСТу 3282-74) без покрытия, оцинкованная либо с цветным декоративным полимерным покрытием. Цена за тонну оцинкованной низкоуглеродистой проволоки с пределом прочности 560–900 Н/мм² и диаметром в 1,6 мм – 136 000 тенге.

Расход проволоки на 1 м² сетки-рабицы рассчитывается по формуле: $\text{Масса (кг)} = (13,40 * D^2 / A)$, где 13,40 кг/мм – неизменный коэффициент; D – диаметр проволоки в мм; A – диаметр ячейки в мм.

По данной формуле, расход проволоки для сетки-рабицы с ячейкой в 55 мм, будет равен: $(13,40 * 1,6^2) / 55 = 0,62 \text{ кг}$

Себестоимость рулона (исходя из потраченной проволоки) = (масса проволоки * кол-во м² в рулоне * стоимость сетки) = $0,62 \text{ кг} * 15 \text{ м}^2 * 136 \text{ тг} = 1264,48 \text{ тг.}$

Себестоимость 563 рулонов (производительность в месяц) = 712 082 тг.

Заработная плата в месяц:

№	Должность	Заработная плата, тг.	Кол-во	Сумма, тг
1	Оператор	70 000	2	140 000
2	Сварщик	85 000	1	85 000
Всего			3	225 000

Электроэнергия (при потреблении станка 1,5 кВт/час) – $(1,5 \text{ кВт/час} * 176 \text{ ч}) * 20,22 \text{ тг./час} = 5338,08 \text{ тенге/месяц.}$

Другие коммунальные платежи (отопление, вывоз мусора, вода) – 10000 тг./месяц.

Отчет о прибылях и убытках – 2018 г.:

Наименование	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Выручка Нал									
Рабица сетка	1 328 700	1 328 700	1 328 700	1 328 700	1 328 700	1 328 700	1 328 700	1 328 700	1 328 700
Выручка итого	1 328 700	1 328 700	1 328 700	1 328 700	1 328 700	1 328 700	1 328 700	1 328 700	1 328 700
Проволок	712 082	712 082	712 082	712 082	712 082	712 082	712 082	712 082	712 082
Себестоимость итого	712 082	712 082	712 082	712 082	712 082	712 082	712 082	712 082	712 082
ВАЛОВАЯ ПРИБЫЛЬ	616 618	616 618	616 618	616 618	616 618	616 618	616 618	616 618	616 618
1 Заработная плата	225 000	225 000	225 000	225 000	225 000	225 000	225 000	225 000	480 000
2 Комм. Услуги	15 338	15 338	15 338	15 338	15 338	15 338	15 338	15 338	100 000
3 Амортизация	45 000	45 000	45 000	45 000	45 000	45 000	45 000	45 000	45 000
НАКЛАДНЫЕ РАСХОДЫ	285 338	285 338	285 338	285 338	285 338	285 338	285 338	285 338	285 338
РЕЗУЛЬТАТ ОСНОВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	331 280	331 280	331 280	331 280	331 280	331 280	331 280	331 280	331 280
РАСХОДЫ ВНЕ БИЗНЕСА	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000
ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ	281 280	281 280	281 280	281 280	281 280	281 280	281 280	281 280	281 280
Налог	18 499	18 499	18 499	18 499	18 499	18 499	18 499	18 499	108 000
ОСТАТОК ПОСЛЕ ВЫПЛАТЫ ВЗНОСА	262 781	262 781	262 781	262 781	262 781	262 781	262 781	262 781	262 781
РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ ПРОДАЖ (%) *	19,78%	19,78%	19,78%	19,78%	19,78%	19,78%	19,78%	19,78%	19,78%

27. ПЕРЕРАБОТКА БЫВШИХ В УПОТРЕБЛЕНИИ АВТОМОБИЛЬНЫХ ШИН**Анкета проекта:**

Цели инвестиционного проекта: переработка бывших в употреблении автомобильных шин в резиновую крошку.

Стоимость проекта: 187 887 000 тенге.

Срок окупаемости: 56 месяцев.

Концепция проекта.

Концепция проекта предусматривает создание цеха для производства по переработке изношенных автомобильных шин и других РТИ в высококачественную резиновую крошку

Миссией компании является создание эффективного производственного предприятия, предлагающего потребителям высококачественную продукцию, которая является необходимой и доступной для потребителей, которое обеспечит поступательное развитие и стабильный рост благосостояния инициатора проекта.

Объем инвестиций в проект составляет 187 887 тыс. тг, включая стоимость производственного оборудования.

Структура финансирования проекта выглядит следующим образом:

Всего инвестиций	185877	100%
Средства инициатора	36 877	20%
Привлеченные средства	149 000	80%

Заемные средства привлекаются на срок 5 лет, с уплатой 6% годовых в расчёт % включена субсидия АО ФРП DAMU.

Описание продукта (услуги).

Основные виды продукции:

Крошка фракции 1-3 мм
Крошка фракции 3-5 мм
Крошка фракции менее 0-1 мм
Выход текстильного корда
Выход металлического корда

Дополнительные товары/услуги предприятия:

Аренда склада м2
Продажа шин
Продажа дисков
Продажа аксессуаров

Резиновая крошка – основной продукт переработки автомобильных шин. Благодаря тому, что автомобильные шины в процессе эксплуатации подвержены длительным колоссальным нагрузкам, при производстве новых шин используются качественные компоненты (природные, синтетические каучуки, смягчающие масла, наполнители и т.д.) в совокупности с новейшими технологиями. Шинная резина является практически самой прочной и долговечной из всех используемых видов резин, обладает многими другими важными качествами (эластичность; стойкость к кислотам и щелочам; прочность на изгиб, растяжение, истирание и т.д.). При механической переработке шин в крошку, физико-химический состав резины практически не меняется. Ввиду того, что крошка – продукт переработки (утилизации) шин, рыночная цена на нее в 3-4 раза ниже, чем на первичное резиновое сырье. Поэтому крошка является недорогим, высококачественным продуктом утилизации покрышек.

Резиновая крошка, полученная в результате механической переработки изношенных автопокрышек, имеет многочисленные и перспективные сферы дальнейшего практического применения, что при эффективной организации маркетингового сопровождения и системы сбыта, обеспечит ее быструю и устойчивую реализацию.

Текстильный корд. Основными сферами применения текстильного корда являются: производство фибро-бетона, наполнение спортивного инвентаря, производство смесей для тампонирувания скважин при бурении скважин и геологоразведочных работах и многое другое.

Металлический корд. При производстве автомобильных шин, а именно в посадочном кольце (толстая бортовая проволока), используется высоколегированная сталь. При переработке шин на линии «ALFA-TIRE-RECYCLING / ATR500» образуется металлическая проволока (стружка), которая сдается в металлолом.

Маркетинговый план.

Анализ рынка. Ёмкость рынка сырья: ежегодно в Казахстане образуется порядка 90 тыс. тонн отходов шин. Исторические запасы шин составляют порядка 1 млн тонн.

Возможные рынки сбыта.

Напольные покрытия для спортивных площадок и сооружений. Покрытия из резиновой крошки и полимерных связующих для спортивных площадок, баскетбольных, волейбольных, бадминтонных площадок. Антискользящие и безопасные покрытия для входа. В данных видах покрытий используется и резиновая крошка. Добавки резиновой крошки, полученной в результате переработки покрышек, делают покрытия более износостойкими и практичными, у них лучше пластичность, они долговечны.

Наполнители для спортивного инвентаря. Резиновая крошка применяется в качестве наполнителя мешков и боксерских груш.

Футбольные поля с искусственным травяным покрытием засыпают резиновой крошкой фр.1,0-2,5 мм.

Укрывной строительный материал. Это кровельный материал в виде совмещения битума с полиуретаном, сверху заливается составом из тиокола с добавлением мелкой очищенной резиновой крошки. Для проведения всего комплекса работ по нанесению покрытий на крышах жилых и производственных строений рекомендуются к применению различные материалы с добавлением резиновой крошки: уклоны (до 90% резиновой крошки), заделка швов (до 50% резиновой крошки), заделка стыков (до 70 % резиновой крошки), непосредственно покрытие (до 50% резиновой крошки). Финишный самый стойкий слой с применением резиновой крошки предохраняет все нижележащие слои.

Конструктивный фибробетон. Металлический и текстильный корд в определенной пропорции смешивается с резиновой крошкой и добавляется до 50% в сухую цементно-песчаную смесь. Применяется для глубинной заливки фундаментов. Покрытия полов и трапов, в местах интенсивного потока людей. Смешиваются полиуретан с 50% мелкой (фракции менее 3 мм) очищенной резиновой крошкой. Применяется как для закрытых, так и открытых помещений. Фибробетон в силу своих свойств, применяется в регионах с суровыми климатическими условиями, в том числе в регионах вечной мерзлоты.

Отделочный строительный материал. Тиоколовая (полисульфидная) система, как стандартный материал и крошка (менее 1 мм) образуют стойкий укрывной материал, используя и как отделочный и как декоративный настенный материал.

Дорожные покрытия. Предполагаемая ёмкость 35 тыс. тонн/год. Резиновая крошка применяется в дорожных покрытиях последнего поколения. В подложку дороги можно закладывать смесь резиновой крупной крошки, металлокорд и текстильный корд до 50 % по весу с минеральными добавками. Далее, крошка как модификатор асфальтобитаума (крошка менее 1,5 мм до 10% по объёму), он является наружным рабочим слоем дорожного полотна. Преимущества очевидны: существенно улучшаются физико-механические характеристики всего покрытия (повышенная стойкость к образованию трещин и упругость вследствие чего увеличивается на 20-30% коэффициент морозостойкости), что сказывается положительно на ресурсе, и срок службы покрытия дорог увеличивается в 2-3 раза.

Стратегия маркетинга.

Стратегия компании: Вход на рынок растущего региона. Для достижения оптимальной и наименее убыточной процедуры входа в регион необходимо держать под контролем пять моментов.

Первое: поставки идут через пять самостоятельных филиалов. Второе: широкая дистрибуция осуществляется через средние и большие компании, у мелких предприятий слишком маленькие продажи и высокие риски. Третье: как правило, необходимо придерживаться стратегии низких цен. Четвертое: ограниченный ассортимент поможет обеспечить выход на новый рынок в первые месяцы эффективных продаж. Пятое: необходимы агрессивные массовые коммуникации, рекламные и продвиженческие мероприятия.

После того, как вхождение на рынок растущего региона осуществилось, возникает вопрос удержания и развития своих позиций. Первым шагом здесь будет расширение дистрибуции, работа с небольшими и мелкими предприятиями. Вторым шагом: регулярное расширение ассортимента. Как правило, расширение и обновление ассортимента связано с ростом рынка региона. В период выхода экономики из кризиса рост рынка происходит быстрыми темпами, особенно в пищевой индустрии и развитии сельского хозяйства. Третьим шагом станет проведение акций по стимулированию спроса и развитию систем сбыта продукции.

Бизнес-модель предприятия. Бизнес-модель предприятия выглядит следующим образом. Предприятие является производителем продуктов переработки шин. 100% сырья для производства приобретается у локальных производителей, упаковка приобретается у различных компаний на территории РК. 100% готовой продукции реализуется на внутреннем рынке, при отсутствии спроса, продукция реализуется на внешнем рынке. Доставка осуществляется, как правило, по железной дороге или автотранспортом. **Принципы успешного бизнеса следующие: «Высокое качество, точные сроки, разумные цены».** «Высокое качество» обеспечивается соответствующим уровнем технологии, профессиональной подготовки персонала и эффективной системой контроля качества. «Точные сроки» обеспечиваются точностью расчетов на этапе согласования заказа, оперативностью работы производства. Поставка продукции в точно оговоренные сроки (just-in-time) является серьезным конкурентным преимуществом компании. «Разумные цены» обеспечиваются высокой производительностью и низкими издержками. Высокая производительность складывается из возможностей современного оборудования, эффективного технологического процесса и четкой организации труда (отсутствие простоев оборудования, оптимальные запасы ресурсов и т.п.).

Ценовая политика. Предприятие обеспечивает производство резиновой крошки. Качество продукции соответствует международным нормам. Продукция реализуется предприятиям – производителям спортивных покрытий и автодорожным строительным компаниям на территории РК в упаковке. Ценовая политика предприятия призвана обеспечить ценовое конкурентное преимущество на локальном рынке. Предприятие обеспечивает реализацию продукции оптом и в розницу.

Цена = Себестоимость (затраты на сырье и материалы, покупные изделия, ТЗР*, ОНР*, ОХР*, заработная плата производственных работников, ППР)+% прибыли.

*ТЗР – Транспортно-заготовительные расходы

*ОНР – Общепроизводственные расходы

*ОХР – Общехозяйственные расходы

Проценты прибыли варьируются в зависимости от конкретных товаров и составляют от 20% до 40%.

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

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

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

Программа производств. В рамках проекта предполагается, что реальный объем загрузки мощностей будет составлять не более 50% от номинального, а выход на плановую мощность планируется осуществить на 2-й год производственной деятельности предприятия. В таблице представлена планируемая программа производства.

Планируемая программа производства:

Наименование	Производительность по выходу, кг	Ед. продукции (в месяц в 2 смены) в кг	Эксплуатационные затраты в месяц	Эксплуатационные затраты в год	Цена реализации, в тн	Выручка в месяц (в тенге)	Выручка в год (в тенге)
Крошка фракции 1-3 мм	420	201 600	5 465 914	65 590 963	92 457	18 639 331	223 671 974
Крошка фракции 3-5 мм	30	14 400	390 422	4 685 069	92 457	1 331 381	15 976 570
Крошка фракции менее 0-1 мм	50	24 000	650 704	7 808 448	92 457	2 218 968	26 627 616

Выход текстильного корда	100	48 000	1 301 408	15 616 896	46 228	2 218 958	26 627 501	
Выход металлического корда	100	48 000	1 301 408	15 616 896	10 272	493 042	5 916 499	
Итого	700	336 000	9 109 856	109 318 272		24 901 680	298 820 160	
Наименование	Площадь (в кв.м)	Цена (в тенге)	Ед. продукции (в месяц в 2 смены) в кг	Эксплуатационные затраты в месяц	Эксплуатационные затраты в год	Выручка в месяц	Выручка в год	
Доход от аренды	1000	2500	480 000	13 014 080	156 168 960	2 500 000	30 000 000	
Итого	1 000		480 000	13 014 080	156 168 960	2 500 000	30 000 000	
Наименование	Средняя цена (в тг)	Объем продаж в год (в шт)	Себестоимость	Добавленная стоимость	Эксплуатационные затраты в год	Выручка в месяц	Общая выручка (в год)	% соотношение
Продажа шин	34000	3670	92 337 200	26%	3	10 398 333	124 780 000	78%
Продажа дисков	17000	1882	23 675 560	26%		2 666 167	31 994 000	20%
Продажа аксессуаров	500	6400	2 368 000	26%		266 667	3 200 000	2%
Итого			118 380 760	1	3	13 331 167	159 974 000	

Программа продаж будет осуществляться на основе прежнего опыта работы.

При формировании цен была учтена покупательная способность потребителей, определяемая средним уровнем их доходов. Формирование цен основано на рыночных ценах и определении полной себестоимости продукции.

Планируемые цены на продукцию, тенге

ЦЕНА ПРОДАЖ ТЕНГЕ/КГ	
Крошка фракции 1-3 мм	92 457
Крошка фракции 3-5 мм	92 457
Крошка фракции менее 0-1 мм	92 457
Выход текстильного корда	46 228
Выход металлического корда	10 272
Аренда склада м2	2 500
Продажа шин	51 000
Продажа дисков	25 500
Продажа аксессуаров	750

Конкурентная стоимость продукции складывается из относительно низкой себестоимости, что позволит установить конкурентную цену при эффективном использовании сырья, закупаемого у завода-изготовителя. При расчете программы продаж инфляция во внимание не принималась, поскольку связанное с инфляцией повышение цен пропорционально отразится на увеличении цен продаж предприятия. Успех выхода на рынки, а также и дальнейший рост продаж возможен при условии активного маркетинга со стороны производителей и дистрибьюторов. Появление новых игроков, как правило, затруднено достаточно высокими издержками на производство, хранение, транспортировку и реализацию продукции, особенно в момент освоения рынка. Последствия финансово-экономического кризиса обостряют и без того высокий уровень конкуренции. Персоналом предприятия разрабатывается комплекс мероприятий для входа и удержания позиций на растущем и насыщенном рынках.

Техническое планирование. Производственный процесс.

Технологический процесс производства резиновой крошки осуществляется так. На первом этапе работы осуществляется подготовка материала к дальнейшему измельчению. В целях снижения эксплуатационных расходов и снижения затрат временно ресурса на техническое обслуживание линии на первом этапе переработки шин предусмотрено разрезание грузовой автомобильной шины на части, которые подаются на транспортер загрузки в шредер первичного измельчения. Подготовленные части изношенной шины по загрузочному транспортеру поступают в шредер первичного измельчения. Данный узел разработан с учетом анализа работы аналогичных зарубежных устройств и отличается высокой производительностью, несравненно низкими энергозатратами, надежностью, удобством и простотой обслуживания. После обработки в первичном шредере куски шины размером 50–70 мм попадают в следующий рабочий блок, где проходят стадию дальнейшего измельчения и отделения основной массы металлокорда. На выходе мы получаем резиновую чипсу размером 20 x 20 мм с текстильным кордом, а также небольшой примесью металлического корда, остатки, которых будут отсепарированы на дальнейших стадиях переработки автомобильной шины.

Здания и сооружения. Предприятие является независимым, самостоятельно определяющим ассортиментную и ценовую политику, пути и методы развития. За счет эффективного использования современного технологического оборудования, производственных и складских площадей, прямых связей с поставщиками сырья, предприятие обеспечит доступные и конкурентные цены на продукцию.

Применение новейших технологий, использование квалифицированных трудовых ресурсов, финансовых и организационных возможностей, постоянно совершенствуя систему работы с покупателями и ценовую политику, предприятие обеспечит конкурентоспособность и прибыльность компании.

Проект реализуется в г Алматы, Алматинской области Республики Казахстан.

Предприятие имеет в наличии производственные, складские и офисные помещения, имеющие необходимую инфраструктуру – электроснабжение, водоснабжение, канализация, системы пожаротушения, охранная и пожарная сигнализация, телефонная связь, Интернет.

Период поставка, монтаж, наладка оборудования и обучение персонала составляет до 6 месяцев с начала финансирования. Выход на проектную мощность произойдет через 1-2 месяца после пуска оборудования в эксплуатацию.

Цех и склад планируется разместить в нежилом помещении, где расположены производственные, складские помещения, имеющие необходимую инфраструктуру: электроснабжение, водоснабжение, канализацию, системы пожаротушения, охранную и пожарную сигнализацию, телефонные линии, выделенный канал Интернет.

Оборудование и инвентарь (техника). Перечень оборудования и затраты на его приобретение представлены в ниже следующей таблице.

Перечень оборудования для цеха:

Наименование	Стоимость в тенге, без НДС
Строительство производственного комплекса	52 358
Благоустройство территории	45 001
Государственная экспертиза	1 496
Рабочий проект	4 241
Линия по переработке шин EcoGold 700 (вкл. шеф монтаж, доставку и т.д.)	64 037
Непредвиденные расходы по строительству	18 744
Итого	185 877

Промышленное оборудование обладает рядом преимуществ: оно функционально, надежно и уникально. В нём отсутствуют ненужные дополнительные функции, что значительно снижает себестоимость оборудования, изготовленного индивидуально согласно заявленным требованиям заказчика. Промышленное оборудование позволяет собственнику модернизировать, реконструировать и при необходимости перепрофилировать свои мощности на выпуск новой продукции, доукомплектовать находящиеся в работе технологические линии.

Организация, управление и персонал. Данный проект будет иметь организационно-правовую форму «товарищество с ограниченной ответственностью», т.к. участники товарищества с ограниченной ответственностью не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью товарищества, в пределах стоимости внесенных ими вкладов, поэтому оно и называется «с ограниченной ответственностью».

В получении всех разрешительных документов для осуществления коммерческой деятельности у учредителей проекта препятствий нет. Сделки с поставщиками и потребителями будут оформляться при помощи договоров, если речь идет о клиентах-компаниях, и при помощи расчётно-кассового обслуживания. Трудовые отношения с персоналом будут регулироваться Трудовым законодательством РК – все условия работы, а также оплаты труда будут зафиксированы в трудовых договорах с каждым из работников.

Общее руководство предприятием осуществляет директор. Дополнительно будут наняты мастер для сборки мебели из комплектующих и продавец для собственного магазина. Приведенную структуру управления персоналом можно отнести к линейной. Она позволяет директору оперативно управлять работой предприятия и находиться в курсе событий.

Штатное расписание:

Должность	Кол-во	ФОТ в мес	Всего	Отчисления ПФ	Соц. отчисления	Итого ФОТ с отчислением
Директор	1	244	244	24	24	269
Бухгалтер	1	156	156	16	15	171
Менеджер по продажам	1	178	178	18	18	195
Подсобный работник	2	67	133	13	13	147
Оператор линии	4	89	356	36	35	391
Начальник смены	2	111	222	22	22	244
Зав склада	3	111	333	33	33	366
Оператор склада	2	156	311	31	31	342
Водитель	3	111	333	33	33	366
Грузчик	9	100	900	90	89	989
ВСЕГО	28	1322	3167	317	314	3480

На предприятии установлена двусменная работа, расчет производится на 30 рабочих дней в месяц. В связи с созданием производства будет создано от 8 до 16 рабочих мест. Система оплаты ИТР и рабочих – оклад плюс премиальная часть в соответствии с планируемой системой оплаты труда на предприятии. Реализацию проекта планируется начать с 1 июля 2018 г.

Управленческие функции в начальный период реализации проекта будут осуществляться инициатором проекта. Для минимизации сроков отладки технологических процессов планируется пригласить на работу несколько высококвалифицированных специалистов с действующих производств схожего типа. Проблем с наймом персонала (рабочих, служащих и др.), учитывая ситуацию на рынке труда в г. Алматы не предвидится.

Финансовый план.

Эксплуатационные расходы. Эксплуатационные расходы состоят из переменных расходов.

Переменные расходы в месяц:

ЭКСПЛУАТАЦИОННЫЕ РАСХОДЫ	МЕС	ГОД
Наименование	тыс тг	тыс тг
Коммунальные расходы	2049	24588
Обслуживание оборудования	20	240
Упаковка товара	679	8148
Охрана	80	960
ВСЕГО	2828	33936

Себестоимость сырья тг/кг:

СЕБЕСТОИМОСТЬ ТЕНГЕ	
Крошка фракции 1-3 мм	32360
Крошка фракции 3-5 мм	32360
Крошка фракции менее 0-1 мм	32360
Выход текстильного корда	16180
Выход металлического корда	3595
Аренда склада м2	0
Продажа шин	34000
Продажа дисков	17000
Продажа аксессуаров	500

Затраты переменные сырьё тыс тг/год:

Наименование	2018г	2019г	2020г	2021г	2022г
ЗАТРАТЫ ТЫС ТГ	104 747	104 747	104 747	104 747	104 747
Крошка фракции 1-3 мм	78 285 191	78 285 191	78 285 191	78 285 191	78 285 191
Крошка фракции 3-5 мм	5 591 799	5 591 799	5 591 799	5 591 799	5 591 799
Крошка фракции менее 0-1 мм	9 319 666	9 319 666	9 319 666	9 319 666	9 319 666
Выход текстильного корда	9 319 666	9 319 666	9 319 666	9 319 666	9 319 666
Выход металлического корда	2 070 775	2 070 775	2 070 775	2 070 775	2 070 775
Аренда склада м2	0	0	0	0	0
Продажа шин	124 440	124 440	124 440	124 440	124 440
Продажа дисков	31 824	31 824	31 824	31 824	31 824
Продажа аксессуаров	3 198	3 198	3 198	3 198	3 198

Общие и административные расходы.**Административные расходы предприятия в месяц, тыс. тг:**

АДМИНИСТРАТИВНЫЕ ЗАТРАТЫ	МЕС	ГОД
Наименование	тыс тг	тыс тг
Банковские услуги	80	960
Аутсорсинг бухгалтерии	100	1200
Хоз. нужды	20	240
Канцтовары	20	240
Услуги связи	20	240
Интернет	20	240
ВСЕГО	260	3120

Среднее время работы – 8 часов, 22 рабочих дня.

Отчёт прибылей и убытков.**Расчет планируемой прибыли и убытков в развернутом виде:**

наименование	2018 г	2019 г	2020 г	2021 г	2022 г
ВЫРУЧКА ОТ РЕАЛИЗАЦИИ	149545	299089	299089	299089	299089
Производственные затраты	97424	194848	194848	194848	194848
Эксплуатационные расходы	16968	33936	33936	33936	33936
Сырье и материалы	52373	104747	104747	104747	104747
Амортизация основных средств	7200	14400	14400	14400	14400
ФЗП с отчислениями	20883	41765	41765	41765	41765
ВАЛОВЫЙ ДОХОД / УБЫТОК	52121	104241	104241	104241	104241
Норма валовой прибыли	35%	35%	35%	35%	35%
Операционные расходы	2760	5520	5520	5520	5520
Маркетинг и реклама	1200	2400	2400	2400	2400
Прочие затраты адм.характера	1560	3120	3120	3120	3120
ДОХОД (УБЫТОК) ОТ ОПЕРАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	49361	98721	98721	98721	98721
<i>Норма операционной прибыли</i>	33%	33%	33%	33%	33%

Выплаты вознаграждения по привлеченным средствам	8733,056	7036,111	5049,444	3062,778	1076,111
ДОХОД/ (УБЫТОК) ДО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ	40628	91685	93672	95659	97645
НАЛОГ	4486	8973	8973	8973	8973
ЧИСТЫЙ ДОХОД/ (УБЫТОК)	36141	82713	84699	86686	88673
<i>Норма чистой прибыли</i>	24%	28%	28%	29%	30%
ЧИСТЫЙ ДОХОД/ (УБЫТОК) НАРАСТАЮЩИМ ИТОГОМ	46439	122334	207034	293720	382393

28. ПРОИЗВОДСТВО НАТУРАЛЬНОЙ КОСМЕТИКИ РУЧНОЙ РАБОТЫ



Концепция проекта.

Проект предполагает инвестирование 3,3 млн. тенге на капитальные вложения и пополнение оборотных средств, выход на плановые мощности по производству косметической продукции. Реализация планового проекта позволит инициатору проекта упрочить свои позиции на рынке и добиться выгодной рыночной позиции, тем самым получить высокие финансовые результаты и увеличить долю рынка натуральной косметики.

Задачи проекта:

- Укрепление позиций на рынке производства косметической продукции.
- Удовлетворение потребительского спроса в широкой номенклатуре качественной косметической продукции по уходу за лицом и телом.

- Получение надлежащих финансовых результатов инициатором проекта.

Реализация проекта по графику занимает 36 месяцев.

Целевая группа: женщины от 16 до 60 лет; оптовые закупщики косметической продукции.

Цели бизнеса:

- Закрепиться на рынке косметической продукции.
- Обеспечить стабильный уровень входящих денежных потоков.
- Достичь положительного социального эффекта путем сохранения легальных рабочих мест и увеличения налоговых выплат в бюджет.
- Обеспечить предоставление клиентам качественную натуральную продукцию.

Описание продукции

Натуральная косметика ручной работы для ухода за кожей производится без использования лаурет и лаурил сульфат натрия, силиконов и продуктов нефтепереработки, без парабенов и других синтетических ингредиентов. При производстве используется качественное сырье – натуральные и свежие компоненты, растительные масла, экстракты лечебных растений и трав, минеральные соли и эфирные масла.

Анализ рынка.

Основные показатели развития косметической отрасли в Казахстане. Рынок косметики Казахстана в настоящее время превышает триллионы тенге. Эксперты сообщают, что ранее на декоративную косметику приходилась основная доля потребительского спроса. Теперь стабильно растет спрос на косметику по уходу за кожей.

Емкость рынка косметических изделий РК в 2014 году составил 1,1 млрд. долларов США и вырос по сравнению с предыдущим годом на 6,1%. На ближайшие 4 года тенденция прироста оценивается в 6,3% и к 2018 году объем казахстанского косметического рынка может достичь 1,4 млрд. долларов США. Местные производители натуральной косметики оценивают свою долю на рынке страны всего в **0,5–1%**.

На косметическом рынке Казахстана за последнее десятилетие произошли значительные изменения. Рынок растет быстрыми темпами, хотя глобальные экономические изменения также повлияли на страну. Ежегодный прирост рынка красоты остается привлекательным, также как в России и других странах, находящихся в активной экономической динамике.

Привычки и предпочтения потребителей Казахстана сильно меняются. Ранее на декоративную косметику приходилась основная доля потребительского спроса. Теперь соотношение заметно растет в пользу косметики и процедур по уходу. Всемирный культ молодости и популярность антивозрастной косметики также влияют и на рынок Центральной Азии.

Производство косметических продуктов в Казахстане слабо представлено, этот сегмент замещается российской недорогой косметикой.

Основные тенденции рынка косметики говорят о ежегодном увеличении его емкости. Лидерами, как и прежде, остаются иностранные компании. Интересно, что большая часть косметики покупается казахстанцами не в специализированных магазинах.

Принимая во внимание высокую зависимость стран ЕАЭС от импорта косметических изделий, ростом основных социально-экономических показателей их развития, разработкой новых законодательных актов и нормативов в странах ЕАЭС, способствующих развитию взаимовыгодного внешнеторгового сотрудничества, делает косметические рынки стран ЕАЭС наиболее привлекательными для вывода на них продукции иностранными производителями косметики.

Классификация и сегментация косметических изделий. На мировом косметическом рынке существует несколько видов классификаций, ориентированных на различные характеристики косметических изделий.

Классификация по технологии производства, ценовому статусу и качеству

Классификация косметики, которой занимается Ассоциация Независимых Экспертов, центральный офис которой находится в Швейцарии, разделяет ее на несколько категорий:

- *Mass market* (относительно недорогая косметика, производимая огромными партиями. В её основе лежат продукты нефтехимии и растительные ингредиенты весьма низкого качества, искусственные консерванты, как правило, производные формалина и фенола. Представители данного класса: Herbina, E.L.Erman, AVON, Oriflame, Faberlic).

- *Middle market* (косметика среднего класса, что обуславливает уже более высокий уровень и качество данной косметики. Кремы и средства по уходу за кожей этой категории содержат природные биологически активные вещества, а консерванты растительного происхождения. Представители данного класса: REVLON, L'OREAL, Mary Kay, BOURJOIS, LANCOME).

- *Lux* (косметику этого класса можно смело назвать «косметикой высоких технологий». Производители имеют свои научно-исследовательские лаборатории, не скупятся и на оплату дизайнеров, маркетологов и т.п. В косметике класса Люкс биологически активные компоненты составляют порядка 70%-80%. Важно, что используется растительное сырье наивысшего качества, а консерванты - только натуральные: коллоидное серебро, прополис, масло чайного дерева и др. Представители данного класса - это дома Высокой моды: в первую очередь Elizabeth Arden, Nina Ricci, Helena Rubinstein, Yves Saint Laurent, что обуславливает ее качество и дизайн).

- *Косметика для профессионалов* (концепция данного направления косметических средств -- мгновенное удовлетворение потребности клиента и привязка его к салону красоты);

- *Лечебная косметика – космецевтика* (косметические средства этого класса разделяют на 3 уровня, в зависимости от степени проникновения в слои кожи. 1-й уровень работает в эпидермисе -- верхнем слое кожи, оказывает оживляющее, питательное и увлажняющее действие, способствует здоровому формированию клеток. Лечебная косметика I уровня продаются исключительно в аптеках: «VICHY», «PHYTO», «LIERAC», «URIAGE», «PHYTOPHARM», «PHARMCOSMETIC» и др. Средства космецевтики 2-го уровня работают не только в слоях эпидермиса, но и в 2-х слоях дермы до гиподермы, в основе лечебной косметики II уровня лежат натуральные биоактивные компоненты (например, эфирные масла), полученные посредством высоких технологий. Лечебная косметика III уровня обладает всеми качествами и достоинствами косметических средств 2-го уровня, но способна на более эффективное и глубокое воздействие на слои кожи. Это достаточно революционное достижение ученых-косметологов стало доступным потребителю в 2004 году).

Классификация косметических изделий по воздействию на кожу (Защитная, Питательная, Гидратирующая, Очищающая, Стимулирующая, Замещающая).

Классификация косметических изделий по активному компоненту (Синтетические, Полусинтетические, Природные - микрокосметика (активные компоненты микроорганизмов), петрокосметика (активные компоненты минералов и элементарных веществ), морская косметика (активные компоненты морепродуктов), энтомокосметика (активные компоненты насекомых), фитокосметика (активные компоненты растений), ксенокосметика (активные компоненты животных и птиц), аллокосметика (активные компоненты тканей человека).

Сегментация рынка косметических изделий по назначению

• Гигиенические косметические средства (other): для умывания, мытья и очистки кожи (вода, мыло, лосьоны, косметическое молочко, кремы, масла, тонирующие добавки для ванн, шампуни для волос, зубные пасты); с антисептическим и дезодорирующим действием для интимной косметики; для тела (лосьоны для макияжа и тонирующие, масла, кремы, пудра); от загара (защитные).

• Специальные средства для ухода за кожей лица (skin care): защитного характера; регенеративные тонирующие (в том числе маски).

• Специальные средства для ухода за кожей рук и ногтями (other): защитные; регенеративные.

• Средства декоративной косметики (make-up или color cosmetics): для маскировки дефектов внешности, создания цветовых эффектов на коже и ногтях; отбеливающие; для ухода за кожей ног, депилятори.

• Средства для ухода за волосами (hair care).

• Парфюмерия (fragrance).

Демографическая сегментация рынка косметических изделий по назначению:

• косметика для женщин;

• косметика для мужчин;

• косметика для подростков;

• косметика для детей.

Внутреннее производство. Согласно данным Комитета по статистике РК по состоянию на 19 сентября 2016 года в РК было зарегистрировано 27 предприятий с основным видом экономической деятельности «Производство парфюмерных и косметических средств». Данные предприятия расположены в 9 регионах РК, наибольшее число предприятий, относящихся к данному ОКЭД расположены в г. Алматы (10 единиц). Все зарегистрированные предприятия являются малыми с численностью работников до 50 человек.

За первое полугодие 2016 года объем производства данной товарной позиции составил 1,1 тыс. тонн с темпом роста к соответствующему периоду предыдущего года 90,3%. С 2011 года по 2015 год наблюдается стабильный рост объемов производства средств для бритья, дезодорантов и средств от пота, составов для принятия ванн. В 2015 году объем производства данной категории товаров достиг 2,2 тыс. тонн, что на 5% выше уровня 2014 года и в 6,5 раза выше показателей производства 2011 года. Однако за первое полугодие темп 2016 года темп роста объемов производства несколько снизился, составив 85% к соответствующему периоду 2015 года, в натуральном выражении объем производства составил 913 тонн. Среднегодовой темп роста анализируемой категории товаров за период 2011-2015 гг. сложился в размере 165%.

Тенденции развития рынка парфюмерно-косметических изделий Республики Казахстан. На косметическом рынке Казахстана за последнее десятилетие произошли значительные изменения. Рынок растет быстрыми темпами, хотя

глобальные экономические изменения также повлияли на страну. Ежегодный прирост рынка красоты остается привлекательным, также как в России и других странах, находящихся в активной экономической динамике.

Привычки и предпочтения потребителей сильно меняются. Ранее на декоративную косметику приходилась основная доля потребительского спроса. Теперь соотношение заметно растет в пользу косметики и процедур по уходу. Всемирный культ молодости и популярность антивозрастной косметики также влияют и на рынок Центральной Азии.

В Казахстане динамичнее всего растет доля продаж косметики в категориях «средний» и «верхний сегменты», «mass-маркет» и «middle-маркет». В категории «люкс» продажи также сильно растут, но преимущественно в крупных городах. Потребители следят за инновациями в области эстетической медицины и косметологии, что влечет за собой появление на рынке новых брендов по уходу за кожей, аппаратной косметологии и передовых методик и препаратов в области эстетической медицины. Также популяризируется доля селективной косметики и нишевой парфюмерии.

Отечественное производство косметических продуктов в регионе слабо представлено, этот сегмент замещается российской недорогой косметикой. Еще одна ярко выраженная тенденция на рынке – увеличение доли аптечной косметики и вовлечение в целевые группы потребителей мужчин, подростков и детей. В retail-сегменте продажи сильно возросли с появлением крупных сетевых форматов торговли, которые соответствуют международным, таким как Sephora, Douglas. Аналитики говорят о начале нового этапа в развитии казахстанской парфюмерно-косметической розницы. Основные ее цели – покорение регионов, наращивание числа торговых точек, работа над имиджем сети и сервисом.

В Казахстане на начало 2013 года доля прямых продаж в общем объеме рынка косметической продукции немного превышала 30%. При этом, как говорят аналитики, прогнозируется увеличение продаж в этом секторе на 35% в сравнении с 14%-ным ростом в розничных магазинах. Основные тенденции рынка косметики говорят о ежегодном увеличении его емкости. Лидерами, как и прежде, остаются иностранные компании. Интересно, что большая часть косметики покупается казахстанцами не в специализированных магазинах.

Персонал. Организационная структура включает персонал из 24 человек.

Расходы на ФОТ

№	Должность	Начислено
1	Главный технолог	100 000,00
2	Фасовщик-кладовщик	70 000,00
3	Администратор	70 000,00
4	Помощник технолога	50 000,00
	ИТОГО	290 000

Административные и эксплуатационные расходы.

Административные расходы:

Расходы	Сумма в месяц, тенге	
	отопительный сезон	неотопительный сезон
Арендная плата за цех	55 000	55 000
Электроэнергия	10 000	10 000
Отопление	5 000	0
Водоснабжение	5 000	5 000
Услуги связи, Интернет	5 000	5 000
Канцелярские товары	5 000	5 000
Непредвиденные расходы	20 000	20 000
ИТОГО:	105 000	100 000

Эксплуатационные расходы:

Показатель	2018г.				2019г.				2020г.			
	40%		50%		60%		70%		80%		90%	
	кол-во, ед.	экспл. расходы, сумма, тенге	кол-во, ед.	экспл. расходы, сумма, тенге	кол-во, ед.	экспл. расходы, сумма, тенге	кол-во, ед.	экспл. расходы, сумма, тенге	кол-во, ед.	экспл. расходы, сумма, тенге	кол-во, ед.	экспл. расходы, сумма, тенге
Средства для ухода за лицом и телом	1 190	1 045 681	1 488	1 307 101	1 785	1 568 521	2 083	1 829 941	2 380	2 091 361	2 678	2 352 781
Предполагаемый объем реализации	1 190	1 045 681	1 488	1 307 101	1 785	1 568 521	2 083	1 829 941	2 380	2 091 361	2 678	2 352 781

Затраты на реализацию проекта

В данном инвестиционном предложении предприятием предусматриваются капитальные вложения и пополнение оборотных средств для закупа сырья. В дальнейшем сырье планируется приобрести за счет чистой прибыли.

Оценка инвестиционных затрат представлена в следующей таблице.

Наименование	Сумма, тенге
Закуп сырья	2 614 202
Приобретение оборудования и инвентаря	366 390
ВСЕГО:	2 980 592

ОПиУ по годам, 2018-2020 гг.

Показатели	2018	2019	2020	2021
Выручка	18 850 000	50 895 000	73 515 000	30 160 000
Эксплуатационные расходы	7 842 605	14 116 689	20 390 772	8 365 445
Расходы на заработную плату	2 320 000	3 480 000	3 480 000	1 160 000
Валовая прибыль	8 687 395	33 298 311	49 644 228	20 634 555
<i>Норма валовой прибыли</i>	46%	65%	68%	68%
Административные расходы	815 000	1 235 000	1 235 000	411 667
Доход/убыток от операционной деятельности	7 872 395	32 063 311	48 409 228	20 222 888
<i>Норма операционной прибыли</i>	42%	63%	66%	67%
Амортизация	81 420	122 130	122 130	40 710
Прибыль до налога на прибыль	7 790 975	31 941 181	48 287 098	20 182 178
Налоги (3/20%)	565 500	1 526 850	9 657 420	4 036 436
Чистая прибыль	7 225 475	30 414 331	38 629 678	16 145 743
<i>Норма чистой прибыли</i>	38%	60%	53%	54%
ЧИСТЫЙ ДОХОД/ (УБЫТОК) НАРАСТАЮЩИМ ИТОГОМ	7 225 475	37 639 807	76 269 485	92 415 227

29. ИЗГОТОВЛЕНИЕ ОФИСНОЙ БУМАГИ А-4

**Концепция проекта.**

Концепция проекта предусматривает организацию по производству офисной бумаги А4 в Западно-Казахстанской области.

В настоящее время люди, занимающиеся новым современным бизнесом, всегда получают стабильную высокую прибыль, потому что всё новое и необычное привлекает клиентов. В последнее время популярность набирает бизнес по изготовлению офисной бумаги. Прогрессивная новинка приносит владельцам хороший ежемесячный доход. Бизнес на изготовлении офисной бумаги – отличный вариант для начинающего предпринимателя, невысокие первоначальные затраты и большой клиентский спрос помогут быстро заработать. При грамотном продвижении в интернете можно получить клиентов не только из своего города, но и за его пределами.

Благодаря исследованию, выявлено, что в Казахстан импортируется около 50 тысяч тонн разного вида офсетной бумаги ежегодно. Причем эта цифра постоянно растет, среднегодовое потребление имеет прирост примерно 7%.

Цели проекта:

1. Эффективное использование инвестиционных средств для организации бизнеса;
2. Удовлетворение местного населения производимыми изделиями офисной бумаги А4.

Целью деятельности предприятия будет являться извлечение дохода для улучшения материального благосостояния его участника. Основными потребителями изделий являются государственные организации, представители бизнеса, частные лица.

Общие инвестиционные затраты по проекту включают в себя:

Расходы, тыс.тг.	Всего	2018	Доля
Инвестиции в основной капитал	19057,0	19057,0	70%
Оборотный капитал	7000,0	7000,0	30%
Всего	27057,0	27057,0	100%

Финансирование проекта планируется осуществить за счет заемного капитала:

Источник финансирования, тыс.тг.	Всего	2017	Доля
Собственные средства	7000,0	7000,0	30%
Заемные средства	19057,0	19057,0	70%
Всего	27057,0		100%

Общие инвестиционные затраты по проекту включают в себя тенге:

Наименование	Кол-во	Цена (тенге)	Стоимость (тенге)
Оборудование для резки и упаковки бумаги формата А4	1	8 034 000	8 034 000
Оборудование для упаковки бумаги А4	1	11 013 600	11 013 600
Итого		19 057,0	19 057,0

Описание продукции. Офисная бумага имеет деление на классы, но четких границ между ними нет, так что давайте обратимся к параметрам: вес м² – самое распространенное 80 гр/кв.м, формат листа А4 (210x297 мм), количество листов в пачке – 500 листов, белизна ISO 96 – 105%, 146 CIE, далее идут такие параметры как непрозрачность, толщина, яркость, влажность, шероховатость, гладкость и еще целая куча специфических технических данных, на которых мы пока не будем заострять внимание.

Хорошо если Вы, например, участвуете в тендерах и характеристики бумаги четко прописаны в тендерной документации или давно работаете на рынке и точно знаете, чего хотят Ваши покупатели, если же нет, то мы рекомендуем немного подумать прежде чем принимать окончательное решение и поверьте подумать есть над чем.

Вернемся к параметрам, первое – вес бумаги, насколько важна Вашему покупателю цифра 80? Или его в большей степени интересует цена и стабильная работа его оборудования? Среди зарубежных бумаг уже давно встречаются офисные бумаги с весом 70-75 грамм, что это дает? Возьмем для ровного счета, что тонна сырья для производства стоит 50 000 рублей, в этом случае разница между 500 листовыми пачками бумаги 80 гр/кв. м² и 75 гр/кв.м составит 7 рублей 80 копеек, которую можно положить в «карман» или разделить с покупателем, снизив его затраты и увеличив свою прибыль.

Так ли заметно это снижение веса? Разница в весе 1 кв. м составляет 5 грамм, площадь же листа А4 0,06237 кв.м, то есть разница в весе листов составит 0,31 грамма. Из своего опыта можем добавить по этому поводу следующее: есть большое количество компаний, имеющих очень большой документооборот, например, фармацевтические компании, которые обязаны помимо стандартного пакета документов копировать весь пакет сертификатов на лекарства на каждую партию, какой бы маленькой она не была. Затраты на бумагу у таких компаний весьма высоки, стремясь снизить эти затраты компании приобретают мощные печатающие устройства, такие как принтеры RISO, способные печатать на бумаге в плотность до 40 гр/кв.м, но зачастую они сталкиваются с проблемой где же купить бумагу с меньшим весом. Среди наших покупателей есть компании, использующие для этих целей бумагу 65, 60 и даже 50 гр/кв.м, последние две бумаги найти в формате А4 действительно крайне сложно. Пойти и нарезать в соседней типографии к сожалению, тоже не получится, так как многие печатные машины работают на очень больших скоростях и крайне критично относятся к точному размеру листа.

Второе: формат листа, бумага будет востребована не только в формате А4 (210x297 мм), но и в формате А3 (420x297 мм) и дизайн упаковки стоит разрабатывать сразу с учетом двух размеров, что гарантировано позволит сохранить стилистику бренда.

Третье: упаковка. Стоит определиться будет ли у Вас монопродукт, скажем бумага А4 500 листов или же небольшая линейка, включающая в себя А4 500 листов, 250 листов и 100 листов, последнее мы рекомендуем если Ваш сбыт связан с розничными продажами через магазины. Там приобретают бумагу в том числе покупатели, у которых объем потребления очень низкий или вообще разовый и связан, например, с написанием курсовой работы и пачка в 500 листов для них многовато, а вот 100 в самый раз, только качественная бумага 100 листов попадает не так часто.

Четвертое: белизна и CIE с этими двумя параметрами так же стоит определиться, например, если Ваш сбыт осуществляется через розничные магазины, то Ваши покупатели и понятия не имеют о существовании этих параметров. Максимум, что их будет интересовать это внешний вид бумаги. Разницу между 96% и 98% белизны человеческий глаз воспринять просто не способен, для определения разницы между 146 CIE и 128 CIE понадобится специальное лабораторное оборудование без него бумаги с этими параметрами будут выглядеть идентично.

Бумаги с высокими значениями этих показателей, отличаются большим содержанием химических веществ, действие которых направлено на усиление визуальной белизны и яркости бумаги. В частности, это оптические отбеливатели, применение которых, в производстве бумаг для дошкольных, школьных и профессиональных учебных заведений, в СССР было категорически запрещено, ввиду негативного влияния на зрение. Бумага сама по себе не способна отразить 100% попадающего на нее света, а тем более превзойти это значение, химические вещества входящие в состав бумаги за счет собственного излучения обеспечивают высокие показатели. Сегодня люди, занимающиеся документооборотом, такие как бухгалтера, зачастую имеют слабое зрение отнюдь не по причине длительного пребывания за монитором компьютера, а из-за частой работы с бумажными носителями. Так бумага для печати газет до сих пор отличается низкими показателями белизны, что обеспечивает оптимальный для зрения человека контраст между бумагой и напечатанным текстом, что в свою очередь позволяет без перенапряжения глаз прочесть практически весь номер за один раз, в случае же повышения белизны уже при прочтении одной полосы усталость глаз будет значительной. По этим причинам наша компания настоятельно не рекомендует поставлять бумагу с высокими показателями в дошкольные и школьные учебные заведения, и в случае обращения по вопросу изготовления подобной бумаги специально для детей (например, серия для детского творчества) мы будем вынуждены ответить отказом в производстве этого продукта.

После того как будут определены основные параметры бумаги мы сможем подобрать подходящее, под Ваши требования, сырье и приступить к расчету стоимости продукта. Так же если Вы имеете собственное сырье или возможность приобрести его по более выгодной цене мы примем Ваше сырье в переработку.

Следующий этап упаковка пачки бумаги. Для определения размера упаковочного листа необходимо знать толщину бумаги и количество листов в пачке, после подбора подходящего сырья с толщиной бумаги мы разберемся самостоятельно, а вот с количеством листов в пачке потребует Ваша помощь. Далее, материал из которого будет изготовлена упаковка. Бумага, политая полиэтиленом - отличные барьерные свойства, высокая прочность и такая же высокая цена. Полипропиленовая пленка самые высокие показатели - средняя цена. Бумага - самый бюджетный вариант. Все три варианта могут быть применены с печатью и без, при упаковке в прозрачную полипропиленовую пленку можно сделать этикетку на листе бумаги и вложить ее в пачку в качестве верхнего листа. Так же ко всем трем вариантам применимы наклейки из самоклеящейся бумаги. Если Вы планируете производить цветную бумагу мы рекомендуем выбрать в качестве упаковки полипропилен прозрачный или с печатью, в дизайне которой будут предусмотрены «окошки», через которые потребитель сможет увидеть содержимое.

Если упаковка будет с печатью, необходимо разработать дизайн, в этом вопросе мы так же можем оказать содействие. Если Вы планируете заниматься разработкой дизайна самостоятельно, обратите внимание на следующие моменты. Необходимо учесть способ печати, которым она будет изготовлена, мы используем упаковку в рулонах и если заказ на печать будем размещать мы, то это будет флексопечать, Вы можете предоставить готовую упаковку.

Заключительный этап коробка. Необходимо определиться со следующими вопросами: количество пачек в коробке (чем больше пачек в коробке, тем ниже стоимость пачки бумаги), тип гофрокартона бурый или белый, наличие печати (разработка дизайна), необходимость штрих-кода, наличие этикетки (обычно применяется при отсутствии печати). Вы так же можете предоставить готовые коробки.

Маркетинговый план.

Основой современной концепции маркетинга является изучение рынка.

Потенциальные клиенты по покупке офисной бумаги А4. Покупателей офисной бумаги А4 можно разделить по следующим категориям:

1. Предприятия и организации, государственные организации, школы, сады которым необходимо для постоянной работы офисная бумага.

2. Организации или частные лица, которым необходимы офисной бумаги А4

Планируется осуществление продаж через интернет, социальные сети, реклама которых на много ниже стоимости рекламы в СМИ (телевидение, газеты, радио) и другие виды реклам. Согласно портрету клиентуры, потенциальные покупатели чаще всего ищут необходимые товары через интернет магазины или соцсети.

Ценовая политика. На первых этапах развития данного бизнеса предполагается использовать политику агрессивного вхождения в рынок. Сочетание таких факторов как разумная цена, высокое качество продукции, быстрые сроки исполнения заказов не оставят практически никаких шансов конкурентам.

Основными целями при создании подобного рода бизнеса, безусловно, являются цели получения высокого уровня прибылей, высокого уровня сбыта, роста продаж и завоевания доверия клиентов. Основная цель – наиболее полное удовлетворение существующего спроса на офисную бумагу А4. Для завоевания нового рынка фирме необходимо провести рекламную кампанию в социальных сетях и интернет ресурсах.

Предоставление потребителю возможности максимально широкого выбора товаров - первоочередная задача. Став однажды клиентом фирмы, заказчик не должен искать других производителей. Продвижение и стимулирование сбыта продукции преобразуются и проявляются в поддержке делового постоянного сотрудничества с заказчиками.

Основные и потенциальные конкуренты. Изучив первичную и вторичную информацию в городе Уральск и в области по производства офисной бумаги А4, можно сказать, что конкуренции в данной отрасли производства, которые специализируются только выпуском офисной бумаги А4 в городе и тем более нет. В области и городе некоторые рекламные компании берут заказы на доставку, затем заказывают изделия у компаний, что делает товар более дорогим, также во времени покупатель проигрывает и спектр ассортимента не велик.

Основными преимуществами выпуска изделий офисной бумаги А4 являются:

- сниженная цена за счет экономии на доставку;
- высокие доходы, при низких затратах на расходные материалы.

Стратегия маркетинга. В расчетах заложены ежемесячные затраты на рекламу. Будет использоваться «прямой маркетинг», заключение прямых договоров на поставку продукции с участием инвестора (участника деятельности).

Организацию реализации продукции 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.

Формирование спроса и стимулирование сбыта планируется исходя из следующих моментов:

- Относительно низкий уровень цен по сравнению с другими;
- Поиск новых клиентов в учреждениях и организациях;

Реализация программ по стимулированию спроса на продукцию.

Технологический процесс. Процесс резки начинается с подачи на стойки размотки рулей бумаги.

Стойки позволяют перерабатывать рулоны до 1 200 мм шириной и 1 400 мм в диаметре. Мощные вентилируемые дисковые тормоза обеспечивают стабильную подачу материала, тормозное усилие настраивается под каждый материал индивидуально. Динамическая система контроля натяжения полотна предотвращает излишнее напряжение или провисание разматываемого материала. Система компенсации скручиваемости бумаги выпрямляет разматываемый материал.

Динамическая система контроля положения полотна позволяет с высокой точностью удерживать все полотна на заданных позициях не зависимо от скорости работы машины. Детектор мест склейки в автоматическом режиме отбраковывает не кондиционные листы предотвращая их попадание в пачки.

Подрезка боковых кромок обеспечивает стабильный размер получаемых листов, компенсируя отклонения в размерах рулонов, которые допускаются ГОСТом ± 2 мм. Минимальный размер обрезной кромки обеспечивающий стабильную работу составляет 2,5 мм. Шаг регулировки длины отрезаемых листов составляет 0,1 мм. В формируемых пачках может быть любое четное количество листов от 10 до 1000, не четное количество требует дополнительного согласования. Линия позволяет производить не только бумагу в пачках, но и бумагу без упаковки, направляя ее на отдельный конвейер.

Материал, используемый для упаковки пачки, может быть различным: бумага, пленка, комбинированный материал с печатью и без. Печать на материале может быть, как хаотичной (не привязанной к геометрии пачки), так и регулярной, в этом случае отрезание упаковочных листов из рулона производится по фотометке. В качестве материала для упаковки пачки могут быть использованы и не стандартные материалы, чтобы подчеркнуть индивидуальность получаемого продукта. Упаковка пачки может быть склеена различными клеями или запаяна под воздействием температуры.

Оборудование для резки офисной бумаги.

1. Техническая спецификация

Модель	HQ-1100C
Максим.диаметр рулона	1400mm
Толщина бумаги	40-500g
Максимальная толщина нарезки	1050mm



Длина нарезки	20-1200mm
Рабочая линия	One line
Размоточное устройство	Pneumatic auto unwind
Скорость	10-150times/min
Точность вырезания	±0.2mm
Общая мощность	11kw
Вес	1500kg
Габариты	4000×1900×1500mm

Оборудование для упаковки офисной бумаги А4.

Оборудование для упаковки офисной бумаги (материал: пленка).



Описание. Упаковочная машина выпускается в двух модификациях. Упаковка из рулона материала и упаковка из листов. В установке используются самые современные и передовые технологии, компьютерное управление. Она осуществляет упаковку антистатичной копировальной бумаги международного формата А4. Обеспечивает высокую эффективность работы и производительность. Гарантирует надежность, бесшумность и высокое качество. Производительность 600-900 упаковок в час.

Основные функции.

1. В установке используется серия механических структур, с пневматическими устройствами, которые выполняет одновременно подачу бумаги, исправление отклонений, нарезки, упаковки, нанесение клея, обертки и т.д. на протяжении всего процесса упаковки. 2. Движение осуществляется через серию фотокамер и соединенных между собой конвейеров. 3. Установлен программируемый логистический контроллер (PLC) Siemens. 4. Сенсорный дисплей обеспечивает простоту и легкость в управлении. 5. В установке предусмотрен механизм для аккуратной подачи упаковочного материала из листов. 6. Для упаковочного материала из рулона установлен автоматический контроллер и специальный фотосенсор, осуществляющие регулировку скорости подачи и точности нарезки материала для упаковки. 7. К машине подключен механизм, который автоматически наносит клей. 8. Специальное устройство осуществляет обертывание бумаги и уплотнение для склеивания упаковок.

Технические характеристики:

Модель: ВТСР-297А.

Размер упаковки: 210х297х50мм.

Скорость: 13-15 шт. / мин.

Мощность: 5 Кв, 380 V

Воздушный компрессор: 0.6-0.7 МПа.

Размеры машины: 4600х1300х1680 мм.

Вес машины: 1700 кг.

Эксплуатационные расходы. Эксплуатационные расходы состоят из переменных расходов на сырье и материалы. Расходный материал будем получать у дилеров в городе Уральске.

Расчет стоимости доставки за 20 тонн сырья – 350 000 тенге. Стоимость одного рулона расходного материала составляет 279 938 тенге. В месяц мы будем расходовать 10-12 рулонов сырья. Стоимость 1 рулона (1тонна) составляет 279 938 тенге.

Наименование вида сырья, материала	Ед. изм. (тонн)	Цена за 1 единицу, тг.	Стоимость доставки сырья в расчете на 1 ед. изм.	Средний удельный расход сырья (материала) в натуральных показателях на единицу продукции (работы, услуги)
Офсетная бумага	1т	279 938	350 000 тг	0,5 т в день

Затраты на расходные материалы в месяц при максимальной загрузке мощностей

Наименование вида сырья, материала	Количество в день	Стоимость рулона за 1 т	Стоимость в день, тг	Итого в месяц, тыс тг
Офсетная бумага	0,5тонн	279 938	139 969	3 499,2

Общие и административные расходы предприятия в месяц, тенге

Затраты	2018
Аренда помещения	150 000
Коммунальные расходы	80 155
ФОТ	250 000
Обслуживание и ремонт ОС гарантия 1 год	-
Доставка (16 тонн)	350 000
Расходы на рекламу	50 000
Прочие непредвиденные расходы	30
Итого	910 155

Итого общие расходы в месяц составляют: на расходные материалы 3 499,2 тыс. тенге, общие расходы 910 155 тенге. Итого общая сумма расходов в месяц составляет 4 409,3 тыс. тенге.

Программа производств. Данное производство предполагает производство офисной бумаги формата А4 и А3. Исходя, из использования мощностей оборудования на 100% планируется следующая программа производства.

Программа производств и реализации товара в месяц:

№	Наименование	Количество упаковок в день	Количество упаковок в месяц	Цена реализации, тенге	Выручка в месяц, тг
1	Офисная бумага А4	500	12 500	800	10 000,0

Расход материалов в сутки:

Норма выпуска изделий	Количество листов в день, листов	Количество пачек в день
700 листов в минуту	250 000	500

В первый год реализации товара используется от 50% мощности оборудования, далее во втором месяце и последующих месяцах использование мощности оборудования увеличивается. В производственной программе по годам взят средний процент использования мощности. С 2018 года и последующие годы используется 100% мощностей, так как потребность в офисной бумаге высокая.

Отчет о доходах и расходах

Наименование	2 018	2 019	2 020	2021	2022	2023
	Итого	Итого	Итого	Итого	Итого	Итого
Доход от реализации продукции	30 000	120 000	120 000	120 000	120 000	120 000
Выручка	30 000	120 000	120 000	120 000	120 000	120 000
Себестоимость реализ. продукции	30 916	52 911	52 911	52 911	52 911	52 911
Прямые затраты	20 995	41 990	41 990	41 990	41 990	41 990
Косвенные затраты	10 921	10 921	10 921	10 921	10 921	10 921
Валовая прибыль	-916	67 089	67 089	67 089	67 089	67 089
Расходы, возврат кредита, осн. ср-ва	572	4 944	4 944	4 944	4 944	4 944
Доход до налогов	-1 488	62 145	62 145	62 145	62 145	62 145
Налог, 3%	900	3 600	3 600	3 600	3 600	3 600
Чистая прибыль	-2 388	58 545	58 545	58 545	58 545	58 545

30. ИЗГОТОВЛЕНИЕ ИЗДЕЛИЙ ИЗ ПЛАСТИКА ПО 3D МОДЕЛЯМ



Концепция проекта

Концепция проекта предусматривает организацию по производству изделий из пластика по 3d моделям в Западно-Казахстанской области.

В настоящее время люди, занимающиеся новым современным бизнесом всегда получают стабильную высокую прибыль, потому что всё новое и необычное привлекает клиентов. В последнее время популярность набирает бизнес на изготовлении 3D фигур с помощью специального принтера. Прогрессивная новинка приносит владельцам хороший ежемесячный доход, люди заказывают трёхмерные копии своих друзей, героев фильма и прочие фигуры из пластика. Бизнес на изготовлении объёмных фигур – отличный вариант для начинающего предпринимателя, невысокие первоначальные затраты и большой клиентский спрос помогут быстро заработать. При грамотном продвижении в интернете можно получить клиентов не только из своего города, но и за его пределами.

Цели проекта:

1. Эффективное использование инвестиционных средств для организации бизнеса;
2. Удовлетворение местного населения производимыми изделиями из пластика.

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

Основными потребителями изделий являются государственные организации, представители бизнеса, частные лица, цель которых привлечь посредством рекламы покупателей (объемные буквы или изделия, привлекающие население), также создание информативных стендов из пластика в организациях (школы, детские сады).

Планируемая сумма кредита 700 000 тенге.

Общие инвестиционные затраты по проекту включают в себя:

Расходы, тыс.тг.	Всего	2 018	Доля
Инвестиции в основной капитал	350	350	50%
Оборотный капитал	350	350	50%
Всего	700	700	100%

Финансирование проекта планируется осуществить за счет заемного капитала:

Источник финансирования, тыс.тг.	Всего	2018	Доля
Собственные средства	0	0	0%
Заемные средства	700	700	100%
Всего	700	700	100%

Приняты следующие условия кредитования: Программа Startup, 19% годовых. Планируется, что 10% по кредиту будут субсидироваться АО «ФРП «Даму».

Общие инвестиционные затраты по проекту включают в себя 700 000 тенге:

Наименование	Кол-во	Цена (тенге)	Стоимость (тенге)
3d принтер tevoblackwidow с двойным экструдером	1	250 000	250 000
Оборудование для установки 3d принтера стол -тумба	2	50 000	50 000
Ситалловое стекло для защиты печатающей площадки	1	10 000	10 000
Термоустановка для подогрева печатающей площадки	1	40 000	40 000
Пластик в катушках для производства изделий Pla	22	8 314	182 908
Пластик в катушках для производства изделий ABS	10	7 812	78 120
Пластик в катушках для производства изделий Wood	5	17 795	88 972
Итого			700 000

Описание продукции.

3D принтер – это устройство для создания физических объектов путем последовательного накладки слоев. Другими словами, 3D принтер способен распечатать любой физический предмет, который смоделирован на ПК.

На сегодняшний день существуют различные модели 3D принтеров, которые способны работать с разными расходными материалами. Это означает, что при помощи трехмерной печати можно изготавливать любые детали для механизмов, которые смогут выдерживать высокие нагрузки, и не уступают деталям, сделанным традиционным способом.



В отличие от обычного принтера, который печатает лишь тексты и изображения, 3D модель воспроизводит объёмные фигуры. Подобный результат достигается благодаря постепенному наслоению пластика или воска друг на друга до получения необходимого предмета. Более того, воспроизводимые прототипы по своим характеристикам могут не уступать оригиналам, например, «напечатанный» пластиковый пистолет по всем внешним данным напоминает настоящий пистолет. Отдельного внимания заслуживает

производство аксессуаров на 3d принтере. Достаточно много молодых людей хотят иметь уникальный стиль и соответственно оригинальные аксессуары. Это могут быть чехлы или уникальные корпуса для мобильных телефонов, ключей, необычные по форме брелоки, масса мелочей для автомобиля, запонки, пряжки ремней, визитницы, всякие мелочи для работы и отдыха, все, что подскажет ваша фантазия.

Если учесть тот факт, что продажа аксессуаров для многих – уже успешный бизнес, 3d принтер становится еще более актуальным инструментом предпринимательской деятельности. Ведь на нем, можно делать различные аксессуары хоть сутки напролет. Причем, можно с легкостью воплощать любые дизайнерские решения.

Станок отличается удобным интерфейсом, который дает возможность на ПК изучать трехмерное изображение будущего изделия. В свою очередь данная возможность исключает необходимость в пробном декоре.

3D печать – широкое поле для реализации творческих идей и бизнеса. Ныне раскрыта только малая часть ее возможностей. Если у нас эта технология только набирает оборотов, то европейцев уже не удивишь эксклюзивной одеждой и обувью, напечатанной на принтере. Однако студии 3D печати уже есть во многих казахстанских городах. Реализовывать производимые товары можно в различных сферах. Например, трёхмерные фигуры могут создаваться в качестве сувениров для друзей и родственников, на свадьбы, дни рождения и прочие значимые события. Для того чтобы сделать сувенир человеку лишь понадобится найти изображение и загрузить его на компьютер, после этого принтер сам создаёт фигуру, которая полностью копирует загруженную картинку.

Данное производство предполагает изготовление фигур популярных актёров, звёзд спорта, героев из мультфильмов и компьютеров, либо индивидуально на заказ клиента.

Также хорошим товаром для продаж могут стать аксессуары для смартфонов, созданные на 3D принтере. Молодые люди стремятся к индивидуальности, поэтому чехлы, корпуса, брелоки для телефонов будут пользоваться большим спросом. Для автолюбителей можно придумать различные безделушки в виде фигурок автомобилей, номеров, запчастей. Ещё одной интересной идеей является создание архитектурных макетов. Эффектно будет смотреться трёхмерная модель зданий на столе потенциальных инвесторов. Такой подход может быть высоко оценён среди действующих архитекторов, разрабатывающих презентации.

Маркетинговый план.

Основой современной концепции маркетинга является изучение рынка.

Покупателей изделий 3D из пластика можно разделить по следующим категориям:

1. Предприятия и организации, которым необходимо привлечь покупателей при помощи креативных рекламных инструментов, таких как пластиковые фигуры у входа в магазин, ресторан или детский сад (крупные буквы из пластика, фигурки людей животных и т.д.)

2. Организации или частные лица, которым необходимы нужные мелкие детали из пластика (шестеренки, патрубки, корпуса, составляющие для электроприборов, крепления и т.д.)

3. Частные лица, которые хотят удивить своих родных и близких (фигуры, бюсты, разные изделия из пластика на заказ).

4. Молодежь, желающие приобрести чехлы на телефон планшет и другое.

Планируется осуществление продаж через интернет, социальные сети, реклама которых на много ниже стоимости рекламы в СМИ (телевидение, газеты, радио) и другие виды реклам. Согласно портрету клиентуры, потенциальные покупатели чаще всего ищут необходимые товары через интернет магазины или соцсети.

Ценовая политика. На первых этапах развития данного бизнеса предполагается использовать политику агрессивного вхождения в рынок. Сочетание таких факторов как разумная цена, высокое качество продукции, быстрые сроки исполнения заказов не оставят практически никаких шансов конкурентам.

Основными целями при создании подобного рода бизнеса, безусловно, являются цели получения высокого уровня прибылей, высокого уровня сбыта, роста продаж и завоевания доверия клиентов. Основная цель – наиболее полное удовлетворение существующего спроса на товары 3 Д из пластика. Для завоевания нового рынка фирме необходимо провести рекламную кампанию в социальных сетях и интернет ресурсах.

Предоставление потребителю возможности максимально широкого выбора товаров -- первоочередная задача. Став однажды клиентом фирмы, заказчик не должен искать других производителей. Продвижение и стимулирование сбыта продукции преобразуются и проявляются в поддержке делового постоянного сотрудничества с заказчиками.

Основные и потенциальные конкуренты. Изучив первичную и вторичную информацию в городе Уральск и в области по производства 3D изделий из пластика, можно сказать, что конкуренции в данной отрасли производства, которые специализируются только выпуском разных изделий 3Д фигур в городе и тем более нет. В области и городе некоторые рекламные компании берут заказы на производство 3Д изделий из пластика, затем заказывают изделия у компаний по производству 3Д изделий в близлежащих регионах России и продают, что делает товар более дорогим, также во времени покупатель проигрывает и спектр ассортимента не велик.

Основными преимуществами выпуска изделий 3D из пластика являются отсутствие затрат на помещение (будет производиться в собственном доме); не надо нанимать персонал (задается соответствующая программа в компьютер и принтер сам печатает изделия); высокие доходы, при низких затратах на расходные материалы.

Стратегия маркетинга. В расчетах заложены ежемесячные затраты на рекламу. Будет использоваться «прямой маркетинг», заключение прямых договоров на поставку продукции с участием инвестора (участника деятельности).

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.

Поиск новых клиентов в учреждениях и организациях.

Реализация программ по стимулированию спроса на продукцию.

Технологический процесс.

Принцип работы такого принтера заключается в том, что печатающая головка (так называемый экструдер) сильно нагревается и плавит пластик, который подается в виде литой трубки. Далее расплавленный материал подается с нижней части печатающей головки и помещается в нужных местах. Для правильно работы принтера необходим специальный файл, который содержит всю информацию о создаваемой модели. В зависимости от модели принтер может быть подключен к ПК или работать автономно.

Особенности работы:

- Пластик в аппарате застывает благодаря ультрафиолетовым лучам.
- При сплавлении используется лазерная технология, благодаря которой принтер превращает пластиковый или металлический порошок в фигуру.
- В ходе работы фигура подвергается ламинированию для получения большой прочности.
- Завершается работа принтера в результате применения стереолитографии (постепенное засвечивание).

Так как изготавливать и реализовывать продукцию предприниматель будет самостоятельно, то расходы на зарплату не потребуются.

Средняя скорость печати составляет 1 грамм в 10 минут.

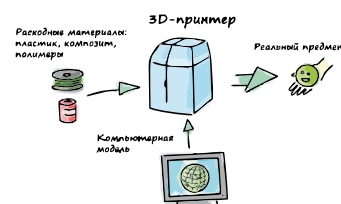
Этап 1. Создание макета элемента декора. Для этой цели необходимо соответствующее ПО (программное обеспечение).

Этап 2. Загрузка полученных параметров в станок.

Этап 3. Создание станком продукции, соответствующей ранее загруженным параметрам. Изделие готово и может использоваться.

Плюсы 3D-декора: оперативность производственного процесса; низкая себестоимость продукции; монтаж изделий из пластика очень прост; можно реализовать практически любую фантазию заказчика.

После начала производства создается сайт с описанием и изображением образцов, где можно не только увидеть, но и приобрести продукцию. Также продукция выставляется в имеющемся торговом помещении. Размещается реклама в газетах, на рекламных постерах, распространяются листовки. Ведется реклама в социальных сетях (ВК, инстаграм, фейсбук и другие).



Затраты. Эксплуатационные расходы. Эксплуатационные расходы состоят из переменных расходов на сырье и материалы. Закуп будет осуществляться в Китае. Через дистрибьютора JIngQiuChinaShanghaiMinchangdistrictqibaotownxingzh anroad 366-24 будет производиться закуп расходного материала а именно ABS, PLA, Nylon, Wood, Flexible PLA. Грузоперевозки будут производиться компанией ТОО Карго Стар находящейся в г. Алматы.

Расходный материал будем получать на складе в городе Уральске. Расчет стоимости доставки будет производиться за 1 кг расходного материала 2 000 тг. В месяц мы будем расходовать 10 катушек пластика. Стоимость 1 катушки пластика получается 1 500 тг исходя из расчета вес катушки 0.750 г умножаем на 2000 (цена 1 кг). Всего стоимость доставки в месяц 15 000 тг.

Переменные расходы, тыс. тенге (в месяц) при использовании мощности оборудования на 100%:

Наименование материала	Количество катушек в месяц	цена, за одну катушку тг	Сумма, тг
Пластик в катушках для производства изделий Pla, 750гр	7	8314	58198
Пластик в катушках для производства изделий ABS	2	7812	15624
Пластик в катушках для производства изделий Wood	1	17795	17795
Итого			91167

Общие и административные расходы предприятия в месяц, тенге:

Затраты	2018
Коммунальные расходы	2500
Обслуживание и ремонт ОС	-
Доставка	15 000
Расходы на рекламу	2000
Прочие непредвиденные расходы	-
Итого	19500

Затраты на коммунальные услуги в месяц (включены в общие расходы):

Наименование	Объем потребления	Цена за, ед.тг.	Стоимость, тенге
1. Электроэнергия, кВт/ч	90 квт	20	1800
2. Вода», м3	-		
3. Канализация, м3	-		
4. Отопление,			700
итого:			2500

Программа производств.

Данное производство предполагает изготовление фигур из пластика индивидуально на заказ клиента. Актуальны для продаж аксессуары для смартфонов, созданные на 3D принтере. Также чехлы, корпуса, брелоки для телефонов пользуются большим спросом. В настоящее время также актуален заказ пластиковых запчастей, создание архитектурных макетов. Исходя, из использования мощностей принтера на 80% планируется следующая программа производства.

Программа производств и реализации товара в месяц:

№	Наименование	Средний вес одного изделия (грамм)	Стоимость за 1 грамм изделия, тенге	Себестоимость одного изделия, тенге	Цена реализации, тенге	Количество изделий в месяц, штук	Себестоимость изделий, тг	Выручка в месяц, тг
1	Изделия из пластика по 3d моделям (то есть специальные заказы: бюсты, объемные буквы, макеты и тд)	20	30	600	1200	100	60 000	120 000
2	Сувениры как abs так и pla пластик	10	30	300	600	100	30 000	60 000
3	Чехлы для сот. Телефонов pla	15	30	450	900	60	27 000	54 000
4	Детские игрушки из abs пластика	10	40	400	700	90	36 000	63 000
5	Пластиковые зап. части в размере 370*250*300mm (шестеренки, патрубки, корпуса, составляющие для электроприборов, крепления и тд.) pla пластик	10	30	300	600	100	30 000	60 000
6	Прочие изделия на заказ	10	30	300	600	60	18 000	36 000
	Итого	10,5 (средний вес изделий)				510	201 000	393000

Таблица – Расход материалов в сутки:

Расход 3D изделия из пластика	Норма выпуска изделий в сутки (грамм)	расход времени на 1 грамм изделия	Стоимость за 1 грамм изделия, тг
3D изделия из пластика	250	10 мин	30

При первом месяце реализации товара используется от 20% мощности оборудования, далее во втором месяце и последующих месяцах использование мощности оборудования увеличивается. В производственной программе по годам взят средний процент использования мощности.

Программа производств и реализации товара по годам:

№	Наименование	2018 год (8 мес.) Использование мощн. 50%		2019 Использование мощн. 80%		2020 Использование мощн. 100%	
		Количество изделий в год штук	Выручка в год, (тыс, тенге)	Количество изделий в год, штук	Выручка в год, (тыс, тенге)	Количество изделий в год, штук	Выручка в год, (тыс, тенге)
1	Изделия из пластика по 3d моделям (то есть специальные заказы: бюсты, объемные буквы, макеты и тд)	500	600,0	1200	1440,0	1500	1800,0
2	Сувениры как abs так и pla пластик	540	324,0	1200	720,0	1500	900,0
3	Чехлы для сот. Телефонов pla	350	315,0	720	648,0	900	810,0
4	Детские игрушки из abs пластика	500	350,0	1,080	756,0	1350	945,0
5	Пластиковые зап.части в размере 370*250*300mm(шестеренки, патрубки, корпуса, составляющие для электроприборов, крепления и тд.) pla пластик	463	278,0	1,200	720,0	1500	900,0
6	Прочие изделия на заказ	400	240,0	720	432,0	900	540,0
	Итого	3825	2106,5	6120	4716,0	7650	5895,0

II. ПРОИЗВОДСТВО БЫТОВЫХ И СТРОИТЕЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ

31. ПРОИЗВОДСТВО КРАФТ-УПАКОВКИ



Анкета проекта:

Цель инвестиционного проекта: организация деятельности цеха по производству крафт-упаковки.

Продукция: крафт-упаковки.

Общая стоимость проекта: 13 000 000 тенге.

Окупаемость проекта: 6 мес.

Концепция проекта

Концепция проекта предусматривает организацию деятельности цеха по производству крафт-упаковки. Актуальность бумажной упаковки на сегодняшний день очевидна, причем сфера использования этого материала постоянно расширяется и совершенствуется. На сегодняшний день изготовление бумажных мешков становится всё более востребованным. Это связано с появлением новых материалов, более современного и функционального оборудования, усовершенствованием технологий изготовления бумажных пакетов.

Одновременно с этим популярность этого вида упаковки связана с модой на экологически чистую продукцию из натуральных материалов.

Крафт-бумага – изобретение далеко не современное. Знакомые всем с детства желтые почтовые конверты и бумага, в которую упаковывали продукты в советское время, производились по такой же технологии.

В последнее время популярность этого вида упаковки снова набирает обороты, что связано с модой на экологически чистую продукцию из натуральных материалов. В крупных торговых сетях бумажные пакеты уже предлагаются в качестве альтернативы полиэтиленовым. Так что перспективы развития производства пакетов из крафтовой бумаги весьма оптимистичные.

Описание продукции

Упаковка любого материала, начиная с продуктов питания и заканчивая различного рода техникой, играет огромную роль при их продаже. И дело даже не в маркетинговой политике, а в определённых свойствах упаковочного материала.

Когда речь заходит о таком часто применяемом для изготовления упаковок компоненте как крафт-бумага, под этим, как правило, понимают высококачественный и довольно прочный обёрточный материал.

Но в действительности сфера использования такого типа бумажной продукции гораздо шире.

Крафт-бумага – это очень прочная обёрточная бумага, которая применяется для производства пакетов, мешков для сыпучих продуктов и других видов упаковок.

Слово «крафт» происходит от немецкого Kraft, что означает «сила». Так как одно из свойств этого материала – высокая устойчивость перед механическими повреждениями. Однако его главное преимущество заключается в экологичности (по сравнению с распространенными полиэтиленовыми пакетами) и невысоких затратах на производство. Эта бумага изготавливается из целлюлозы с использованием вторсырья. Этим и объясняется ее небольшая стоимость при разнообразии видов и плотности.

Существует несколько разновидностей крафт-пакетов:

Крафт-саше – чаще всего используются в пищевой сфере для упаковки продуктов, а также для рентгеновских снимков;
 С прямоугольным твердым дном – пакеты повышенной прочности для тяжелых грузов;
 Пакеты с тиснением;
 С флексографией – подходит для больших партий численностью более 10 000 штук;
 С шелкографией – для небольших тиражей от 100 штук;
 С офсетной печатью;
 Пакеты без ручек;
 С приклеенными ручками из бумаги;
 С вырубными ручками;
 С ручкой шнурком;
 медицинские для стерилизации.

Иногда бумага подвергается дополнительной обработке устойчивыми к жиру и влаге смесями или изготавливается из специального пергамента. Также встречается изготовление крафт пакетов с покрытием внутреннего слоя полиэтиленом.

План маркетинга и анализ рынка

Целевая клиентская группа: Производители цемента и сухих строительных смесей, производители древесного угля, мукомольные предприятия, предприятия пищевой промышленности, хлебозаводы, производители химической продукции, производители минеральной продукции.

Организацию деятельности на предприятии предполагается осуществлять с учетом следующих принципов:

1. Постоянный мониторинг конкурентоспособности продукции;
2. Использование комплекса мер по формированию спроса, формированию имиджа и закреплению постоянных клиентов.

Маркетинговая стратегия заключается в организации сбыта продукции. Планируется рассылка коммерческих предложений компаниям. Учитывая, конкурентоспособные цены на производимую продукцию ожидается долгосрочное сотрудничество с данными компаниями.

Для формирования положительного имиджа и узнаваемости бренда планируется размещение объявлений на сайтах соответствующей тематики. Также в перспективе планируется создание сайта, интернет-магазина. За счет этого планируется выйти на рынок моющих средств всего Казахстана.

Технологический процесс

Сырье для производства бумажных пакетов может быть самым различным: крафт-бумага, отбеленная крафт-бумага, картон, эфалин, артлибрис, мелованная бумага. Оборудование может работать на любой из них, все зависит от того, какие пакеты или мешки будут нужны потребителю.

Из материалов потребуется клей на крахмальной основе, краска для печати, шнур (ленты, тесьма, веревка, пластик) для изготовления ручек. Бумага может отличаться по плотности, составу, предназначению и цене.

Оборудование может работать на любой из них, все зависит от того, какие пакеты или мешки будут нужны потребителю.

Производство пакетов из крафт бумаги предполагает передерживание определенных технологий.

Во-первых, требуется специальное оборудование для производства крафт мешков и пакетов. Для получения однослойной упаковки используется плоскосеточный механизм. Бумажная масса фильтруется от лишних частиц, после чего с помощью воды доводится до жидкого состояния. Когда все приходит в нужную кондицию, то масса подается для отлива на длинную движущуюся сетку. В процессе вся жидкость выходит из массы с помощью ячеек, а волокна сами уже оседают ровным слоем. После этого в работу вступают валы для отжима и прессы. С их помощью ликвидируются последние остатки влаги в массе. Подогретые изнутри цилиндры, которые образуют целую систему, осуществляют окончательную сушку заготовки.

Одинаковая толщина по всей поверхности получается благодаря каландрам, которые разглаживают все согласно заданным стандартам. Производство крафт мешков и пакетов с печатью предполагает нанесение рисунка непосредственно на заготовку. Машина автоматически делает на них перфорацию, вырубку ручек и прочие вещи, которые уже зависят от конкретной модели.

Сейчас можно встретить множество линий для производства крафт упаковки. Большинство из них отличается мощностью и наличием дополнительных функций, тогда как большинство других вещей в них совпадает. Чтобы собрать линию, которая будет делать пакеты из крафт бумаги, потребуется три устройства, которые будут автоматически выполнять все основные операции по производству продукции и потребуют лишь минимального вмешательства человека.

Первым является полуавтоматический станок, который служит для производства многослойной склеенной трубки из бумаги, из нее и получается заготовка для будущего мешка, или же оборудование для получения однослойных заготовок на бумажные пакеты. Вторым станком является техника для формовки и склеивания дна продукции. Третьим типом оборудования является полуавтоматическая машина, служащая для нарезки покровной, прокладочной и крепящей ленты, в зависимости от того, какой тип скрепления в упаковке присутствует.

Если рассматривать стоимость, то станок для заготовок пакетов; станок для склейки и формирования пакетов; машина для прошивки мешков нитками; аппарат для перфорирования заготовок.

Для печати на пакетах понадобится флексографическая машина. В зависимости от формата пакета такое устройство позволяет наносить изображение в один или несколько (до шести) цветов.

Организационный план

Предприятие будет иметь организационно-правовую форму индивидуального предпринимательства и использовать упрощенный режим налогообложения для субъектов малого бизнеса.

Общее руководство предприятием, а также ведение бухгалтерского учета будет осуществлять сам индивидуальный предприниматель. Для производства на приобретаемой линии требуется штат сотрудников численностью не менее трех человек. Штатным расписанием предусмотрен 3 рабочих.

В рамках реализации проекта для организации производства предусматривается аренда производственного помещения площадью 100 м². Ежемесячная арендная плата составляет – 60 000 тенге.

Нет специальных требований для помещений, где устанавливают производственное оборудование. Там обязательно должна быть канализация, газ, отопление, холодное водоснабжение и электричество 380В. Нужно соблюдать правила пожарной безопасности, так как здесь будет легковоспламеняющаяся готовая продукция и сырье.

Настоящая бизнес-идея предполагает привлечение заемных средств в размере 13 000 000 тенге.

Инвестиционный план

Инвестиционные вложения	Итого, тенге
Расходы по приобретению основных средств	12 500 000
Расходы на оборотные средства на первый месяц	500 000
Всего	13 000 000

Перечень необходимого оборудования

Комплектуемая	Ед.изм.	Кол-во	Стоимость, тенге
Станок для заготовок пакетов	шт	1	4 725 000
Станок для склейки и формирования пакетов	шт	1	2 450 000
Машина для прошивания мешков нитками	шт	1	1 050 000
Аппарат для перфорирования заготовок	шт	1	1 750 000
Флексографическая машина	шт	1	2 525 000
Итого			12 500 000

Финансовый план

Отчет о прибылях и убытках за 1-й операционный год

Показатели	Итого за год, тенге
Выручка от реализации	
Реализация крафт-упаковок	59 400 000
ВСЕГО	59 400 000
Затраты	
Материалы, сырье	18 950 000
Коммунальные услуги, связь	450 000
Заработная плата работников	2 520 000
Социальный налог и соцотчисления	837 540
Аренда	360 000
хоз.расходы	60 000
Амортизация	600 000
Реклама	390 000
Прочие расходы	500 000
ВСЕГО ЗАТРАТЫ	24 667 540
Доход до налогообложения	34 732 460
ИПН и ОПВ за ИП	864 971

32. ПРОИЗВОДСТВО ПЕРФОРИРОВАННЫХ ОФИСНЫХ ФАЙЛОВ.

Анкета проекта

Цели инвестиционного проекта: запуск производства перфорированных офисных файлов.

Продукция: перфорированный офисный файл 60 микрон.

Стоимость проекта: 10 042 000 тенге.

Срок окупаемости: 1,6 года.

Концепция проекта

Концепция проекта предусматривает запуск производства перфорированных офисных файлов на базе производственно-торговой компании в г. Алматы Республики Казахстан. Одним из оптимальных путей решения проблемы восстановления отечественного производства является реализация целевых комплексных проектов, направленных на организацию совокупно эффективных качественных производств, взаимно дополняющих друг друга и способствующих более глубокой переработке сырья. Представленный проект представляет собой комплексный подход полного обеспечения всего цикла производства: современным оборудованием, сырьем и высококвалифицированным персоналом. Для этих целей закуплен весь комплекс необходимого оборудования по организации полного цикла проведения производственных работ на основе высоких технологий.

Цель проекта – организация производства, обеспечивающей на основе рационального и эффективного использования сырья с внедрением прогрессивных технологий и экономически рациональной организацией производства, извлечение максимальной прибыли с наименьшими затратами.

Приоритетным направлением развития настоящего проекта является производство перфорированных офисных файлов. Перфорированные офисные файлы служат защитным средством и хранением пересылаемых документов на бумажных носителях формата А4 от механического воздействия (смятия, загрязнения, намокания), а также служат средством хранения в архивных офисных папках регистраторов, для чего в них предусмотрены отверстия под все типы папок с зажимами и стандартного дырокола.

Основными субъектами рынка офисной продукции (перфорированных файлов) являются – юридические лица (офисы), а также физические лица студенты и школьники. Целевой группой предприятия являются потребители услуг – дистрибьюторские компании, канцелярские магазины.

Составляющие качества продукции:

- используемое сырье сопровождается сертификатом соответствия;
- использование высокотехнологичного и современного оборудования.

Описание продукции.

Каждая компания и офис без исключения обменивается документами со своими партнерами, клиентами и поставщиками на бумажных носителях, а также при перемещении документов и внутри самой компании при взаимодействии между отделами. Чаще всего это такие материалы, которые требуют к себе особого внимания и аккуратности: договора, счета фактуры, счета на оплату, накладные, резюме и многое другое. И потребителям хотелось бы, чтобы документы на бумажных носителях поступали получателю в идеальном виде, то есть сберечь их от механического воздействия (внешнего фактора): смятия, загрязнения, намокания. Для этого люди прибегают к защитным средствам перфорированным офисным файлам, которые обеспечивают надежную защиту от внешних факторов и удобное хранение документов в регистрационных архивных папках. Передача документов в таком виде стало нормой в повседневной офисной жизни любой компании без исключения.

Организатор настоящего проекта планирует предоставлять перфорированные офисные файлы в ассортименте. Представленный проект будет осуществляться согласно требованиям и предпочтениям будущих клиентов компании проекто-строителя, в плане производства соответствующей продукции. В г. Алматы существует уже сформировавшиеся потребители, желающие приобретать представленную продукцию отечественного производства высокого качества.

Выбор данного направления развития вполне обоснован, т.к. на территории г. Алматы происходит все возрастающий и платежеспособный спрос на аналогичную продукцию. Компания проектостроителя ориентируется на предоставление для своих клиентов следующих видов продукции:

1. Перфорированные офисные файлы формата А4 пластиковые, толщина 0,4 микрон
2. Перфорированные офисные файлы формата А4 пластиковые, толщина 0,5 микрон
3. Перфорированные офисные файлы формата А4 пластиковые, толщина 0,6 микрон.

В основном компания проектостроителя будет производить перфорированные офисные файлы 60 микрон.

План маркетинга и анализ рынка

Емкость казахстанского рынка канцелярских товаров составляет примерно 170 млн. долларов в год. Из них:

1. АО «АБДИ Компани» – примерно 25-30%, около 55-60 млн. долларов в год;
2. ALEM KENCE – примерно 8-10%;
3. Ак-Кала XXI – примерно 3%;
4. Другие компании – 35-40%;
5. Рынки канцтоваров – около 25%.

В среднем за последние 10 лет объем продаж канцелярскими товарами вырос в 5 раз. С ростом всех продуктов рынка растет и рынок канцелярских товаров. Например, в розничных сетях Рамстор, Магнум, Green доля канцтоваров в обороте составляет примерно 2%. Основными странами – поставщиками являются Россия, Германия, Индия, Турция и Китай.

Компания-проектостроитель имеет расширенный сегмент потребителей своей продукции, как по географическим, так и по целевым характеристикам, что является дополнительным преимуществом. Основными потребителями перфорированных офисных файлов являются действующие предприятия и офисы всех отраслей и рынка услуг.

Предприниматель будет поставлять продукт в основные крупные торговые сети по продаже канцелярских товаров. До конечных потребителей продукт будет доходить через оптово-розничных дистрибьюторов:

Список дистрибьюторов г. Алматы

№	Название компании	Цена реализации за 100 ед. 60 микрон, тг
1	АО «АБДИ Компани»	1000
2	ТОО «Алматы Кенсе» ТД «ASEM»	1700
3	«Офис Гранд К» ИП Панова Елена Сергеевна	960
4	ТОО «Office-Expert.kz»	1200

Основными конкурентами предприятия являются иностранные производители завозящие готовую продукцию из стран: Россия, Китай, Германия.

Стратегия маркетинга

Необходимо позиционировать новое предприятие как высокотехнологичное и современное производство, предлагающее продукцию высокого качества в Казахстане. Запущен сайт компании

Формирование спроса и стимулирование сбыта планируется исходя из следующих моментов:

- Качественная продукция;
- Относительно низкий уровень цен по сравнению с другими;
- Квалифицированный персонал;

- Современное оборудование;
- Реализация программ по стимулированию спроса.

Сбыт продукции будет реализован через дистрибьюторы – крупные оптовые торговые сети по продаже канцелярских товаров.

Программа продаж будет осуществляться путем проведения маркетинговых исследований

Формирование цен основано на рыночных ценах и определения полной себестоимости продукции.

Планируемые цены на продукцию

Наименование	Значение, тг.	шт	Цена за 100 шт, тг.
Файлы 60 микрон	6	100	600

Цена на перфорированные файлы сложилась, исходя из рыночных цен.

Конкурентная стоимость продукции складывается из:

- использования высокотехнологичного оборудования;
- использования качественного сырья.

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

Поставщиком сырья является, предприятие по производству МТБЭ (метил-трет-бутилового-эфира) пропилена и полипропилена в Казахстане. Согласно составленному контракту с производителем сырья, проектоустроитель планирует удовлетворять требования в секторе производства, переработки и реализации перфорированных офисных файлов.

Технологический процесс

Производство файлов А4 можно состоит из двух основных цикла:

Производство неориентированной полипропиленовой пленки (пленку из полипропилена изготавливают экструзией с раздувом и вытяжкой.)

Установление неориентированной полипропиленовой пленки на файловый аппарат.

Производство неориентированной полипропиленовой пленки.

Сырье, гранулированный РР(полипропилен) поступает в контейнерный бункер (1) Высокопроизводительного экструдера для изготовления плёнки SJ-50FM600.

Под воздействием трения создаваемого вращательным валом и стен подающего цилиндра (2) гранулы плавятся и переходят в тягучую массу, выдуваемую обдувным кольцом (3). Рукав пройдя через систему охлаждения (4), наматывается в рулоны (5).

Далее рулоны подаются на двухручьевую машину для изготовления файлов с перфорацией.

Описание технологического процесса

Данные экструдеры просты в управлении и надежны. Легко ремонтируются в условиях российского производства. В базовой комплектации экструдеры укомплектованы всем необходимым оборудованием:

- инверторами, согласующими скорость работы двигателей;
- стабилизатором купола;
- гидравлической системой поднятия башни;
- валом тиснения;
- устройством закладки фальцев;
- ножами фронтальной и продольной резки пленки;
- однопостовым намотчиком.

Основные технические характеристики оборудования:

Диаметр шнека, мм	50
Отношение длины шнека к диаметру	1:28
Скорость вращения шнека, об/мин	10-120
Мощность основного двигателя, кВт	18.5
Производительность, кг/час	30-60
Максимальная ширина рукава, мм	600
Толщина пленки, мм	0.008-0.10
Общая мощность, кВт	28
Масса, кг	2600
Габаритные размеры (ДхШхВ), мм	4600x2600x4000

Далее рулоны подаются на вухручьевую машину для изготовления файлов с перфорацией.

Установление неориентированной полипропиленовой пленки на файловый аппарат (двухручьевая машина для изготовления файлов с перфорацией (руковые пленки) ZXD-500C/D).

Линия спроектирована производить канцелярские принадлежности из пластиковой плёнки в частности файлы с перфорацией. Это усовершенствованное, многофункциональное оборудование изготовленное с применением самых современных технологий.

Данная машина сочетает в себе механику, электрику, пневматику, и фотомеханизм в одном, и оснащена автоматически нивелирующим отклонения инвертором для регулирования скорости, система ультразвукового вала и теснящего

поршня, автоматический датчик контроля температуры, контроллер натяжения, счетчик и автоматический контроллер качества изделий. Основной контроль системы – компьютерное регулирование серво-системы.



Описание технологического процесса

Рулон полипропиленовой пленки устанавливается на подающий вал (1), далее пленка проходит через систему натяжных валов (2) обеспечивающие ей необходимое разглаживание. Затем пленка проходит стадию разрезания и заправки уплотнительной ленты между слоями пленки (3), после чего пленка поступает на узел перфорации (4) для получения отверстий под все типы дыроколов, регистрационных канцелярских папок и скоросшивателей. Далее пленка проходит стадию финального нарезания (5) на отдельные самостоятельные элементы (готовые офисные перфорированные файлы), после чего готовые файлы собираются в накопительные лотки (6).

Линия спроектирована производить канцелярские принадлежности из пластиковой плёнки в частности файлы с перфорацией. Это усовершенствованное, multifunctional оборудование, изготовленное с применением самых современных технологий.

Данная машина сочетает в себе механику, электрику, пневматику, и фотомеханизм в одном, и оснащена автоматически нивелирующим отклонения инвертором для регулирования скорости, система ультразвукового вала и теснящего поршня, автоматический датчик контроля температуры, контроллер натяжения, счетчик и автоматический контроллер качества изделий. Основной контроль системы – компьютерное регулирование серво-системы. Данное оборудование очень популярно на мировом рынке.

Основные технические характеристики оборудования:

Материал	PP, PE пленка
Возможная длина пакета мм.	500
Возможная ширина пакета мм.	560
Погрешность мм.	±0,5
Производительность шт./мин.	60-120 * 2ручья
Электрика	Однофазное оборудование 220 Вольт или 3-х фазное 380 Вольт, 50 Гц.
Общая мощность кВт.	5,5
Вес, кг	3500
Габаритные размеры, мм	5600 x 1400 x 1650

Используемое сырье

Сырьем для изготовления пленки являются полипропиленовые гранулы. Полипропилен имеет высокую прочность и прозрачность, что повышает качество продукции. В комплексе с хим.добавками (мастербатчи) материалов для скольжения и снятия статического электричества достигается высокое качество конечного продукта.

Расчет себестоимости, тенге за килограмм

Наименование материала	ед.изм.	цена за ед., тыс. тг.	количество	сумма	Файл 60 микрон	
					Норма расхода в кг	Сумма на 100 шт, тыс.тг.
Полипропилен (гранулы)	кг	0,40	10 000	4 000	0,7900	0,32
БОПП пленка	кг	1,50	232	348	0,0001	0,00014
Сырье для скольжения – Мастербатч (хим.добавка для скольжения)	кг	1,50	200	300	0,0001	0,00012
Сырье от слипания – Мастербатч (хим.добавка от слипания)	кг	0,26	200	52	0,0001	0,00002
Производственные затраты						0,02200
Итого				4 700,0		0,3383

Организационный план

Для ведения данного рода деятельности рекомендуется организовать ТОО с применением специального налогового режима на основе упрощенного режима налогообложения для субъектов малого бизнеса.

Персонал

Должность	Количество единиц	Оклад, тенге	Сумма в месяц, тенге
Адм.-управленческий персонал			
Директор	1	100 000	100 000
Коммерческий директор	1	100 000	100 000
Бухгалтер-кассир	1	30 000	30 000
Менеджер по продажам	1	60 000	60 000
Итого	4	290 000	290 000
Производственный персонал			
Начальник отдела	1	70 000	70 000
Оператор механик	2	60 000	120 000
Итого	3	130 000	190 000
Всего по персоналу	7		480 000

Предполагаемый цех планируется разместить в нежилом арендованном помещении площадью около 120 квадратных метров. Ввиду особенности производственного процесса помещение снабжено системой противопожарной безопасности. Помещение состоит из непосредственно цеха по производству и вспомогательных помещений (для готовой продукции, для сырья). Производственный цех соответствует всем нормам коммуникационных инфраструктур, а именно электро-, тепло, водоснабжение, телефонная связь, а также системой пожарного оповещения.

Для реализации целей компании проектоустроитель владеет необходимым производственным комплексом. Комплекс проектоустроителя включает в себя полный цикл производства продовольственных товаров, начиная с заготовки сырья и заканчивая выпуском готовой продукции.

Оборудование проектоустроителя состоит из следующих производственных подразделений:

Экструдер ППСJ-55FM600 для производства неориентированной полипропиленовой пленки.

Двухручьевая машина для производства файлов с перфорацией ZXD-500C/D.

Для запуска производства необходимо финансирование на оборотные средства.

Инвестиционный план

Инвестиционные вложения	Итого, тенге
Оборотный капитал	10 042 000
Всего	10 042 000

Финансовый план

Отчет о прибылях и убытках за 1-й операционный год

Показатели	Итого за год, тенге
Выручка	44 925 000
Файлы 60 микрон	44 925 000
Общие издержки:	
Сырье и материалы	8 700 000
ФОТ	5 760 000
Аренда производственного помещения	960 000
Транспортные расходы	1 300 000
ГСМ	576 000
Электроэнергия	540 000
Услуги связи	540 000
Хоз.товары	1 080 000
Обслуживание и ремонт ОС	1 080 000
Услуги банка	1 620 000
Расходы на рекламу	180 000
Прочие непредвиденные расходы	120 000
Расходы по процентам за кредиты	1 081 000
ПРИБЫЛЬ ДО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ	23 537 000
Налог на прибыль	1 186 020
ОПВ за ИП	29 351
ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ	22 321 629
Погашение кредита	2 519 000

33. ПРОИЗВОДСТВО БИГБЭГОВ



Анкета проекта

Цели инвестиционного проекта: открытие цеха по производству упаковочных мягких контейнеров (бигбэгов).

Производительность: от 2000 штук в месяц

Продукция: упаковочные мягкие контейнеры (бигбэги)

Стоимость проекта: 3 505 000 тенге.

Срок окупаемости: 2 года.

Концепция проекта

Производство предполагает выпуск мягких контейнеров. Стадия развития производства – начальная. Главной целью производства является удовлетворение потребности организаций и компаний в хорошей и крепкой таре отличного качества. Для этой цели мы предполагаем, закупить оборудование и материалы.

Цель и задача открытия. В настоящее время в производстве упаковочных мягких контейнеров (бигбэгов) занимается малое количество предприятий, хотя в современном мире ими пользуется большинство компаний по производству сыпучих материалов, и, даже промышленные предприятия.

Причинами появления спроса на бигбэги, является модернизация производственных процессов и товарного ассортимента на внутреннем рынке отечественного производства, а также практически полная переориентация упаковочных масс продукции.

К сожалению, или к нашему счастью проблема насыщения тарой больших размеров пока не удовлетворена. Рынки сбыта, – это все крупные города Казахстана. Многие крупные производственные компании вкладывают огромные средства на закуп бумажной тары либо мешковины из полипропилена. Но она не всегда соответствует их желаниям.

Для уменьшения этой затратной части мы предлагаем производство мягких контейнеров (бигбэгов), которые могут удовлетворить потребности крупных компаний

Для того, чтобы более полно удовлетворить потребность в качественной таре, относительно остальных производителей, открывается наше производство.

Все обоснования выгоды данного проекта представлены в ниже следующих главах бизнес-плана. Этот бизнес-план представлен с целью привлечения финансирования в сумме 3 млн. тенге для открытия производства бигбэгов высокого качества.

Учитывая сложившуюся конъюнктуру, потребности и перспективы роста спроса на качественную и большую тару, встает вопрос об открытии производства:

1. приобретение оборудования для мини-цеха;
2. оборудования склада;
3. выход на объем реализации на уровне от 2000 штук в месяц, 5 000 000 тенге в месяц и выше;
4. развитие собственной сбытовой сети и налаживание новых торговых связей с покупателями продукции.

В дальнейшем расширение клиентской базы позволит решить ряд ключевых задач в области организации производства: возможность расширения производства, увеличение ассортимента продукции и др.

Описание продукции

Биг-бег – это сравнительно новый вид тары, использование которой дает возможность не просто с удобством транспортировать грузы, но и перемещать их на далекие расстояния, практически не теряя при погрузочно-разгрузочных работах содержимое контейнеров. Экологически чистый материал, из которого изготавливают корпус и стенки биг-бегов, позволяет хранить и перевозить продукты, зерно, сахар, муку и другие грузы, непосредственно влияющие на здоровье человека.

Биг-бегам пользуются уже практически на каждом производстве, храня в них продукты и сырье, материалы и различные химические вещества.

План маркетинга и анализ рынка

Город Балхаш расположен очень удобно. По своему географическому положению находится почти на одинаковом расстоянии от крупных населенных пунктов, Алматы, Караганда, Астана, Жезказган. На данное время в г. Балхаш не имеется производства бигбэгов.

Вся продукция мини-цеха будет соответствовать требованиям клиентов, и, не будет уступать по качеству российским производителям. Отличные потребительские свойства обеспечат современные исходные материалы и технология пошива.

В качестве целевого рынка мы рассматриваем Балхашский регион. А именно – это более 20 промышленных организаций. Учитывая что, на данный момент уже есть предпосылки о приобретении нашей продукции, в будущем, можем рассчитывать выход на республиканский рынок. Установлен срок замены тары один раз в три использования.

В частности, основными потребителями на начальный период являются организации, это Балхашская пром.площадка, ТОО «Сары Казна», ТОО «Жамбыл-Цемент», фермерские хозяйства. В будущем, при успешном выходе на внутренний рынок региона, потребление нашей продукции организациями в среднем составит около 30000 шт/мес., что обеспечит устойчивое развитие нашего мини-цеха. Но в данный момент мы принимаем самый пессимистичный сценарий с производством 2000 шт/мес.

Участников рынка производства бигбэгов в нашем регионе нет. Основными поставщиками подобной тары являются российские производители. Кроме этого, закуп бигбэгов сопровождается длительной доставкой. Тогда как наша продукция будет иметь реальные преимущества и в нее не будут заложены затраты на поставку. Мы будем работать на свой авторитет.

Из этого следует, что есть необходимость внедрять современные технологии по производству тары, не уступающие другим добросовестным производителям, которые по цене смогут конкурировать с другими производителями.

Цели и стратегия маркетинга

В качестве основных приоритетных целей мы рассматриваем следующие:

1. достижение планов и роста производства;
2. активная рекламная деятельность;
3. успешный выход на первое место по продаже нашей продукции в области;
4. внедрение производства 4-х стропных бигбэгов.

Самая важная причина роста продаж – активная рекламная деятельность, высокая скорость производительности путем конвейерного метода пошива и расширение потребителей нашей продукции по Казахстану. В этом и состоит стратегия входа на отечественный рынок легкой промышленности, ведь аудитория достаточно велика.

В нашем регионе ощущается определенный недостаток в качественной таре, ориентированной на все производственные виды деятельности кроме пищевой.

Технологический процесс.

Процедура производства биг-бег включает в себя два процесса: экструзию (формирование изделий путем продавливания исходного материала через матрицу) пластических масс и ткачество из пластмасс. Причем заводы не всегда

изготавливают биг-беги в полном соответствии с этой технологией. Чаще всего производители только сшивают готовое полотно и дополняют его необходимыми конструкциями.

В основном, как показывает сравнительный анализ, биг-беги от разных производителей отличаются друг от друга только какими-либо ноу-хау, введенным конкретным поставщиком, а в целом, этот вид тары представляет собой полиэтиленовый контейнер большого объема с захватами и клапанами для загрузки веществ.

Как правило, высоким качеством и надежностью обладают те биг-беги, которые были изготовлены на фабриках, где есть проверочный участок, в котором вся продукция проходит тщательный контроль качества.

План производства

Деятельность мини-цеха будет направлена на выпуск бигбэгов из российского материала тонкого плетения.

Производственное оборудование – устройство для стягивания манжет ЛЗМ-300, швейные машинки фирмы GK-8, компрессор REMEZA (ТОО Азия ПРОМ Комплект), устройство ЛМЗ 300 будет закупаться в России, г. Азов, швейные машинки и компрессор в г. Алматы, и, соответствовать технологическим требованиям. Касательно ремонта оборудования и внутреннего помещения, то они будут проводиться раз в пять лет. Относительно хранения готовой продукции и хранения сырья будут использованы хоз.постройки, во дворе. Кроме этого, первоначально доставка сырья будет производиться из России по оптовым ценам железной дорогой. Список затрат представлен ниже в таблице:

№	Наименование оборудования	кол-во шт.	цена, тг./шт.	сумма тг.
1	Устройство для стягивания строп ЛМЗ-300	1	2 035 500	2 035 000
2	Швейные машинки GK-8	2	370 000	740 000
3	Компрессор REMEZA	1	730 000	730 000
ИТОГО:				3 505 000

Для реализации этих мероприятий необходимы средства в размере 3 505 000 тенге. Также предусмотрены производственные потери в размере 10% (максимум) суточной выработки сырья.

На цену производимой продукции влияет состояние цен на сырьё.

Согласно действующим ценам для производства бигбэгов, планируется закупать, необходимое для производства сырьё вначале в России. Доставка сырья будет производиться железнодорожным транспортом. Доставка сырья из России вместе с закупом будет составлять не более 2 000 000 тг, предплата предприятия за заказ будет составлять 100% согласно договора о поставке.

Организационный план

Для ведения данного рода деятельности рекомендуется организовать ТОО с применением специального налогового режима на основе упрощенного режима налогообложения для субъектов малого бизнеса.

Общее руководство предприятием осуществляет директор. Персонал сформирован из числа местного населения. Режим работы предприятия: 6-ти дневная рабочая неделя с 8-ми часовым рабочим днем.

Организационная структура мини-цеха сформирована и представлена следующим образом: Закройщики, стропальщики, швеи, директор

Персонал

Должность	Количество единиц	Оклад, тенге	Сумма в месяц, тенге
Закройщики	2	40 000	80 000
Стропальщик	1	35 000	35 000
Швеи	2	40 000	80 000
Итого:	5		195 000

Производство предполагается разместить в помещении частного дома площадью 25 кв.м. Готовую продукцию предполагается реализовывать по предварительной договоренности с производственными и промышленными компаниями, складами. Производственный мини-цех планирует занять свое достойное место на рынке легкой промышленности нашего региона. Что касается дальних перспектив, то планируется открыть производство четырёхстропных бигбэгов и чехлов под снасти и инструменты.

Финансовый план

Одним из главных условий нормальной деятельности мини-цеха является обеспеченность денежными средствами, оценить которую позволяет анализ денежных потоков. Для эффективного управления потоком денежных средств, необходимо знать, какова его величина за период времени, каковы его основные элементы формирующие их.

Стоимость 1 тары бигбэга будет составлять 2 500 тенге. Тара будет высотой 2,2 м, вместимость на высоту 1,25 м, при необходимости будут производиться другие размеры, в зависимости от требований заказчиков.

Одним из основных путей удержания цены на нашу продукцию будет сдерживание накрутки на товарную продукцию, правильное управление производственным процессом и снижение производственных потерь.

Выручка от реализации выпущенной за год продукции составит 6 млн.тенге.

Производственная себестоимость выработки 1 бигбэга 1152 тг.

Полная себестоимость месячной выработки 2 304 тыс.тг/мес.

Прибыль составит 32 млн. тенге в год.

Таким образом, можно констатировать, что в результате своей деятельности предприятие способно обеспечить превышение поступлений денежных средств над платежами, если будет проведена направленная работа по маркетингу и управлению финансовыми потоками, что может положительно сказаться на величине прибыли.

Уровень рентабельности при пессимистичном прогнозе составит 32,2%.

Необходимо эффективное управление денежным потоком и кропотливая работа в сфере маркетинга, что повысит степень финансовой и производственной гибкости, с точки зрения сбалансированности поступлений и расходования денежных средств, оптимизации затрат за счет больших возможностей маневрирования ресурсами и повышению ликвидности.

Согласно данным расчетов, даже при самом пессимистичном сценарии, подразумевающим производство в среднем 2000 шт/мес. с 15%-ым участием на рынке региона, проект окупается через 24 месяца.

Тем не менее необходимо учесть, что основным методом достижения увеличения выпуска продукции, помимо внедрения новейших технологий управления бизнесом и изготовления продукции, является хорошая рекламная кампания, так и материальное стимулирование работников предприятия. Поэтому в дальнейшем нами предполагается внедрение системы премирования, основанной на зависимости бонусов от результатов конечной реализации продукции.

Одним из основных условий достижения данных показателей является налаженные каналы сбыта и проведение активной рекламной кампании.

В качестве источника финансирования открытия мини-цеха по производству бигбэгов рассматривается выделение государственного гранта по государственной программе «Дорожная карта бизнеса 2020». Направления использования средств планируются следующим образом:

№ п/п	Мероприятия	Сумма инвестиций, тенге
1	Производственное оборудование	3 505 000
	Итого затрат	3 505 000

Расчет прибыли от реализации продукции в месяц и в год.

Статьи дохода и расхода:		тг. в месяц	тг. в год
Доходы:			
доход от реализации продукции		5 000 000	60 000 000
Итого доходов:		5 000 000	60 000 000
Расходы:			
Сырье		1 708 000	20 496 000
производственные потери		170 800	2 049 600
заработная плата		195 000	2 340 000
Общепроизводственные расходы	эл.энергия	15 904	190 848
	отопление	15 738	188 856
	хол.вода	1 500	18 000
	мусор	1 500	18 000
прочие расходы		50 000	600 000
аморт. отчисления		146 042	1 752 504
Итого расходов:		2 304 484	27 653 808
Прибыль до налога на прибыль		2 695 516	32 346 192
Налог на прибыль		150 000	1 800 000
ОПВ за собственника		2 446	29 351
Чистая прибыль		2 543 070	30 516 841

34. ПРОИЗВОДСТВО МЫЛА И МОЮЩИХ, ЧИСТЯЩИХ И ПОЛИРУЮЩИХ СРЕДСТВ



Анкета проекта

Цели инвестиционного проекта: открытие цеха по производству мыла и моющих, чистящих и полирующих средств.

Продукция: твердое мыло.

Стоимость проекта: 5 500 000 тенге.

Срок окупаемости: 2,8 года.

Концепция проекта

Концепция проекта предусматривает организацию современного предприятия по производству мыла и моющих, чистящих и полирующих средств

Целью настоящего проекта является:

1. Привлечение инвестиций в производство мыла и моющих, чистящих и полирующих средств.
2. Обосновать прибыльность и рентабельность инвестиционного проекта.
3. Получение прибыли для дальнейшего увеличения и расширения видов товаров.
4. Удовлетворение спроса на данные виды товаров.

Мыло – это один из немногих недорогих продуктов, который на протяжении многих десятков лет успешно выдерживает конкуренцию с различными дорогостоящими косметическими и гигиеническими средствами. Выбор мыла, представленный на рынке, очень большой. И, тем не менее, несмотря на высокую конкуренцию в этом сегменте, бизнес по производству мыла по-прежнему остается привлекательным для инвесторов и предпринимателей.

Продукция, изготовленная по специальным рецептам из натуральных ингредиентов, может стать вашим конкурентным преимуществом, так как потребители предпочитают использовать гигиенические средства из максимально полезных компонентов, а подобных предложений среди промышленных производителей очень мало. На сегодняшний день, по оценкам экспертов, насыщенность этого сегмента рынка составляет всего лишь 40%. По прогнозам темпы увеличения спроса на натуральное мыло составляют не менее 15% в год.

Описание продукта

Мыло – жидкий или твердый продукт, содержащий поверхностно-активные вещества, в соединении с водой используемый либо как косметическое средство – для очищения кожи и ухода за ней (туалетное мыло), либо как средство бытовой химии – в качестве моющего средства (хозяйственное мыло).

Планируется производить твердое мыло.

Состав. В химическом отношении основным компонентом твердого мыла является смесь растворимых солей высших жирных кислот. Обычно это натриевые, реже – калиевые и аммониевые соли таких кислот, как стеариновая, пальмитиновая, миристиновая, лауриновая и олеиновая.

Один из вариантов химического состава твердого мыла – $C_{17}H_{35}COONa$ (жидкого – $C_{17}H_{35}COOK$).

Дополнительно в составе мыла могут быть и другие вещества, обладающие моющим действием, а также ароматизаторы, красители и порошки.

Технологический процесс

В качестве сырья для получения основного компонента мыла могут использоваться животные и растительные жиры, жирозаменители (синтетические жирные кислоты, канифоль, нафтеновые кислоты, талловое масло).

Получение мыла основано на реакции омыления – гидролиза сложных эфиров жирных кислот (то есть жиров) с щелочами, в результате которого образуются соли щелочных металлов и спирты.

В специальных ёмкостях (варочных котлах) нагретые жиры омыляют едкой щёлочью (обычно гидроксидом натрия). В результате реакции в варочных котлах образуется однородная вязкая жидкость, густеющая при охлаждении – мыльный клей, состоящий из мыла и глицерина. Содержание жирных кислот в мыле, полученном непосредственно из мыльного клея обычно 40–60 %. Такой продукт имеет название «клеевого мыла». Способ получения клеевого мыла принято называть «прямым методом».

«Косвенный метод» получения мыла заключается в дальнейшей обработке мыльного клея, который подвергают отсколке – обработке электролитами (растворами едкой щёлочи или хлористого натрия), в результате происходит расслоение жидкости: верхний слой, или мыльное ядро, содержит не менее 60 % жирных кислот; нижний слой – подмыльный щёлок, раствор электролита с большим содержанием глицерина (также содержит загрязняющие компоненты, содержащиеся в исходном сырье). Полученное в результате косвенного метода мыло носит название «ядрового».

Высший сорт мыла – пилированное, получают при перетирании высушенного ядрового мыла на валиках пилирной машины. При этом в конечном продукте содержание жирных кислот повышается до 72–74 %, улучшается структура мыла, его устойчивость к усыханию, прогорканию и действию высоких температур при хранении.

При использовании в качестве щёлочи каустической соды получают твердое натриевое мыло. Мягкое или даже жидкое калиевое мыло образуется, когда применяется гидроксид калия.

План маркетинга и анализ рынка

В настоящее время в Республике Казахстан имеется ряд производств бытовой химии, крупные из которых простаивают в законсервированном состоянии. В основном на казахстанском рынке присутствует импортная продукция, отечественные производители бытовой химии представлены в основном предприятиями малого бизнеса и производят некапиталоемкие продукты, как жидкие моющие средства, чистящие порошки.

Импорт многих видов химической продукции составляет 100 %, при этом для организации ее производства в Республике Казахстан внутренний рынок является недостаточно емким. Организация отдельных видов химической продукции (синтетические моющие средства, пестициды и др.) не имеют стратегической перспективы, так как из-за высокой конкуренции на рынке необходимы значительные инвестиции в создание международных брендов.

Казахстанский рынок моющих и чистящих средств монополизирован зарубежными производителями и является достаточно емким. В среднем ежегодно производится продукции менее чем на 30 млн. долл. США (мыла, моющие средства, шампуни), при этом импорт составляет 400 млн. долл. США. Незначительные объемы экспортируются в Монголию, Таджикистан, Кыргызстан (17,5 млн. долл. США).

В целом на рынке моющих и чистящих средств работает порядка 20 казахстанских компаний, занимающихся выпуском моющих средств. В результате анализа товарного ассортимента казахстанских производителей синтетических моющих средств было определено, что 70-80 % от производимой этими компаниями продукции составляют жидкие моющие средства.

Для развития рынка моющих и чистящих средств в республике имеются все необходимые предпосылки.

К социальной категории потенциальных клиентов можно отнести все классы.

Возрастная категория потенциальных клиентов – от 18 лет, и до того возраста, при котором человек самостоятельно сможет приобрести предлагаемые продукты.

В настоящее время в Республике Казахстан имеется ряд производств бытовой химии, крупные из которых простаивают в законсервированном состоянии. В основном на казахстанском рынке присутствует импортная продукция, отечественные производители бытовой химии представлены в основном предприятиями малого бизнеса и производят некапиталоемкие продукты, как жидкие моющие средства, чистящие порошки. Среди них можно выделить ТОО «КазБытХим» г.

Павлодар, АО «Шымкентмай Эль-Дос» г. Шымкент, ТОО «Ашшур Химиндустрия» г. Алматы, ТОО «Агатон» г. Алматы, ТОО «Волна» г. Алматы и др.

В целом на рынке работает порядка 20 казахстанских компаний, занимающихся выпуском моющих средств. В результате анализа товарного ассортимента казахстанских производителей синтетических моющих средств (далее - СМС) было определено, что 70-80 % от производимой этими компаниями продукции составляют жидкие моющие средства.

Маркетинговая стратегия

Хозяйственная деятельность предприятия во многом зависит от выбранной и успешно реализуемой маркетинговой стратегии. Стратегия маркетинга предполагает в себе следующие основные элементы:

- оптимизацию ценообразования;
- рекламу и продвижение предлагаемых услуг.

При этом достижение обозначенных целей возможно только при эффективном использовании и профессиональном сочетании всех инструментов маркетинга.

Важным направлением маркетинга является разработка гибкой системы ценообразования, которая будет способствовать увеличению объемов продаж.

Наряду с качеством, основным показателем конкурентоспособности предоставляемых услуг является их цена.

Ценообразование основано на 3-х основополагающих принципах:

- покрытие всех издержек предприятия;
- поддержание цены на доступном уровне;
- обеспечение дохода предприятия.

Необходимость в рекламе возникает лишь на стадии развития предприятия – при расширении. В первую очередь мы должны донести до потенциальных покупателей информацию о своих преимуществах в качестве и полезности продукта. Реклама будет осуществляться в социальных сетях, промоакциях, на билбордах, поэтому и затраты на нее предполагаются высокими. Такая реклама понадобится в течение нескольких месяцев.

Что касается методов стимулирования потребителей, то привлечение новых покупателей будет осуществляться за счет предоставления скидок и проведение акций.

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

Рекламная кампания формируется в различных направлениях:

- размещение сайта в интернете;
- информация в прессе с указанием видов услуг, цен;
- щиты, указатели;
- световая реклама;
- брошюры, календари, буклеты и т.д.

В бюджет предприятия заложены ежемесячные расходы на рекламу в размере 20 000 тенге. На начальном этапе достаточно будет рекламы в социальных сетях, средствах массовой информации.

Цены продуктов

Наименование продукта	Цена продаж, тенге за 1 шт.	Себестоимость, тенге за 1 шт.
Мыло	60	45

Организационный план

Для ведения данного рода деятельности рекомендуется организовать ТОО с применением специального налогового режима на основе упрощенного режима налогообложения для субъектов малого бизнеса.

Общее руководство предприятием осуществляет директор. Персонал сформирован из числа местного населения. Режим работы предприятия: 6-ти дневная рабочая неделя с 8-ми часовым рабочим днем.

Персонал

Должность	Количество единиц	Оклад, тенге	Сумма в месяц, тенге
Директор	1	150 000	150 000
Помощник руководителя	4	75 000	300 000

Реализация проекта будет осуществлена в помещении, расположенном в Акмолинской области.

Анализируя инфраструктуру территории можно отметить, что компаний – конкурентов в приближенном географическом диапазоне нет.

Для организации небольшого производства необходимо помещения площадью около 40 м². Первая половина помещения отводится под производство, вторая – под склад.

Инвестиции необходимы для приобретения необходимого оборудования и сырья для производства. Общая сумма необходимых инвестиций – 5 500 000 тенге. Финансирование планируется получить от внешнего источника в виде банковского кредита – 5 500 000 тенге. На приобретение оборудования – 3 000 000 тенге, на приобретение сырья – 2 500 000 тенге.

Инвестиционный план

Инвестиционные вложения	Итого, тенге
Расходы по приобретению основных средств	3 000 000
Приобретение сырья и материалов	2 500 000
Всего	5 500 000

Финансовый план
Отчёт о прибыли и убытках

Наименование	2017	2018	2019	2020	2021
Выручка	30 562 266	32 701 625	34 990 738	37 440 090	23 038 871
Материалы и комплектующие	22 921 699	24 526 218	26 243 054	28 080 067	17 279 153
Валовая прибыль	7 640 566	8 175 406	8 747 685	9 360 022	5 759 718
Общехозяйственные и коммерческие расходы	2 100 000	2 100 000	2 100 000	2 100 000	1 225 000
Амортизация	300 000	300 000	300 000	300 000	175 000
Расходы на заработную плату	1 980 000	1 980 000	1 980 000	1 980 000	1 155 000
Финансовые расходы	475 952	377 727	269 217	149 344	26 821
Прибыль до налога на прибыль	2 784 614	3 417 679	4 098 467	4 830 678	3 177 897
Прибыль с учетом убытков прошлых периодов	255 598	310 127	368 771	431 848	470 826
Налог на прибыль	736 868	801 049	869 722	943 203	500 750
Чистая прибыль	2 047 746	2 616 630	3 228 745	3 887 475	2 677 147

35. ПРОИЗВОДСТВО ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ МОЮЩИХ СРЕДСТВ



Анкета проекта:

Цель инвестиционного проекта: организация деятельности цеха по производству профессиональных моющих средств.

Производительность: минимальный ежемесячный объем производства составляет – 4 452 кг. готовой продукции.

Продукция: профессиональные моющие средства

Общая стоимость проекта: 5 960 000 тенге.

Окупаемость проекта: 2 года.

Концепция проекта

Концепция проекта предусматривает организацию деятельности цеха по производству профессиональных моющих средств. Предприятие будет выпускать профессиональные моющие средства.

В современном мире профессиональная уборка — это целая технология, отдельная отрасль со своими стандартами, техническими условиями, специализированными инструментами и персоналом, который проходит специальную подготовку.

Выпуск продукции планируется по технологии российского производителя НПК СОЖ Синтез. Поддержание надлежащего уровня чистоты в офисах и местах общего пользования требуется во всех современных организациях и предприятиях. Для соблюдения санитарного состояния на должном уровне широко используется профессиональная химия и специальное оборудование для клининга, без которых невозможно добиться необходимых результатов.

Ассортимент средств для профессионального клининга обширен – это универсальные моющие средства для ежедневной уборки, средства для очистки особо загрязненных помещений, средства для очистки открытых территорий, средства для стирки и химической чистки, средства для дезинфекций, для очистки ковров, напольных покрытий и многое другое.

Описание продукции

Компания НПК СОЖ Синтез производит профессиональные средства для клининга и уборки различных типов помещений, которые идеально подойдут для ручной и аппаратной уборки. Особенности производимой профессиональной химии для клининга. От бытовой химии она отличается рядом свойств и качеств:

1. Средства для профессионального клининга поставляются в концентрированном виде в сравнительно больших объемах, в том числе потому, чтобы имела место экономия на упаковке. При использовании они предполагают разведение, причем разное – в зависимости от стоящей задачи.

2. Номенклатура средств для клининга довольно обширна. Это связано с тем, что разработчики специализированной химии для профессиональной уборки избегают универсальных средств (и это является одним из базовых отличий профессиональной химии от бытовой, которая, напротив, как правило универсальна и подходит для использования на различных поверхностях). Как правило, препараты бытовой химии имеют узконаправленное действие на определенный материал или поверхность.

3. Специализированная химия для клининга предполагает использование профессионального оборудования.

4. Высокий и длительный очищающий, дезинфицирующий и дезодорирующий эффект; восстановление царапин; придание поверхностям пыле- и грязеотталкивающих свойств.

5. Безопасность для поверхностей, людей, окружающей среды.

По силе воздействия на обрабатываемую поверхность профессиональную химию для клининга можно разделить на три основные группы:

- нейтральная (можно использовать без защиты кожи);
- щелочная (требуется защита кожи рук);
- с использованием кислот (требуется усиленная защита кожи рук, применение с осторожностью).

Итак, очевидно, что подобные химические препараты совсем не просты в использовании; с ними следует работать только профессионалам.

В рамках приобретаемой франшизы планируется выпуск 21 вида продукции.

Перечень производимой продукции.

1. *Жидкое мыло. Arctik Line M-070. pH-7.* Эффективно против атмосферно-почвенных, масложировых и пигментированных загрязнений. Обладает приятным свежим запахом. Удаляет грязь, пигментные пятна, устраняет резкие запахи. Рекомендовано для дозаторов жидкого мыла.

2. *Жидкое мыло с глицерином. Arctik Line M-080. pH-7.* Эффективно против атмосферно-почвенных, масложировых и пигментированных загрязнений. Обладает приятным свежим запахом. Удаляет грязь, пигментные пятна, устраняет резкие запахи. Смягчает руки. Рекомендовано для дозаторов жидкого мыла

3. *Жидкое мыло с дезинфицирующим эффектом. Arctik Line D-081. pH-7.* Нейтральное жидкое мыло для проведения санитарной обработки рук, ступней ног и кожных покровов работников на предприятиях пищевой промышленности, общественного питания и социальной сферы, коммунально-бытового хозяйства, медицинских и лечебно-профилактических учреждений, животноводческих ферм, птицеперерабатывающих комплексов, строительства.

4. *Средства для мытья полов нейтральное. Arctik Line P-550. pH-8.* Жидкий нейтральный низкопенный концентрат с хорошим обезжиривающим действием. Не содержит щелочи. Предназначено для автоматических поломоечных машин, а так же для ручной мойки полов. Подходит для любых водостойких покрытий : линолеум, паркет, ламинат, мрамор... Разбавление водой: 5-15 гр/л.

5. *Средства для мытья полов щелочное. Arctik Line S-125. pH-12.* Жидкий щелочной низкопенный концентрат для особо сильных загрязнений. Предназначено для автоматических поломоечных машин, а так же для ручной мойки полов. Хорошо растворяется в воде любой жёсткости и температуры. Разбавление водой: 5-15 гр/л.

6. *Средства для очистки ковровых покрытий и текстиля высокопенное. Arctik Line U-400. pH-11.* Жидкий высокопенный состав с хорошим очищающим действием от любых типов загрязнений. Полностью растворяется в воде любой жёсткости и температуры. Подходит для чистки ковров, любых видов тканей, пластика и кожи как искусственной, так и натуральной. Разбавление водой: 50-150 гр/л.

7. *Средства для очистки ковровых покрытий и текстиля низкопенное. Arctik Line S-055. pH-12.* Жидкий низкопенный концентрат с хорошим обезжиривающим действием. Полностью растворяется в воде любой жёсткости и температуры. Подходит для чистки ковров, любых видов тканей, пластика и кожи как искусственной, так и натуральной. Разбавление водой: 50-150 гр/л.

8. *Средства для очистки текстиля и ковров щелочное. Arctik Line S-090. pH-12.* Жидкий щелочной низкопенный пенный концентрат с сильным чистящим действием. Хорошо растворяется в воде. Не разрушает волокна. Не дает усадку и сохраняет цветовую гамму. Также подходит для очистки всех видов ткани, пластика, искусственной и натуральной кожи. Удаляет пятна от вина, крови, соков в концентрированном виде. Разбавление водой: 50-150 гр/л.

9. *Средства для очистки стекол и зеркал. Arctik Line G-112. pH-7.* Жидкий концентрат с хорошим моющим действием. Не оставляет разводов. Подходит для очистки также пластика и хрома, придает поверхности блеск и антистатические свойства

10. *Средство для ухода за изделиями из кожи. Arctik Line C-021. pH-7.* Жидкий нейтральный готовый к применению раствор для натуральной и искусственной кожи. Эффективно против потёртостей, потемнений и др. загрязнений на поверхности и в порах кожи, в т.ч. светлой. Увлажняет кожу, предохраняет от засыхания. Быстро впитывается, имеет приятный аромат.

11. *Средства для чистки духовых шкафов и грилей. Arctik Line K-180. pH-12.* Жидкий сильнощелочной концентрат для чистки грилей и духовых шкафов. Обладает бактерицидными свойствами. Удаляет неприятные запахи. Легко смывается. Применение: Средство разбавить водой, нанести на поверхность на 5-10 мин, затем потереть щеткой и смыть водой. При необходимости повторить. Разбавление водой: от 1:7 до 1:13.

12. *Средства для мытья посуды вручную. Arctik Line H-700. pH-6,5.* Гелеобразный нейтральный концентрат умеренной пенности с хорошим обезжиривающим действием. Хорошо растворяется в горячей и в холодной в воде. Подходит как для посуды, так и для мойки кухонного оборудования. Хорошо смывается с поверхности.

13. *Средства для посудомоечных машин. Arctik Line M-130. pH-12.* Жидкий щелочной низкопенный концентрат с сильным чистящим и обезжиривающим действием. Хорошо растворяется в воде любой жёсткости. Разбавление водой: от 1-5 гр/л.

14. *Средства для чистки сантехники. Arctik Line C-114. pH-2.* Кислотное моющее средство для чистки унитазов, кафеля, фарфоровых изделий от известкового налета, от ржавчины, солевых отложений, убивает микробы и способствует устранению запахов. Способ применения: нанести на поверхность, оставить на 1-2 минуты, потереть щеткой, затем смыть водой, при необходимости повторить процедуру.

15. *Средства для чистки после ремонта. Arctik Line F-100. pH -1.* Кислотное средство. Удаляет остатки цемента, бетона, ржавчины, известковый налет, камень и другие материалы оставшиеся после ремонта. Разбавление водой: 200-300 гр/л.

16. *Средства для мойки фасадов зданий. Arctik Line A-120. pH -2.* Кислотное средство для мойки фасадов зданий из пластика, плитки, металlosайдинга, для очистки от известкового налета, ржавчины, минеральных отложений. Разбавление водой: 200-500 гр/л.

17. *Средство для удаления пятен. Arctik Line X-300. pH -6.* Средство для удаления остатков скотча, остатков клея при удалении тонировки, следов от резины, маркеров, остатков жевательной резинки, чернил, граффити, следов нефтепродуктов с любых поверхностей.

18. *Средство для гидрофобизации. Arctik Line G-100.* Придаёт материалам гидрофобные (водоотталкивающие) свойства, не изменяя их внешний вид и воздухопроницаемость. Предотвращает появление высолов и микрогрибных образований. Разбавление водой: 200 гр/л.

19. *Средство для биотуалетов. Arctic Line G-104. pH -8. Средство для резервуаров биотуалетов. Способствует растворению твердых отходов, дезинфицирует, нейтрализует запахи. Применение: в резервуар биотуалета налить воду и добавить средство согласно рекомендованной концентрации. Разбавление водой: 20-30 гр/л.*

20. *Полироль пластика глянцевая. Arctic Line P-401. pH -7. Предназначен для профессиональной очистки и полировки изделий из пластика, дерева, винила, резины, кожи. Придает глянцевый блеск, обладает антистатическим эффектом и приятным ароматом.*

21. *Полироль пластика матовая. Arctic Line P-402. pH -7. Предназначен для профессиональной очистки и полировки изделий из пластика, дерева, винила, резины, кожи. Придает матовый блеск, обладает антистатическим эффектом и приятным ароматом. Не оставляет жирных пятен.*

План маркетинга и анализ рынка

В Карагандинской области отсутствуют производители моющих средств для профессионального клининга. Основную конкуренцию составят импортируемые моющие средства, ввозимые с России, Китая и Европейского союза.

Учитывая, что качество производимой продукции не будет отличаться от продукции, производимой в РФ, производимые по франшизе средства зарекомендовали себя с положительной стороны, реализация планируется по конкурентоспособным ценам, что позволит занять компании свою нишу на рынке.

В период с 2015 по 2019 годы государственная политика в развитии сектора производства химикатов для промышленности будет направлена на расширение производственных мощностей действующих предприятий и создание новых предприятий.

Учитывая вышеизложенное, для организации цеха по производству профессиональных моющих средств имеются все предпосылки. Данная отрасль является приоритетной для РК, по данной причине ожидается увеличение объемов собственного производства, с целью импортозамещения продукции.

Организацию деятельности на предприятии предполагается осуществлять с учетом следующих принципов:

1. Постоянный мониторинг конкурентоспособности продукции;
2. Использование комплекса мер по формированию спроса, формированию имиджа и закреплению постоянных клиентов.

Маркетинговая стратегия заключается в организации сбыта продукции. Учитывая, что основными потребителями реализуемой продукции будут являться клининговые компании, планируется рассылка коммерческих предложений по данным компаниям. Учитывая, конкурентоспособные цены на производимую продукцию, а также преимущества перед бытовой химией ожидается долгосрочное сотрудничество с данными компаниями. Вторым каналом сбыта продукции, планируется участие в тендерах проводимыми гос. учреждениями/крупными компаниями на закуп моющих средств. Основными потребителями продукции будут клининговые компании, которые в своей деятельности используют выпускаемую продукцию. Ко второй группе потребителей можно отнести корпоративных клиентов (детские сады, школы, больницы, рестораны и другие пункты общественного питания и т.д.).

Для формирования положительного имиджа и узнаваемости бренда планируется размещение объявлений на сайтах соответствующей тематики. Также в перспективе планируется создание сайта, интернет-магазина. За счет этого планируется выйти на рынок моющих средств всего Казахстана.

Технологический процесс.

Для организации цеха по производству профессиональных моющих средств планируется приобретение франшизы НПК «СОЖ Синтез». Научно производственная компания «СОЖ Синтез» работает в отрасли химической промышленности более 10 лет. Сотрудничество с исследовательскими центрами и аккредитованными лабораториями позволило им значительно увеличить ассортимент химической продукции. Компания открывает производства химпродуктов широкого потребления для наших клиентов в России, Украине, Белоруссии, Казахстане и других странах СНГ и ближнего зарубежья.

Сегменты производства: автошампуни и автокосметика для автомоек; тосолы и антифризы; мочевины; теплоносители для систем отопления; незамерзайка; профклининг; бытовая химия; промклининг.

При покупке франшизы предоставляется возможность выбора производства, а также варианты совмещения. Также гарантируется эксклюзивность, свобода в выборе географии продаж и количестве сегментов производства.

Преимущества франшизы НПК СОЖ Синтез: результат более 10-летнего опыта работы; опыт запуска 36 производств в странах СНГ; постоянный контакт и обмен опытом между всеми франчайзи компании; регулярные обучающие тренинги; собственное прибыльное производство на площади всего лишь 100кв.м; постоянно расширяющийся список сегментов; постоянно пополняющийся список продукции.

Сырье и комплектующие для производства: D-Лимонен (D-Лимонен\ Апельсиновый терпен (5989-27-5)); Бутилцеллозоль; Глицерин (99,7_Д98_ПК-94); Емкость 1л. Прямоугольная; Канистра 21,5л ЕВРО; Канистра Евро 10л; Канистра Евро 5л; Карбамид; Катамин АБ; Кислота (ОЭДФ); Кислота лимонная; Кислота Ортофосфорная; Кислота соляная; Краситель (Цвет - Алый) на водной основе, водорастворимый /AR-RD05/ Франция; Краситель (Цвет - Голубой) на водной основе, водорастворимый /OL-BL18/ Франция; Краситель (Цвет - ярко-розовый PINK) на водной основе, водорастворимый /SK-RE14/ Франция; Краситель (Цвет - желтый салатовый) на водной основе водорастворимый /AL-YE30/ Франция; Краситель (Цвет - зеленый) на водной основе водорастворимый /RA-GR73/ Франция; Лауретсульфат натрия SLES ASCO 24-2/70; ПАВ APG (Алкилполиглюкозид C12-C14 Elotant Milcoside 200; ПАВ Berol 226; ПАВ Berol DGR81; ПАВ Кокамидпропилбетаин; ПАВ Оксамин (Окись Амина); Растворитель Shellsol D60; Силиконовая эмульсия Sempure 35; Силиконовая эмульсия Sempure HV 6500; Сода каустическая (Натрий едкий); Соль техническая; Спирт изопропиловый; Трилон-Б (Тетранатриевая соль) BASF

Поставщиком сырья также будет выступать НПК СОЖ Синтез. Объем сырья определен поставщиком в соответствии с техническим регламентом производства.

При заключении договора франшизы, клиенту поставляется оборудование, технологический регламент для организации производства, сырье. Процесс запуска производства состоит из следующих этапов и происходит в течение 4 недель:

- заключение предварительного договора, оплата брони (входит в стоимость франшизы) — показатель серьезных намерений клиента;
- заключение основного договора, оплата материального пакета в размере 70% от стоимости франшизы. Только после этого сотрудники франчайзера начинают формирование материального пакета и подготавливают его к отправке;
- через 2-3 недели происходит отправка материального пакета (оборудование, сырье, тара, этикетки);
- выезд специалиста СОЖ «Синтез» на место будущего производства, при полном содействии специалиста происходит сборка и наладка оборудования;
- запуск производства, обучение техперсонала, тестирование и доработка готовой продукции, первые продажи.
- поддержка, тренинги, получение прибыли.

Организационный план

Предприятие будет иметь организационно-правовую форму индивидуального предпринимательства и использовать упрощенный режим налогообложения для субъектов малого бизнеса.

Общее руководство предприятием, а также ведение бухгалтерского учета будет осуществлять сам индивидуальный предприниматель. Для производства на приобретаемой линии требуется штат сотрудников численностью не более двух человек на производство по одному сегменту. Штатным расписанием предусмотрен 1 рабочий-технолог и 1 разнорабочий.

Персонал

Должность	Количество, человек	Оклад, тенге
Технолог	1	70 000
Рабочий	1	50 000
Итого	2	120 000

В рамках реализации проекта для организации производства предусматривается аренда производственного помещения площадью 75 м². Ежемесячная арендная плата составляет – 30 000 тенге. К помещению поставщиком оборудования предъявляются следующие требования: расположение – промзона; площадь – от 50 кв.м; электроэнергия 380V /220V (до 15 kW); наличие отопления, водоснабжения, канализации бытовой; ровный пол; высота потолков от 3 м; подъездные пути для грузового транспорта. Арендуемое помещение будет полностью соответствовать вышеуказанным требованиям.

Настоящая бизнес-идея предполагает привлечение заемных средств в размере 5 960 000 тенге.

Инвестиционный план

Инвестиционные вложения	Итого, тенге
Расходы по приобретению основных средств	4 660 000
Расходы на оборотные средства на первый месяц	1 300 000
Всего	5 960 000

Инвестиционные затраты включают в себя:

- приобретение оборудования стоимостью 963 083 тенге;
- приобретение кассового аппарата – 22 000 тенге;
- приобретение франшизы НПК СОЖ Синтез и интеллектуальной собственности общей стоимостью 3 674 917 тыс. тенге.

Дополнительно в стоимость проекта входит стоимость франшизы, а также интеллектуальная собственность: рецептуры и технические регламенты, макеты этикеток, каталогов, прайс-листов, коммерческих предложений, сертификация, обучение специалистов (менеджера, управленца, технолога на производстве). Также в эту стоимость входит приезд специалиста из Казани на пуско-наладку и монтаж оборудования, установку программы по учету выручки и расходов.

В следующей таблице представлен перечень необходимого оборудования. Будет приобретаться технологическая линия для производства продукции «Профессиональный клининг».

Перечень необходимого оборудования

Комплектующая	Ед.изм.	Кол-во	Стоимость, тенге	Сумма, тенге
РН метр	шт	1	9 870	9 870
TDS метр (прибор для измерения качества воды)	шт	1	7 755	7 755
Весы до 5кг	шт	1	3 290	3 290
Весы напольные 60 кг (Штрих МП 60-10,20 АГ1 Лайт (со стойкой)	шт	1	36 660	36 660
Весы напольные 600 кг (Штрих МП 600-100,200 АГ3 Лайт)	шт	1	61 570	61 570
Витрина	шт	1	24 440	24 440
Водонагреватель проточный	шт	1	74 260	74 260
Инвентарь - набор «Химия»	шт	1	11 280	11 280
Комплект шлангов для бойлера	шт	1	9 400	9 400
Миксер промышленный пвх 200л всборе	шт	5	51 700	258 500
Миксер промышленный с емкостью 1000л.	шт	2	109 980	219 960
Насос для масла GROZ ERP/01 роторный	шт	2	13 630	27 260
Площадка-стелаж под 2 миксера	шт	1,5	87 420	131 130

Провод 4*1,5	м	20	240	4 800
Термометр-градусник	шт	1	846	846
Фильтр Барьер ПРОФИ ВВ20*3 Standart	шт	1	63 920	63 920
Шланг разливочный с краном на еврокуб	шт	2	3 666	7 332
Шланг с хомутами для фильтров	шт	1	10 810	10 810
Итого				963 083

Планируемая программа производства по годам, кг

Продукция	Ед. изм.	2 016 год
Объем производства	кг	53 424
Среднее в месяц	кг	4 452

Минимальный ежемесячный объем производства составляет – 4 452 кг. готовой продукции. В разрезе выпускаемых 21 вида товара планируется одинаковый выпуск готовой продукции в количестве – 212 кг.

В разрезе лет ежегодно заложен прирост объемов производства на 5%. Максимальный объем производства на приобретаемом оборудовании – 6 500 кг готовой продукции. Первоначальная планируемая загруженность производственных мощностей: с 68,5% в первый год работы до 91,7% начиная в 2022 году. В следующей таблице представлены планируемые цены на продукцию.

Цены за килограмм, тенге

Наименование продукции	Цена за кг.
Жидкое мыло	218
Жидкое мыло с глицерином	250
Жидкое мыло с дезинфицирующим эффектом	507
Средства для мытья полов нейтральное	292
Средства для мытья полов щелочное	378
Средства для очистки ковровых покрытий и текстиля высокопенное	300
Средства для очистки ковровых покрытий и текстиля низкопенное	324
Средства для очистки текстиля и ковров щелочное	324
Средства для очистки стекол и зеркал	222
Средство для ухода за изделиями из кожи	593
Средства для чистки духовых шкафов и грилей	554
Средства для мытья посуды вручную	251
Средства для посудомоечных машин	402
Средства для чистки сантехники	484
Средства для чистки после ремонта	484
Средства для мойки фасадов зданий	546
Средство для удаления пятен	874
Средство для гидрофобизации	399
Средство для биотуалетов	374
Полироль пластика глянцевая	679
Полироль пластика матовая	585

Расчет планируемой выручки от реализации, тенге

Продукция	2 017 год
Жидкое мыло	554 592
Жидкое мыло с глицерином	636 000
Жидкое мыло с дезинфицирующим эффектом	1 289 808
Средства для мытья полов нейтральное	742 848
Средства для мытья полов щелочное	961 632
Средства для очистки ковровых покрытий и текстиля высокопенное	763 200
Средства для очистки ковровых покрытий и текстиля низкопенное	824 256
Средства для очистки текстиля и ковров щелочное	824 256
Средства для очистки стекол и зеркал	564 768
Средство для ухода за изделиями из кожи	1 508 592
Средства для чистки духовых шкафов и грилей	1 409 376
Средства для мытья посуды вручную	638 544
Средства для посудомоечных машин	1 022 688
Средства для чистки сантехники	1 231 296
Средства для чистки после ремонта	1 231 296
Средства для мойки фасадов зданий	1 389 024
Средство для удаления пятен	2 223 456
Средство для гидрофобизации	1 015 056
Средство для биотуалетов	951 456

Полироль пластика глянцевая	1 727 376
Полироль пластика матовая	554 592
ИТОГО	22 064 112

Финансовый план**Отчет о прибылях и убытках за 1-й операционный год**

Показатели	Итого за год, тенге
Выручка от реализации	
Реализация мощных средств	22 064 112
ВСЕГО	22 064 112
Затраты	
Материалы, сырье и комплектующие	11 820 000
Коммунальные услуги, связь	204 000
Заработная плата работников	1 440 000
Социальный налог и соцотчисления	316 069
Аренда	360 000
Спецодежда, перчатки, хоз.товары	60 000
Амортизация	500 000
ГСМ	240 000
Роялти	780 000
Реклама	180 000
Прочие расходы	96 000
Расходы на погашение кредита	2 200 000
ВСЕГО ЗАТРАТЫ	18 196 069
Доход до налогообложения	3 868 043
ИПН и ОПВ за ИП	343 500
Чистый доход	3 524 543

36. ОТКРЫТИЕ ЦЕХА ПО ИЗГОТОВЛЕНИЮ ОБЪЕМНЫХ 3D ФИГУР И БУКВ ИЗ ПЕНОПЛАСТА**Анкета проекта:**

Цель инвестиционного проекта: создание цеха по изготовлению объемных 3D фигур и букв из пенопласта.

Продукция/Услуги: объемные фигуры и буквы из пенопласта

Общая стоимость проекта: 3000 000 тенге

Окупаемость проекта: 2,5 года.

Концепция проекта

Концепция проекта предусматривает создание цеха по изготовлению не имеющих аналогов в регионе объемных 3D фигур и букв из пенопласта. В последующем в ассортимент производимой продукции будут добавлены другие виды изделий из пенопласта.

Описание продукции

Объемные 3D фигуры и буквы из пенопласта – это новое слово в создании рекламных вывесок и презентации товара потенциальным потребителям, одно из наиболее востребованных решений. Это объемные фигуры из пенополистирола (пенопласта), имитирующие различные предметы в увеличенном виде, героев кинематографа и анимационных фильмов. А также объемные буквы из пенопласта, любых форм и размеров, декорации, муляжи, рекламные вывески, оформление выставочных стендов и т.

Изготовление 3D макетов наиболее верное решение для привлечения клиентов – яркие, запечатлевающиеся в сознании образы и ассоциации.

Изделия из пенополистерола мало весят, легко монтируются, стойки к различным воздействиям.

Приобретаемое оборудование позволит изготавливать из пенопласта фигуры лепнину любой сложности. Поэтому любое написание шрифтов, а также логотипы будут воспроизведены с точностью до 1 мм.

Так же два больших преимущества подобных рекламных конструкций, и элементов декора – это короткие сроки производства, и низкая стоимость при высоком качестве изделий

План маркетинга и анализ рынка

Потребителями планируемой продукции будут как крупные организации, так малые и средние предприятия, а также население области.

Реклама стала надежным союзником в борьбе за признание и популярность. На рынке Костанайской области складывается оптимистичная ситуация, когда новых игроков на рынке изготовления 3D фигур и букв нет. От яркости рекламы, ее доступности зависит и степень заинтересованности продукцией предполагаемых покупателей. Учитывая это, организация планирует занять собственную нишу на рынке.

Технология производства

Технология фигурной резки пенопласта представляет из себя производство 3D фигур с использованием компьютерных технологий, посредством, термической резки струной, которая нагревается током. Резка осуществляется нихромо-

выми или вольфрамовыми нитями диаметром 0,3-0,5 мм. Все станки оснащены электронными блоками управления, не требующими дополнительного трансформатора для нагрева режущих струн.

Для изготовления на станке деталей 3D изделия, на станок фигурной резки пенопласта установлен поворотный стол, который можно переносить в любое место станка и смещать к передней или задней части станка. Поворотный стол приводится в движение от установленного на механизм двигателя. Способ вращения поворотного стола зависит от комплектации и версии станка и может приводиться в движение за счет прижимного ролика, синхронного-ременного привода и мотор-редуктора. Сам процесс проходит по линии, заданной программой, с идеальной точностью. Механизмы на базе шаговых двигателей перемещают режущий элемент по блоку пенопласта. Управление шаговыми двигателями производится программно через USB выход компьютера. Если при ручной работе с объемными изделиями не обойтись без погрешностей, то с промышленной фигурной резкой можно достигнуть лучшего качества и отточенности форм. Кроме того, благодаря использованию техники, значительно вырастает производительность труда.

• Резка фигурных форм производится по программе, которая входит в комплект станка

Вырезав нужную фигуры подготавливается для нанесения армирующего покрытия. Поверхность должна быть чистой и сухой. Готовое покрытие МетаПласт-М эластичный перемешивается с помощью миксера, чтобы сделать его более пластичным. Смесь должна быть более-менее жидкой, для нанесения ее с помощью пистолета распылителя. Толщина покрытия должна соответствовать объему фракции покрытия, примерно 1-2 мм.

Затем заготовка отправляется в сушильную камеру, где находится в течении 24 часов до полного высыхания.

После того как заготовка высохла на нее необходимо нанести двух упаковочное полимерное покрытие МетаПласт Ц финиш + МетаПласт Д2 – белое мраморное покрытие. Примерное давление при работе сохраняется около 5 атмосфер, чтобы сильно не распылять материал.

После нанесения покрытия отправляется в сушильную камеру. А далее готовые изделия шлифуются вручную.

Последний этап, это нанесение водоэмульсионной краски в 2 слоя, убедившись в высыхании первого. Краска наносится краскораспылителем на чистую, сухую поверхность

Полная готовность продукции к эксплуатации на четвертые сутки после нанесения первого слоя покрытия

Изготовление фигур из пенопласта осуществляется с помощью терморезки на специальном оборудовании, позволяющих так же выполнять 3d фигуры любой сложности.

Оборудование для фигурного резок пенопласта обеспечивает высокую точность и чистоту реза даже при витиеватом шрифте и тонкости элементов.

Организационный план

Предполагаемый цех планируется разместить в нежилом арендованном помещении площадью около 100 квадратных метров. Ввиду особенности производственного процесса помещение будет снабжено противопожарным инвентарем. Помещение будет состоять из непосредственно цеха по изготовлению продукции из пенопласта, разделенного на три части, покрасочного, для резки пенопласта, складирования материала и готовой продукции.

Используемое помещение обеспечено электроэнергией, отоплением и водоснабжением. Дополнительных коммуникаций не потребуется.

В данном проекте будут работать 2 мастера которые является и руководителями данного проекта с окладом 80 000 тенге и 2 рабочих с окладом в 40 000 тенге в месяц.

Рабочий будет заниматься как изготовлением, так и монтажом готовой продукции. Также в процессе будут участвовать сами участники проекта.

Годовой фонд заработной платы составит 2 880 000 тенге.

Зарплата производственного состава будет также премиальной. Таким образом, у работника будет больше мотивов на высокопроизводительный труд.

Инвестиционный план

Наименование	Сумма, тенге
Покупка и доставка оборудования	2544 395
Сырье, материалы	255 605
Аренда помещения	200 000
Итого:	3 000 000

Перечень необходимого оборудования

Оборудование	Сумма, тенге
Станок СРП-3222 «Супер Макси»	765 000
Станок СРП-3221 «Макси Универсал»	720 000
Станок СРП-М Мастер	99 000
Станок СРП «Мини»	630 000
Поворотный стол	67 500
Компрессор КРАТОН HOBBY 350/100	106 900
Дрель миксер STOMER SMD	43 600
Дрель ударная BOSCH GSB	60 000
Набор пневмоинструмента MATRIX	9 400
Пистолет покрасочный IVT ASG -0,45	9 200
Вентилятор – TORNADO – 315	33 795
Итого	2 544 395

Ежегодные переменные расходы, тенге (без НДС)

Статьи	2017 год
Закуп и доставка материала	4224000
Итого переменные расходы	4224000

План доходов, тенге

Статьи	2017 год
Выручка от объемных букв из пенопласта	3 240 000
Выручка от объемных фигур из пенопласта	7 560 000
Итого, тенге	10 800 000

Финансовый план

Статьи	2017 г.
Доход от реализации	10 800 000
Затраты, в том числе:	10 213 781
Закуп и доставка материала	4 224 000
Аренда	1 200 000
ИПН	162 000
ОПВ	27 431
Социальные отчисления и социальный налог	291 600
Оплата труда	2 880 000
Выплата основного долга	1 000 000
Выплата вознаграждения	228 750
Непредвиденные расходы	200 000
Чистая прибыль	586 219

37. ИЗГОТОВЛЕНИЕ РЕЗНЫХ ИЗДЕЛИЙ ИЗ ДЕРЕВА**Анкета проекта**

Цели инвестиционного проекта: Изготовление резных изделий из дерева местному населению и туристам.

Производительность: кухонный набор – 60 шт; шкатулка – 120 шт; набор для кумыса – 60 шт; шахматы с шахматным столиком – 48 шт в год.

Продукция: кухонный набор; шкатулка; набор для кумыса; шахматы с шахматным столиком.

Стоимость проекта: 1 122 000 тенге.

Срок окупаемости: 2 года.

Концепция проекта

Данный проект разработан с целью обоснования финансово-экономической эффективности и технической реализуемости инвестиционного проекта «Изготовление резных изделий из дерева». Современное производство резных изделий и сувениров из дерева возродилось благодаря исторической памяти, ведь раньше наши деды использовали дерево для украшения и защиты дома. Сегодня многие приобретают сувениры из дерева, чтобы они радовали взгляд, эти изделия можно с успехом использовать как подарки и бизнес-подарки. Людям, имеющим определённый опыт работы с древесиной, сравнительно легко освоить производство резных изделий из дерева. Именно опыт и умение являются основным вложением в этот бизнес. Успешность данного бизнеса будет во многом зависеть от фантазии и художественного вкуса.

Конкурентоспособность бизнес-проекта подтверждается динамикой развития рынка резных деревянных изделий РК и существующими на нем тенденциями, а также высоким качеством изделий инициатора проекта. Готовность бизнес-проекта к внедрению подтверждается наличием исходной производственной базы – мастерской инициатора проекта.

Описание продукта (услуги)

Распространенными видами казахского народного искусства являются резьба по дереву, камню и кости. Резьба по дереву была широко распространена в областях Центрального Казахстана, Алатау, северо-западных и северо-восточных районах, где имелись большие лесные массивы. В северных областях использовали лиственные породы, особенно красную березу с красивой текстурой, черную и красную ольху, клен, орех, ясень, дуб. Дерево этих пород легко режется и окрашивается, хорошо поддается обработке. В Семиречье лари, сундуки, подставки, шкатулки и многие другие вещи делались из яблони, ореха, облепихи. Музыкальные инструменты, например, кобыз, делали из ивы. Есть поговорка: «Мой славный кобыз из корней ивы».

Оригинальна и неповторима у казахов резьба по дереву, которая бывает плоскостной, объемной, сквозной и дополняется росписью. Резными в прошлом были двери, верхняя цилиндрическая часть остова, низ купольных жердей юрты, ее обруч, а также кебеже – ларь, абдре – сундуки, тосекагаш – кровать, жастыкагаш – изголовье подушечное, асадал – шкаф разборный для хранения посуды, скатертей, салфеток, музыкальные инструменты; посуда: ожау, саптыаяк – черпаки, тос-таганы – миски, кубы – маслобойни и многое другое. В отдельных изделиях народных мастеров, дошедших до нас, присутствуют почти все виды резьбы.

Предполагается изготовление и реализация следующих резных изделий из дерева местному населению и туристам:

1. Кухонный набор в комплекте



2. Шкатулка



3. Набор для кумыса



План маркетинга и анализ рынка

Основными потребителями предлагаемых резных изделий из дерева являются жители Карагандинской области и г. Караганды, а также туристы, посещающие регион.

Однако, даже не имея точной информации об объеме рынка, можно с уверенностью сказать, что резные изделия из дерева, имеющие определенную художественную ценность, найдут своего покупателя как среди иностранных туристов, так и 10-20% наиболее состоятельных местных жителей.

Инициатор проекта имеет определенные налаженные каналы сбыта продукции, в т.ч. имеются постоянные заказчики. Имеется также взаимодействие с компаниями – продавцами сувениров, например, вязь с отделами сувениров в супермаркетах и гостиницах г. Караганды.

Рассматривая конкурентную среду фирмы, необходимо отметить, что в Карагандинской области существует некоторое количество небольших по объему производителей резных изделий из дерева. Однако в Республике Казахстан имеется по крайней мере один крупный производитель резных изделий из дерева – ТОО «Блэк» (г. Алматы, г. Кокшетау). ТОО «Блэк» – единственное предприятие в Казахстане, специализирующееся на изготовлении казахской посуды и утвари, имеющее свои производственные мощности, позволяющие соблюдать все технологии заготовки и сушки сырья, наладившее каналы поставки леса. Компания предлагает своим клиентам качественную, красивую, экологически чистую продукцию, которая удовлетворяет даже самых взыскательных покупателей».

Предлагаемый ассортимент продукции должен, по возможности, соответствовать запросам рынка, хотя само использование традиционных по форме и назначению изделий обеспечивает в условиях расцвета национальной культуры постоянный уровень интереса среди потенциальных потребителей. Расширение ассортимента и повышение качества резных изделий из дерева позволит индивидуальному предпринимателю сформировать устойчивый положительный имидж и обеспечить прочную позицию предприятия на рынке резных изделий из дерева. Этой же цели будет способствовать применение сравнительно невысоких цен на изделия, доступных людям со средним уровнем доходов.

На начальном этапе сбыт такой уникальной продукции не требует особой рекламы и затрат на поиски клиентов. Для начала достаточно просто договориться с самыми заметными сувенирными отделами крупных магазинов города Караганды и выставить свои изделия на реализацию.

В дальнейшем при повышении объема выпуска возможны варианты стимулирования сбыта:

- 1) рекламная компания через СМИ;
- 2) искать заказы через знакомых;
- 3) изготовить буклеты для рассылки дизайнерам, офисным центрам и т.д.;
- 4) прямые предложения состоятельным людям;
- 5) создать интернет-сайт.

Первый пункт предполагает распространение рекламных и не рекламных статей в местной прессе, освещающих уровень и качество производимых предприятием услуг и гарантий. Особое внимание при этом планируется уделить продуманному тексту обращения к потребителям, привлекающему внимание и подчеркивающему качества и преимущества нашего предприятия.

Немаловажное значение для привлечения внимания потребителей играют также личные контакты с потребителями. Возможно, эта мера окажется не менее эффективной, чем реклама. Количество средств, затрачиваемых на продвижение услуги (рекламную деятельность), необходимо корректировать ежемесячно на основании сравнения количества потребителей, привлеченных каждым из вышеуказанных способов. Для увеличения потока клиентов потребуются дополнительные усилия и затраты на поиск и привлечение клиентов.

Технологический процесс

Благодаря высокой механической прочности, легкой обрабатываемости, небольшому объемному весу, низкой теплопроводности, цвету древесины применяют для изготовления столярно-строительных изделий, мебели и товаров культурно-бытового назначения. При нормальных условиях эксплуатации конструкции из древесины сохраняются в течение многих лет.

На многих предприятиях используют высокопроизводительные деревообрабатывающие станки и другое специализированное оборудование, полуавтоматические и автоматические линии. Для полного и рационального использования

мощностей деревообрабатывающего оборудования необходимо его хорошо знать и уметь использовать при выполнении каждой технологической операции.

Электродолбежники применяют сравнительно широко для выдалбливания отверстий. Для высверливания отверстий различных диаметров под болты, шканты и шурупы применяют ручные сверлильные машины различных типов и конструкций.

При подготовке поверхности к отделке применяют циклевание и шлифование. Циклюют древесину твердых лиственных пород; мягкие породы шлифуют шлифовальными шкурками различных номеров с основой из бумаги или полотна. Ручное шлифование предназначено для выравнивания поверхности древесины после строгания и циклевания. При ручном шлифовании шлифовальную шкурку закрепляют на специальных колодках, плоскости которых оклеены войлоком. Все поверхности шлифуются сначала шкурками с крупным зерном, а затем с более мелким вдоль волокон. Поперек волокон шлифовать не рекомендуется, так как образуются глубокие царапины, которые трудно зачистить, а после отделки они станут еще более заметными. Ручное шлифование – трудоемкая операция. Значительно облегчают труд и повышают его производительность электрошлифовальные инструменты. Электрифицированные инструменты используют и для шлифования собранных изделий, что невозможно выполнить на шлифовальных станках.

Соединять элементы деревянных конструкций можно при помощи болтов, гвоздей и шурупов, однако основным видом соединения деталей в столярно-мебельном производстве является склеивание. Оно дает возможность изготавливать детали любых размеров и форм. Виды склеивания: 1) склеивание брусков или досок пластинами в блоки; 2) склеивание досок кромками в щиты; 3) склеивание тонких пластин древесины (шпона) с одновременным гнутьем при изготовлении гнутоклеенных деталей; 4) облицовывание, т. е. оклеивание деталей из древесины малоценных пород тонким шпоном более ценных пород; 5) склеивание брусков и фанеры или древесноволокнистых плит в пустотелые щиты с различными наполнителями. Кроме того, склеиванием соединяют детали и изделия при их сборке, а также выполняют прессование измельченной древесины (стружек, опилок и др.), смешанной с клеем, в различные детали. Технологический процесс склеивания состоит из следующих операций: подготовки к склеиванию деталей или шпона; подготовки клеевого раствора; нанесения клеевого раствора на древесину; выдержки для впитывания клея; запрессовывания склеенных деталей и выдержки их в сжатом состоянии до схватывания клея; выдержки склеенных деталей после распрессовывания.

Сущность склеивания состоит в том, что нанесенный на поверхность древесины клей проникает в межклеточные и внутриклеточные пространства, застывает или затвердевает там и таким образом как бы сшивает склеиваемые поверхности большим числом тончайших нитей. При этом между склеенными деталями образуется тонкий слой клея (0,08...0,15 мм). Как при малой, так и при большой толщине клеевого слоя прочность ухудшается. При меньшей толщине недостаточность клея делает склеивание «голодным», а при большей толщине клеевая прослойка не позволяет плотно прилегать склеиваемым поверхностям.

Структура технологического процесса.

Все столярно-мебельные изделия изготавливают по техническому проекту. Приступая к изготовлению любого столярного изделия, следует на основании чертежа составить спецификацию, чтобы определить количество сырья и материалов для изготовления изделия. На основании чертежа, спецификации и технологического проекта на изделие составляют технологические карты. Технологические карты составляют на целые изделия или на отдельные детали. Форма и содержание технологических карт зависят от условий, в которых выполняются операции. Карты заполняют по последовательности выполнения операций.

Ручная обработка древесины. Организация и оборудование рабочего места.

Рабочее место – это часть площади цеха, на которой размещены: верстак (основное оборудование при ручной обработке древесины), различные приспособления и инструменты. Для крепления заготовок в верстак в переднюю часть крышки вмонтирован передний зажим, а в заднюю – задняя зажимная коробка, винты которых изготавливают из дерева или металла.

Разметочные инструменты и приспособления. Разметка – важная стадия технологического процесса. От нее зависит не только качество, но и количество получаемых деталей. Назначение разметки – получить детали точных размеров и форм, соответствующих чертежам, при минимальных затратах материала. Сначала выполняют предварительную разметку досок на черновые мебельные заготовки (ЧМЗ) – детали с припусками на обработку. Припуском называется разность между размерами ЧМЗ и изготовленной детали. Разметочным инструментом при предварительной разметке пиломатериалов на черновые заготовки служат рулетка, линейка, а при разметке обрезных досок – и угольник. Для разметки основных соединительных элементов применяют различный разметочный инструмент, а также шаблоны и специальные приспособления. В зависимости от формы и размеров соединительных элементов шаблоны и приспособления могут быть разнообразными. При помощи шаблонов удобно размечать контуры криволинейных деталей, центры отверстий, особенно когда они должны совпадать с такими же отверстиями в сопрягаемой детали.

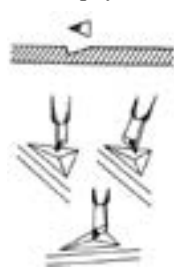
Понятие о резании древесины. Геометрия реза. Процесс изготовления изделий из древесины включает различные виды обработки (механическую обработку, склеивание, сборку, сушку древесины). Наиболее распространенной является механическая обработка древесины – процесс, в результате которого получают изделия или их элементы заданных форм и размеров без изменения химического состава. Резание – обработка, при которой нарушаются связи между частицами древесины по заданному направлению с образованием стружки (пиление, строгание, фрезерование) или без нее (резание ножницами). Резание выполняют инструментом клиновидной формы.

Стружка – часть заготовки, отделяемая резцом за один проход. Необходимое условие резания – перемещение резца относительно неподвижной заготовки или наоборот. Резец не снимает за один проход весь материал, подлежащий удалению. Это объясняется ограниченной режущей способностью инструмента. Слой материала заготовки срезают за несколько проходов, после каждого очередного прохода резец должен перемещаться относительно заготовки или заготовка относительно резца на величину снимаемого слоя стружки. Таким образом, при резании совершаются два движения – резания и подачи.

Движение резания – абсолютное движение резца или заготовки, необходимое и достаточное для срезания одной стружки. Линия, по которой резец совершает движение резания, называется траекторией резания. Путь, пройденный лезвием резца в единицу времени по траектории резания, называется скоростью резания. Движение подачи – абсолютное движение резца или заготовки, обеспечивающее последовательное срезание новых стружек.

Древесина разрезается одним или несколькими резцами. Резец срезает с заготовки стружку соответствующей толщины. В направлении движения резец действует на древесину с силой, называемой силой резания. Каждый из резцов образует поверхность резания, а резцы в целом – поверхность обработки. Плоскость, касательная к поверхности резания и проходящая через кромку резца, называется плоскостью резания. Различают три основных вида резания: вдоль волокон, в торец, поперек волокон.

Геометрическая резьба. Геометрическая, или трехгранно-выемчатая резьба (в литературе встречается еще одно ее название – клинообразная) состоит из ряда азбучных узоров, сочетание которых дает красивые, выразительные композиции. К разновидностям геометрической резьбы можно иногда относить и контурную резьбу, если она имеет прямолинейные или циркульные очертания.



Все многообразие узоров геометрической резьбы состоит из сочетания двух азбучных элементов – сколышка и треугольника, которые могут быть в любых композициях. Любой, самый сложный геометрический узор можно расчленить на составляющие его элементы, и они окажутся или сколышками или треугольниками.

Выполнение элемента «сколышек» и «треугольник»

В поисках композиции для таких узоров обращаться надо к классическим произведениям народного искусства. Именно треугольники и сколышки, сливаясь в ромбы, цепочки, витейки и т.д., дают нескончаемое разнообразие композиций. Теперь о инструменте, с помощью которого все это делается. Это хороший, надежный нож. Но и не совсем обычный. Потребуется косой, или сапожный нож. Нож должен быть прочным, крепко сидящим в руке и очень остро отточенным. Самый простой, но надежный нож можно изготовить из обычной плоской стамески шириной 20–30 мм. Для этого можно использовать наждачный круг. При выполнении геометрической резьбы нож надо держать крепко в кулаке, упираясь оставленным большим пальцем в ручку ножа. Пальцами другой руки надо направлять кончик ножа, устанавливая его на линию рисунка.

В тех случаях, когда на мебельных изделиях уже была резьба и она повреждена (сколы, трещины и т.д.), можно принять меры к ее восстановлению. Сколы заделывают, приклеивая на предварительно выровненную поверхность кусочек древесины той же породы и с тем же направлением волокон, которому затем придают необходимую форму. Трещины, вырывы, вмятины заделывают шпатлевкой или вставками из той же породы древесины.

Наиболее простой случай – накладная резьба. Сначала тщательно обмеривают и прорисовывают существующий элемент, аналогичный или симметричный утраченному. Затем делают шаблон, повторяющий контур резьбы в плане. Можно также вылепить рельеф из пластилина, чтобы лучше почувствовать его форму. Делают заготовку из здоровой без сучков древесины (в данном случае липы) влажностью не выше 8 %. Размеры заготовки должны несколько превышать размеры детали. Она должна быть тщательно выстрогана, затем спилена по контуру с небольшим припуском.

Заготовку клеem приклеивают к ровной подкладной доске или щиту, прокладывая тонкую бумажку, и переводят на заготовку рисунок резьбы. Надрезают и подрезают контуры лепестков полукруглыми стамесками разной кривизны, затем прорабатывают рельеф (сначала грубее потом тонко) и зачищают его шлифовальной шкуркой. Готовую резьбу снимают и очищают от бумаги, затем отделяют резьбу и после этого наклеивают ее на отделанную поверхность спинки стула.

При восстановлении объемных резных элементов или деталей, например резной ножки, их обмеряют и делают шаблон заготовки.

Шаблон из тонкой фанеры или толстого картона должен иметь припуск на окончательную обработку поверхности детали. Его накладывают на подготовленный брусок и очерчивают. Заготовку спиливают ленточной или лучковой пилой,

постоянно контролируя размеры в наиболее характерных точках по оригиналу. Когда требуемая форма получена, присоединяют заранее вырезанный кусок, образующий консоль. Его можно просто приклеить на гладкий срез, но лучше усилить соединение шкантами.



Иногда нажимом помогают движению ножа, иногда его сдерживают. Сколышек – самый простой элемент, и вырезается он тоже предельно просто: нож заглубляется около одной из вершин (по сторонам треугольника), а у противоположного основания выходит на поверхность. Затем начиная с этого основания, срезают древесину по всей площади треугольника, опять заглубляясь у вершины.

Режущий инструмент: а – стамески-уголки; б – стамески-клюкарзы; в – стамески-церазики; г – нож-косык.

Деревообрабатывающие станки и их эксплуатация.

Деревообрабатывающий станок – рабочая машина, которая посредством резания или снятия стружки обеспечивает изготовление деталей заданной формы с требуемыми точностью размеров и шероховатостью обработанной поверхности.

Классификация деревообрабатывающих станков. По назначению деревообрабатывающие станки подразделяются на три класса – станки общего назначения (универсальные), специализированные и специальные. Деревообрабатывающими станками общего назначения называют такие, которые можно использовать в различных деревообрабатывающих производствах. По типу режущего инструмента и технологическому назначению их разделяют на ленточнопильные, круглопильные, продольно-фрезерные, фрезерные, шипорезные, сверлильные, сверлильно-фрезерные (пазовальные), долбежные, токарные и шлифовальные.

Специализированные станки предназначены для выполнения операций или для обработки деталей, размеры которых могут изменяться настройкой (станки для продольной обработки и облицовывания кромок щитовых деталей). Специаль-

ные станки служат для обработки только вполне определенной детали (копировально-фрезерный станок для обработки задней ножки столярного стула). Специальные станки, как правило, не имеют устройств для переналадки на другие изделия. Они бывают одно- и многооперационные и находят применение в производстве конструктивно устойчивых изделий – спортивного инвентаря, карандашей, спичек.

Основные конструктивные элементы станков. Каждый деревообрабатывающий станок состоит из основных и вспомогательных частей. Основные части станка – станина, рабочий стол, рабочий вал или шпиндель, суппорт, режущий инструмент, электродвигатель и механизм передачи движения. Дополнительные части – механизм подачи материалов, направляющие и прижимные устройства, пуско-остановочные устройства, оградительные устройства и приспособления для смазки. Конструкции основных и вспомогательных частей и механизмов зависят от особенностей каждого станка, его назначения, мощности и механизма подачи.

Станина – это основание станка, к которому крепят основные и вспомогательные части, узлы, различные механизмы и органы управления. Она несет на себе все вибрационные и динамические нагрузки, а также нагрузки от обрабатываемого материала. Станины могут быть чугунными (цельнолитые или сложные), сваренными из профильного проката и листового материала, и только в отдельных случаях – деревянными, изготовленными на месте их эксплуатации (нестандартное оборудование).

Рабочие столы предназначены для размещения, поддержания и перемещения обрабатываемых на станках деталей. Они могут быть подвижными, неподвижными, переставными, передвижными, наклонными и карусельными. Столы состоят из одной, двух или нескольких частей.

Рабочие валы и шпиндели служат для крепления режущего инструмента (пил, ножей, фрез, сверл) и придания ему вращательного движения. Конструкции рабочих валов и шпинделей зависят от назначения и типа станка, вида режущего инструмента, который крепят посередине вала, а на шпиндели – в конце. Для крепления режущего инструмента на рабочих валах и шпинделях применяют различные приспособления. Рабочие валы и шпиндели имеют вращательное, возвратно-поступательное положения относительно режущего инструмента.

Питательные устройства предназначены для подачи заготовок в станки, а съемные – для снятия со станков обрабатываемых заготовок или деталей и укладки их в пакеты. Заточные устройства предназначены для фугования и заточки режущего инструмента непосредственно на станке. Направляющие устройства применяют на всех станках для изменения направляющих и опорных элементов относительно режущего инструмента, а также положения прижимных и подающих органов относительно упорных элементов станков. Устройства для удаления отходов представляют собой эксгаустерные приемники, присоединяемые к трубопроводам, по которым пыль, опилки и стружки, образовавшиеся в процессе обработки древесины, удаляются из цеха. Для смазывания трущихся поверхностей на всех деревообрабатывающих станках имеются специальные смазывающие устройства. Смазывание способствует долговечности и работоспособности станков.

В настоящее время ИП имеет в своем распоряжении комплект оборудования для изготовления резных изделий из дерева. Перечень этого оборудования приведен в таблице

Имеющееся оборудование для изготовления резных изделий из дерева:

1. Станок деревообрабатывающий СДБ-0422
2. Станок токарный «Малыш»
3. Гравер «Зубр» в наборе насадок

Настоящая бизнес-идея предполагает привлечение заемных средств в размере 1 122 000 тенге.

Инвестиционный план

Инвестиционные вложения	Итого, тенге
Инвестиции в строительство и строительные-монтажные работы (монтаж электропроводки)	180 000
Инвестиции в оборудование	840 000
Оборотный капитал	102 000
Всего	1 122 000

Расходы по приобретению оборудования

Наименование	Количество	Стоимость, тенге	Сумма, тенге
Строительный вагончик	1	340 000	340 000
Станок фрезерный	1	250 000	250 000
Станок фуговальный	1	250 000	250 000
Итого, тенге			840 000

Для расширения ассортимента выпуска резных изделий ИП нуждается в расширении станочного парка и приобретении двух станков – фрезерного и фуговального.

Фрезерный станок по дереву – это один из самых часто используемых станков для обработки деталей. С его помощью можно произвести фрезеровку и гравировку поверхностей самых разных деталей и заготовок. При этом степень обработки деталей будет самая точная. Обработка может производиться не только в плоскости, но и в трехмерном пространстве. Деревообрабатывающий фрезерный станок достаточно универсальный, и с его помощью можно производить обработку как мягких, так и твердых пород дерева.

Среди разных типов фрезерных станков, существует универсальный станок, который снабжен горизонтально расположенным шпинделем. С его помощью можно обрабатывать поверхности не массивных, малогабаритных деталей, которые используются и в серийном и единичном производстве. Основные элементы, с помощью которых производится обработка деталей в таких станках – это торцевые, цилиндрические, дисковые, угловые, фасонные и концевые фрезы.



Фрезерный станок по дереву



Фуговальный станок по дереву

Фуговальные станки используются для обработки деревянных заготовок. При этом производится прямолинейное строгание заготовки по кромке или пласти. Любой деревообрабатывающий фуговальный станок имеет станину, которая снабжена круглым ножевым валом, состоящим из 2-4 ножей. Также станок состоит из стола, вертикальной ножевой головки, съемного или стационарного механизма подачи и направляющей линейки. Как правило, на профессиональном и самодельном фуговальном станке одновременно производится обработка одной кромки или пасты. При этом заготовка ориентируется по линейке.

Для размещения указанных станков планируется приобретение строительного вагончика общей площадью около 50 кв.м.



Строительный вагончик

Постоянные ежемесячные расходы

Наименование	Количество	Стоимость, тенге	Сумма, тенге
Материалы основные:			1 224 000
Дерево – сосна, куб.м	36	25 000	900 000
Лак, кг	83	1 500	124 500
Клей, кг	35	800	28 000
Наждачная бумага, кв.м	123	500	61 500
Ткань, м	38	1 800	68 400
Фурнитура, кг	18	1 200	21 600
Краски, кг	10	2 000	20 000
Коммунальные расходы			261 224
Электричество, кВт			150 724,0
Вода, канализация, куб.м			22 500,0
Отопление			63 000,0
Связь, интернет			20 000,0
Вывоз мусора			5 000,0
Заработная плата работников	1	50 000	600 000
Реклама			20 250,0
Сервисное обслуживание оборудования			9 000,0
Спецодежда			27 000,0
Прочие расходы			5000
Итого, тенге			2 146 474

План производства и доходы от реализации услуг

1) Кухонные наборы из дерева.

5 штук в месяц * 12 мес = 60 ежегодный объем заказов

60 * 8 000 тг = 480 000 тг ежегодная выручка от продажи кухонных наборов из дерева.

2) Шкатулка деревянная.

10 заказов в месяц * 12 мес = 120 ежегодный объем заказов

120 * 5 000 тг = 600 000 тг ежегодная выручка от продажи шкатулок.

3) Набор для кумыса 5 заказов * 12 мес = 60 ежегодный объем заказов

60 * 12 000 тг = 720 000 тг ежегодная выручка от продажи наборов для кумыса.

4) Шахматы с шахматным столиком 4 заказов * 12 мес = 48 ежегодный объем заказов

48 * 26 000 тг = 1 248 000 тг ежегодная выручка от продажи шахмат с шахматным столиком.

Финансовый план

Отчет о прибылях и убытках за 1-й операционный год

Показатели	Итого за год, тенге
Выручка от реализации	
Реализация кухонных наборов из дерева, тенге	480 000
Реализация шкатулок.	600 000
Реализация наборов для кумыса	720 000
Реализация шахмат с шахматным столиком	1 248 000
ВСЕГО	3 048 000
Затраты	

Материалы основные	1 224 000
Коммунальные расходы и интернет	261 224
Заработная плата работников	600 000
Социальный налог и соцотчисления	164 154
Реклама	20 250
Сервисное обслуживание оборудования	9 000
Спецодежда	27 000
Прочие расходы	5000
Расходы на погашение кредита	300 000
ВСЕГО ЗАТРАТЫ	2 610 628
Доход до налогообложения	437 372
ИПН и ОПВ за ИП	71 779
Чистый доход	365 593

Персонал.

Всего создается 1 рабочее место – помощника мастера. Функции директора будет исполнять инициатор и владелец проекта, также выступает как основной работник – мастер по изготовлению резных изделий из дерева.

С помощником мастера будет заключен индивидуальный трудовой договор, в котором устанавливаются их права и обязанности, расписаны внутренний распорядок рабочего дня и оснащение рабочего места. Указываются индивидуальные средства защиты и социальные гарантии. Имеет место система стимулирования и поощрения.

38. ПРОИЗВОДСТВО ИННОВАЦИОННОГО УТЕПЛИТЕЛЬНОГО МАТЕРИАЛА ЭКОВАТА



Анкета проекта

Цели инвестиционного проекта: создание предприятия по производству инновационного утеплительного материала эковата.

Производительность: 150 кг/час

Вид изготовления: эковата блочный, на раме

Стоимость проекта: 10 000 000 тенге.

Срок окупаемости: 42 месяцев.

Концепция проекта

Концепция проекта предусматривает создание предприятия по производству теплоизоляционных материалов. Основной целью проекта является создание современного производства с применением новейших технологий, позволяющего после выхода проекта на полную мощность оказывать услуги предприятиям и населению Актыбинской области и Республики Казахстан по доступным ценам с высоким качеством обслуживания.

Задачами проекта являются:

- приобретение современного оборудования для производства теплоизоляционного материала;
- освоение технологии по производству;
- оснащение производства современной техникой;
- набор персонала для работы.

Стратегия реализации проекта основана на освоении новейшей технологии производства теплоизоляционных материалов для охвата большего числа клиентов.

Реализация данного проекта позволит:

- увеличить количество строительных материалов в Темирском районе Актыбинской области;
- удовлетворить потребность населения и предприятий Темирского района в строительных материалах по доступным ценам с высоким качеством;
- развитие местной производственной инфраструктуры;
- создание новых рабочих мест;
- получить прибыль и увеличить устойчивость бизнеса;
- обеспечить доход государству в виде налоговых платежей в бюджет.

Очевиден и актуален мультипликативный эффект проекта: с его появлением будут созданы новые рабочие места. Целевой группой планируемого предприятия будут являться потребители – предприятия и население города и Актыбинской области.

К современным теплоизоляционным материалам в настоящее время предъявляются повышенные требования, в частности: они должны быть экологически безвредными; быть прочными и долговечными; иметь хорошие звуко- и теплоизоляционные свойства. Этим требованиям полностью соответствует эковата, цена которого меньше, чем некоторых других теплоизоляционных материалов, применяемых в строительстве.

Описание продукции

Эковата – это целлюлозный утеплитель, который активно используется во всем мире при строительстве различных объектов вот уже на протяжении многих лет. Данный теплоизоляционный материал отлично подходит для эксплуатации в любых условиях климата и обладает высокой эффективностью при теплоизоляции жилых малоэтажных и многоэтажных сооружений, а также зданий производственного назначения: ангары, цеха, склады и т. д. Столь широкая география (крайний Север, юг России, Москва, Екатеринбург, Тюмень) и спектр использования эковаты объясняется ее уникальными характеристиками и высоким качеством.

Особенности эковаты. Эковата является экологически чистым утеплителем, а также отличным материалом для звуко- и теплоизоляции. Если сравнивать эковату, например, с утеплителями минерального типа, то ее звукоизоляционные характеристики значительно выше, при этом теплопроводность эковаты — одна из лучших среди всех теплоизоляторов, представленных на строительном рынке. В составе эковаты присутствуют только природные, нелетучие, нетоксичные и абсолютно безопасные для окружающей среды и человеческого здоровья компоненты. Данный материал обладает высокой огнестойкостью (фронт огня через слой эковаты проходит со скоростью, примерно 2 мм/мин.). Это обусловлено крайне низкой воздухопроницаемостью эковаты.

Не менее важным преимуществом эковаты является то, что она способствует сохранению качества и первоначальных характеристик стен, несущих конструкций кровли и перекрытий. Этот природный материал один из немногих предотвращает негативное воздействие на стены различных микроорганизмов, а также защищает поверхность от порчи насекомыми и грызунами, контролирует образование лишней влаги, что в свою очередь гарантирует отсутствие процессов гниения и плесени.

Все эти уникальные свойства делают эковату лидером в области утеплителей, представленных на строительном рынке. Данный материал широко используется на всей территории России: в центральных и северных регионах страны, где наблюдаются экстремальные погодные условия. Современный, надежный, экологичный утеплитель экстремально высокого качества для всего дома: эффективная теплозащита; отличная звукоизоляция; дышит; заполняет все пустоты; не имеет швов.

Эковата широко применяется как в строительстве частных жилых домов, так и в строительстве промышленных, общественных, торговых, сельскохозяйственных зданий. Эковата хорошо подходит для утепления как новых, так и старых помещений. Жилье, утепленное Эковатой, обладает повышенной комфортностью и высокими эксплуатационными качествами.

Коротко:

- В состав утеплителя входят только природные компоненты.
- Эковата не содержит летучих или вредных для здоровья химикатов.
- Работа с утеплителем не требует специальных знаний и опыта, достаточно соблюдать инструкции по монтажу.
- Дом, утепленный Эковатой, будет отличаться комфортностью микроклимата, естественным воздухообменом, так как материал «дышит» подобно древесине.
- Эковата не только сама не подвержена гниению, но и защищает от плесени, грибков и грызунов утепляемую поверхность, за счет содержания в составе природного антисептика.

Компания планирует наладить производство эковаты в г. Актобе и начать реализацию материала на рынках города Актобе и западного Казахстана. Для реализации данного проекта необходимо: закупить соответствующее оборудование; наладить поставку сырья (макулатуры); наладить сбыт; обучить и развить множество монтажных бригад в регионе.

На сегодняшний день в Казахстане есть отдельные предприниматели использующие эковату для теплоизоляции, однако весь материал завозится из-за рубежа, так как в Казахстане производство эковаты не налажено.

В городах Алматы и Астаны размещено много объявлений по услугам теплоизоляции, где предлагаются различные материалы. Известно, что изоляционные материалы имеют небольшой вес при большом объеме, соответственно их транспортировка обходится дорого.

План маркетинга и анализ рынка

Продукцией данного проекта станут строительные изделия. Для реализации проекта предполагается приобрести современную высокотехнологичную линию по производству теплоизоляционного материала обучить производственный персонал для работы.

Ценообразование

Процедура установления цены на предоставление услуг будет состоять из трех этапов.

Этап 1. Определение базовой цены.

Для определения базовой цены на основе показателей затрат или на основе данных предыдущих периодов рассчитывается себестоимость товара. Далее к себестоимости прибавляется норма прибыли (в %), или целевая прибыль (в абсолютных величинах).

Этап 2. Учет факторов спроса.

На этом этапе необходимо учесть эластичность спроса по цене (насколько изменится объем спроса, если поднять либо снизить цену на определенную сумму). У некоторых товаров спрос резко снижается с повышением цены (неэластичный спрос), у некоторых – очень медленно (эластичный спрос). В первом случае нужно очень осторожно повышать цены, иначе выручка сильнее снизится из-за снижения объема продаж, чем повысится вследствие роста цен.

Этап 3. Учет факторов конкуренции.

При установлении цены одним из наиболее важных факторов является степень уникальности продукции: чем выше степень уникальности продукции, тем в большей мере производитель может влиять на его цену, и наоборот, чем меньше товар отличается от товаров конкурентов, тем более ограничена компания в выборе цены. Постоянное производство качественной продукции повысит уровень конкуренции и увеличит спрос на продукцию.

«дышать», что связано со способностью целлюлозных волокон впитывать и испарять влагу, предотвращая создание так называемого «закупоренного дома». Более того, эковату можно наносить, например, на асбест или минеральную вату, после чего из них больше не будут выделяться токсичные вещества. (Санитарно-эпидемиологическое заключение № 05.03.02-04 от 01.06.2007 в г. Киев.)

Эковата – целлюлозный утеплитель, который ведет себя как древесина, т.е. он работает также по всем направлениям: в т.ч. выравнивает влажность и создает очень приятный микроклимат в помещении.

Себестоимость производимой продукции:

Наименование	ед.измер	расход	ст-ть за ед, в тг.	сумма, в тг.
Борная кислота	Кг	1,5	180	270
Бура	Кг	1,5	180	270
Макулатура	Кг	12	5	60
Упаковка	Шт	1	70	70
Итого себестоимость 1 мешка (15 кг).				670

Организационный план

Для ведения данного рода деятельности рекомендуется организовать ТОО с применением специального налогового режима на основе упрощенного режима налогообложения для субъектов малого бизнеса.

В производстве будет задействовано на начальном этапе 5 человек с заработной платой от 70 000 тенге. Количество рабочих дней в месяц составит 26 дней. Перед запуском проекта работников обучат правильному использованию и обслуживанию оборудования, соблюдению техники безопасности при производстве. Общее руководство предприятием осуществляет директор. Директор контролирует работу предприятия в целом. Специалисты предприятия – бухгалтер, мастера смен и менеджер по сбыту.

№	Наименование должности	Кол.ед	Оклад, мес, тыс.тг	Итого в мес, тыс.тг
1	Директор	1	100	100
2	Бухгалтер	1	80	80
3	Оператор цеха	2	70	140
4	Снабженец	1	70	70
	Всего:	5		390

Общие инвестиционные затраты по проекту включают в себя:

Расходы, тыс.тг.	Итого, тыс.тенге
Автоматическая подготовительная линия для производства	7 500
Сырье для производства	2 500
Всего	10 000

Место реализации проекта Актюбинская область г.Актобе. Общая площадь 475 кв.м.

Программа производства

Наименование	показатели	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	6 год
Максимальная мощность	100%	50%	50%	53%	55%	55%	55%
максимальна мощность, мешков в сутки (при 8 часовом рабочем дне)	80	40	40	42	44	44	44
кол-во рабочих дней в мес	27	27	27	27	27	27	27
произведено в месяц мешков	2 160	1 080	1 080	1 145	1 188	1 188	1 188
продажная цена за 1 мешок (по 15 кг), тг	1 575	1 575	1 575	1 575	1 575	1 575	1 575
Доход в месяц, тыс.тг	3 402	1 701	1 701	1 803	1 871	1 871	1 871
Доход в год, тыс.тг	40 824	20 412	20 412	21 637	22 453	22 453	22 453

Финансовый план

Отчет о прибылях и убытках за 1-й операционный год

Показатели	Итого за год, тенге
Выручка	20 412 000
Себестоимость	8 683 2000
Заработная плата	4 680 0000
Коммунальные услуги	720 000
Аренда	2 160 000
Реклама	720 000
Прочие расходы	600 000
Погашение %	1 180 000
Всего затраты	18 692 000
Прибыль до налога на прибыль	1 720 000
Налог на прибыль	612 360
ОПВ за собственника	29 351
Чистая прибыль	1 078 289
Погашение ОД	2 222 000

39. ПРОИЗВОДСТВО ЦВЕТНОГО ЩЕБНЯ



Анкета проекта:

Цель инвестиционного проекта: Организация производства цветного щебня.

Производительность: 1000 мешков цветного щебня по 25кг в месяц.

Продукция: цветной щебень.

Общая стоимость проекта: 1 545 000 тенге.

Окупаемость проекта: 6 мес.

Концепция проекта

Концепция проекта предусматривает организацию производства цветного щебня. Щебень принадлежит к числу наиболее часто применяемых в строительстве материалов. Обычно он используется в качестве наполнителя для цементно-бетонных и асфальтобетонных смесей, в производстве железобетонных конструкций и в качестве одного из постилающих при строительстве автомобильных дорог. Строительные материалы всегда пользовались повышенным спросом у потребителей. Такой материал, как щебень (гранитный или известняковый), является одним из самых востребованных и популярных. Также высоким уровнем спроса в сфере рынка строительных материалов пользуется облицовочный камень и качественные термопанели. Цветной (окрашенный) щебень еще называют цветным гравием, крашеной галькой или декоративным крашеным камнем. Продавать его в мешках также является выгодной идеей заработка.

В последние пару десятилетий появились новый вид специально приготовленного строительного щебня, выполняющий скорее декоративную, чем строительную функцию.

Описание продукции

Цветной щебень – это специально окрашенный натуральный камень (гранит, мрамор) мелкой фракции. После окраски поверхность щебня становится гладкой. Красящее вещество не теряет своих свойств от перепадов температуры, влажности, солнечного света и других воздействий.

Другие названия цветного (окрашенного) щебня – крашеная галька, цветной гравий, декоративный крашенный камень. Продаются, как правило, в мешках. Используют в ландшафтном дизайне, для отделки интерьеров, украшения аквариумов и т.д.

План маркетинга и анализ рынка

Дальнейшее развитие строительной отрасли, а также повышение безопасности и качества строительной продукции в современных условиях являются ключевыми экономическими и социальными задачами государства. Строительный комплекс оказывает огромное влияние на экономику страны в целом и, что не менее важно, на положение в социальной сфере. Как во всяком производстве, главное для успешного бизнеса – обеспечить постоянный сбыт произведенного. Еще до начала производства следует провести маркетинговые исследования об использовании и потребности в вашей продукции.

Исследования следует проводить среди компаний, занимающихся ландшафтным дизайном, интерьером помещений и т. д. Часть продукции можно отдавать на реализацию в строительные супермаркеты, магазины, на рынки и пр. Фасовка щебня в бумажные или полиэтиленовые мешки по 20-25 кг удобна для передачи в розницу.

Рекламу можно размещать в местных СМИ, в интернете, на бумажных носителях и т. д. Сезон реализации цветного щебня – типичный строительный (с марта по октябрь).

Технологический процесс

Обычный гранитный (мраморный) щебень окрашивается специальными красителями, сушится, фасуется и отправляется в торговлю или потребителю. Упаковка крашеного щебня обычно вмещает 20-25 кг.

Производители такого щебня единогласно заявляют, что лучше всего для окрашивания подходит акриловый краситель. Однако, за неимением такового, можно предложить несколько вариантов использования других красителей. Начнем с необходимого оборудования и инструментов для окрашивания щебня.

Для производства цветного щебня понадобятся:

- Щебень – 2-3 тонны;
- Краска – 100 кг;
- Установка или помещение для сушки материала с хорошей вентиляцией;
- Вибрационный грохот ВГ-1 или его аналоги – 1 ед.;
- Бетономешалка (бункер для покраски) – 1 ед.

Если есть проблемы с финансированием, то на первых порах можно обойтись без грохота. Просеивать щебень в этом случае придется вручную с использованием сеток наружного размера. Сушильную камеру тоже можно пока не приобретать, а сушить щебень прямо на открытом воздухе. Таким образом, из оборудования понадобится только бетономешалка.

Уже по набору оборудования видно, что производство это относится к малозатратному бизнесу. Можно обойтись затратами не более 100 тыс. рублей, чтобы полностью укомплектовать производство. Если же и такой возможности нет, достаточно купить бетономешалку, сита для просеивания, краски и собственно щебень.

Еще одним преимуществом можно считать то, что для ведения работ достаточно двух человек без какой-либо квалификации и опыта работы. Очень удобно, что при наборе персонала не существует никаких ограничений.

Технология покраски щебня

Наименование и последовательность технологических процессов:

1. Сортировка щебня с целью отделения мусора и разделения фракций. При помощи грохота или сетки щебень сортируется на фракции необходимого размера. Как правило, используется щебень более 10 мм, поскольку его удобнее окрашивать. Сортировка нужна также для удаления из щебня загрязнений.

2. Загрузка отдельных фракций щебня в бункер бетономешалки и добавление краски. Краска необходимого цвета добавляется в объеме 20% от объема загруженного щебня.

3. Перемешивание щебня с краской. Перемешивать следует 40-60 минут для полного покрытия материала пленкой.

4. Выгрузка щебня из бетономешалки. Извлекать щебень следует через сетку над приемным бункером так, чтобы излишки краски стекали в бункер и использовались при следующей покраске.

5. Сушка покрашенного щебня. При больших объемах производства желательно использовать сушильную камеру. Если на начальном этапе такой камеры нет, то можно сушить на открытом воздухе.

6. Фасовка окрашенного щебня.

Расход материалов на производство 1 тонны щебня цветного:

Щебень из гранита (мрамора). Стоимость 1 тонны щебня – 4000 тенге.

Краска водная расходом 20 кг на тонну щебня. Стоимость краски 800 тенге./кг. Для производства 1 тонны щебня нужно купить краски на 16 000 тенге.

Итого: затраты на производство 1 тонны щебня цветного – 20 000 тенге.

Организационный план.

Организационно-правовая форма ведения бизнеса – ИП по упрощенной системе налогообложения. Такая форма ведения бизнеса позволит сэкономить на налогах и упростит бухгалтерию и взаиморасчеты. Имеется цех площадью 100 кв.м. Настоящая бизнес-идея предполагает привлечение заемных средств в размере 1 545 000 тенге.

Инвестиционный план

Наименование	Итого, тенге
Расходы по приобретению основных средств	545 000
Оборотные средства на приобретение материалов на первый месяц	1 000 000
ИТОГО	1 545 000

Расходы по приобретению основных средств:

Наименование	Количество, ед	Стоимость, тенге
Вибрационный грохот ВГ-1	1	490 000
Бетономешалка (бункер для покраски)	1	55 000
ИТОГО		545 000

Реализация цветного щебня

Розничная цена щебня цветного 100 000 тенге за тонну. Прибыль с тонны составит при этом 80 000 тенге.

1000 мешков по 25кг в месяц* 2 500 тенге = 2 500 000 тенге.

2 500 000 тенге* 12 мес= 30 000 000 тенге в год.

Финансовый план

Отчет о прибылях и убытках за 1-й операционный год

Показатели	Итого за год, тенге
Выручка	
Реализация цветного щебня	30 000 000
Всего	30 000 000
Затраты	
Заработная плата работников	3 840 000
Социальный налог и соцотчисления	416 250
Коммунальные расходы и интернет	520 000
Материалы и сырье	6 000 000
Транспортные расходы	300 000
Хозяйственные расходы	120 000
Реклама и PR	400 000
Прочие расходы	500 000
ВСЕГО ЗАТРАТЫ	12 096 250
Доход до налогообложения	17 903 750
ИПН и ОПВ за ИП	443 681
Чистый доход	17 460 069

Персонал будет сформирован из числа местного населения.

Должность	Количество единиц	Оклад в тенге	Сумма в месяц
Менеджер по продажам	1	80 000	80 000
Рабочие	3	80 000	240 000
Всего	4		320 000

40. ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВА ШЛАКО-ЩЕЛОЧНОГО ЦЕМЕНТА МАРКИ М700, ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ УСЛУГ ПО ФУТЕРОВКЕ БУНКЕРА, РЕМОНТ И ВОССТАНОВЛЕНИЕ ТРАНСПОРТЕРНЫХ ЛЕНТ



Анкета проекта

Цели инвестиционного проекта: Организация производства шлакощелочного цемента марки М700, предоставление услуг по футеровке бункера, ремонт и восстановление транспортерных лент.

Стоимость проекта: 15 900 000 тенге.

Срок окупаемости: 2 года.

Концепция проекта

Концепция проекта предусматривает организацию деятельности предприятия по производству шлакощелочного цемента марки М700 в Карагандинской области (г.Темиртау), а также предоставление услуг по футеровке бункера СВМПЭ (СверхВысокомолекулярный ПолиЭтилен), ремонту и восстановлению транспортерных лент.

Цели проекта: получение прибыли; эффективное использование инвестиционных средств для организации бизнеса по производству шлакощелочного цемента; предоставление нового вида услуг на рынке – футеровка бункера, ремонт и восстановление транспортерных лент; удовлетворение местного населения, корпоративных и строительных организаций качественной продукцией.

Целевой группой будут являться потребители данной продукции, а именно строительные организации; корпоративные клиенты (частные организации и т.д.); частные лица.

В настоящее время строительство является стратегически важной и активно развивающейся отраслью Республики Казахстан. Строительный комплекс оказывает значительное воздействие на социально-экономическое развитие страны и ее отдельных регионов, а так же является основой поддержания внутривнутриполитической стабильности в стране. Одним из индикаторов социально-экономического развития республики являются показатели статистики строительства, позволяющие оценить состояние и тенденции развития строительного рынка в целом.

Жилищное строительство, наряду с развитием гражданского, промышленного и специального строительства, признано одним из приоритетных направлений Стратегии развития Казахстана до 2030 года и является одной из наиболее важных задач общенационального характера. Дальнейшее развитие строительной отрасли, а также повышение безопасности и качества строительной продукции в современных условиях являются ключевыми экономическими и политическими задачами государства.

Строительный комплекс оказывает огромное влияние на экономику страны в целом и, что не менее важно, на положение в социальной сфере.

Строительство имеет свои характерные особенности, отличающие его от других отраслей и диктующие необходимость специфических форм организации и управления строительным производством. Это неповторимость объектов строительства, стационарный характер строительной продукции, многообразие участников строительного процесса, относительно медленная оборачиваемость капитала и высокая степень риска.

Современные требования к качеству строительства промышленных и гражданских зданий и сооружений предопределяют применение новых и эффективных строительных материалов, соответствующих мировым стандартам. В связи с этим, Правительством принимаются важнейшие отраслевые программы, которые должны обеспечить системные преобразования в строительстве и ЖКХ.

Описание продукта (услуги)

Одной из наиболее окупаемых и высокорентабельных отраслей на сегодняшний момент является строительство. А производство некоторых строительных материалов считается даже еще более доходным.

Но есть один момент – обычно «новые» строительные материалы (металлочерепица, профнастил, металлопластик, ПВХ и МДФ-панели и многое другое) производятся как начинающими, так и состоявшимися предпринимателями гораздо охотнее.

Очевидно, в данном случае делается расчет именно на «новизну» материала и отсутствие большого количества конкурентов в этой области. Кроме того, некоторые из «новых» производств требуют несколько меньших капиталовложений. Однако на практике происходит как раз обратное: «новые» производства оказываются менее рентабельными, чем традиционные (цемент, кирпич, железобетонные изделия и т.п.).

Объясняется это тем, что, во-первых, бизнесмены сами загнали себя в логическую ловушку: надеясь на малую конкуренцию, слишком многие стали производить аналогичные товары, тем самым снижая их цену; а во-вторых, в расчет совершенно не бралась инерционность мышления строителей и заказчиков – те просто не хотят экспериментировать с «новыми» материалами, имея проверенные традиционные.

Учитывая все это, производство цемента как одного из самых ходовых и наиболее востребованных строительных материалов – несмотря на то, что оно достаточно сложно и высокотехнологично, является также одним из наиболее выгодных и высокодоходных по отрасли.

Развитие производства шлако-щелочного цемента признано в Европе приоритетным из-за того, что при производстве не нужен обжиг, соответственно нет выбросов CO₂ и, как следствие, минимальный вред окружающей среде, что нельзя сказать о производстве портландцемента с вреднейшими ротационными или вертикальными печами.

Для чего используют цемент марки 700.

Продукция данной марки незаменима во время возведения особо ответственных зданий, к которым выдвигаются требования к повышенной прочности и устойчивости влаги. Сырье также применяется в тех случаях, когда необходимо провести быстрый ремонт или реставрацию уже существующих зданий. Цемент м700 применение которого становится все более распространенным, все чаще применяется для изготовления железобетонных конструкций, необходимых для возведения фундамента для высоких сооружений и опор мостов. Цемент марки м700 нашел свое широкое применение благодаря своей высокой прочности и хорошим декоративным свойствам.

Цемент м700 технические характеристики и особенности производства.

Цемент м700 характеристика которого намного лучше, чем многих других марок аналогичного материала, изготавливается с использованием маложелезистого клинкера. Среди других материалов, предусмотренных технологией, производители применяют каолин и мел, в которых содержится малое количество красящих элементов – оксидов марганца или железа. А еще вы можете прочитать про технические характеристики цемента марки м400 на специализированных сайтах. И узнайте больше про цемент марки м500, его технические характеристики и область применения вы найдете также на тематических ресурсах.

Чем материал отличается от традиционного сырья

Цемент 700 характеристики которого являются одними из самых лучших, имеет много отличий от традиционного сырья, среди которых, строители обращают внимание на следующее:

Состав, благодаря которому обеспечивается быстрое застывание материала и обеспечивается высокая прочность поверхности.

Поверхности, покрытые белым цементом, а также изделия, изготовленные из этого материала устойчивы к атмосферным явлениям и на протяжении длительного времени сохраняют свою идеальную белизну. Материал не желтеет под воздействием ультрафиолета и не образует трещин.

Благодаря добавлению цветных пигментов, строители получают возможность создавать составы насыщенных и ярких тонов, позволяющих декорировать разные поверхности и придавать им красивого и оригинального вида.

Важные нюансы работы с материалом

Узнав, для чего нужен цемент 700, теперь стоит выяснить важные моменты работы с этим материалом. Так как состав имеет некоторые отличия от традиционного, нужно учитывать некоторые нюансы, иначе цемент 700 использование будет неоправданным и продукт потеряет свои важные свойства. Итак, строителям стоит учитывать следующие моменты:

Использовать только чистые инструменты, не покрытые плесенью и ржавчиной.

Все дополнительно используемые материалы также должны иметь белый цвет с минимальными размерами фракций. Не допускается использование ила или глины в качестве примесей.

Если состав будет использоваться для работы с конструкциями из железобетона, то всю имеющуюся арматуру нужно покрыть средствами, предотвращающими коррозию. Толщина покрывающего слоя не должна быть больше тридцати сантиметров.

Размешивать цемент можно только чистой водой.

Проигнорировав эти советы можно способствовать порче цемента и испортить эксплуатационные качества будущей поверхности или изделия.

Преимущества материала

Изучив цемент 700 свойства назначения, стоит также разобрать, в чем же преимущества этого продукта. Наиболее существенными достоинствами материала является следующие:

1. Превосходные эстетические качества. Этот современный состав позволяет создавать интересные варианты во внутреннем и внешнем декорировании и планировании зданий, создании интересных и оригинальных элементов.

2. Технологические преимущества. Для белого цемента характерны такие важные качества как прочность, хорошая обрабатываемость, возможность создания светлых и пастельных тонов благодаря использованию специальных красок, пригодность использования на разных типах поверхности и не нарушении ее прочности.

3. Социальные качества. С помощью материала можно сделать пространство более приятным внешне, визуально увеличить жизненное пространство.

4. Доступность. Цена на цемент 700 находится на оптимальном уровне, поэтому приобретение материала не является проблемой.

Как видим, материал имеет огромное количество достоинств, которые не имеет серый бетон. Благодаря его применению можно полностью изменить окружающие условия и придать им нового, неповторимого вида.



СВМПЭ футеровка бункеров

Особенности:

- Низкий коэффициент трения, стойкость к истиранию, высокая ударная прочность, нулевая гигроскопичность
- Решение проблем с налипанием, намерзанием и сводообразованием
- Самый лучший материал в качестве футеровки для транспортировки сыпучих, твердых и жидких материалов
- Простота установки и обслуживания
- Высокий экономический эффект

Программа производств

В таблице представлена планируемая программа производства по годам

Планируемая программа производства по годам, тонн

Продукция	2 017	2 018	2 019
	Итого	Итого	Итого
Загрузка, %	75%	90%	100%
Цемент М700	38 880	46 656	51 840
Футеровка бункера применяя СВМПЭ, кв.м	2 250	2 700	3 000
Ремонт и восстановление транспортных лент, п.м.	31 500	37 800	42 000
Всего	72 630	87 156	96 840

В следующей таблице представлены цены на продукцию.

Планируемые цены на продукцию

Наименование	Ед.изм.	Кол-во	Цена, тыс. тенге	Сумма, тыс. тенге
Цемент М700	т.	4 320	15	64800
Футеровка бункера применяя СВМПЭ, кв.м	кв.м	250	105,84	26460
Ремонт и восстановление транспортных лент, п.м.	кв.м	3 500	6,5	22750
ИТОГО:				114010

Технологический процесс

Производство цемента включает две ступени: первая - получение клинкера, вторая - доведение клинкера до порошкообразного состояния с добавлением к нему гипса или других добавок. Первый этап самый дорогостоящий, именно на него приходится 70% себестоимости цемента. А происходит это следующим образом: первая стадия - это добыча сырьевых материалов. Разработка известняковых месторождений ведется обычно сносом, т. е. часть горы «сносят вниз», открывая тем самым слой желтовато-зеленого известняка, который используется для производства цемента. Этот слой находится, как правило, на глубине до 10 м (до этой глубины он встречается четыре раза), и по толщине достигает 0,7 м. Затем этот материал отправляется по транспортеру на измельчение до кусков равных 10 см в диаметре. После этого известняк подсушивается, и идет процесс помола и смешивания его с другими компонентами. Далее эта сырьевая смесь подвергается обжигу. Так получают клинкер. Вторая стадия тоже состоит из нескольких этапов. Это дробление клинкера, сушка минеральных добавок, дробление гипсового камня, помол клинкера совместно с гипсом и активными минеральными добавками. Однако надо учитывать, что сырьевой материал не бывает всегда одинаковым, да и физико-технические характеристики (такие как прочность, влажность и т. д.) у сырья различные. Поэтому для каждого вида сырья был разработан свой способ производства. К тому же это помогает обеспечить хороший однородный помол и полное перемешивание компонентов. В цементной промышленности используют три способа производства, в основе которых лежат различные технологические приемы подготовки сырьевого материала: мокрый, сухой и комбинированный

Мокрый способ производства используют при изготовлении цемента из мела (карбонатный компонент), глины (силикатный компонент) и железосодержащих добавок (конверторный шлак, железистый продукт, пиритные огарки). Влажность глины при этом не должна превышать 20%, а влажность мела – 29%. Мокрым этот способ назван потому, что измельчение сырьевой смеси производится в водной среде, на выходе получается шихта в виде водной суспензии – шлама влажностью 30-50%. Далее шлам поступает в печь для обжига, диаметр которой достигает 7 м, а длина – 200 м и более. При обжиге из сырья выделяются углекислоты. После этого шарики-клинкеры, которые образуются на выходе из печи, растирают в тонкий порошок, который и является цементом.

Сухой способ заключается в том, что сырьевые материалы перед помолом или в его процессе высушиваются. И сырьевая шихта выходит в виде тонкоизмельченного сухого порошка

Комбинированный способ, как уже следует из названия, предполагает использование и сухого и мокрого способа. Комбинированный способ имеет две разновидности. Первая предполагает, что сырьевую смесь готовят по мокрому способу в виде шлама, потом её обезвоживают на фильтрах до влажности 16-18% и отправляют в печи для обжига в виде полусухой массы. Второй вариант приготовления является прямо противоположным первому: сначала используют сухой способ для изготовления сырьевой смеси, а затем, добавляя 10-14% воды, гранулируют, размер гранул составляет 10-15 мм и подают на обжиг.

Здания и сооружения

Проектом предусмотрена аренда производственной базы в г.Темиртау.

Здание будет состоять из помещений:

1. Для подготовки и перевалки необходимых компонентов, просеивания этих компонентов и помещение необходимых компонентов в объемные бункеры.
2. Для определения дозировки компонентов, смешивания всех необходимых ингредиентов и упаковки полученных смесей.
3. Для складирования готовой продукции.

Оборудование и инвентарь (техника) (тыс. тг)

Наименование	Кол-во	Цена, тыс.тенге	Сумма, тыс. тенге
Приобретение дробилки	1	1 500	1 500
Аэро желоб	1	1 000	1 000
Оборудование для фасовки цемента	1	1 000	1 000
Электродвигатель (30 кВт)	1	500	500

Электрокомлектующие	1	500	500
Хозяйственные расходы (инвентарь)	2	100	200
Техника для офиса	1		300
Итого			5 000

Общая стоимость необходимого оборудования и техники составит 5 000 тыс. тг.

Организация, управление и персонал

Общее руководство предприятием осуществляет директор. Организационная структура предприятия имеет следующий вид, представленный ниже.

К административно-управленческому персоналу относятся: директор, бухгалтер, начальник отдела продаж.

Производственный персонал: маркетолог, оператор линии (3 ед.), сменный мастер (3 ед.), механик (2 ед.), электрик.

Эксплуатационные расходы

Эксплуатационные расходы состоят из переменных расходов.

Переменные расходы в месяц, тыс. тг.

Статья расходов	2017	2018	2019
Расходы	39 148	40 742	54 198
Цемент М700	7 970	9 564	10 627
Футовка бункера применяя СВМПЭ, кв.м	13538	13538	19855
Ремонт и восстановление транспортерных лент, п.м.	17640	17640	23716

Переменные расходы состоят из расходов на сырье.

Расчет затрат на сырье приведен в следующей таблице.

Наименование материала	Ед.изм.	цена, тыс. тг.	Цемент М700		Футовка бункера применяя СВМПЭ, кв.м		Ремонт и восстановление транспортерных лент, п.м.		СУММА ВСЕГО, тыс. тенге
			Норма расхода на 1 тн	Сумма, тыс. тенге	Норма расхода на 1 кв.м	Сумма, тыс. тенге	Норма расхода на 1 кв.м	Сумма, тыс. тенге	
Гран-шлак	тн	1,05	1,00	1,05					1,050
Каустическая сода	тн	80,00	0,02	1,28					1,280
Электричество	кВт	0,01	10,00	0,13					0,130
Затраты на материалы	п.м					55,9		4,4	60,300
Стоимость работ	п.м					11		1,2	12,200
Стоимость крепежа	п.м					5,3			5,300
Итого				2,460		72,2		5,6	80,260

Общие и административные расходы предприятия в месяц (тыс. тг.)

Затраты	2017	2018	2019
ФОТ	1 251	1 376	1 514
Транспортные расходы	2 200	2 420	2 662
Обслуживание оборудования	110	121	133
Расходы на рекламу	165	182	200
Телекоммуникации	17	18	20
Аренда	330	363	399
Прочие непредвиденные расходы	11	12	13
Итого	4 084	4 492	4 941

Общие и административные расходы предприятия в месяц составляет 3 712 тыс. тенге. (с учетом ФОТ)

Расчет расходов на оплату труда, тыс. тг.

№	Должность	Количество	Оклад	Итого ЗП к начислению	К выдаче	ФОТ
Адм.-управленческий персонал						
1	Директор	1	100	100	81	110
2	Бухгалтер-кассир	1	80	80	65	88
3	Начальник отдела продаж	1	100	100	81	110
	Итого	3	280	280	227	308
Производственный персонал						
1	Маркетолог	1	80	80	67	88
2	Оператор линии	3	65	195	160	214
3	Сменный мастер	3	80	240	197	264
4	Механик	2	80	160	132	176
5	Электрик	1	80	80	65	88
	Итого	10	385	755	620	830
	Всего по персоналу	13	665	1 035	847	1 137

Расходы на оплату труда в месяц составляет 1 137 тыс. тенге.

Потребность в финансировании Инвестиции проекта, тыс. тг.

Расходы, тыс.тг.	Сумма
Инвестиции в основной капитал	5 000
Оборотный капитал	10 900
Всего	15 900

Затраты на реализацию проекта

Наименование	Кол-во	Цена, тыс.тенге	Сумма, тыс. тенге
Оборудование			5 000
Приобретение дробилки	1	1 500	1 500
Аэро желоб	1	1 000	1 000
Оборудование для фасовки цемента	1	1 000	1 000
Электродвигатель (30 КВт)	1	500	500
Электрокомлектующие	1	500	500
Хозяйственные расходы (инвентарь)	2	100	200
Техника для офиса	1		300
Оборотные средства			10 900
Гран-шлак, тонн	700	1,0	700
Каустическая сода, тонн	2	80,0	160
Адмирующий материал	1 600	0,6	880
Жидкая резина	1 600	3,2	5 040
связующее	1 600	0,3	400
Резиновая крошка	1 600	0,5	720
Материал для футеровки бункера	50	60,0	3 000
Итого			15 900

Отчет о доходах и расходах, тыс. тенге

Наименование	2017	2018	2019
Доход от реализации продукции, услуг	1 026 090	1 231 308	1 368 120
Цемент М700	583 200	699 840	777 600
Футеровка бункера применяя СВМПЭ, кв.м	238 140	285 768	317 520
Ремонт и восстановление транспортерных лент, п.м.	204 750	245 700	273 000
Себестоимость реализ. товаров, услуг	469 775	488 904	127 526
Сырье и материалы	469 775	488 904	127 526
Валовая прибыль	556 315	742 404	1 240 594
Расходы периода	49 005	53 905	59 295
Амортизация	446	446	446
Расходы по процентам за кредиты	410	170	5
Доход до выплаты налогов	506 454	687 883	1 180 847
КПН	101 291	137 577	236 169
Чистый доход	405 163	550 306	944 677

41. ОРГАНИЗАЦИЯ МИНИ ПРОИЗВОДСТВА ПО ИЗГОТОВЛЕНИЮ ТЕПЛОБЛОКОВ



Анкета проекта:

Цель инвестиционного проекта: организация мини производства по изготовлению теплоблоков.

Производительность: теплоблоки размером 188x198x390 – 125 000 шт в год, теплоблоки размером 390*390*198 – 85 000 шт в год.

Продукция: теплоблоки размером 188x198x390, теплоблоки размером 390*390*198

Общая стоимость проекта: 17 260 000 тенге.

Окупаемость проекта: 1 год.

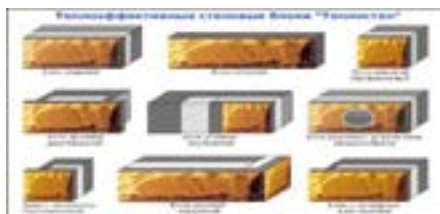
Концепция проекта

Концепция проекта предусматривает изготовление теплоблоков в Карагандинской области. Современные строительные технологии позволяют изготовить разнообразные энергосберегающие материалы для капитального строительства.

Материалы для быстровозводимых технологий в настоящий момент востребованы в не меньшей мере, чем качественное энергосберегающее сырье. А конкурентоспособность любого строительного материала повышается при условии низкой стоимости. Теплоблоки – это уникальная технология для гражданского строительства, преимущественно малоэтажного, сочетающая в себе наиболее актуальные факторы конкурентоспособности.

Описание продукции

Теплоблок (теплоэффективный блок, полиблок) – современный строительный материал, предназначенный для нового возведения зданий, обладающий высокой теплопроводностью. Он уже получил заслуженное признание, и спрос на него продолжает расти. Такая востребованность и популярность объясняются внешней эстетичностью и высокой теплоэффективностью, которая позволяет хорошо экономить на обогреве в зимнее время, а также демократичной ценой. Эффективность полиблоков достигается благодаря уникальности их конструкции.



Основным продуктом предприятия являются теплоблоки двух видов:

1) 188x198x390

2) 390x390x198

Теплоизоляционные блоки (теплоблок) автоклавного твердения имеют огромную сферу применения. Если рассматривать общие возможности, теплоблоки можно поделить на три типа:

Теплоизоляционные. Теплобетонные блоки данного типа имеют малую плотность, чаще всего не более 300-400кг/м³, но отличаются высокой пористостью, то есть, при малых прочностных характеристиках они обеспечивают отличную тепло-, звукоизоляцию.

Перегородочные. Теплобетонные блоки, плотностью от 500кг/м³ и выше. Они имеют относительно малую толщину, очень хорошие для перегородок прочностные и теплоизоляционные характеристики.

Строительные. Теплобетонные блоки данного типа отличаются наибольшей плотностью, которая может составлять от 600кг/м³ до 1600кг/м³

Скорость возведения зданий из теплоблоков достигает 1 кв. м за 20 мин. Для возведения не требуется особая строительная квалификация, таким образом, система может быть применена при самостоятельном строительстве.

План маркетинга и анализ рынка

Строительный комплекс оказывает огромное влияние на экономику страны в целом и, что не менее важно, на положение в социальной сфере. Современные требования к качеству строительства промышленных и гражданских зданий и сооружений предопределяют применение новых и эффективных строительных материалов, соответствующих мировым стандартам.

Маркетинговая политика мини бизнеса по производству теплоблоков существенно влияет на сроки окупаемости. В целом, позиционирование и продвижение продукции всецело зависит от формата выбранного бизнеса. С одной стороны требуется популяризация новой технологии строительства, ее преимуществ. Эта информация должна быть донесена до широкой массы, для этого применяются соответствующие методы рекламы.

Нужно отметить, что потребитель достаточно недоверчиво относится к новым технологиям, поэтому потребуются популяризация новых технологий строительства. Важным моментом будет сотрудничество с бригадами, которые выполняют работы по строительству.

В качестве методов рекламы может быть применена реклама на радио и телевидении в прайм-тайм, публикации в газетах о достоинстве технологии, реклама через интернет и собственный веб-сайт.

Технология является новой, нераспространенной и конкурентоспособной, что гарантирует ей успех у потенциальных покупателей. Реализовывать свою продукцию инициатор проекта планирует методом самовывоза и доставкой до потребителя. **Целевой группой проекта будут строительные организации региона, население Карагандинской области.**

Технологический процесс



Инновационная технология изготовления теплоблоков имеет отличия от технологии изготовления остальных стеновых блоков. Как уже было сказано, теплоэффективный блок состоит из 3-х слоёв:

- наружный – декоративно-защитный;
- средний – утепляющий вкладыш из пенополистерола;
- внутренний – несущий, из керамзитобетона.

Наружный и внутренний слои прочно связывает особый вид конструкции теплоизоляционного пенополистеролового вкладыша.

Изготовление теплоблоков осуществляется поэтапно:

1. В матрицу перед тем, как опустить ее на поддон, устанавливается вкладыш из пенополистерола (вручную). Его положение должно строго совпадать с выступами, имеющимися на матрице и вкладыше. Вкладыш входит в матрицу хотя и плотно, но без всякого усилия, его выступание за нижний край формы не допускается.

2. Формовка ведётся в обычном режиме для стеновых блоков, но есть небольшое отличие – на этапе окончательного уплотнения требуется снизить давление в гидроцилиндре примерно до 1,5 МПа с начальных 5 Мпа. Сброс выполняется с помощью гидрораспределителя, который включается нажатием на педаль включения, поэтому виброблок должен иметь функцию «сброс давления».

При производстве высокопрочных стеновых камней/плитки тротуарной гидрораспределитель сброса давления отключается – колодка разёма снимается с электромагнита гидрораспределителя, на её место устанавливается заглушка.

Преимущества:

- кладки стены в один ряд, цепной метод;

- уменьшения расхода цементного раствора ($37 \text{ м}^2 = 1 \text{ м}^3$ раствора цемента);
- отсутствует наружная отделка как отдельный процесс;
- уменьшения стоимости работ каменщика;
- уменьшение нагрузки на фундамент позволяет применять ленточные фундаменты;
- снижаются транспортные расходы за счет снижения веса (в 2-3 раза) в сравнении с кирпичной стеной;
- великолепные теплоизолирующие свойства теплоблока позволяют существенно экономить энергию на отоплении, а так же на охлаждении. Как правило в домах из теплоблока отсутствует классическое навесное отопление, а используется система «теплый пол». В жаркий весене-летний период (особенно в южных регионах и в регионах с резко-континентальным климатом) кондиционирование воздуха на порядок меньше по объему, чем в обычных домах; за счет использования специальных пластификаторов повышена прочность и водоотталкивание облицовки; полностью отсутствует «эффект печки», когда в течение дня стены разогреваются, а ночью отдают тепло внутрь помещения, что существенно влияет на комфорт проживания; безотходность строительства. Расчет количества материала просчитывается с точностью до одного блока; увеличивается полезная площадь дома (дом 10×10 метров будет иметь площадь на 15 кв. метров больше).

Предлагаемая технология способна удовлетворить спрос на строительном рынке и предоставить недорогие строительные материалы, значительно превосходящие существующие, при сокращении общей трудоемкости, как производства, так и строительства. В целом может быть использована как производственная основа для работы строительных бригад. Теплоблоки могут быть применены при малоэтажном строительстве (до 5 этажей), без ограничения этажности – при каркасном строительстве.

Готовые теплоэффективные блоки транспортируются на поддонах, обязательна жесткая фиксация, для которой может быть использована термоусадочная пленка, полипропилен, лента стальная или др. крепёж, который может обеспечить сохранность перевозки и неподвижность стройматериала во время неё.

Организационный план

Предприятие будет иметь организационно-правовую форму индивидуального предпринимательства и использовать упрощенный режим налогообложения для субъектов малого бизнеса.

Общее руководство предприятием будет осуществлять собственник ИП. Планируется привлечь 6 наемных работников для организации производства.

Персонал

Должность	Количество, человек	Оклад, тенге	Итого, тенге
Водитель	2	70 000	140 000
Оператор	1	50 000	50 000
Разнорабочие	2	50 000	100 000
Тех. персонал	1	30 000	30 000
Итого	6		320 000

При прогнозировании объемов производства планировалось, что в течение месяца деятельность осуществляется – 25 рабочих дней (6-ти дневная рабочая неделя), организована 1 сменная работа в течение 8 часов. Предприятие будет работать ежедневно, режим работы с 9:00 до 19:00 с перерывом на обед.

Размещение производства планируется в арендованном помещении. В рамках реализации проекта предусматривается аренда помещения площадью $1\,000 \text{ м}^2$. Арендная плата составляет – 200 000 тенге. Электроснабжение, водоснабжение, канализация имеются. Помещение полностью готово для запуска производства

Настоящая бизнес-идея предполагает привлечение заемных средств в размере 17 260 000 тенге.

Инвестиционный план

Инвестиционные вложения	Итого, тенге
Расходы по приобретению основных средств	13 660 000
Расходы на оборотные средства на первый месяц	3 600 000
Всего	17 260 000

Расходы по приобретению основных средств

Наименование	Количество, шт	Стоимость, тенге	Сумма, тенге
Вибропресс «Мастек-Метеор» с ленточным конвейером и бетономесителем БП-1Г-300	1	3 600 000	3 600 000
Камаз с прицепом	1	5 000 000	5 000 000
Погрузчик с ковшами	1	5 000 000	5 000 000
Паллеты (поддоны)	10	6 000	60 000
Итого			13 660 000



Вибропресс «Мастек-Метеор» с ленточным конвейером и бетономесителем БП-1Г-300

Погрузчик с ковшами, Камаз с прицепом



Расходы на оборотные средства на первый месяц

Наименование	Сумма, тенге
Материалы, сырье и комплектующие (Цемент Портландцемент М400д20, Песок, Щебен 20/40, Балласт, Шлак, Пенополистироль (390*100*198) (390*200*198), Отцев, Пигмент разных цветов, пластификатор, УП -2 Ускоритель твердения с пластифицирующим эффектом (добавка))	2 951 625
Аренда цеха 1000 кв метр	200 000
Коммунальные услуги, связь	25 000
Транспортные расходы	30 000
Расходы на рекламу	12 000
Хозяйственные расходы	7 500
Амортизация	46 375
Командировочные расходы	7 500
Заработная плата работников	320 000
Итого	3 600 000

План производства и доходы от реализации услуг

1. Реализация теплоблоков размером 188х198х390: 225 тенге * 125 000 шт в год = 28 125 000 тенге ежегодная выручка
2. Реализация теплоблоков размером 390*390*198: 400 тенге * 85 000 шт в год = 34 000 000 тенге ежегодная выручка

Финансовый план**Отчет о прибылях и убытках за 1-й операционный год**

Показатели	Итого за год, тенге
Выручка от реализации	
Реализация теплоблоков размером 188х198х390	28 125 000
Реализация теплоблоков размером 390*390*198	34 000 000
ВСЕГО	62 125 000
Затраты	
Материалы, сырье и комплектующие	35 419 500
Коммунальные услуги, связь	300 000
Заработная плата работников	3 840 000
Социальный налог и соцотчисления	834 028
Аренда	2 400 000
Хозяйственные расходы	90 000
Транспортные расходы	360 000
Командировочные расходы	90 000
Реклама	144 000
Амортизация	556 500
Прочие расходы	120 000
Расходы на погашение кредита	6 500 000
ВСЕГО ЗАТРАТЫ	50 654 028
Доход до налогообложения	11 470 972
ИПН и ОПВ за ИП	861 459
Чистый доход	10 609 513

42. ПРОИЗВОДСТВА ПО ИЗГОТОВЛЕНИЮ ФИБРОПЕНОБЛОКОВ.**Анкета проекта**

Цели инвестиционного проекта: расширение производства по изготовлению фибропеноблоков.

Производительность: 48 куб в год

Продукция: Фибропеноблоки.

Стоимость проекта: 5 000 000 тенге.

Срок окупаемости: 2,5 года.

Концепция проекта

Проект предусматривает расширение производства по изготовлению фибропеноблоков.

При возведении современных построек способом кладки давно отдаётся предпочтение блокам из ячеистого бетона. Они обладают лёгкостью, характеризуются объёмностью и великолепными эксплуатационными характеристиками, убывают темп строительных работ и параллельно качественно решают задачу удержания тепла.

Однако они имеют значимый недостаток, заключающийся в растрескивании и разрушении структуры блоков при увеличении циклов заморозка/разморозка или при усадке стены. Относительно новый вид материала – фибропенобетон, лишён подобных отрицательных качеств.

Фибропеноблок – это современный строительный кладочный материал, который набирает все большую популярность в сфере бюджетного строительства.

Компания предлагает фибропенобетонные блоки для строительства жилых и производственных зданий. Фибропенобетон, изготовленный по новейшей отечественной технологии позволяет в три раза уменьшить толщину стен по сравнению с кирпичной кладкой и в четыре раза сократить расход строительных материалов при строительстве домов. Блоки из фибропенобетона могут использоваться при малоэтажном бескаркасном строительстве; для зданий любой этажности с железобетонным каркасом; для бытовых построек и производственных зданий; для мансардных этажей, коттеджей, дач и т.п.

Наше оборудование, имея ряд технических ноу-хау, позволяет производить фибропеноблок очень хорошего качества и продавать его по ценам существенно ниже рыночных (если сравнивать с фибропеноблоками подобного уровня). По желанию покупателя возможен выпуск блоков с разными техническими характеристиками от класса «Люкс» до самых дешевых (предоплата). Количество в одном кубометре для размера одного блока 600х300х200 мм – 28 штук (если быть точными 27,77), для размера 600х300х100 мм – 56 штук (55, 54).

Описание продукции

Фибропенобетон (легкий ячеистый бетон неавтоклавного твердения), как строительный материал, в последнее время завоевал одну из лидирующих позиций в строительных энергосберегающих технологиях. Производство фибропенобетона требует использования специального, но не дорогостоящего оборудования. Фибропенобетонные блоки становятся незаменимым строительным материалом, из-за малого удельного веса и очень низкой теплопроводности, при теплоизоляции чердаков зданий, жестких и мягких кровель, полов, на первых этажах зданий особенно. Также он незаменим при утеплении стен колодезного типа, заполняя весь объем полностью, фибропенобетон не образует пустот. Для выравнивания поверхностей под полы вместо керамзитобетона также применяется фибропенобетон, одновременно выполняя несколько функций: теплоизоляции и шумоизоляции.

Высокие теплоизоляционные свойства: Пористая структура фибропенобетона хорошо удерживает тепло и не пропускает холод, что делает его конструкционным и теплоизоляционным материалом. Теплоизоляция стены из фибропенобетонного блока в 3-3,5 раза выше, чем у кирпичной стены. Коэффициент теплопередачи фибропенобетона D700 – 0,23 (Ккал/м²ч), а глиняного кирпича – 0,8 (Ккал/м²ч).

Легкость. В сравнении с другими строительными материалами вес фибропенобетонного блока в несколько раз легче, например керамзитобетон в три раза тяжелее блока фибропенобетона марки D700, что заметно снижает транспортные и монтажные расходы.

Прочность. Прочность на сжатие фибропенобетона достаточно высокая (3,5-5,0 МПа) при низкой объемной массе. Используя фибропенобетон D900 как строительный материал для несущих стен, можно возвести здание высотой в три этажа. Но некоторые конструкторские решения дают возможность использовать фибропенобетон в высотных зданиях без ограничения этажности.

Морозостойкость. Мелкопористая структура фибропенобетона обеспечивает резервный объем для миграции воды при ее замерзании, что дает высокую морозостойкость F50 - F100 этому материалу.

Огнестойкость. Кроме того, что фибропенобетон относится к негорючим материалам, он способен выдержать в течении не менее 5-7 часов одностороннее воздействие огня.

Биостойкость и экологическая безопасность. Сооружения из фибропенобетона не подвержены гниению и старению. То, что фибропенобетон изготавливается из экологически чистых сырьевых материалов, обеспечивает для человека полную безопасность фибропенобетонных изделий. Средняя удельная активность радионуклидов (75,5 Бк/кг) не превышает нормированную величину (370 Бк/кг).

Широкий диапазон получаемых плотностей. Учитывая назначение фибропенобетонных изделий и их условия эксплуатации, есть возможность изготовления фибропенобетона плотностью:

- от 400 до 600 кг/м³ для получения теплоизоляционных изделий;
- от 700 до 1100 кг/м³ для получения теплоизоляционно-конструкционных изделий (блоков, плит, перемычек и др.);
- от 1200 до 1600 кг/м³ для получения конструкционных изделий.

Простота обработки. Это не маловажное свойство фибропеноблока позволяет легко и быстро осуществить ваши задумки простейшими инструментами, т.к. он легко пилится, сверлится, штрабится и гвоздится.

План маркетинга и анализ рынка

Компания способна не только занять ожидаемую нишу на региональном рынке, но и закрепиться на ней, обеспечив себе стабильный гарантированный рост.

Ключевым инструментом продвижения товара на рынок будет выступать реклама, как один из мощнейших стимуляторов спроса. Потребителями продукции компании выступают как физические, так и юридические лица. Планируется также работа с оптовыми дилерами с целью продвижения продукции в отдаленные районы. В целях развития бизнеса и расширения рынка сбыта, предприятия планирует участие в тендерах.

Стратегия рекламной компании: в течение первых трех месяцев важно сформировать у будущих потребителей мнение о товаре и компании, что обуславливает необходимость в интенсивной рекламе в течение первого периода. Реклама выпускаемой продукции осуществляется посредством размещения информации на досках объявлений, в средствах массовой информации, сети интернет.

Технологический процесс

На данный момент есть два способа производства фибропеноблоков:

- Заливка готовой смеси в формы определенных размеров 200х300х600, 100х300х600, 600х300х200, 600х300х100;
- Метод порезки. Фибропенобетонную смесь заливают в формы по 1 м³, а потом на специальном станке происходит распил по заданному размеру.

Второй метод не приобрел популярности. Связано это с тем, что при распиле фибропеноблок теряет больше 20% своей прочности. Происходит это из-за того, что фибропенобетонный монолит пилится сразу после первоначального схватывания, а такое механическое воздействие на фибропеноблок до момента полного затвердения частично нарушает структуру внутренних связей фибропеноблока.

В процессе производства армированных пеноблоков, в смесь из песка, цемента и органических пенообразователей добавляется небольшое количество фибры, составляющее не более 1% от всего объема раствора.

Тщательное перемешивание позволяет фиброволокну равномерно распределиться по всему объему раствора, превращая обыкновенный пеноблок в надежный и прочный композитный материал. Такой несложный процесс позволяет оптимизировать структуру пенобетона, что полностью исключает образование дефектов и обеспечивает высокое качество готовых блоков.

Полипропиленовое фиброволокно с успехом применяется для армирования бетона всех возможных видов. Оно не только серьезно повышает сопротивляемость различным механическим и термическим воздействиям, но и отличается высокой стойкостью к истиранию пеноблоков, давая возможность увеличить этот показатель в несколько раз.

Пеноблоки, армированные базальтовой фиброй, отличаются, прежде всего, стойкостью к воздействию разного рода вибрации, пожаробезопасностью и высокой степенью сопротивления ударным нагрузкам, что в итоге сказывается на сроках эксплуатации построек и снижении финансовых и трудовых затрат на строительство.

Расчет себестоимости производства за 1 месяц после того, как проект достигнет 100% мощности приведен в нижеследующих таблицах.

Расчет себестоимости сырья, материалов на месяц

№	Наименование	Ед.изм.	Стоимость за ед. тенге	Потребление в месяц	Сумма, тенге
1	цемент	кг	22,5	1400	31 500
2	песок	кг	20	720	14 400
3	вода	кг	30	1040	3000
4	пенообразователь	кг	750	4	3000
5	фибра	кг	1000	2,4	2400
6	электроэнергия	кВт	9,24	32	296
7	смазка для форм	кг	450	0,1	45
Итого					54 641

Оборудование для производства фибропенобетона

На сегодняшний день у предприятия имеется линия по производству фибропеноблоков.

Производство фибропеноблоков на турбулентном пенобетоносмесителе ПБС 180Ат:

Технологический цикл на нашем оборудовании, в отличие от работы на оборудовании с пеногенератором исключает такие пункты, как:

Подключить оборудование ПБС180Ат к 380 В и проверить направление вращения двигателя должно быть против часовой стрелки, (на двигателе указано направление вращения) в противном случае поменять местами две фазы, направление вращения поменяется.

Залить воду (количество воды зависит от сырьевой базы, в основном от разности водопоглощения песка) и нажать кнопку «пуск».

Во время работы двигателя начать загрузку: цемент (количество зависит от марки и характеристик цемента); песок (количество зависит от водопоглощения песка); пенообразователь (ориентировочно 150-300 грамм, значение зависит от используемого пенообразователя); фиброволокно (ориентировочно 30-50 грамм).

Герметично закрыть загрузочный люк.

Нажать кнопку «стоп», и сразу же кнопку «пуск» для начала отсчёта времени по таймеру.

Набрать по манометру давление 1,8 атм и закрыть кран подачи воздуха.

Дождаться окончания замеса (около 3 минут) и разлить по предварительно смазанным формам.

Разлитую смесь выровнять шпателем и накрыть плёнкой, во время разлития допускается открытие крана подачи воздуха для увеличения давления и скорости разлива фибропенобетонной смеси, в конце смены обязательно промыть внутреннюю часть смесителя!

Весь цикл происходит приблизительно 15 минут.

Ориентировочно с одного замеса должно получаться 5-6 блоков 600х300х200.

Пластификатор добавляется из расчета 0,1%-0,3% от массы цемента, в виде 75% водного раствора приготовленного за сутки до использования, расход цемента снижается опытным путём в зависимости от качества цемента. Расход фиброволокна 0,1-0,3 кг на 1м³.

Технология производства фибропенобетона в турбулентном смесителе значительно современнее «пеногенераторной», она была изобретена в России и получила огромное распространение. Отсутствие пеногенератора упрощает процесс приготовления фибропенобетона и увеличивает надёжность оборудования из-за отсутствия дополнительных агрегатов.



Технологический цикл на нашем оборудовании, в отличие от работы на оборудовании с пеногенератором исключает такие пункты, как:

- Приготовление водного раствора с пеной.
- Заправка бака пеногенератора.
- Приготовление бетонного раствора для дальнейшего перемешивания с пеной.
- Приготовления пены соответствующей кратности вспенивания.
- Подача нужного количества пены по счётчику.
- Приготовления пены соответствующей кратности вспенивания.
- Перемешивание раствора с пеной.
- Подача фибропенобетона геороторным насосом (для установок открытого типа).

Пенообразователь на нашем оборудовании заливается непосредственно в бак смесителя в концентрированном виде при загрузке других компонентов. Расход пенообразователя зависит от уровня жёсткости воды и достигает от 500 до 800 мл на 1м³ при плотности фибропенобетона D650.

Уникальная конструкция оборудования, содержащая ряд новаторских решений, позволяет производить фибропеноблок очень хорошего качества разной плотности с равномерным распределением по всему объёму мельчайших пузырьков воздуха плюс однородным по массе и продавать его по ценам существенно ниже рыночных.

Организационный план

Индивидуальное предприниматель работает с применением специального налогового режима на основе упрощенного режима налогообложения для субъектов малого бизнеса.

Организационная структура предприятия будет состоять из следующих основных организационных единиц: директор (собственник бизнеса) – бухгалтер, технолог, бетонщики. Персонал сформирован из числа местного населения. Предприятия будет работать ежедневно, режим работы с 9:00 до 19:00 с перерывом на обед.

Персонал

Должность	Кол-во человек	Месячная зарплата, тенге	Сумма в месяц, тенге
Технолог	1	100 000	100 000
Бетонщики	3	80 000	240 000
Руководитель, бухгалтер	1	150 000	150 000
Итого	5		490 000

ИП имеет в собственности помещение общей площадью 100 кв.м. Помещение цеха имеет хорошее освещение, вентиляцию и воздухообмен с притоком чистого наружного воздуха. На всех рабочих местах, где происходит контакт персонала с упакованной продукцией, оборудованы раковины с подводом горячей и холодной воды.

Проект предполагает привлечение заемных средств в размере 5 000 000 тенге.

Инвестиционный план

Инвестиционные вложения	Итого, тенге
Пополнение оборотных средств	5 000 000
Всего	5 000 000

Планируемые годовые продажи товаров и услуг в год.

№	Наименование услуг	Количество/куб.	Цена за ед./ тенге	Сумма / тенге
1	Фибропеноблоки	48	250 000	12 000 000
Итого				12 000 000

Финансовый план

Отчет о прибылях и убытках за 1-й операционный год

Показатели	Итого за год, тенге
Выручка от реализации	12 000 000
Затраты	
Расходный материал	655 692
Коммунальные услуги	565 380
Заработная плата	5 880 000
Реклама	240 000
Транспортные расходы	600 000
Ремонт оборудования	120 000
Хозяйственные расходы	120 000
Прочие расходы	600 000
Проценты по кредиту	400 000
ВСЕГО ЗАТРАТЫ	9 581 072
Доход до налогообложения	2 418 928
Налог на прибыль	327 600
ОПВ за ИП	29 351
Чистый доход	2 061 977
Погашение кредита	720 000

43. ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВА КЕРАМИЧЕСКОГО ЗАБУТОВОЧНОГО КИРПИЧА



Анкета проекта

Цели инвестиционного проекта: организация производства керамического забутовочного кирпича.

Стоимость проекта: 70 600 000 тенге.

Срок окупаемости: 35 месяцев.

Концепция проекта

Концепция проекта предусматривает организацию производства керамического забутовочного кирпича в Северо-Казахстанской области. Мощность кирпичного завода составит 3 500 000 штук условного кирпича в год.

Продукция промышленности строительных материалов в общем объеме промышленного производства Казахстана занимает более 5%. На предприятиях отрасли производятся цемент, шифер, асбестоцементные трубы, мягкие кровельные материалы, линолеум, санитарно-строительный фаянс, облицовочные керамические плитки для полов и отделки зданий, панели и другие конструкции для крупнопанельного домостроения, каолин для бумажной промышленности, радиаторы, конвекторы и ряд других видов строительных материалов и конструкций. Республика располагает достаточными запасами разнообразного сырья для выпуска строительных материалов. В настоящее время наблюдается процесс концентрации в строительной отрасли Казахстана, который окажет благотворное влияние на развитие отрасли в долгосрочной перспективе. Строительство инфраструктуры и восстановление жилищного строительства, скорее всего, также позволит строительной отрасли (вместе со связанной базой снабжения) расти в будущем.

Рынок строительных материалов представлен в нескольких конкретных категориях – прежде всего это базовые материалы, такие как цемент, левкас, кирпич, бетонные смеси. Отечественное производство преобладает в тех отраслях, где строительные материалы изготавливаются из природного сырья – известь, асбест, гипс, глина. Здесь потребность местного рынка удовлетворена в пределах 75-100%. Наряду с этим отделочные материалы – лаки, краски, обои, напольные покрытия, а также инструменты поступают на казахстанские прилавки из Европы, Азии, стран СНГ. Как говорят специалисты – с созданием Таможенного Союза значительно расширился ассортимент товаров из России и Беларуси, в то время как производители Китая, Турции снизили поставки.

Описание продукции

К планируемым направлениям для развития новых производств необходимо отнести следующий вид деятельности: производство и реализация керамического забутовочного кирпича.

Описание вида продукции приводится ниже в таблице.

Предполагаемые к выпуску виды продукции

Наименование	Стандарт качества	Описание
Кирпич забутовочный	ГОСТ 530-2012 «Кирпич и камень керамические. Общие технические условия.»	Настоящий стандарт распространяется на кирпич и камень керамические (далее – изделия), применяемые для кладки и облицовки несущих, самонесущих и ненесущих стен и других элементов зданий и сооружений, а также клинкерный кирпич, применяемый для кладки фундаментов, сводов, стен, подверженных большой нагрузке, и кирпич для наружной кладки дымовых труб, промышленных и бытовых печей.

План маркетинга и анализ рынка

Из анализа существующего рынка кирпича можно сделать следующие выводы:

- На казахстанском рынке кирпича наибольшая доля в структуре производства принадлежит керамическому строительному кирпичу. Основной спрос на продукт сконцентрирован в сегменте строительства жилых домов.
- Казахстанский кирпичный рынок фрагментирован и слабо консолидирован, а предприятия по производству кирпича достаточно равномерно распределены по всем областям, кроме СКО. Каждая область страны, а зачастую и отдельные регионы, представляют собой отдельный рынок – с устоявшимися предпочтениями, производителями и потребителями.
- Производством кирпича в нашей стране занимается много предприятий. Однако в последний год отмечается тенденция уменьшения количества предприятий. Кирпич производят не только специализированные заводы, но и предприятия металлургического, машиностроительного, химического комплексов, добывающих отраслей, а также комбинаты по производству удобрений. Как правило, предприятия используют местную сырьевую базу, а продукцию реализуют в радиусе менее сотни километров от места производства.

Учитывая существующее положение на рынке кирпича СКО, планируется осуществлять реализацию керамического забутовочного кирпича по 45 тенге за штуку.

Сезонность напрямую зависит от объявления тендеров на строительные работы. Сроки объявления тендеров варьируются из года в год. Неизменным остается лишь упор на летние месяцы. Несезоном является период с января по март каждого года.

Технологический процесс.

Формованием кирпича называется процесс придания массе заданных форм и размеров, то есть получения заготовки (полуфабриката) изделия. Структура заготовки в значительной мере определяет строение и свойства изделий после обжига. При формовании стремятся максимально увеличить содержание твердой фазы, чтобы снизить усадки в сушке и обжиге.

Пластичность глин предопределяет наличие специфических деформационных свойств – малой вязкости и достаточно высокого предела текучести.

Показателем формовочных свойств масс является соотношение между внешним и внутренним трением. Считают, что формование возможно, если внутреннее трение массы (когезия) больше, чем трение о формирующий орган машины (аутогезия).

Основные свойства пластичной формовочной массы зависят от минерального состава, формы и размеров частиц твердой фазы, вида и количества временной технологической связки, интенсивности образования гидратных слоев на поверхностях частиц. С увеличением содержания жидкой фазы коэффициент внутреннего трения растет, проходя через максимум. Другие показатели уменьшаются монотонно, но с разной интенсивностью. Это позволяет для каждой массы выбрать оптимальное значение формовочной влажности. Лучшие формовочные свойства имеет масса с максимально развитыми слоями физически связанной воды при минимальном содержании свободной воды в системе.

Чем сложнее форма изделия, тем при более высокой влажности проводят формование. Для его облегчения иногда в массы добавляют высокопластичные монтмориллонитовые глины.

Выдавливание является окончательной операцией формования изделий грубой строительной керамики (кирпич) и промежуточным этапом переработки пластичной тонкокерамической массы перед раскаткой и допрессовкой. Выдавливание может быть горизонтальным и вертикальным. Его осуществляют на шнековых вакуумных прессах. В шнековом прессе при движении массы возникает сложное объемно-напряженное состояние. Лопасти шнека сообщают массе поступательное и вращательное движение, а стенки корпуса пресса замедляют перемещение массы в прилегающих к ним слоях. По мере продвижения массы к головке пресса ее вращение замедляется, но периферийные слои движутся с большей скоростью. Окончательно уплотняет массу последний виток шнека. Он выжимает массу из цилиндра в головку пресса с различными по сечению скоростями, сообщая ей частичное вращение.

Сформованный кирпич в дальнейшем подвергается сушке.

Сушкой полуфабриката называют удаление воды из влажного керамического полуфабриката или сырья испарением. Наиболее ответственной является сушка высоковлажного полуфабриката изделий хозяйственной и строительной керамики, изготовленного пластическим формованием или шликерным литьем и содержащего значительное количество глинистых компонентов.

Процесс сушки керамических изделий представляет собой превращение содержащейся в них воды из жидкого состояния в парообразное и последующее удаление ее в окружающую среду. При этом необходимым условием сушки является наличие внешнего источника тепла, нагревающего изделия. Наиболее ответственной является сушка высоковлажного полуфабриката изделий хозяйственной и строительной керамики, изготовленного пластическим формованием. Простейшим видом сушки является сушка изделий на воздухе, когда испарение влаги из материала происходит за счет тепловой энергии солнца. В настоящее время сушка изделий осуществляется за счет тепла, получаемого от специальных установок. Сушка зависит от параметров окружающей среды (температуры, влажности и скорости движения теплоносителя), формы связи влаги с материалом, состава, структуры, влажности и температуры полуфабриката.

Если сушку проводят при малых перепадах температуры между полуфабрикатом и средой, малых скоростях и высокой влажности теплоносителя, то влажность полуфабриката медленно уменьшается от исходной, а температура повышается до температуры мокрого термометра. Центр заготовки прогревается медленнее, чем поверхность.

При сушке испарение воды происходит диффузионным путем. Движущей силой является разность парциальных давлений пара у поверхности и в объеме теплоносителя. Уменьшение влажности во внешних слоях заготовки сопровождается появлением градиента влажности в ее объеме, что вызывает диффузию капельножидкой воды из объема заготовки к поверхности.

При удалении воды в порах заготовки образуются вогнутые мениски жидкости. Капиллярное давление увеличивается, уменьшается толщина прослоек жидкости, частицы сближаются, образуя каркас. При влажности, близкой к критической, капиллярные силы уравниваются силами трения, сближение частиц и усадка заготовки прекращается. Дальнейшее снижение влажности происходит за счет освобождения объема пор без изменения размеров.

Величины критической влажности и усадки зависят от режима сушки. Наибольшую усадку имеют заготовки, высушенные в равновесных условиях. Чем выше температура и ниже влажность теплоносителя, тем меньше усадка. Рост градиента влажности в объеме заготовки увеличивает разницу между фактической и максимально возможной усадками. Эта разница (недопущенная усадка) вызывает появление механического напряжения. Если последнее превысит предел прочности материала, то в теле заготовки образуется трещина. В период падающей скорости сушки усадки отсутствуют, поэтому сушку можно интенсифицировать, повысив температуру и скорость движения теплоносителя.

В процессе сушки могут возникать различные дефекты. Тотальные трещины, проходящие через тело заготовки, возникают из-за больших скоростей прогрева заготовки, имеющей малый коэффициент теплопроводности, на первой стадии сушки. Срединные трещины возникают после образования жесткого каркаса частиц на краях заготовки, препятствующего усадке влажных центральных частей. Предотвратить образование краевых и срединных трещин можно, покрыв края теплоизолирующим веществом (маслами, растворами сульфитно-спиртовой барды или поливинилового спирта и т. п.). Рамочные трещины могут возникнуть при трении заготовки о подставку в процессе усадки. Этот вид брака характерен для кирпича пластического формования. Его можно предотвратить, периодически перекладывая изделия с грани на грань и используя подсыпки (песок, опилки, шамот). Микротрещины и волосные трещины возникают при адсорбции воды из воздуха или дымовых газов высушенным полуфабрикатом. Этот вид брака можно предотвратить, прекратив сушку при влажности несколько выше, чем максимальная влагоемкость материала при данной температуре.

Важнейшие физико-химические процессы, обеспечивающие качество продукта, происходят при **обжиге полуфабриката**.

Процесс обжига керамического кирпича может быть условно разделен на четыре периода:

1. подогрев до 200°C и досушка-удаление физической воды из глины;

2. дальнейший нагрев до 700 °С «на дыму» и удаление химически связанной воды из глины;
3. «взвар» – до температуры обжига 980-1000 °С – созревание черепа;
4. охлаждение, «закал» – медленное до 500°С и быстрое от 500 до 50 °С обожженных изделий.

Такое производственное деление на периоды не вскрывает сущности реакций в керамической массе при обжиге. При производственном обжиге керамических изделий никогда не достигается термодинамическое равновесие.

Не менее важную роль играет и газовая среда в печи, которая влияет на процессы, протекающие при формировании черепка, и поэтому она также должна регламентироваться режимом обжига. Эта среда может быть окислительной, нейтральной и восстановительной.

Спекание материала – существенный момент процесса обжига, так как к этому времени заканчивается формирование керамического изделия. Окончание спекания изделия характеризуется прекращением его усадки. Условными показателями спекшегося материала являются его водопоглощение.

На процесс формирования керамического черепка влияют: химический и гранулометрический состав сырья, соотношение компонентов в массе, а также температурно-газовый режим обжига.

Действительный процесс намного сложнее приведенной модели, что обусловлено разнообразием формы, размеров припекающихся частиц и конфигурации контактов между ними; присутствием других источников образования и стока вакансий; наличием не только объемной, но и поверхностной диффузии.

Обжиг изделий грубой строительной керамики ведется до появления минимального количества легкоплавких соединений, которые связывают дегидратированные частицы глинообразующих минералов и зерна кварца, что и обеспечивает достаточную механическую прочность изделий.

Охлаждение обожженных изделий – не менее ответственная операция. При 800-780°С череп изделия строительной керамики находится в пиропластическом состоянии и переходит в твердое состояние, поэтому необходимо замедлять охлаждение во избежание появления напряжений, которые могут разрядиться местными разрывами (трещинами). Считают опасным также участок 650- 500°С в связи с обратимым превращением.

Из всего выше сказанного можно сделать вывод что, большое значение имеет подбор температурного режима обжига. Он должен быть таким, чтобы реакции дегидратации, декарбонизации, окисления и восстановления отдельных компонентов, составляющих глину, не налагались бы на реакции образования легкоплавких эвтектик. Эти реакции должны следовать одна за другой, но практически, вследствие сложного состава керамических масс, образование жидких соединений начинается обычно ранее, чем закончатся декарбонизация, окисление и т. д.

Среди необходимых материалов для осуществления бизнеса в области производства керамического забутовочного кирпича особое место занимают коричневая и белая глина, уголь и вода. Все виды сырья можно приобрести в регионе, не выезжая за пределы области. Стоимость переключения от одного поставщика к другому незначительна. Степень дифференциации сырья и исходных материалов не очень высока, так как почти все виды сырья идентичны у всех поставщиков.

Более того, Проектоустроитель имеет право недропользования на Затонском месторождении глин и суглинков, расположенном в непосредственной близости с кирпичным заводом. Остаток запасов составляет более 3 000 000 м³.

Организационный план

Состав персонала ТОО представлен в Таблице.

Штатная численность персонала после осуществления проекта

Должность	Кол-во человек	ФОТ в месяц, тыс. тенге	ФОТ в год, тыс. тенге
Административно-управленческий персонал			
Директор	1	150	1 800
Главный бухгалтер	1	100	1 200
Начальник цеха	1	100	1 200
Механик	1	100	1 200
Заведующий складом	1	100	1 200
Итого:	5	550	6 600
Инженерно-технический персонал			
Погрузчик	1	80	960
Шихтовщик	1	80	960
Браковщик	1	80	960
Оператор пульта управления	1	80	960
Заливщик	1	80	960
Оператор прессы	1	80	960
Оператор автомат-укладчика	1	80	960
Перекачик порожняковой вагонетки	1	80	960
Перекачик груженой вагонетки	1	80	960
Оператор тележки загрузки	1	80	960
Сушильщик	3	180	2 160
Оператор тележки выгрузки	1	80	960
Садчики	6	360	4 320
Загрузчик-выгрузчик печи	2	160	1 920
Обжигальщик	3	180	2 160
Выгрузчик готовой продукции	6	360	4 320
Дробильщик угля	1	80	960

Разнорабочий	2	160	1 920
Электрик	2	160	1 920
Слесарь	1	80	960
Сварщик	1	80	960
Футеровщик	1	80	960
Экскаваторщик	1	80	960
Итого:	39	2 840	34 080
Подсобно-вспомогательный персонал			
Техника	1	50	600
Охрана	6	360	4 320
Итого:	7	410	4 920
ВСЕГО:	51	3 720	45 600

Организационная структура предприятия будет состоять из следующих основных организационных единиц:

- Директор. В его функции входит руководство текущей деятельностью компании, обеспечение бесперебойного производства и реализации керамического кирпича. Работа директора заключается в контроле проведения всех необходимых действий для поддержания работы кирпичного завода на надлежащем уровне и контроле строгого соблюдения графиков поставок необходимых ингредиентов для производства кирпича. В его непосредственное подчинение входят: главный бухгалтер, начальник цеха, механик и заведующий складом.

- Главный бухгалтер. В его функции входит ведение бухгалтерского и налогового учета предприятия.

Всех сотрудников компании с точки зрения квалификационных требований можно разделить на три большие группы:

- Административно-управленческий персонал;
- Инженерно-технический персонал;
- Подсобно-вспомогательный персонал.

Компетенция персонала этих групп имеет огромное значение для управления качеством. Менеджмент предприятия должен заботиться о том, чтобы у персонала была необходимая квалификация, а также знания и навыки для выполнения своей работы наилучшим образом.

При выборе места размещения проекта принимались во внимание следующие факторы:

1. наличие / отсутствие в собственности подходящего земельного участка;
2. возможность приобретения земельного участка со зданием или без здания;
3. маркетинговая привлекательность по густоте населения района;
4. наличие / отсутствие трудовых ресурсов;
5. наличие / отсутствие аналогичных предприятий в районе.

Учитывая все вышеприведенные аспекты, был выбран участок для реализации представленного проекта, так как он наилучшим образом удовлетворяет всем требованиям. Рельеф на территории участка равнинный, имеет незначительные перепады высот. На территории участка и вблизи его проходят надземные коммуникации: железная дорога с железнодорожным тупиком, линия электропередач высокого напряжения, а также подземные коммуникации: канализация, водопровод, электрокабели высокого и низкого напряжения.

Финансовый план.

Первоначальные вложения в проект

Для реализации представленного проекта будут использованы собственные средства в размере 9 000 тыс. тенге и заёмные средства в размере 61 600 тыс. тенге, из них 38 200 тыс. тенге – ремонт оборудования (печь обжига и др.) и помещений, 13 100 тыс. тенге – приобретение комплектующих материалов для изготовления сушильных обжиговых вагонеток, 4 000 тыс. тенге – приобретение и установка новых комплектных трансформаторных подстанций (КТП), 5 300 тыс. тенге – приобретение автомобиля марки УАЗ, 10 000 тыс. тенге – формирование оборотного капитала в рамках инвестиционного проекта.

Расшифровка первоначальных вложений в проект и описание источников финансирования проекта представлены ниже в Таблице.

Первоначальные вложения в проект

Наименование	ИТОГО, тыс. тенге
Ремонт оборудования и помещений	9 000
Восстановительный ремонт печи обжига	29 200
Приобретение комплектующих материалов для изготовления сушильных обжиговых вагонеток	13 100
Приобретение и установка новых комплектных трансформаторных подстанций (КТП)	4 000
Приобретение автомобиля марки УАЗ-220695-460-04	5 300
Формирование оборотного капитала в рамках инвестиционного проекта	10 000
ИТОГО	70 600

ТОО работает по общеустановленной системе налогообложения. В связи с этим корпоративный подоходный налог в прогнозе принят в размере 20% от налогооблагаемого дохода на весь период прогнозирования.

ТОО будет являться плательщиком НДС. В связи с этим прогнозных расчетах учтены получение доходов и несение части расходов (всех расходов за исключением расходов по заработной плате, отчислений с заработной платы, расходов по налоговым отчислениям и расходов по вознаграждению) с учетом НДС в размере 12% на весь период прогнозирования.

Выручка от реализации

Наименование	2017	2018	2019	2020	2021
Объем производства, тыс. шт.	1 750	3 500	3 500	3 500	3 500
Цена реализации, тенге / шт.	45,00	48,15	51,52	55,13	58,99
Выручка от реализации, тыс. тенге	78 750	168 525	180 320	192 955	206 465

Себестоимость

Наименование	2017	2018	2019	2020	2021
ПРОИЗВОДСТВО КИРПИЧА					
Объем производства, тыс. шт.	1 750	3 500	3 500	3 500	3 500
Расход глины, куб. м / тыс. шт.	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5
Расход угля, кг / тыс. шт.	350,0	350,0	350,0	350,0	350,0
Расход воды, куб. м / тыс. шт.	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6
Стоимость глины, тенге / куб. м	5,00	5,35	5,72	6,13	6,55
Стоимость угля, тенге / кг	10,00	10,70	11,45	12,25	13,11
Стоимость воды, тенге / куб. м	155,00	165,85	177,46	189,88	203,17
Себестоимость сырья, тыс. тенге	6 310	13 503	14 449	15 459	16 544
Расход электроэнергии, кВт*ч / тыс. шт.	200	200	200	200	200
Стоимость электроэнергии, тенге / кВт*ч	15,00	16,05	17,17	18,38	19,66
Стоимость электроэнергии, тыс.тенге	5 250	11 235	12 019	12 866	13 762
Расход ГСМ на погрузчик, л / год	12 480	24 960	24 960	24 960	24 960
Стоимость ГСМ, тенге / л	128	137	147	157	168
Стоимость ГСМ, тыс. тенге	1 597	3 420	3 669	3 919	4 193
Стоимость зап. частей, тыс. тенге	14 040	15 023	16 074	17 200	18 404
Себестоимость, тыс. тенге	27 197	43 181	46 211	49 444	52 903

Прогнозный отчет о прибылях и убытках, тыс.тенге

Наименование	2017	2018	2019	2020	2021
Выручка от реализации товаров	78 750	168 525	180 320	192 955	206 465
НДС, начисленный с выручки	8 438	18 056	19 320	20 674	22 121
Итого выручка (без НДС)	70 312	150 469	161 000	172 281	184 344
Себестоимость товаров	27 197	43 181	46 211	49 444	52 903
НДС, уплаченный за товары и услуги	2 914	4 627	4 951	5 298	5 668
Итого себестоимость (без НДС)	24 283	38 554	41 260	44 146	47 235
ВАЛОВАЯ ПРИБЫЛЬ	46 029	111 915	119 740	128 135	137 109
Расходы по реализации	600	1 284	1 374	1 470	1 573
НДС, уплаченный за товары и услуги	64	138	147	158	169
Итого расходы по реализации (без НДС)	536	1 146	1 227	1 312	1 404
Амортизация оборудования	2 765	5 254	4 728	4 255	3 830
Амортизация транспортных средств	970	1 843	1 659	1 493	1 344
Ремонт оборудования	1 000	2 000	2 140	2 290	2 450
Ремонт транспортных средств	97	184	166	149	134
Коммунальные расходы	752	1 264	1 352	1 448	1 548
Заработная плата	26 600	48 786	52 206	55 860	59 767
Социальный налог	2 926	5 366	5 743	6 145	6 574
Условно-накопительные пенсионные взносы	0	2 439	2 610	2 793	2 988
Страхование ГПО работодателя	572	1 049	1 122	1 201	1 285
Транспортный налог	20	22	23	25	27
НДС, уплаченный за товары и услуги	259	482	512	545	580
Итого общие и административные расходы (без НДС)	35 443	67 725	71 237	75 114	79 367
Вознаграждение по займу	3 511	3 726	3 072	2 421	1 769
Итого расходы по финансированию (без НДС)	3 511	3 726	3 072	2 421	1 769
Прочие расходы	240	514	549	588	629
НДС, уплаченный за товары и услуги	26	55	59	63	67
Итого прочие расходы (без НДС)	214	459	490	525	562
ПРИБЫЛЬ ДО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ	6 325	38 859	43 714	48 763	54 007
Налог на прибыль	1 265	7 772	8 743	9 753	10 801
ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ	5 060	31 087	34 971	39 010	43 206

44. ОТКРЫТИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ ПО ПРОИЗВОДСТВУ ИЗДЕЛИЙ ИЗ ИСКУССТВЕННОГО КАМНЯ И ГРАВИРОВКЕ НА НИХ



Анкета проекта:

Цель инвестиционного проекта: Открытие предприятия по производству изделий из искусственного камня и гравировке на них.

Производительность: 575 изделий в год.

Продукция: изделия из искусственного камня и гравировка на них.

Общая стоимость проекта: 3 900 000 тенге.

Окупаемость проекта: 2 года.

Концепция проекта

Концепция проекта предусматривает открытие предприятия по производству изделий из литьевого мрамора, литьевого гранита, жидкого камня по технологии «ДЕКОРЛИТ – ручная штамповка» и гравировке на них.

В наше время все большую популярность приобретает искусственный камень. Он повсеместно используется в интерьерах самых различных помещений – начиная от квартир, офисов и загородных домов, заканчивая ресторанами, кафе и барами. Свойства искусственного камня помогают воплощать в жизнь даже самые смелые дизайнерские фантазии. Интерьеры и фасады многих современных квартир и домов украшают декоративные облицовочные материалы, которые имитируют гранит, мрамор, или грубый необработанный камень. При такой популярности искусственного камня, натуральный камень все больше и больше отходит на второй план. Это объясняется тем, что искусственный камень, как по прочности, так и по внешнему виду и на ощупь, совсем не уступает своему натуральному прообразу. Не смотря на это, по цене он гораздо доступнее нежели натуральный камень, да и богатая фантазия художника при использовании искусственного камня ничем не может быть ограничена.

Описание продукции

Литьевого камня Декорлит (искусственный камень, искусственный мрамор, литевой гранит, литевой камень, полимербетон) – это композитный материал, созданный на основе полимерной матрицы и инертного наполнителя. Литевой камень обладает рядом преимуществ, которые в настоящее время обуславливают широкое применение этого композитного материала в различных отраслях. Литевой камень характеризуется такими особенностями как хорошие физико-механические свойства, химическая стойкость, широкая гамма цветов и фактур, простота в бытовом обслуживании. Возможность делать из литьевого камня изделия любых форм и размеров, а также неограниченная цветовая гамма, позволяют литевому камню выигрывать у натуральных камней при производстве различных изделий. Литевой камень бывает разных видов, в зависимости от области применения.

Литевой камень отличается от широко представленных технологий искусственного камня тем, что в нем в качестве связующего компонента используется полимер, а не цемент. Благодаря наличию полимера литевой камень «ДЕКОРЛИТ» получает оригинальные свойства, такие как полная влагостойкость, монолитность, идеальная глянцевая поверхность, низкая теплопроводность (теплый на ощупь), упругость и прочность на растяжение, удар, имитация природного мрамора и гранита, возможность изготовления любых других расцветок. Эти свойства позволяют использовать литевой камень «ДЕКОРЛИТ» для изделий в интерьере, в отличие от бетонных искусственных камней. Из литьевого камня «ДЕКОРЛИТ» можно производить изделия, которые невозможно, не целесообразно или невыгодно производить из натуральных камней или других типов искусственных камней.

Благодаря своей высокой плотности и отсутствия микропор - он абсолютно не проницаем для бактерий, грибов, плесени, жира и влаги. При склейке швов используется специальный двухкомпонентный клей, соответствующий структуре и цвету изделия.

Основным видом выпускаемой продукции будут памятники из мрамора и гранита, на которых способом ударной гравировки будет наноситься ретушь. Такой памятник с изображением и памятной надписью способен надолго сохранить память о близком человеке и простоять не одно десятилетие. Наверняка многие люди, проходя мимо места захоронения, обращали внимание на красиво оформленные стелы из гранита, с художественными надписями, красивым текстом, и портретом в натуральную величину, и согласитесь, выглядит это гораздо лучше, чем деревянный крест или памятник с эмалированной табличкой. Что в свою очередь на долгие годы сохранит память о близком человеке.

На самом деле, до сравнительно недавнего времени памятники гравировались исключительно вручную с применением различных инструментов, текст, рисунок и портрет буквально «выстукивали» на камне с разной силой и разными инструментами, для передачи необходимых полутонов, теней. «Выстучать» (на глаз) такой портрет, да еще и чтобы он был похожий на оригинал, практически невозможно. Чтобы овладеть данным ремеслом в совершенстве, нужно иметь недюжинный талант и огромный художественный опыт за плечами. Все это создало небывалый спрос на работы действительно хороших художников и цены на такие памятники были соответственно очень высокими.

Но ничто не стоит на месте и сравнительно недавно появился полу автоматизированный способ гравировки таких памятников, с помощью гравировальных станков. Все что нам требуется, это правильно отретушировать само изображение и настроить станок. И вот после некоторых манипуляций запускается станок. А изображение гравировается само по себе,

причем со 100% точностью с оригиналом. Ни одному, даже самому квалифицированному художнику это будет не под силу.

Одной существенной особенностью, с которой придется столкнуться спад спроса в зимнее время года, так как надгробия не устанавливаются на могилу в зимнее время. Установка надгробных памятников на промерзшей земле не может быть выполнена качественно. Для регулирования спроса в зимнее время на продукцию будут установлены скидки в размере 20%.

Ассортимент планируемой продукции предприятия: памятники, раковины, столешницы, обеденные столы и журнальные столики с 3D эффектом, подоконники, плинтуса и молдинги, барные стойки, вазоны, искусственные камины.

Преимущества выпускаемой продукции:

1. Экологически чистый материал (Состав полностью исключает появление грибка и бактерий, не впитывает влагу и легко чистится).
2. Широкая цветовая гамма позволит подобрать максимально подходящий цвет любой структуры.
3. Долговечность.
4. Технология позволяет придать изделию абсолютно любую форму.
5. Гарантия.
6. Ремонтопригодность – любые появившиеся царапины, сколы, легко устраняются полировкой либо клеем, без видимых следов.
7. Камень не теряет яркости и насыщенности цвета, даже после долгих лет использования.

План маркетинга и анализ рынка

Середина девяностых годов была ознаменована, как смутные времена, однако это не влияло на развитие нормальных рыночных отношений, которые развивались бурно и безудержно. Именно в этот период на рынок вышла новая линейка товаров, которая называлась искусственный камень. Для чего его создали? Отделка натуральным камнем была довольно дорогостоящей и хлопотной, так как похожих камней в природе довольно мало, и после отделки таким камнем строение частенько смотрелось довольно забавно, так как пестрело даже различными цветовыми оттенками, которые придавали строению аляповатый и нелепый вид. Что бы этого избежать был придуман искусственный камень, который был призван, что бы решить все проблемы, которые связаны с натуральным камнем. В эти проблемы вписывались и внешний вид и высокая цена, однако наиболее серьезными проблемами были вес и теплоизоляция. С приходом искусственного камня подобные проблемы просто исчезли. Надежный строительный и отделочный декоративный материал вышел в свет. Изначально планировалось использовать этот камень только в декоративных целях, но после того, как выяснилось, что он так же обладает и теплоизоляционными свойствами, было решено что этот один из наиболее перспективных материалов.

В Казахстане подобное производство искусственного камня по технологии «Декорлит» и механическая ударная гравировка отсутствуют, поэтому создание предприятия по механической ударной гравировке на камне и стекле наиболее своевременное и перспективное направление инвестирования средств.

Главной целью проектируемого цеха является проникновение на рынок и последующее существование в нем.

В качестве основного метода продвижения необходимо использовать прямую рекламу на интересующие целевые группы. Для этого можно использовать рассылки рекламных материалов о предприятии; участие в государственных закупках, в частности проводимых государственными организациями и учреждениями; размещение информации о предприятии на бесплатных интернет-ресурсах, подача бесплатных объявлений.

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:

- квалифицированный персонал;
- современное оборудование;
- участие в тендерах;
- реализация программ по стимулированию спроса.

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

Формирование цен основано на рыночных ценах и полной себестоимости продукции. Целевой группой клиентов планируемого предприятия будут ритуальные и мебельные компании города Астаны и Карагандинской области.

Технологический процесс

Самым современным методом гравировки является ударная гравировка. Механическая машина с алмазными иглами создает на металле конические углубления. От силы удара иглы зависит глубина проникновения алмазной иглы в металл. Обычно для такого вида фотогравировки используются плоские поверхности и мягкие металлы. Основной металл или их сплавы перед гравировкой полируются до зеркальной поверхности и очень часто покрываются родием, никелем. Поверхность металла без углублений, сформированных алмазной иглой, выглядят, как черные. Светлые области формируются наиболее глубокими углублениями. Данный метод гравировки позволяет наносить графические изображения, с градацией серых тонов, на металл.

Гравирование травлением – этот способ требует предварительного покрытия поверхности защитным слоем грунта из воска, канифоли и асфальта или специальным лаком. Затем на загрунтованную поверхность наносят (до обнажения металла) рисунок или надписи стальными иглами различной толщины и заостренные в различной степени. После завершения прорисовки обнаженную поверхность подвергают действию кислоты растворяющей металл, вследствие чего образуется

углубленный (вытравленный). Техника этого способа гораздо гравирования гораздо легче, чем манипуляции резцом и доступна всякому, умеющему рисовать.

Технология гравировке на камне. Преимущества работы гравировального станка:

- Трехкоординатный станок-автомат без ручных настроек и регулировок.
- Рабочее поле от 30х40см до 100х200см.
- Высокоточные шариковые винтовые приводы (ШВП) немецкого производства. Отсутствие люфта. Защита от пыли.
- Ударная головка на магнитной подвеске без пружин. Стабильность работы после миллиардов ударов.
- Компактность и мобильность. Станок легко перенести с места на место.
- Не нужно закреплять плитку в станке или прикреплять станок к камню.
- Если у вас большой камень, станок можно просто поставить сверху.
- Не требуется ручной регулировки под плиты разной толщины благодаря вертикальной координате Z
- Гравировка без отступов. Гравировка на овалах и фигурных памятниках. Гравировка в вертикальном положении.
- Электронный датчик слежения за уровнем заготовки. Работа на неровных и наклонных заготовках.
- Электронный датчик не давит на заготовку, не царапает поверхность, требует малый отступ от края плиты.
- Контроль выхода гравировального инструмента за пределы камня.
- Автоматическая установка зазора. Нет необходимости в периодической проверке и настройке зазора.
- Не нужно настраивать зазор при замене или износе иглы.
- Три режима гравирования: точечный, амплитудный, комбинированный. Настройки на любой сорт камня.
- Регулировка силы удара в процессе работы. Нелинейная регулировка графика силы удара по 256-ти оттенкам.
- Регулировка разрешения (шага гравирования) от 0.025мм до 1.0мм с шагом 0.025мм.
- Возможность повторного гравирования от 1 до 4 проходов.
- Три метода преобразования исходной картинке в точечную.
- Автоматический повторный проход. Установка разных режимов гравирования для первого и второго прохода.
- Режим гравирования выбранных полутонов.
- Гравировка фрагментов изображения произвольной формы (режим маски изображения).
- Список материалов. Сохранение параметров гравирования для различных материалов.
- Высокая скорость без ухудшения качества. Нет эффектов строчности и ослабления удара на большой скорости.
- Частота гравирования 400 Гц в точечном/амплитудном режиме и до 2000 Гц в комбинированном.
- Автоматическое разделение картинке на части для ускорения гравировки.
- Подключение к компьютеру по USB без каких-либо переходников и драйверов.
- Подключение нескольких станков к одному компьютеру.
- Работает от любого компьютера (настольного, ноутбука, нетбука) с Windows XP/ Vista/ Windows 7/ Windows 8.
- Станок не занимает ресурсы компьютера. Можно управлять несколькими станками и ретушировать изображение

одновременно.

- Отображение процесса гравирования и перемещений инструмента на экране компьютера.
- Предварительное вычисление времени гравирования.
- Настройка размеров и расположения картинке на плитке в программе Engrave.
- Автоотключение при сбоях электропитания с последующим возобновлением работы с прерванного места.
- Нулевая точка станка. Восстановление при сбоях питания даже при отсутствии источника бесперебойного питания

(ИБП).

- Протокол работ для контроля выполненных заказов.
- Проверочный обход изображения по контуру.
- Предварительный просмотр результата гравировки на камне в программе Engrave.
- Перевод изображений из Adobe Photoshop в программу Engrave простой командой «Копировать/Вставить».
- Контроль износа гравировального инструмента (иглы).

Перечень сырья для производства искусственного камня

Наименование сырья	Ед.измер.	Цена, тенге
Литьевая смола S 280 E для мрамора, гранита	кг	700
Литьевая смола FS-1973 для производства оникса	кг	1110
Винилэфирные матричные гелькоуты GT GT green S (H)	кг	2350
Клеящие пасты Парафиновый раствор 4%	кг	2200
Разделительные составы: CRA 5 (спирт изопропиловый)	литр	1935
Blue Wax 333 (воск)	банка	3350
Наполнители Микроломит	кг	100

Организационный план.

Учитывая запланированные в настоящем бизнес-плане обороты предприятия, планируется осуществлять деятельность в рамках индивидуального предпринимателя с использованием специального налогового режима на основе упрощенной декларации.

Для размещения цеха планируется арендовать помещение с площадью 100 кв.м. В дальнейшем планируется строительство собственного помещения большей площади.

Общее руководство предприятием осуществляет индивидуальный предприниматель.

Потребность персонала. Режим работы: 6 дней в неделю (воскресенье – выходной), 25 рабочих дня в месяц, с 9-00 до 18-00, технический перерыв 1 час. Необходимое количество персонала составляет – 6 человек.

Персонал

Должность	Кол-во ед.	Оклад в месяц, тенге	Сумма, тенге
Специалист по изготовлению	2	70 000	140 000
Специалист по шлифовке и обработке	1	60 000	60 000
Инженер	1	80 000	80 000
Специалисты по монтажу	2	60 000	120 000
Всего	6		400 000

Настоящая бизнес-идея предполагает привлечение заемных средств в размере 3 000 000 тенге. Собственные средства 300 000 тенге.

Инвестиционный план

Наименование	Итого, тенге
Расходы по приобретению основных средств	3 300 000
Оборотные средства на первый месяц	600 000
ИТОГО	3 900 000

Расходы по приобретению основных средств

Наименование	Кол-во	Цена, тенге	Сумма, тенге
«График-ЗКС» рабочее поле 80x180см, ход по вертикали 60мм	1	2 286 634	2 286 634
Увеличение рабочего хода по Z до 120мм	1	70 050	70 050
Тележка для установки камня	1	116 750	116 750
Съемный рабочий стол для фрезерных станков «График-ЗКС»	1	163 450	163 450
Заточной модуль для станков «График-ЗКС/ЗКП/ЗКС»	1	370 260	370 260
Модуль автоматического контроля износа иглы	1	70 050	70 050
Игла гравировальная, синтетический алмаз 0.04..0.06 карат(допускает до 3 переточек)	10	1 380	13 780
Игла гравировальная, синтетический алмаз 0.06..0.08 карат(допускает до 5 переточек)	10	2 100	21 000
Игла гравировальная, синтетический алмаз 0.08..0.10 карат(допускает до 7 переточек)	10	2 800	28 000
Игла гравировальная, синтетический алмаз 0.10..0.22 карат(допускает до 10 переточек)	10	3 500	35 000
Фреза(3) - монолит с многослойным алмазным покрытием (толщина покрытия до 3мм)	2	1 308	2 616
Фреза(3) с цельнотельным алмазом для обработки гранита	2	25 690	51 380
Фреза V-образная (угол 120град.) для нанесения надписей на твердые породы (гранит, габбро, керамгранит), диаметр 6мм	2	17 305	34 610
Фреза V-образная (угол 120град.) для нанесения надписей на твердые породы (гранит, габбро, керамгранит), диаметр 8мм	2	18 210	36 420
Итого	54		3 300 000



Гравировально фрезерный станок «График-ЗКС»

Станки серии «График ЗКС» – многокоординатные гравировально-фрезерные станки-автоматы. Имеют сменные головки – ударную и фрезерную, то есть сочетают две технологии в одном станке. Размеры рабочего поля в стандартном исполнении 80x150см, на заказ до 100x150см.

План производства и доходы от реализации услуг

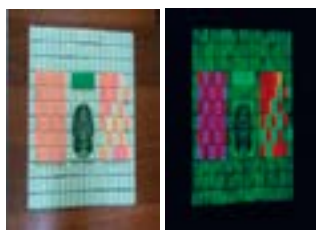
Наименование	Цена, тыс. тенге	Средняя цена, тенге	Количество в год, шт	Сумма, тенге
Памятники	от 80 до 350	85 000	70	5 950 000
Раковины	от 15 до 80	20 000	120	2 400 000
Столешницы	от 15 до 250	150 000	30	4 500 000
Обеденные столы	от 15 до 60	25 000	70	1 750 000
Журнальные столики	от 10 до 25	15 000	40	600 000
Подоконники	от 15 до 30	25 000	30	750 000
Плинтуса и молдинги	3 000	3 000	150	450 000
Барные стойки	от 150 до 300	220 000	20	4 400 000
Вазоны	от 50 до 100	65 000	30	1 950 000
Искусственные каминь	от 60 и выше	70 000	15	1 050 000
Итого			575	23 800 000

Финансовый план

Отчет о прибылях и убытках за 1-й операционный год

Показатели	Итого за год, тенге
Выручка	
Памятники	5 950 000
Раковины	2 400 000
Столешницы	4 500 000
Обеденные столы	1 750 000
Журнальные столики	600 000
Подоконники	750 000
Плинтуса и молдинги	450 000
Барные стойки	4 400 000
Вазоны	1 950 000
Искусственные каминь	1 050 000
ВСЕГО	23 800 000
Затраты	
Заработная плата работников	4 800 000
Социальный налог и соцотчисления	535 515
Коммунальные расходы и интернет	303 600
Аренда помещения	720 000
Сырье и материалы	1 163 000
Хозяйственные расходы	61 400
Амортизация	120 000
Прочие расходы	32 000
Расходы на погашение кредита	1 600 000
ВСЕГО ЗАТРАТЫ	7 735 515
Доход до налогообложения	16 064 485
ИПН и ОПВ за ИП	346 946
Чистый доход	15 717 539

45. ПРОИЗВОДСТВО НАСТЕННОЙ ДЕКОРАТИВНОЙ ПОЛНОЦВЕТНОЙ СВЕЯЩЕЙСЯ ОТДЕЛОЧНОЙ ПЛИТКИ

**Анкета проекта**

Цели инвестиционного проекта: открытие мини производственного цеха по производству настенной декоративной полноцветной светящейся отделочной плитки.

Продукция: Декоративная полноцветная отделочная плитка, одноцветная декоративно светящейся отделочная плитка, полноцветная декоративно светящейся отделочная плитка.

Стоимость проекта: 3 00 000 тенге.

Срок окупаемости: 1,3 года.

Концепция проекта

В рамках проекта планируется производство декоративной плитки и ее последующая реализация.

Суть проекта заключается в удовлетворении потребности потенциального клиента выполнить отделку (внутреннюю, внешнюю) зданий и помещений более эстетично, не трудоемко и экономично.

Настенная декоративная отделочная светящаяся плитка является абсолютно новым, необычным и оригинальным отделочным материалом, который светится в темное время суток, предназначен для внутренней отделки помещений и отделки фасадов зданий. Сияние декоративной отделочной плитки основано на накоплении света люменов от любого источника света и отдача их в виде сияния в ночное время суток.

Время сияния/ свечения отделочной декоративной плитки соответствует времени пребывания плитки на свету. В дневное время декоративная плитка имеет белый цвет, а в ночное время суток настенная плитка излучает легкое бело-зеленое свечение. Декоративная плитка обладает широкими возможностями имитации различных природных материалов: натурального камня и металла, дерева и кожи, текстиля и даже обоев. Причем, по сравнению с натуральным аналогом, искусственная его имитация обладает многими преимуществами, главными из которых являются вес плитки, ее цветовое разнообразие и, что очень важно для многих, цена.

Настенную декоративную отделочную светящуюся плитку можно применять в отделке жилых и коммерческих помещений как:

1. декор интерьера комнаты/квартиры;
2. декоративная настенная плитка для отделки ванной, бассейна и сауны;
3. плитка настенная для отделки кухни/фартука;
4. декоративная плитка для отделки пола ванной, бассейнов и саун;
5. декоративная отделочная настенная плитка для комнаты и стен;
6. создание настенных светящихся панно;
7. настенные декоративные панели для отделки ресторанов, кафе, ночных клубов.

Использование настенной светящейся плитки является отличным решением для ночного освещения детских комнат, коридоров и прихожих в квартирах и загородных домах. Также светящуюся плитку можно применять в отделке фасадов загородных домов и коттеджей.

Описание продукции

На сегодняшний день в Казахстане развито производство базовых строительных материалов. Данные материалы используются в строительстве по существующим строительным нормам (СНИП) и традиционным технологиям производства. Тогда как перспективным трендом, определяющим будущее развитие общемировой стройиндустрии, становится внедрение в разных странах так называемых «зеленых стандартов», по которым можно оценить, насколько то или иное здание, а также использованные при его строительстве материалы соответствуют критерию экологичности и энергоэффективности. Планируемая к выпуску продукция будет превышать традиционные отделочные материалы за счет своих технических характеристик:

- отсутствие производителей конкурентов;
- повышенная прочность;
- более низкая стоимость по сравнению с изделиями для отделки;
- разнообразие расцветок и фактур;
- простая эксплуатация и уход;
- обширная область применения (отделка внутренних и внешних поверхностей помещений, строительство и реставрация зданий).

Предприятие планирует выпускать следующие виды продукции:

Декоративная полноцветная отделочная плитка

Одноцветная декоративно светящаяся отделочная плитка

Полноцветная декоративно светящаяся отделочная плитка

Соотношение полимера, отвердителя, аэросила, пластификатора и люминофора в соответствии с технологическими параметрами. В среднем на 1 м² расход материалов составит полимера 2,8 л, отвердитель 280 грамм, 714 форм, 1 м² интерьерного изображения, 1 м² сетки-серпянки, пластификаторы – 1...2 до 100 % (от массы полимера), аэросил аналогично пластификатору.

Стадия развития продукта.

Рынок декоративно облицовочной плитки на фоне практически полного отсутствия соответствующего предложения, имеет огромный спрос для применения (сбыта) и, тем самым, широкий потенциал для развития и возможности построения производства и бизнеса.

Основные продукты-заменители.

Основными продуктами-заменителями в срезе конкурентных предложений являются керамическая плитка, обладающие главными сдерживающими качествами:

1. сложность организации процесса производства;
2. сложный технологический процесс изготовления керамической плитки;
3. высокая конкуренция производителей, в том числе львиная доля иностранных.

Сопутствующие товары и услуги.

В процессе развития предприятия будут реализовано следующее маркетинговое направление: Анализ потребностей клиента и определение сопутствующих товаров для более полного удовлетворения его запросов.

Таким образом, работая над совершенствованием предложений компании, будут повышаться показатели среднего чека продаж. В настоящее время, т.е. на этапе вывода компании и ее продукции на рынок, главными приоритетами являются соблюдение технологии производства для обеспечения качественных характеристик изделий.

Декоративно-облицовочная плитка, в силу своей характеристики, может применяться в любой сфере: спортивных, культурно-развлекательных центрах, в детских, дошкольных, лечебно-профилактических учреждениях и т.д.

План маркетинга и анализ рынка

Промышленность стройматериалов стабильно делит 4-5 место среди отраслей промышленности по общему объему выпуска с легкой промышленностью, уступая лишь пищевой промышленности, электроэнергетике и машиностроению. Значимость промышленности стройматериалов для экономики страны обусловлена также тем, что она поставляет сырье и материалы для строительного комплекса. В себестоимости производства строительных предприятий затраты на сырье и материалы (в основном это продукция промышленности стройматериалов) в среднем составляет более 50%. Следовательно, от эффективности функционирования промышленности стройматериалов зависит в конечном итоге решение проблем обновления основных фондов, модернизации предприятий, занятости, удовлетворения спроса населения на жилье. В конечной продукции строительства заинтересованы не только предприятия всех отраслей, но и потребитель или работник. Налоговые поступления от предприятий строительного комплекса составляют значительную часть доходов бюджета.

Казахстанский рынок отделочных и строительных материалов взаимосвязан со строительным рынком и развивается по схожему сценарию. Основной его особенностью является большое число участников рынка и многообразие представленной на рынке продукции. При проведении исследований на рынках строительных и отделочных материалов важно ограничить объект исследования, выявить всех производителей, изучить сопутствующие рынки, рынки товаров-заменителей, правильно выявить потребности целевой аудитории, особенности спроса, состояние отраслей-потребителей.

Рынок строительных материалов представлен в нескольких конкретных категориях – прежде всего это базовые материалы, такие как цемент, левкас, кирпич, бетонные смеси. Отечественное производство преобладает в тех отраслях, где строительные материалы получают из природного сырья - известь, асбест, гипс, глина и прочее. По цементу, изделиям из бетона и гипсокартону по данным Министерства индустрии и новых технологий РК в Казахстане потребности удовлетворяются на 75-100%.

Потенциальными конкурентами предприятия в городе Астане являются компании России и Китая, например

1. ТОО «Ланкорд» изготавливает декоративное панно из керамогранита различной сложности и цветовой гаммы из материала производства ОАЭ R.A.K CERAMICS. Цена за один комплект 132 000 тенге.

2. Российский производитель компания KERAMA MARAZZI производит одноцветную декоративную плитку без свечения от 10 000 тенге за 1 кв.м

Так как в Астане не производят светящуюся декоративную плитку, то компании занимающиеся продажей аналогичных изделий не являются прямыми конкурентами.

Маркетинговая стратегия.

Предприятия отрасли нуждаются в информации о современных тенденциях развития отрасли на мировом, региональном и национальном уровне, также существует необходимость в маркетинговых исследованиях по разным видам продуктов (отечественный и региональный рынки). Строительные организации нуждаются в информации об отечественных производителях строительных материалов с указанием цен и тарифов на перевозки к основным центрам строительной активности.

Таким образом, маркетинговая стратегия компании должна строиться на основании данных исследования рынка строительных отделочных материалов с точным определением свободного сегмента. В результате определился сегмент - отделочный материал из настенной декоративной полноцветной светящейся отделочной плитки.

Для успеха всего дела в целом и недопущения убыточности предприятия на начальном этапе работы в бизнес-плане должна быть четко прописана маркетинговая программа. Она может включать различные инструменты, к примеру, установление более низкой розничной цены на выпускаемые строительные материалы по сравнению с аналогичным товаром от других производителей на начальном этапе работы предприятия. Это повысит конкурентоспособность вашего производства и привлечет внимание большего числа потенциальных покупателей.

При существующих тенденциях в социально-экономическом развитии вполне разумно предполагать, что проект займет свою нишу. Политика ценообразования внутри проекта, а также географические особенности проекта позволят занять ведущую позицию в данном районе города.

Основная задача маркетинговых мероприятий – это занятие устойчивой позиции на рынке. Далее работа по продвижению будет строиться по трем основным направлениям:

1. Активное сотрудничество с дизайнерскими и архитектурными бюро для продвижения материалов на стадии проектирования зданий и сооружений, а также их экстерьеров и интерьеров.

2. Активное взаимодействие с ремонтно-строительными бригадами и компаниями, выполняющими отделочные работы, для продвижения продукции на стадии подготовки и исполнения отделочных работ.

3. Создание прочных каналов реализации настенной декоративной полноцветной светящейся отделочной плитки путем поставки продукции в специализированные торговые дома и распространения информации специализированные интернет-площадки.

Общим направлением контроля ситуации на рынке будет являться постоянный мониторинг предпочтений потребителей, цен на продукцию в данной нише, жизнедеятельности конкурентов, тенденций развития отрасли и появления новых технологий, а также других индикаторов состояния рынка отделочных материалов.

Объемы продаж

Наименование продукта	Объем продаж, кв.м
Настенная декоративная полноцветная отделочная плитка	50
Настенная декоративная одноцветная светящейся отделочная плитка	30
Настенная декоративная полноцветная светящейся отделочная плитка	20

Организация каналов сбыта продукции.

Каналы сбыта продукции будут организованы в соответствии с маркетинговой стратегией предприятия и будут включать в себя:

1. Реализация посредством предложений дизайнерских и архитектурных студий для продвижения материалов на стадии проектирования зданий и сооружений, а также их экстерьеров и интерьеров.

2. Реализация продукции посредством предложений Заказчикам от ремонтно-строительных бригад и компаний, выполняющих отделочные работы.

3. Реализации изделий из настенной декоративной полноцветной светящейся отделочной плитки через специализированные торговые дома стройматериалов и продажи через специализированные интернет-площадки.

Цены продуктов

Наименование продукта	Цена продаж, тенге
Настенная декоративная полноцветная отделочная плитка	25 000
Настенная декоративная одноцветная светящейся отделочная плитка	35 000
Настенная декоративная полноцветная светящейся отделочная плитка	43 000

Технологический процесс.

Основные действия для производства настенной декоративной отделочной светящейся плитки.

- Подготовка изображения для создания полноцветной плитки;
- Установить формы, приготовить необходимый подручный инструмент;
- Приготовить пигментированный люминофоровый замес;
- Залить пигментированный слой в форму;
- Проверить состояние изделия на стандарты качества;
- Выдержать в форме не менее 2 часов (для набора прочности);
- Приготовить одноцветный замес для 2 слоя;
- Дополнить форму одноцветным замесом;
- Извлечь изделие из формы и привести в соответствие со стандартами качества;
- Готовые изделия укладываются на шаблон матрицы и крепятся армирующей основой;

Слой отливается поочередно в одну форму, начиная с лицевого пигментированного люминофорного слоя (менее 1 мм), далее одноцветный несущий слой (1,5-2 мм), далее накладывается армирующая основа. Изделие в форме выдерживается 5-8 часов.

При этом производительность 1 метра квадратного составляет не более 5 дней. На брак изделия дается 20% материалов.

Полимерная смесь состоит из: эпоксидной смолы, пластификатора (пластичность, термостойкость), аэросила (твердость), люминофора (светящийся эффект), отвердителя (ускорение высыхания). Весь процесс происходит при комнатной температуре 18-22 градуса, не требует оборудования и приспособлений.

1. Декоративная полноцветная отделочная плитка. Для изготовления требуется полимер, отвердитель, аэросил, эпоксидный клей, пластификаторы, формы, сетка-серпянка, интерьерное изображение.

2. Одноцветная декоративно светящейся отделочная плитка. Для изготовления требуется полимер, отвердитель, аэросил, эпоксидный клей, пластификаторы, формы, сетка-серпянка, люминофор, пленка одноцветная.

3. Полноцветная декоративно светящейся отделочная плитка. Для изготовления требуется полимер, отвердитель, аэросил, эпоксидный клей, пластификаторы, формы, сетка-серпянка, люминофор, интерьерное изображение на бэклите.

Соотношение полимера, отвердителя, аэросила, пластификатора и люминофора в соответствии с технологическими параметрами. В среднем на 1 м2 расход материалов составит полимера 2,8 л, отвердитель 280 грамм, 714 форм, 1 м2 интерьерного изображения, 1 м2 сетки-серпянки, пластификаторы – 1...2 до 100 % (от массы полимера), аэросил аналогично пластификатору.

Расчет прямых затрат на производство декоративной полноцветной отделочной плитки на 1 кв.м.

Наименование расходов	ед. изм.	вес	сумма, тг
Полимер + отвердитель	гр	2520	7200
Аэросил	гр	100	300
Пластификатор	гр	126	370
Эпоксидный клей	гр	200	211
Формы для чипсов	шт	714	3570
Интерьерное изображение	Кв.м		2500
итого материалов			14 151
Оплата труда			7100
Итого			21 251

Расчет прямых затрат на производство одноцветной декоративно светящейся отделочной плитки на 1 кв.м.

Наименование расходов	ед. изм.	вес	сумма, тг
Полимер + отвердитель	Гр	2520	7200
аэросил	Гр	100	300
пластификатор	Гр	126	370
Эпоксидный клей	Гр	200	211
Формы для чипсов	Шт	714	3570
люминофор	Гр	100	10 000
итого материалов			21 651
Оплата труда			9 200
итого			30 851

Расчет прямых затрат на производство полноцветной декоративно светящейся отделочной плитки на 1 кв.м.

Наименование расходов	ед. изм.	вес	сумма, тг
Полимер + отвердитель	гр	2520	7200
аэросил	гр	100	300

пластификатор	гр	126	370
Эпоксидный клей	гр	200	211
Формы для чипсов	шт	714	3570
Интерьерное изображение	Кв.м		2500
люминофор	гр	100	10 000
итого материалов			24 151
Оплата труда			11 400
итого			35 551

При изготовлении изделий планируется использовать следующие материалы:

- Люминофор (зеленый, голубой, красный, желтый, оранжевый, синий, темно-зеленый, розовый, темно-розовый, фиолетовый);
- Бумага глянцевая А3 формата;
- Смола эпоксидная модифицированная;
- Фотобумага, светящаяся А3 формата;
- Отвердитель ПЭПА;
- Силикон;
- Аэросил;
- Модификатор.

Возможные поставщики основного сырья указаны в таблице.

Наименование товара	Поставщики сырья	Статус поставщика
Люминофор	Локализация Noxton™ - г. Николаев, Украина	Производитель
Бумага глянцевая А3 формата	ТОО «Техцентр», г. Астана	Дилер
Смола эпоксидная модифицированная	ТОО «Лидер КЗ Караганда»	Дилер
Фотобумага, светящаяся А3 формата	Локализация Noxton™ - г. Николаев, Украина	Производитель
Отвердитель ПЭПА	ООО «Эпохим-14», г. Москва	Дилер
Силикон	ИП «Тихонов», Алматы;	Дилер
Аэросил	Компания Карбохим – АСТАТ, Н.Новгород	Производитель
Модификатор	Компания Карбохим – АСТАТ, Н.Новгород	Производитель

Сырье будет приобретаться с доставкой на место дислокации цеха, у поставщика, предложившего наименьшую цену. Возможны иные поставщики при выгоды, предложенной ими цены. График поставки будет диктоваться графиком производства. Оплата материалов будет производиться по факту поставки или с отсрочкой платежа до 15 дней. При производстве настенной декоративной полноцветной светящейся отделочной плитки важно соблюдение технологии и пропорций материала.

Организационный план

Для ведения данного рода деятельности рекомендуется организовать ТОО с применением специального налогового режима на основе упрощенного режима налогообложения для субъектов малого бизнеса.

На момент подготовки данного бизнес-проекта велась организационная работа по определению условий приобретения оборудования, покупке необходимого сырья и материалов для запуска производства на первый месяц, а также подписан договор об аренде производственного помещения в г. Астана. Электроснабжение, водоснабжение, канализация имеются. Также выполнялся поиск транспортно-экспедиционной компании для возможного сотрудничества на условиях аутсорсинга для вывоза готовой продукции в точки реализации, с которыми также ведутся переговоры на реализацию продукции предприятия.

Организационная структура компании на стадии запуска производства является линейной и состоит из основных ключевых должностей:

1. директор (собственник бизнеса) – общее управление и реализация стратегии развития, ведение первичной бухгалтерской документации.
2. мастер-технолог – обеспечение производственного процесса.

Персонал

Должность	Количество сотрудников	Зароботная плата сотрудника, тенге
Мастер технолог	1	80 000

Примечание: Привлечение наемных рабочих будет сезонное с мая по октябрь, для производства продукции. Оплата наемным рабочим будет производиться по сельской форме оплаты труда.

Цех для изготовления форм для плитки расположен в подвальном помещении (площадью 25 кв.м).

Настоящая бизнес-идея предполагает привлечение заемных средств в размере 3 300 000 тенге. Финансирование проекта будет направлено на покупку оргтехники, оборудования, и прочих издержек для производства декоративной плитки.

Инвестиционный план

Инвестиционные вложения	Итого, тенге
Расходы по приобретению основных средств	3 150 000

Приобретение сырья и материалов на 1 месяц	50 000
Всего	3 200 000

Расходы по приобретению основных средств:

Наименование	Количество, ед	Стоимость, тенге	Сумма, тенге
Термоформовочный автомат АТ-1303	1	2 998 770	2 998 770
Приобретение оргтехники:			
- струйный принтер	1	237 310	237 310
- роликовый резак	1	63 820	63 820
Всего		3 300 000	3 300 000

Требуемое сырье и материалы на первый выпуск декоративной плитки предприятия приобрела за счет собственных средств. Потребность в других оборотных средствах заявитель покрывает за свой счет.

Сырье и материалы используются следующие:

Закуп материалов	Сумма, тг
Закуп люминофора	300 610
Бумага глянцевая А3 формата	50 000
Смола модифицированная	372 000
Бумага светящаяся А3 формата	50 000
Отвердитель ПЭПА	60 000
Силикон	90 000
Аэросил	50 000
Модификатор	50 000
итого	1 022 610

План объема выпуска продукции

Наименование продукта	Выпуск в месяц, кв.м.	Выпуск в год, кв.м. (2017 год)	2018 год	2019 год
Настенная декоративная полноцветная отделочная плитка	50	300	400	500
Настенная декоративная одноцветная светящейся отделочная плитка	30	180	200	300
Настенная декоративная полноцветная светящейся отделочная плитка	20	120	200	200
Итого	100	600	800	1000

Примечание: производство декоративной плитки планируется выпускать 6 месяцев в году (с мая по октябрь).

Финансовый план**Отчет о прибылях и убытках**

Наименование	2017 г	2018 г	2019 г
Выручка	18 960 000	25 600 000	31 100 000
Материалы и комплектующие	11 040 600	14 820 800	18 401 000
Сдельная зарплата	2 500 000	3 000 000	3 500 000
Валовая прибыль	5 419 400	7 779 200	9 199 000
Расходы на заработную плату	480 000	480 000	500 000
Аренда помещения	720 000	720 000	720 000
Аренда склада	300 000	300 000	300 000
Реклама	260 000	300 000	300 000
Услуги связи и интернета	78 000	80 000	80 000
Амортизация	260 000	280 000	300 000
Прочие расходы	200 000	250 000	300 000
Прибыль до налога на прибыль	3 121 400	5 369 200	6 699 000
Налог на прибыль	568 800	768 000	933 000
Чистая прибыль	2 552 600	4 601 200	5 766 000

III. СЕЛЬСКОЕ ХОЗЯЙСТВО

46. РАЗВЕДЕНИЕ ПЕРЕПЕЛОВ



Анкета проекта:

Цели инвестиционного проекта: разведение перепелов. Годовая производительность: 204 500 яиц и 125 кг мяса.

Продукция: яйцо и мясо перепела.

Стоимость проекта: 1,91 млн. тенге.

Срок окупаемости: 1 год.

Концепция проекта

Настоящим проектом предусмотрено открытие производства экологически чистых продуктов перепеловодства на основе разведения перепелов.

Предпринимательская деятельность направлена на удовлетворение потребительского спроса населения г.Актау и близлежащих населенных пунктов.

Замысел инициатора проекта состоит в организации птицефермы на 500 голов птиц перепела. В 1-й год осуществления деятельности планирую реализовывать продукцию от 500 самок, постепенно увеличивая поголовье яйценосного стада до 1 000 и более путем инкубации и выращивания цыплят. Инкубационный период у перепелов составляет 15-17 дней.

Описание продукции

Перепел – пестрая, серовато-песочного цвета птица относится к самым мелким птицам отряда куриных с очень коротким хвостом и коренастым телом.

Живая масса самцов домашнего перепела около 125 г, самок до 150 г. Японские домашние перепела начинают нести яйца в возрасте 50-60 дней (для сравнения – куры начинают нестись не раньше, чем через 180-210 дней).

Производство перепелиных яиц дешевле куриных, а разведение перепелов является самым рентабельным птицеводством. Самка перепела при живом весе 125 г, яйценоскости 250-300 яиц имеет яичную массу в 20-24 раза больше самой птицы (у кур в 8 раз). Кроме того, перепела служат «поставщиками» высококачественного мяса, считающегося диетическим продуктом. Не зря на Руси блюда из перепелов считались царской едой.

Каждая одомашненная перепелка за год сносит до 300 и более вкусных и полезных яиц массой 10-12 г каждое. «Какой прок от этих маленьких, грязно-пятнистых яиц, когда есть привычные большие, ровные и красивые куриные?» Здесь уместно отметить пользу продукции перепелиных ферм. По данным Института биохимии Академии наук, в одном грамме пестрых яиц содержится в пять раз больше витаминов групп А и В, чем в том же количестве белых куриных.

Содержимое перепелиных яиц способствует выведению из организма радионуклидов, оздоровлению и стабилизации работы предстательной железы (лечит импотенцию), сердца, печени, почек, желудка, поджелудочной железы и других жизненно важных органов. Не имеет противопоказаний к употреблению для лиц преклонного возраста, поскольку в отличие от куриных отсутствует холестерин. Эффективно применение при лечении сахарного диабета. Рекомендованы для профилактики аллергических заболеваний, нарушений цветовосприятия и остроты зрения, а также синдрома хронической усталости. Лечение различных легочных болезней, они также способствуют ускорению интеллектуального развития подростков. Мясо и яйца маленьких представителей куриного отряда намного богаче кальцием, калием, медью, железом, фосфором, многими незаменимыми аминокислотами и минеральными веществами. Исследования ученых показали, что эти продукты предупреждают развитие сердечно-сосудистых заболеваний, патологических поражений печени и почек, неблагоприятные последствия стресса и перенапряжения, нормализуют зрение, рост, половые функции, способствуют полноценному кроветворению и оздоровлению кожных покровов тела. Они богаты ненасыщенными жирными кислотами, тормозящими развитие атеросклероза и ожирения даже на фоне потребления с пищей значительного количества холестерина. Кроме того, перепелиные яйца считаются природным заменителем виагры. Сейчас перепелиные яйца эффективно применяются в детском питании. Из-за высокой температуры тела (42 градуса) перепела устойчивы к инфекционным заболеваниям, в частности, они никогда не болеют сальмонеллезом. А, следовательно, их, в отличие от куриных яиц, можно употреблять сырыми и получать весь комплекс питательных веществ, которые при тепловой обработке значительно разрушаются. Ежедневно для получения всего набора микроэлементов ребенку рекомендуется выпивать 2-3 перепелиных яйца: в коктейлях с молоком и соками, в кашах и твороге, в картофельном и овощных пюре.

План маркетинга и анализ рынка.

Птицеводство – одна из самых быстроразвивающихся сфер животноводства в Казахстане. Действующих птицефабрик в РК сегодня около 45, многие из них буквально восстали из руин за последние годы. Но страна по-прежнему сильно зависит от импорта дешевой курятины. Если мясом говядины, свинины и баранины мы обеспечены практически на 100%, то своего мяса птицы на местном рынке пока лишь 49%. Остальное – в основном пресловутые «ножки Буша» – главный конкурент отечественных производителей. В прошлом году было завезено 169 тыс. тонн заморской курятины, а мяса made in Kazakhstan на рынки поступило лишь 136 тыс. тонн (плюс 10 тыс. тонн от личных подсобных хозяйств). Тем не менее благодаря госсубсидиям модернизации фабрик объемы импорта окорочков постепенно снижаются на 6-8 тыс. тонн ежегодно.

Сильно понервничать производителей заставил рухнувший рубль – россияне демпинговали наш рынок, возникли проблемы с отгрузкой продукции со складов в РК. Стабилизировали ситуацию скачок доллара и падение тенге – местные предприятия стали конкурентоспособнее, открылись даже перспективы экспорта на соседние рынки.

Что касается яиц, то этой продукцией, судя по статистике, Казахстан практически полностью обеспечен. Импорт здесь занимает всего чуть более 11% (0,6 млрд штук в 2015 г.), тогда как местные птицефабрики и личные подсобные хозяйства вместе поставляют в год до 4,8 млрд яиц.

Теперь относительно перепелиного бизнеса. «Перепелиный бизнес» еще недостаточно оценен в Казахстане, спрос на яйца этих птиц значительно превышает предложение. Кроме того, как оказалось, он не требует больших вложений, имеет высокую рентабельность и быстро окупается. В проекте предполагается реализация сбыта через местные рынки, супермаркеты, кафе, рестораны и прочие организации общественного питания.

Производственный и финансовый план

Деятельность разделена на 4 этапа: приобретение перепелов и приобретение клеток; уход за перепелами; увеличение поголовья; реализация полученной продукции: яйцо и мясо перепела.

Общая сумма средств необходимая для организации производства составляет 1,9 млн. тенге, которая будет направлена на покрытие следующих инвестиционных затрат.

Табл. 1. Инвестиционные затраты.

№	Наименование	Срок приобретения	Кол-во	Цена за 1 ед., тенге	Сумма, тенге
1	Перепела	1-й месяц	500 голов	900	450 000
2	Клеточная батарея	1-й месяц	5 единиц	20 000	100 000
3	Инкубатор	1-й месяц	3 единиц	25 000	75 000
4	Комбикорм (годовой запас)	1-й месяц	9 500 кг	135	1 282 500
	Итого				1 907 500

Работы по уходу за перепелами, а также по сбыту продукции будут осуществляться силами индивидуального предпринимателя. Привлечения наемных работников не планируется.

Табл. 2. Расчет объемов оборота.

№	Наименование	0-2 мес.	2-4 мес.	4-6 мес.	6-8 мес.	8-10 мес.	10-12 мес.
1	Маточное стадо	500	600	700	800	900	1 000
2	Яйцо – реализация	11 000	13 200	15 400	17 600	19 800	22 000
3	Яйцо – инкубация	300	300	300	300	300	300
4	Молодняк подращенный	-	100	200	300	400	500
5	Тушки – реализация	-	200	200	200	200	200

Как видно по таблице 2 вырастить поголовье за год несложно и это обусловлено только характеристиками 3-х инкубаторов, вместимостью 300 яиц.

Таким образом в 1-й год оборот фермы выглядит так:

- мощность фермы – 1 000 голов;
- годовой план производства яйца – 204 500 штук;
- годовой план производства мяса – 125 кг
- цена 1 яйца - 40 тенге;
- цена 1 кг мяса - 400 тенге;
- объем оборота по яйцу – $204\,500 \times 40 = 8\,180\,000$ тенге;
- выход мяса птицы с одной головы – 0,125 кг;
- объем оборота по мясу – $(1\,000 \times 0,125) \times 400 = 50\,000$ тенге;
- годовой оборот по ферме – 8 230 000 тенге.

Табл. 3. Расчет годового дохода.

Месяц	Валовой приход яиц, штук	Валовой доход (1 яйцо x 30 тенге), тенге	Тушки реализация (1 тушка – 0,125 кг), кг	Тушки реализация, тенге	Всего доход за год, тенге
1	9 800	392 000	-	-	
2	12 900	516 000	-	-	
3	12 900	516 000	12,500	5 000	
4	15 100	604 000	12,500	5 000	
5	15 100	604 000	12,500	5 000	
6	17 300	692 000	12,500	5 000	
7	17 300	692 000	12,500	5 000	
8	19 500	780 000	12,500	5 000	
9	19 500	780 000	12,500	5 000	
10	21 700	868 000	12,500	5 000	
11	21 700	868 000	12,500	5 000	
12	21 700	868 000	12,500	5 000	
Итого за год	204 500	8 180 000	125	50 000	8 230 000

Таким образом, себестоимость продукта складывается исходя из следующих расчетов:

1. Затраты на корма.

Полнорационный сбалансированный комбикорм для перепелов обогащенный витаминами и минералами предполагается закупать в г.Актау по цене 1 кг – 135 тенге.

Табл. 4. Годовая потребность в кормах и их стоимость.

Вид корма	Потребность в кормах, кг	Цена за 1 кг корма, тенге	Стоимость кормов, тенге
Птичий комбикорм	9 500	135	1 282 500

2. Затраты на электроэнергию:

- потребность в электроэнергии для производства мяса птицы – 8 640 кВт;
- стоимость 1 кВт – 15,32 тенге;
- затраты на электроэнергию всего – 132 364,8 тенге.

3. Транспортные расходы

Расходы, связанные с транспортировкой готовой продукции, кормов в целом составляют 181 800 тенге.

4. Налоги

Налогообложение будет осуществляться по упрощенной схеме налогообложения – 3% от выручки 6 185 000 тенге, составит – 185 550 тенге.

5. Фонд оплаты труда (ФОТ):

Составляет – 164 850 тенге (ежемесячный), в том числе:

- зарплата к выдаче – 123 636 тенге;
- социальный налог – 8 100 тенге;
- социальные отчисления – 6 750 тенге;
- индивидуальный подоходный налог – 11 364 тенге;
- пенсионные отчисления – 15 000 тенге;
- Годовой ФОТ – 1 582 560 тенге.

6. Прочие расходы.

В статью прочие расходы включаются затраты, связанные с приобретением необходимого хозяйственного инвентаря и другие непредвиденные расходы. Сумма годовых затрат – 100 000 тенге.

Годовой бюджет проекта

№	Наименование	Сумма, тенге
1	Доходы	8 230 000
2	Расходы, в том числе:	
	- инвестиционные расходы	1 907 500
	- затраты на корма	1 282 500
	- затраты на электроэнергию	132 365
	- транспортные расходы	181 800
	- налог с выручки	185 550
	- фонд оплаты труда	1 582 560
	- кредит	2 043 409
	- прочие расходы	100 000
	ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ	814 316

47. КОМПЛЕКС УСЛУГ ДЛЯ ОБСЛУЖИВАНИЯ ФЕРМЕРСКИХ ХОЗЯЙСТВ С ПРИДОРОЖНЫМ СЕРВИСОМ

**Анкета проекта:**

Цели инвестиционного проекта: создание комплекса услуг для обслуживания фермерских хозяйств с придорожным сервисом.

Стоимость проекта: 62 300 000 тенге.

Срок окупаемости: 2,5 год.

Концепция проекта

Цель проекта – приобретение объектов недвижимости для оказания услуг фермерским хозяйствам Бухар-Жырауского района и водителям автомобилей на трассе Алматы-Екатеринбург. В ближайшее время планируется капитальное строительство автомагистрали Алматы-Екатеринбург, проходящей в 105 метрах от кемпинга.

Настоящим проектом планируется приобретение 12 объектов недвижимости общей площадью 3740,5 кв.м для последующей модернизации под откормочную площадку на 300 голов КРС беспородного мясного направления.

Данный проект поддерживается государственной программой Министерством сельского хозяйства. Годовая валовая продукция составит более 108 тонн в год, что позволит обеспечить немалую часть потребности населения Карагандин-

ской области в мясной продукции. Закуп КРС планируется производить через население области и у крестьянского хозяйства, с которым заключен договор-намерения.

Реализация мяса будет осуществляться в основном через мясокомбинат «Арай», также частично продукция будет поставляться в ТОО «Дедов» и на собственные нужды кафе.

Немаловажную роль в развитии бизнеса сыграют запланированные объекты:

- убойного цеха;
- придорожного кемпинга с услугой гостиницы на 10 номеров;
- столовой на 20 мест;
- автозаправочной станции.

Приобретение объектов недвижимости и ПОС позволит ТОО расширить свое присутствие на рынке услуг в области сельского хозяйства, а также питания, проживания, сервисных услуг АЗС и автостоянки по трассе Алматы-Екатеринбург

Описание продукции и услуг

Планируется Приобретение 12 объектов недвижимости общей площадью 3740,5 кв.м для последующей модернизации под откормочную площадку на 300 голов КРС беспородного мясного направления.

Данный проект поддерживается государственной программой Министерства сельского хозяйства. Годовая валовая продукция мяса составит 108 тонн в год, что позволит обеспечить немалую часть потребности населения Карагандинской области в мясной продукции.

В связи со вспышкой инфекционных заболеваний скота при забое во дворах и в антисанитарных условиях планируется открытие убойного цеха мощностью 30-35 голов в сутки с последующим охлаждением и разделкой туш. Также предусматривается услуга забоя скота для населения и других хозяйств с выдачей ветеринарных справок. Закуп КРС планируется производить через население области и у крестьянского хозяйства, с которым заключен договор-намерения. Реализация мяса будет осуществляться в основном через мясокомбинат «Арай» также частично продукция будет поставляться в ТОО «Дедов» и на собственные нужды кафе.

Среди приобретаемых объектов недвижимости имеется помещение придорожного кемпинга с услугой торговли ГСМ, который является составляющей частью инфраструктуры трассы Алматы-Екатеринбург. Кемпинг на данный момент укомплектован для предоставления услуг: кафе, гостиница на 10 номеров и автостоянка для грузового транспорта. С учетом того что в ближайшее время планируется капитальное строительство автомагистрали Алматы-Екатеринбург проходящей в 105 метрах от кемпинга. Возникает необходимость реконструкции и расширения кемпинга

Откорм бычков и реализация мяса

Говядина является мясом крупнорогатого скота, это традиционно мясо коровы или теленка. Планируется приобретение бычков ежемесячно по 50 голов весом 120 кг и откорм в течение полугода до 180 кг. Цена реализации 1000 тенге за 1 кг в убойном весе.

Услуги гостиницы. В гостинице имеется 10 номеров, 8 двухместных и 2 одноместных.

Процент загрузки в среднем 60% в любое время года.

Цена двухместного номера – 4 000 в сутки, одноместного – 2 000 тенге в сутки.

Услуги питания. Средняя проходимость в столовой-кафе в сутки 20-25 человек, средняя сумма 1 чека – 700 тенге.

Услуги АЗС. В среднем объем реализации в сутки 2 500 кг или 3 200 литров дизельного топлива по 127 тенге. При одной заправке фуры 300 литров в среднем в день 8 фур, 2 400 литров. Близлежащие крестьянские хозяйства потребляют дизельное топливо сезонно – в период с апреля по ноябрь включительно 1 200 литров в сутки. Реализация бензина АИ-92 в сутки 100 литров по 89 тенге.

Услуги парковки. В среднем на площадке паркуется 12 фур, цена услуги – 1 500 тенге.

Услуги забоя. 875 голов в месяц по 1 500 тенге.

Реализация шкур собственного скота 50 шкур в месяц по 1 500 тенге.

Цена реализации и стоимость материалов, в тенге

Виды услуг	Цена реализации	В т.ч. сырье
Услуги гостиницы двухместные	4 000,00	0,00
Услуги гостиницы одноместные	2 000,00	0,00
Услуги питания	700,00	468,00
Реализация ГСМ АИ 92	89 000,00	85 000,00
Реализация дизельного топлива	127 000,00	120 000,00
Услуги парковки	1 500,00	0,00
Реализация мяса	1 000,00	0,00
Реализация шкур	1 500,00	0,00
Услуги забоя скота	1 500,00	0,00

Планируемый объем услуг за 2018 год

Объем продаж (в единицах продукции)	ед.	За год
Услуги гостиницы, двухместные номера	койко-место	1 296
Услуги гостиницы, одноместные номера	койко-место	324
Услуги питания	чек	8 580
Реализация ГСМ АИ 92	тонн	27
Реализация дизельного топлива	тонн	876
Услуги парковки	маш.место	4 320
Реализация мяса	кг	54 000

Реализация шкур	шкура	300
Услуги забоя скота	1 голова	10 500

Маркетинг и сбыт продукции.

Животноводство. В основе стратегии экономического роста, осуществляемой в Казахстане, лежит стремление создать модель, которая бы, с одной стороны, позволяла органически интегрироваться в систему мирового хозяйства, с другой, отвечала бы проводимым в стране планам по развитию национального хозяйства Казахстана, в том числе агропромышленного комплекса.

Как показывает анализ функционирования сельского хозяйства развитых стран, именно инновационное развитие отрасли позволило обеспечить высокую эффективность и конкурентоспособность аграрного производства, пишут на страницах издания «КазахЗерно.kz» ученые Казахского НИИ экономики АПК и развития сельских территорий. Так, результаты научных исследований стали решающим фактором повышения эффективности затрат в сельском хозяйстве США. Новые открытия в биологии, генетике, биохимии и биофизике, химии и технике позволили значительно улучшить качества животных и растений. Были усовершенствованы методы селекции сельскохозяйственных животных, созданы новые технологии переработки сельскохозяйственной продукции, ее хранения, упаковки и транспортировки.

Анализ опыта стран с развитым сельским хозяйством свидетельствует, что государственная политика в области АПК является ключевым фактором для развития сельского хозяйства и одним из важнейших её направлений является поддержка инновационной деятельности и ее стимулирование, которая в основном осуществляется в рамках государственных программ, где задействованы различные правовые и экономические механизмы, обеспечивающие успешное развитие НТП и бизнеса.

Хотя, в целом в сфере животноводства Казахстана наблюдается стабильный положительный рост индекса физического объема, с 1999 года в среднем на 3,3% в год., тенденция увеличения общего числа поголовья животных на 56,1% (57,4 млн. гол.), то есть по численности сельскохозяйственных животных достигнут уровень 1996 года, однако этот показатель к уровню 1990 г. составляет – 52%, в том числе крупного рогатого скота – 57,1%, овец – 42,3%, свиней – 31,8% и птиц – 57% и только по поголовью лошадей достигнут уровень 1990 г. При этом основная доля поголовья животных по республике и в разрезе областей сосредоточена в домашних хозяйствах – 53,5%, сельхозпредприятиях – 34,6% и крестьянских хозяйствах – 11,8%.

Анализ производства и численности животных в РК показывает, что рост производства в республике прямо зависит от увеличения поголовья. Поскольку средний живой вес животных, реализованных для убоя, и продуктивность молока в последние годы не изменились, то и влияние этого показателя на динамику производства продукции сводится к нулю. Следует отметить, что в Бухар-жырауском районе достаточно высокий вес одной головы, на уровне среднеобластного показателя. Цена реализации мяса в регионе колеблется от 1 000 тенге до 1 500 тенге за 1 кг. в среднем, в расчетах цена мяса в убойном весе принята в пределах 1 000 тенге за 1 кг.

Убойный цех. Основным отличием комплекса является наличие на территории убойного цеха. Так как ближайший пункт забоя расположен на расстоянии 40 км, близость к трассе создаст максимальные условия фермерам для забоя скота.

Придорожный сервис. Ввиду низкой плотности населения в Казахстане и большой отдаленности соседних населенных пунктов, создание пункта придорожного сервиса на трассе Екатеринбург-Алматы (близость к трассе 105 метров) станет дополнительной возможностью для отдыха, питания, заправки, для водителей и пассажиров, преодолевающих дальние расстояния.

Такой вид бизнеса широко распространен в странах Западной Европы и, как правило, совмещен с автозаправочными станциями. Поэтому создание подобного рода пунктов на трассе, имеющей международное значение, является очень актуальной тенденцией.

Создание пункта придорожного сервиса на участке транспортного коридора, проходящего через Карагандинскую область, планируется на начало 2017 года. Пункт будет создан недалеко от одного из населенных пунктов с целью более удобного подведения коммуникаций и обеспечения рабочей силой, но на удаленном расстоянии от городов, чтобы таким образом привлечь пассажиров маршрутных автобусов в качестве клиентов. Пункт придорожного сервиса неподалеку от автозаправочной станции.

Автозаправочная станция.

Согласно статистическим данным в Бухар-жырауском районе стабильно растет объем реализации моторного топлива.

	2012	2013	2014	2015
Количество стационарных АЗС	12	12	15	15
Количество контейнерных АЗС	3	3	2	3
Объем реализации бензина, тонн	3 053,5	2 764	3 386	4 086
Объем реализации бензина тыс. тенге	307,2	331,8	437,2	497,3
Объем реализации дизтоплива, тонн	1 056	751	649	617
Объем реализации дизтоплива, тыс.тенге	101,3	90,2	17,5	74,9

На расстоянии 500 м расположена еще одна заправочная станция реализующая только диз.топливо, однако на отрезке пути 110 км АЗС отсутствуют.

Основными потребителями моторного топлива будут больше грузы, перемещающиеся из Омска и Новосибирска в Казахстан обратно. Из России поставляются ТНП, продукты, в Россию вывозятся фрукты и овощи. Ближайшие крестьянские хозяйства будут потребителями в основном дизельного топлива в сезон с апреля по ноябрь включительно.

Планируемый годовой объем услуг

Объем продаж (в единицах продукции)	ед.	За год
Услуги гостиницы, двухместные номера	койко-место	1 296
Услуги гостиницы, одноместные номера	койко-место	324
Услуги питания	чек	8 580
Реализация ГСМ АИ 92	тонн	27
Реализация дизельного топлива	тонн	876
Услуги парковки	маш.место	4 320
Реализация мяса	кг	54 000
Реализация шкур	шкура	300
Услуги забоя скота	1 голова	10 500

Технический раздел

Место реализации проекта. Комплекс обслуживания расположен в пос. Майозек Бухаржырауского района для оказания услуг фермерским хозяйствам Бухаржырауского района и водителям автомобилей на трассе Алматы-Екатеринбург. Имеется собственный земельный участок 1 435 га., и все необходимые хозяйственные постройки для оказания услуг, содержания и убоя скота.

Потребность в объектах недвижимости

Общая стоимость 12 объектов недвижимости 38000 тыс.тенге

Жилое здание общей площадью – 145,4 кв.м,
Здание коровника общей площадью – 560 кв.м,
Здание коровника общей площадью – 1 088 кв.м.,
Столовая общей площадью – 257,3 кв.м.,
Гостиница общей площадью – 545,1 кв.м.
Углярка общей площадью – 47,5 кв.м.
Гараж общей площадью – 152,5 кв.м.
Гараж общей площадью – 126,0 кв.м.
Здание АЗС общей площадью – 16,4 кв.м,
Здание убойного пункта общей площадью – 433,6 кв.м.
Здание зернохранилища общей площадью – 152,5 кв.м
Жилые здания общей площадью - 216,2 кв.м

Собственные средства. Потребность в реконструкции объектов 4 600 тыс.тенге

Реконструкция АЗС	800
Реконструкция столовой, гостиницы	600
Приобретение мебели и оборудования гостиницы и столовой	700
Приобретение части недвижимости (предоплата)	2 500
ИТОГО	4 600

Собственные средства. Приобретение голов КРС – бычков полугодовальных для откорма до 18 месяцев по 50 голов по цене 90 000 тенге в течение 6-ти месяцев для равномерного откорма и забоя, на общую сумму 2 700 тыс. тенге. Проектом предусматривается приобретение четырехмесячных телят, откормочный период в количестве 12 месяцев, оборот стада за 1 год. То есть при полной загрузке откормочной площадки количество откормленного и реализованного КРС составит 300 голов в год.

В качестве основных кормов будут использоваться сено, солома, зерно пшеницы, ячменя и овса, соль. Рацион питания на одну голову в сутки будет составлять сено – 5 кг, пшеница-ячмень-овес-кукуруза – 7 кг, солома – 3 кг, соль – 0,02 кг.

Состав и дневное количество концентрированного корма должно дополнять основной корм, обеспечивая животных необходимым количеством обменной энергии и сырого протеина. На успех откорма очень сильно влияет количество потребляемого корма. Животные, получающие кукурузный силос наилучшего качества и очень хорошее сено, потребляют на почти 1 кг сухого вещества больше по сравнению с теми, которых кормят посредственными кормами. Так что, чем качественнее основные корма, тем выше показатель поедания корма.

В первые полгода жизни у телят идет интенсивное развитие преджелудков (рубца, сетки, книжки) и формирование иммунной системы. Несбалансированность рациона по витаминам и минералам, его низкая переваримость влечет за собой ухудшение состояния здоровья теленка. Это оборачивается низкой продуктивностью в будущем. Специалисты знают, что если теленок достиг хороших привесов в первые два-три месяца, то он сможет показать эффективные результаты и в дальнейшей жизни, если этого не случилось, то в дальнейшем не поможет и хорошее содержание, и отлично сбалансированные корма.

Содержаться скот будет в помещениях легкого типа рамной или арочной конструкции. Норма полезной площади на корову с теленком – не менее 5 м², на одну голову молодняка старше 1 года – не менее 3 м². Формирование подстилки начинают с осени до постановки скота на стойловое содержание путем укладки сухой соломы слоем 30-40 см. Добавляют ее в ходе зимовки ежедневно из расчета 1 кг на голову.

Выгульно-кормовые дворы устраивают с южной стороны зданий из расчета 15-20 м² (без твердого покрытия), боковые стороны дворов огораживают непродуваемой изгородью высотой 3 метра. Кормушки приподнимают над уровнем грунта на 25-30 см. Фронт кормления для молодняка 0,4-0,6 м на голову.

Прогнозный средний вес одной головы в убойном виде будет составлять 180 кг, кроме того средний вес шкуры 20-26 кг.

Приобретение бычков на откорм планируется ежемесячно по 50 голов 12 месячных до откорма до 18 месячного возраста ежемесячно для равномерного забоя. После забоя приобретение новой партии телят на замену.

Движение КРС

	На начало	Приобретение	Реализовано откорм		На конец года
	Кол-во	Кол-во	Кол-во	Вес	Кол-во
2018	0	600	300	54 000	300
2019	300	300	300	54 000	300
2020	300	300	300	54 000	300
2021	300	300	300	54 000	300
2022	300	300	300	54 000	300

Расходы кормов на откорм 1 головы КРС (суточная норма)

	Ед. изм	Кол-во	Цена за единицу, тенге	ИТОГО
Пшеница	кг	2	35	70
Ячмень	кг	3	37	111
Люцерна	кг	3,2	18,75	60
Житняк	кг	3,2	24	76,8
Сено	кг	8	10	80
Солома	кг	3	5	15
Кормовые добавки	кг	0,07	60	4,2
Соль поваренная	кг	0,05	65	3,25
ИТОГО в сутки				420,25
ИТОГО в месяц				12 607,5
ИТОГО в год				153 391

Месяц 2018 года	1	2	3	4	5	6	7-12
Кол-во голов	50	100	150	200	250	300	300
Корма в месяц на 1 голову	12,6	12,6	12,6	12,6	12,6	12,6	12,6
Стоимость кормов в тыс.тенге	630	1260	1890	2520	3150	3780	3780

Потребность в оборотных средствах 10 000 тыс. тенге, в том числе:

- на приобретение ГСМ. При суточной продаже 3 200 литров, создается запас на 5 дней, 16 000 литровх120 тенге = 1 920 000 тенге;
- на приобретение продуктов питания на 1 месяц 334 620 тенге;
- приобретение кормов на 3 месяца 3 780 000 тенге;
- заработная плата на 1 месяц 585 000 тенге;
- ком.услуги за 6 мес. (эл.энергия, отопление, вывоз мусора и т.п.) – 300 000 тг;
- выплата процентов за 5 мес. – 2 904 480 тенге;
- прочие непредвиденные расходы – 175 900 тенге.

Персонал комплекса

Должность	Кол-во	Оклад	Всего ФОТ в месяц
Директор	1	120 000	120 000
Администратор	2	50 000	100 000
Итого АУП	3		220 000
Горничная	2	50 000	100 000
Повар	2	50 000	100 000
Скотник	3	35 000	105 000
Кочегар (полгода)	2	25 000	50 000
Вет.врач	0,5	100 000	50 000
Боец скота	2	60 000	120 000
Разнорабочий	2	30 000	60 000
Рабочие АЗС	2	40 000	80 000
Итого персонал	15		665 000
ВСЕГО	18		805 000

Расходы эксплуатационные переменные:

Зарботная плата рабочих 665 000 тенге в месяц или 7 980 000 тенге в год.

Расходы на отопление в год 45 тонн угля куучекского в сезон по 4 500 тенге=202 500 тенге в год.

Расходы на электроэнергию в летнее время – 20 000 тенге, в зимнее время – 60 000тенге, всего в год – 480 000 тенге.

Вода из скважины.

Транспортные расходы – плата за аренду транспорта по доставке ГСМ и расход ГСМ=125 000 тенге в месяц.

Постоянные расходы:**Зарботная плата АУП** – 220 000 тенге в месяц.**Расходы на связь** – 5 000 тенге в месяц.**Реклама** – 20 000 тенге в месяц.**Прочие офисные расходы** – 50 000 тенге.**Хозяйственные расходы на обслуживание гостиницы** – 50 000 тенге в месяц.**Вывоз мусора** – 12 000 тенге в месяц. Мусор предполагается упаковывать в пластиковые пакеты и вывозить еженедельно на свалку.**Вывоз сточных вод и навоза** – 120 000 тенге в месяц. Сточные воды и навоз предполагается собирать в канализационной яме и вывозить с помощью ассенизаторской машины 2 раза в месяц.**Финансовый раздел****Отчет о прибылях и убытках.**

ОТЧЕТ О ПРИБЫЛЯХ И УБЫТКАХ	2018	2019	2020	2021	2022	итого
Выручка (без НДС)	201 705 875	296 496 500	296 496 500	296 496 500	296 496 500	1 387 691 875
Услуги гостиницы, двухместные номера	5 184 000	6 912 000	6 912 000	6 912 000	6 912 000	32 832 000
Услуги гостиницы, одноместные номера	648 000	864 000	864 000	864 000	864 000	4 104 000
Услуги питания	5 505 500	6 006 000	6 006 000	6 006 000	6 006 000	29 529 500
Реализация ГСМ АИ 92	2 436 375	3 248 500	3 248 500	3 248 500	3 248 500	15 430 375
Реализация дизельного топлива	111 252 000	148 336 000	148 336 000	148 336 000	148 336 000	704 596 000
Услуги парковки	6 480 000	6 480 000	6 480 000	6 480 000	6 480 000	32 400 000
Реализация мяса	54 000 000	108 000 000	108 000 000	108 000 000	108 000 000	486 000 000
Реализация шкур	450 000	900 000	900 000	900 000	900 000	4 050 000
Услуги забоя скота	15 750 000	15 750 000	15 750 000	15 750 000	15 750 000	78 750 000
Себестоимость продукции	186 606 922	215 487 194	215 487 194	215 487 194	215 487 194	1 048 555 700
Прямые издержки	111 127 695	147 277 940	147 277 940	147 277 940	147 277 940	700 239 455
Услуги питания	3 680 820	4 015 440	4 015 440	4 015 440	4 015 440	19 742 580
Реализация ГСМ АИ 92	2 326 875	3 102 500	3 102 500	3 102 500	3 102 500	14 736 875
Реализация дизельного топлива	105 120 000	140 160 000	140 160 000	140 160 000	140 160 000	665 760 000
Оплата труда (производство)	7 740 000	7 980 000	7 980 000	7 980 000	7 980 000	39 660 000
Фиксированная оплата	7 740 000	7 980 000	7 980 000	7 980 000	7 980 000	39 660 000
Социальные отчисления	818 150	877 800	877 800	877 800	877 800	4 329 350
Топливо и энергия	600 000	970 500	970 500	970 500	970 500	4 482 000
Транспортные расходы	13 500 000	1 500 000	1 500 000	1 500 000	1 500 000	19 500 000
Корма	35 910 000	45 360 000	45 360 000	45 360 000	45 360 000	217 350 000
Налоги	16 911 077	11 520 954	11 520 954	11 520 954	11 520 954	62 994 895
Налог на имущество	657 948	657 948	657 948	657 948	657 948	3 289 740
Налоги с оборота	16 253 129	10 863 006	10 863 006	10 863 006	10 863 006	59 705 155
ВАЛОВАЯ ПРИБЫЛЬ	15 098 953	81 009 306	81 009 306	81 009 306	81 009 306	339 136 175
Общие & Административные расходы	6 530 156	3 988 800	3 988 800	3 988 800	3 988 800	22 485 356
Зарплата (администрация и руководство)	2 640 000	2 640 000	2 640 000	2 640 000	2 640 000	13 200 000
Соц. начисления	191 756	290 400	290 400	290 400	290 400	1 353 356
Хозяйственные расходы	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000	3 000 000
Связь	60 000	60 000	60 000	60 000	60 000	300 000
Реклама и PR	240 000	240 000	240 000	240 000	240 000	1 200 000
Вывоз мусора и отходов	158 400	158 400	158 400	158 400	158 400	792 000
ОПЕРАЦИОННАЯ ПРИБЫЛЬ	8 568 797	77 020 506	77 020 506	77 020 506	77 020 506	316 650 819
Амортизация	4 062 333	3 952 000	3 952 000	3 952 000	3 952 000	19 870 333
Здания и сооружения	3 304 000	3 952 000	3 952 000	3 952 000	3 952 000	19 112 000
Расходы по процентам	7 289 174	6 060 185	4 353 739	2 637 961	926 848	21 267 906
ПРИБЫЛЬ ДО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ	-2 782 710	67 008 321	68 714 767	70 430 545	72 141 657	275 512 580
Налог на прибыль	0	13 401 664	13 742 953	14 086 109	14 428 331	55 659 058
ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ	-2 782 710	53 606 657	54 971 814	56 344 436	57 713 326	219 853 522

48. ТЕПЛИЦА ПО ВЫРАЩИВАНИЮ ЦВЕТОВ (ГОЛЛАНДСКИЕ РОЗЫ)



Анкета проекта:

Цели инвестиционного проекта: организация работы теплицы по выращиванию цветов (голландские розы).

Стоимость проекта: 3 300 000 тенге.

Срок окупаемости: 14 месяцев.

Концепция проекта.

Концепция проекта предусматривает создание теплицы по выращиванию цветов (розы). Непременным сопровождением любого значимого события, подчеркивающим торжественность момента, традиционно являются цветы. Сегодня без них не обходится ни одно мероприятие, не говоря уже о романтической стороне вопроса. Цветы не просто присутствуют на торжествах – они активно участвуют в создании изысканных интерьеров и особой праздничной атмосферы.

Говоря о цветочном бизнесе, нельзя не отметить, что этот вид предпринимательства входит в пятерку самых популярных в мире. Во-первых, считается, что цветы всегда востребованы, в любые времена и при любых условиях. Во-вторых, цветочный бизнес связан с позитивными эмоциями, которые цветы дарят клиентам. Кроме того, если говорить просто о торговой точке, то этот бизнес-проект имеет достаточно небольшой срок окупаемости (14 месяцев). По данным Ассоциации теплиц Казахстана, по состоянию на начало 2016 года насчитывается 424 гектара закрытого грунта, причем в эти объемы входят как промышленные тепличные комплексы, так и мини-теплицы.

Организация тепличного хозяйства и выращивание различных видов культур является довольно выгодным бизнесом, да, к тому же, полезным для всех сторон.

Постоянно функционирующее тепличное хозяйство позволит получать немалый доход круглый год (не считая 2-х месяцев, когда земля будет восстанавливаться). Прибыльность высокая, окупаемость быстрая, рентабельность хорошая, и это не все преимущества, которые дает тепличное хозяйство.

В сравнении с выращиванием культур в поле, в открытом грунте, выращивание в теплицах имеет ряд преимуществ:

- в теплицах процесс выращивания не зависит от климатических и погодных условий;
- тепло и влага распределяются равномерно по всей площади теплицы;
- теплица защищает культуры от вредного воздействия окружающей среды;
- полив тепличных растений осуществляется чистой водой.

Теплицы, построенные по современным технологиям, нужны производителям продукции для выживания в условиях жесткой конкуренции со стороны других участников рынка. Снижение себестоимости продукции в теплицах осуществляется за счет увеличения количества производимой продукции при одновременном снижении затрат на производство.

В основном тепличный бизнес в данное время организуют в южных районах страны. Дело в том, что игроки рынка считают, что выгоднее перевозить выращенный товар с юга на север, чем терпеть убытки от расходов на газ, отопление и электроэнергию в северных районах. Однако при длительной транспортировке товар имеет свойство портиться, поэтому возникают дополнительные расходы, которые увеличивают себестоимость продукции. В связи с этим был проведен анализ эффективности организации тепличного комплекса в непосредственной близости от города.

Финансирование проекта планируется осуществить как за счет собственных средств, так и за счет средств гранта.

Целями деятельности предприятия будут:

- Получение высококачественной, конкурентоспособной продукции для реализации на внутреннем и внешнем рынках.
- Бесперебойное обеспечение цветами населения.
- Извлечение прибыли от результатов производства и реализации продукции.
- Организация и предоставление новых рабочих на предприятии для местных жителей, решение их социальных вопросов.

Целевой группой планируемой деятельности будут являться: население; предприятия, занимающиеся организацией праздников и банкетов; корпоративные клиенты.

В рамках реализации проекта планируется приобретение теплицы с поликарбонатом общей площадью 100 м², в количестве одной единицы. Стоимость проекта организация теплицы составляет 3300,0 тыс. тенге.

Финансирование проекта

Инвестиции, тыс.тг.	Сумма	Доля
Средства гранта	3 000,0	90%
Собственные средства	300,0	10%
Всего	3 300,0	100%

Описание продукта (роза голландская)

«Голландия давно заняла ведущее место в цветоводстве, голландские селекционеры постоянно создают удивительные сорта самых популярных декоративных растений, особенно славятся розы и тюльпаны. Голландские розы не обязательно родом из этой страны, их выращивают во многих странах мира, преимущественно теплых, а оттуда они уже срезанными прилетают к нам, чтобы доставить радость и изумить своей изысканной красотой. Голландские сорта выращивают и в наших питомниках, обычно в защищенном грунте, но многие цветоводы хотят поселить их на своих дачных участках, прилагая к этому максимум усилий, потрясающая красота роз того стоит».

Характеристика и особенности продукта.

Голландские розы представлены огромным разнообразием сортов, они отличаются цветом, размерами, формой бутонов и лепестков, ароматом, величиной и цветом листьев, количеством цветов на одном побеге. Удивительная палитра цветов и способность долго сохранять привлекательный вид позволяют выбрать букет по любому случаю и порадовать им любого человека. Все они отличаются длинным периодом времени, в течение которого срезанные розы сохраняют прекрасное состояние, как правило, не менее 2 (а бывает и больше) недель. В последнее время все популярнее становятся розы в горшках, которые многие любители пытаются посадить на участке.



Лучшие сорта

Голландскими селекционерами выведены вполне успешные и перспективные для тепличного цветоводства сорта чайно-гибридных и миниатюрных роз, а также флорибунда, которые прекрасно зарекомендовали себя при посадке в открытый и закрытый грунт и соблюдении технологии выращивания.

Описание голландских сортов роз.

Название сорта	Описание цветка	Количество лепестков	Высота побега в метрах	Сортные особенности
«Гран-при» или «Grand Prix»	Классической формы, диаметром до 10-12 см, бордового окрашивания	35-40	0,7-1,2	В срезке сохраняет свежесть на протяжении двух недель
«Аваланш» или «Avalanche»	Белоснежные цветки с бледно-зеленым основанием у бутонов	45-50	0,6-0,9	Хорошо сохраняется в срезке
«Эль-Торо» или «El Toro»	Ярко-красные цветки диаметром до 11 см с махровой окантовкой на бутонах	35-40	0,6-0,8	Достаточно высокая устойчивость к температурным колебаниям
«Илиос» или «Ilios»	Лимонно-желтые цветки диаметром до 11 см, с махровой каймой на бутонах	30-35	0,5-0,8	Достаточно высокая устойчивость к температурным колебаниям
«Мисс Пигги» или «Miss Piggy»	Лососевые цветки диаметром 12 см с наличием более светлого оттенка в центральной части бутона	35-40	0,6-0,9	Очень декоративная листва и наличие нежного аромата
«Карина» или «Carina»	Классические бокаловидные цветки розового окрашивания, диаметром до 10 см	35-40	0,6-1,0	В срезке сохраняет свежесть на протяжении двух недель
«Чири» или «Chiri»	Малинового окрашивания цветы с диаметром на стадии полного распускания до 14 см	60-80	0,5-0,7	Широко используется флористами при составлении изысканных цветочных композиций и в авторских букетах
«Лавли Лидия» или «Lovely Lydia»	Цветки темно-розового окрашивания, диаметром не более 3 см	30-35	0,5-0,8	Кустовая роза с очень большим количеством соцветий на побегах
«Талея» или «Talea»	Кремово-розового окрашивания лепестки, диаметр цветка не превышает 14 см	50-60	0,6-1,0	Широко используется флористами при составлении изысканных цветочных композиций и авторских букетов
«Красная Наоми» или «Red Naomi»	Цветки классической формы, бордового окрашивания, диаметром до 14 см	55-75	0,7-1,0	Очень плотные бутоны с бархатными лепестками, хорошо сохраняющими форму
«Вау» или «Wow»	Утонченная форма бутонов яркого кораллового окрашивания	30-40	0,6-0,9	Отличается необычной окраской лепестков на всех стадиях раскрытия
«Аква» или «Aqua»	Цветки нежного, розовато-сиреневого окрашивания, диаметром до 10 см	35-40	0,6-0,8	Отсутствие ошипованности на побегах
«Магади» или «Magadi»	Цветки диаметром в 12-14 см состоят из белоснежных лепестков	50-60	0,6-1,0	Крупный и высокий бутон, устойчивый к раскрытию в срезке.
«Аваланч Пич» или «Avalanch Peach»	Диаметр полностью раскрытого кремового цвета бутона варьируется в пределах 12-14 см	40-50	0,5-0,8	Наличие высоких, классической формы бутонов и отличная вазостойкость
«Грация» или «Gracia»	Нежно-розового окрашивания лепестки. Диаметр на стадии полного раскрытия, как правило, не превышает 2-3 см	30-35	0,5-0,8	Кустовая роза с большим количеством соцветий на побегах
«Пенни Лейн» или «Penny Lane»	Роза с очень нежным желтым окрашиванием и легким зеленоватым оттенком у основания бутона	40-50	0,5-0,8	Идеально комбинируется в цветочных композициях с ирисами и розами сорта «Чири»

Программа производства

В таблице представлена планируемая программа производства по годам.

Планируемая программа производства по годам.

Показатель	2018	2019	2020–2022
Розы (бутоны)	18 000	21 600	25 000-37 000
Урожайность роз, в месяц	1 500		

Программа продаж будет осуществляться путем заключения контрактов на прямую поставку продукции оптовым продавцам, а так в розничной торговли Основным рынком сбыта цветочной продукции является регион Карагандинского области. Основная потребность в цветах у населения возникает при проведении торжеств, празднование 8 марта, а также в дни рождения. В условиях постоянного дефицита сбыт качественной продукции не предоставляется затруднительным.

Планируемая программа продаж по годам.

	2018	2019	2020	2021	2022
% от годовых продаж	49%	58%	70%	84%	100%
Розы	18 000	21 600	25 920	31 104	37 325

При расчете программы продаж инфляция во внимание не принималась, поскольку связанное с инфляцией повышение цен пропорционально отразится на увеличении цен на продукцию предприятия. Необходимо отметить, при расчете выручки был применен показатель брака в размере 10 % от валовой стоимости реализации продукции. Предусмотренный объем брака должен покрыть все непредвиденные потери при сборе, упаковке и транспортировке готовой продукции.

Маркетинговый план.

Описание рынка продукции (услуг).

Цветочный бизнес, на первый взгляд кажущийся достаточно простым, полон рисков и требует большой отдачи. Точно определить объем цветочного рынка Казахстана сложно. По словам самих игроков, таковой варьируется в пределах \$100 млн. Оценить можно лишь ввоз импортной продукции, который, согласно данным экспертов, составляет около \$30 млн. Посчитать же обороты салонов и торговых точек, а также стихийных продавцов вряд ли реально.

Основными покупателями цветов в стране являются жители Алматы и Астаны, на которых приходится около 70-80% всех продаж. По сведениям владельца интернет-магазинов 101rose.kz и tolko.kz, в южной столице насчитывается около 1 тыс. цветочных салонов, без учета стихийных торговцев на базарах и других. Однако помимо Алматы и Астаны в последнее время набирают активность западные города – Актау и Атырау, которые все чаще заказывают цветы онлайн.

Цветочный бизнес условно можно поделить на четыре основных сегмента: компании, импортирующие продукцию; фирмы, специализирующиеся на выращивании цветов в Казахстане; оптовые предприятия, занимающиеся перекупкой товара у прямых поставщиков; розничные торговые точки (куда входят офлайн-салоны и онлайн-магазины, занимающиеся продажей и доставкой цветов и оформительской деятельностью). Доля цветочных интернет-салонов пока составляет всего около 1%. Следует отметить, что в основном местные компании занимаются выращиванием роз, доля которых в объеме продукции составляет около 70%. По словам аналитиков, только в Алматы совокупная площадь теплиц равняется 15-20 гектарам, с каждого гектара ежедневно срезается около 1,5 тыс. роз.

Рынок в целом уже сформирован, работа с поставщиками и оптовиками налажена. Существует стандартная схема, по которой работают розничные продавцы. Около 30% всех цветов приходится на местную продукцию, остальные 70% завозятся из других стран. Среди поставщиков импортной продукции лидирующие места занимают такие страны, как Эквадор (60%), Нидерланды (30%), Колумбия (10%), небольшое количество товара поступает также из Китая и Узбекистана (по 2–5%). Зарубежная продукция в основном приобретается с голландских аукционов, куда поступают цветы, выращенные в Европе, Африке и Латинской Америке. Однако сейчас благодаря интернету все чаще поставщики и некоторые продавцы работают напрямую со страной-производителем. Непосредственно закуп происходит через сайты компаний, выращивающих и продающих товар. У крупных импортеров существуют sales-команды, отвечающие за определенный регион, которые консолидируют заказы и обеспечивают доставку. «В среднем салон закупает импортную продукцию раз в два-три дня, местную – на ежедневной основе. Объем заказов в месяц – около 10 тыс. цветов, при этом доли импортных и местных составляют 65 и 35% соответственно», – сообщает владелец цветочного салона.

Интересно, что вступление Казахстана в Таможенный союз, по словам экспертов, почти никак не сказалось на работе розничных и оптовых компаний. Объем экспорта продукции за рубеж цветочники оценивают лишь в несколько десятков тысяч долларов, но все же верят в потенциал развития отечественных теплиц в ближайшие три-пять лет.

Импорт цветов делится на категории: «срезанные цветы и бутоны», «пригодные для составления букетов или для декоративных целей», «свежие», «засушенные», «окрашенные», «отбеленные», «пропитанные или подготовленные другими способами».

Основные и потенциальные конкуренты

Конкурентами нового тепличного хозяйства могут выступить имеющиеся тепличные хозяйства, которые завоевали определенных клиентов в области, привозная продукция из соседних областей и южных республик, а также новые тепличные хозяйства. На сегодняшний день в весенний период средняя оптовая цена на розы от 300 тенге за 1 бутон и спрос на них всегда есть. Голландские розы пользуются стабильным спросом на местном рынке, и поэтому проблем с их реализацией не предвидится.

Стратегия маркетинга

Основная стратегия маркетинга ИП – ценовая конкуренция, которая допустима и целесообразна в условиях низкого уровня производственных издержек. Предприниматель намеревается придерживаться следующей стратегии ценообразования – учитывать и использовать текущие цены на рынке, добиваясь преимуществ перед конкурентами за счет более высокого качества и низких издержек на производство продукции.

Целью маркетинга является создание условий для работы отрасли цветоводства.

В основе стратегии маркетинга лежат пять стратегических концепций:

- ✓ выбор целевых рынков;
- ✓ выбор методов выхода на рынки;

- ✓ выбор методов и средств маркетинга;
- ✓ определение времени выхода на рынок.

Возможным противодействием вступлению компании на рынок со стороны конкурентов может быть резкое снижение цены (ценовой прессинг) вследствие достаточно больших производственных мощностей этих фирм. Ответным действием может быть усиление рекламы продукции.

Формирование спроса и стимулирование сбыта планируется исходя из следующих моментов:

- Выгодное месторасположение тепличного хозяйства.
- Относительно низкий уровень цен по сравнению с другими.
- Современное оборудование.
- Реализация программ по стимулированию спроса.

Техническое планирование.

Технология выращивания голландских роз в закрытом грунте.



Для того, чтобы голландская роза не переставала давать урожаи нужно придерживаться нескольких правил, которые:

- теплицы должны быть высокими;
- просторное помещение;
- строгий контроль за температурными показателями;
- определенная влажность;

- полив капельного типа;
- удобрения высокого качества;
- хорошо проветриваемое помещение (вентиляция);
- не большое количество света

Взращивание роз на грядах.

Посадка роз на грядах, в теплице, требует предварительной подготовки земли. Цель — 1 м². Средства, которые нужно равномерно в него поместить, составляют такой перечень: торф (10 кг); навоз (20 кг); суперфосфат (30 грамм); сернокислый аммоний (30 грамм). Есть очень много разных вариантов удобрения, поэтому можно использовать другие субстраты без колебаний.

После этого соблюдается режим температуры почвы, которая в итоге должна подняться до двенадцати градусов. После этого помещаются саженцы в емкость с водой, после розы высаживаются в грунтовую смесь. На м² высаживается не более чем двенадцать роз. Результат около ста единиц на метр квадратный.

Этапы высадки саженца.

1. Культивация почвы.
2. Совсем немножко углубить саженец.
3. Полив розы.
4. Засыпание розы почвой, чтобы точка прививания оказалась на два сантиметра выше

Организация ухода за растением.



Для обеспечения роста здорового растения организуется дренаж. Дренажная система должна быть закрытой, соответственно необходимо укладывать трубы с определенным интервалом (интервал между ними должен быть не более 5 метров, глубина 1 метр). Также цветы любят, чтобы солнце, точнее его лучи, попадали на листовую часть растения.

Также необходимо своевременно придать силы голландской розе. Делается это примерно так — как только появляются первые бутоны, самый первый бутон сгибаем. И в последствии, растение укрепляется, так как вся сила концентрируется в корнях.

Здания и сооружения

Выращивание овощей планируется на земельном участке находящегося в долгосрочной аренде на 49 лет площадью 100 кв.м. Планируется строительство мини-теплицы; посадка рассады; система капельного орошения; уборка урожая; транспортировка урожая.

Оборудование и инвентарь (техника).

Система форточной вентиляции теплиц.

Система форточной вентиляции теплиц предназначена для естественного воздухообмена замкнутого объема теплиц с наружным воздухом через вентиляционные проёмы в кровельной части светопрозрачного ограждения. Открывание осуществляется автоматически и дистанционно. Приспособление для открывания присоединяется к гальванизированной трубе алюминиевым зажимом и направляется в каждой крыше алюминиевой зажимной консольной рейкой с двумя шкивами из пластмассы на каждой. Вентиляция осуществляется через форточки, расположенные по конькам крыши в шахматном порядке. Общая площадь вентиляционных проемов в кровле теплицы составляет 25% от площади теплицы; угол открывания форточек составляет 46°.

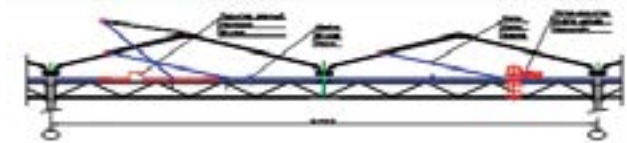


Рисунок — Схема системы открывания форточек «пушпульная».

Данная система позволяет качественно управлять технологическими процессами поддержания микроклимата в теплице.

Система горизонтальных комбинированных энергосберегающих и светоотражающих иторных экранов (система зашторивания).

Система теплозащитного и светоотражающего шторного экрана специально разработана для создания затенения в теплицах при интенсивной (избыточной) солнечной радиации в весенне-летний период года, а также снижения теплопотерь в ночное время и периоды с наиболее низкой наружной температурой.

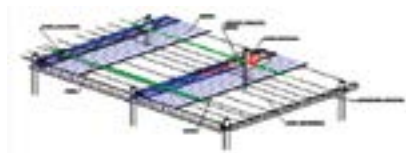


Рисунок - Схема системы горизонтального зашторивания теплицы

В теплицах продолжают уход за старыми и высаженными растениями.

Экономичного обогрева мы достигнем, своими руками обтянув в помещении северную стенку черным материалом — естественным катализатором тепла.

Защищенный грунт в морозы очень пересыхает и, превращаясь в пыль, медленно оттаивает. Поэтому в начале марта прогреем его до +12 градусов на достаточный уровень: для этого перекопаем землю.

В грядках на штык лопаты роём траншеи для обогрева грунта теплым воздухом.

Прогреем землю горячей водой: залитая в траншеи она поднимет температуру почвы до +15 градусов.

Подводка электричества облегчит обогрев: просто включим вентилятор теплого воздуха. А современные автоматизированные таймеры, термо- и фотореле вовремя включают и выключают обогреватель. Их цена окупится экономией времени и комфортом растений.

Темная пленка на грунте ускорит прогрев, и опытные огородники производят посадку, не снимая ее. Крестообразно разрежем во многих местах черную пленку под будущие растения и высадим их во все эти отверстия.

Намного проще весенние работы в теплице из поликарбоната: теплое покрытие, поднятые на 50 см теплоизолированные грядки исключают хлопоты по разогреву грунта.

Система капельного полива.

С помощью системы капельного орошения вода и питательные растворы подаются непосредственно в зону расположения корней растений, обеспечивая постоянную увлажненность корневой системы. Вода при такой системе полива подводится индивидуально к корням каждого растения. Количество воды, поступающей к каждому растению, может быть отрегулировано индивидуально на каждом капельном дозаторе. Основным достоинством системы капельного орошения является возможность ее использования для круглосуточного полива растений без контроля человека. При поливе с применением системы капельного орошения, на поверхности почвы не образуется уплотнение поверхностного слоя почвы (корка), которого невозможно избежать при поливе растений любым другим способом.

Капельный полив – беспроектный вариант для любого климата. Сделать такое орошение стоит хотя бы потому, что подобная система орошения позволила сделать из сухого и выжженного Израиля прекрасный оазис, производящий многие овощи и фрукты, в том числе томаты, клубнику и проч., на его пустынных, неплодородных землях.



Такой полив исправно работает при самом низком давлении в системе, легко прочищается и консервируется на зиму. Его можно как заглубить в землю, что способствует более продолжительной эксплуатации, так и оставить на поверхности. В случае если необходимо убирать на зиму шланги с грядок томатов, огурцов, клубники, из них следует удалить всю влагу. Для этого следует приподнять шланг за запаянный или заглушенный конец и немного подержать, давая воде слиться. Такой шланг легко наматывается на бобину и хранится в подвале или сарае до самой весны и нового поливного сезона.

Разумеется, можно не только приобрести систему капельного полива, но и вызвать бригаду для того, чтобы ее смонтировали, и для некоторых такой вариант – наилучший. Но для тех, кто ценит свой труд и деньги и не готов выбрасывать их на ветер каждый раз, когда засорится фильтр, самый лучший вариант – собрать систему орошения самостоятельно. Кроме того, что подобный подход отлично экономит финансы, система капельного орошения, созданная собственными руками, может стать не только гордостью, но и замечательным хобби для трудолюбивого и умелого хозяина.

Организация, управление и персонал.

Общее руководство и работу теплицы будет осуществлять сам организатор проекта. Уборка помещения будут осуществляться работниками. Оплата труда будет фиксированная, в размере 40 000 тенге.

Руководитель исполняет обязанности приемщика, бухгалтера и ведет документооборот, пока его объем и количество клиентуры позволяет обходиться минимальным коллективом.

Организационно-правовая форма предприятия – ИП с применением упрощенного режима налогообложения на основе упрощенной декларации.

Реализация проекта.

Затраты на реализацию проекта.

Инвестиционные затраты включают в себя приобретение оборудования (включая доставку и монтаж) – 3 300,0 тыс. тенге.

Для формирования запаса планируется осуществить закуп – теплицы, капельный полив, системного отопления, фитоламп, химической обработки, саженцев роз – 3 298,0 тыс. тенге. Контракты с поставщиками на приобретение не подписаны, но будут представлены дополнительно к бизнес-плану. В настоящий момент определен круг потенциальных поставщиков, у которых имеется оборудование в наличии. На начальном этапе предприниматель вложит оборотные средства в сумме 300,0 тыс.тенге собственных денег от действующего бизнеса.

Общие и административные расходы

В следующей таблице представлены общие и административные расходы предприятия в месяц.

Общие и административные расходы предприятия, тыс. тенге.

Затраты	В месяц (тыс.тенге)
Фонд оплаты труда	80,0
Транспортные расходы	7,0
Химическая обработка	30,0
Электричество	5,0
Вывоз мусора	2,0
Холодная вода	25,0
Банковские расходы	1,0
Итого	150,0

Движение денежных средств.

Движение денежных средств	2018	2019	2020	2021	2022
Операционная прибыль	3 286 915	4 316 515	5 552 035	7 034 659	8 813 808
Изменение оборотного капитала	320 000	0	0	0	0
Налог на прибыль	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000
Чистые операционные поступления	3 602 915	4 312 515	5 548 035	7 030 659	8 809 808
Основные средства	3 300 000	0	0	0	0
Чистые поступления до финансирования	302 915	4 312 515	5 548 035	7 030 659	8 809 808
СУММАРНЫЙ ДЕНЕЖНЫЙ ПОТОК	302 915	4 312 515	5 548 035	7 030 659	8 809 808
Денежные средства на начало	0	302 915	4 615 430	10 163 465	17 194 124
Денежные средства на конец	302 915	4 615 430	10 163 465	17 194 124	03 932

49. СОЗДАНИЕ ФЕРМЫ ПО ВЫРАЩИВАНИЮ ШАМПИНЬОНОВ**Анкета проекта:**

Цели инвестиционного проекта: создание фермы по выращиванию шампиньонов.

Стоимость проекта: 88 832 000 тенге.

Срок окупаемости: 2,1 год.

Концепция проекта

Концепция проекта предусматривает создание фермы по выращиванию грибов для получения шампиньонов. Организация по выращиванию грибов как сельскохозяйственных культур является довольно выгодным бизнесом, к тому же полезным для всех сторон. Потребность в свежих и качественных продуктах испытывают и торговые сети, и заведения общественного питания. Постоянно функционирующее сельское хозяйство позволит получать немалый доход круглый год. Прибыльность высокая, окупаемость быстрая, рентабельность хорошая, и это еще не все преимущества, которые дает сельское хозяйство по выращиванию грибов.

Согласно статистическим данным, ежегодно мировой оборот грибной продукции увеличивается на 6-8%. Кроме этого, существуют и другие преимущества занятия данным видом бизнеса:

- Быстрый рост грибов (от 1 до 3 недель), что позволяет производить многократный сбор урожая.
- Отсутствие сезонности бизнеса, так как грибы можно выращивать круглый год.
- Высокая стоимость готовой продукции.

Так как грибы относятся к продуктам питания, то предварительно следует согласовать правовые вопросы с государственными органами, а также подтвердить качество производимой продукции. Кроме этого, при организации деятельности по выращиванию грибов необходимо руководствоваться Санитарными правилами «Санитарно-эпидемиологические требования к условиям хранения и срокам реализации скоропортящихся пищевых продуктов», утвержденными Приказом Министра здравоохранения Республики Казахстан от 24 сентября 2010 года № 755, и Правилами внутренней торговли, утвержденными постановлением Правительства Республики Казахстан от 21 апреля 2005 года № 371. Предприниматель должен получить разрешение санитарно-эпидемиологической экспертизы на продажу грибов. Получить разрешение можно в Центрах санитарно-эпидемиологической экспертизы по месту жительства.

В основном, грибы к нам привозят из других городов. Дело в том, что игроки рынка считают, что выгоднее привозить выращенный товар из другой страны. Однако при длительной транспортировке товар имеет свойство портиться, поэтому возникают дополнительные расходы, которые увеличивают себестоимость продукции. В связи с этим был проведен анализ эффективности организационного комплекса в непосредственной близости от г. Актау, объем потребления в котором неуклонно растет по мере роста численности населения.

Цели проекта:

1. Эффективное использование инвестиционных средств для организации грибного бизнеса.
2. Обеспечение местного населения качественными шампиньонами.
3. Обеспечение местных овощных рынков качественной продукцией.
4. Обеспечение производителей консервированных продуктов качественным сырьем.

Виды деятельности предприятия: выращивание шампиньонов; реализация продукции. Целью деятельности предприятия является извлечение дохода для улучшения материального благосостояния его участника. Целевой группой планируемого предприятия будут являться:

- все категорий населения города, области и близлежащих районов;
- рестораны, гостиницы, кафе;
- торгующие овощами предприниматели;
- местные овощные рынки.

Планируется строительство основного комплекса, компостного цеха и склада под сырье.

Общие инвестиционные затраты по проекту включают в себя:

Инвестиции, тыс.тг.	2 018	Доля
Инвестиции в основной капитал	87 000	98%
Оборотный капитал	1 832	2%
Всего	88 832	100%

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

Источник финансирования, тыс.тг.	2 018	Доля
Заемные средства	66 624	75%
Собственные средства	22 208	25%
Всего	88 832	100%

Описание продукта (услуги)

Пищевая ценность грибов приравнивается к мясу, овощам и фруктам. Что самое удивительное, пищевая ценность продукта не падает во время приготовления, если сушить или жарить грибы, они сохраняют полезные свойства. В грибах содержатся белки и углеводы в большом количестве, но аминокислотный состав грибов неполноценный, а усваиваются белки очень долго. В них содержатся витамины и минералы: В, С, РР, D, йод, цинк, фосфор, кальций и многие другие, но в небольшом количестве. В грибах практически не содержатся жиры, поэтому калорийность грибов очень низкая. Во многих диетах предусмотрено употребление грибов в разумных количествах. К тому же грибы употребляют вегетарианцы, потому что они не могут получать достаточное количество белка из пищи, так как не употребляют мясо и яйца. Но грибы не только не содержат жиры, но и помогают расщеплять их за счет лецитина – это вещество, сжигающее вредный холестерин. Врачи рекомендуют употреблять грибы во время сердечнососудистых и эндокринных заболеваний. Также они могут бороться с мочекаменной болезнью, для этого нужно употреблять определенные сорта грибов, например, грузди. В любом сорте грибов содержится эрготионеин – мощный природный антиоксидант. Исследования говорят о том, что данное вещество борется с раковыми клетками. Благодаря содержанию глюконов грибы назначают для восстановления работы иммунной системы, они укрепляют организм и борются с инфекционными заболеваниями. Именно поэтому вареные грибы назначают во время вирусов, когда большое количество людей заражаются ОРВИ и нужно укрепить иммунитет.

Во многих грибах содержатся сильнодействующие экстракты, которые борются с мигренью, туберкулезом, бронхиальной астмой, глистами, язвой желудка, подагре и другими заболеваниями. Ежедневно ученые подтверждают полезные свойства грибов, проводят исследования и находят новые полезные вещества в составе. Но целители уже давно знают обо всех свойствах грибов, а современная медицина изучает их до сих пор. Нередко в медицинские препараты добавляют вещества, содержащиеся в грибах, например, в противовоспалительные препараты.

Шампиньон – это вид грибов, которые относятся к роду шампиньонов. Шампиньон в дикой природе растет на опушках лесов, в садах, иногда на кучах перепревшего навоза. Шампиньон – самый распространенный гриб в мире. По внешнему виду шампиньон полевой слегка отличается от других видов. Шляпка (диаметр 7-22 см): белая, серая, кремовая или светло-охряная (у старых грибов) с остатками покрывала. Имеет форму небольшого яйца или колокольчика, но со временем становится практически распростертой с заметным бугорком в центре. Края у молодых грибов завернуты внутрь, позже становятся волнистыми. В сухую погоду могут сильно растрескиваться, за счет чего становятся неровными и рваными. На ощупь гладкая, в редких случаях может быть с небольшими чешуйками. Ножка (высота 5-12 см): обычно такого же цвета, что и шляпка, желтеет при надавливании, волокнистая, имеет цилиндрическую форму и большое двухслойное кольцо. Часто сужается снизу-вверх. У молодых грибов сплошная, но со временем становится полой. Легко отделяется от шляпки.

Пластинки: могут быть бело-серыми, буроватыми, с горчичным или фиолетовым оттенком, у старых грибов тем-но-коричневые или черные.

Мякоть: белая или светло-желтая, очень плотная, желтеет на срезе и при взаимодействии с воздухом. Сладкая на вкус.

Программа производств

В таблице представлена планируемая программа производства по годам.

Планируемая программа производства по годам.

Продукция	Всего	2 018	2 019	2 020	2 021	2 022	2 023	2 024
		Итого	Итого	год	год	год	год	год
Производство		58%	78%	90%	95%	100%	100%	100%
Шампиньоны кг.	729 806	67 889	92 042	105 750	111 625	117 500	117 500	117 500

Один кг мицелия дает при соблюдении технологии от 25 до 35 кг грибов с одного кг мицелия. При объеме заказываемого мицелия – 2 350 кгх25 кг грибов/ по минимуму/ предполагаемый урожай составит 58 750 кг при полной загрузке шампиньоны за один цикл производства. **В данной программе производство указано за минимальный цикл – два раза в год.**

Программа продаж будет осуществляться путем заключения контрактов на прямую поставку продукции оптовым продавцам, а также посредством рекламных акций. Основным рынком сбыта овощной продукции является город Актау и Мангыстауская область. Ежедневная потребность города Актау в основных видах плодоовощной продукции составляет более 20 тонн. При этом в город ежедневно поступает недостаточное количество плодоовощной продукции, что способствует росту цен на данный товар. В условиях постоянного дефицита сбыт качественной продукции не представляется затруднительным.

Планируемые цены на продажу в тенге



Наименование	Значение, тг. за кг.
Шампиньоны	1 250

Примерная закупочная цена грибов составляет за кг – 1 250 тенге, цена зависит от времени года и места расположения объекта. При расчете программы цен на продажу инфляция во внимание не принималась, поскольку связанное с инфляцией повышение цен пропорционально отразится на увеличении цен на продукцию предприятия.

Маркетинговый план.

Описание рынка продукции (услуг).

По данным АО «Казагромакетинг» средние розничные цены на грибы по г. Актау составили:

Розничные цены грибов по г. Актау по состоянию на 2017 г., тенге/кг

Статья доходов	Ед.изм.	Цена, тг/кг
Вешенки	кг	1000
Опята	кг	1100
Шампиньоны	кг	1 600

По объемам реализации рынки стоят на втором месте, так как имеют наибольшее число торговых мест и, наравне с магазинами, являются наиболее посещаемыми населением. Как показало анкетирование, в магазинах грибную продукцию приобретают 49% населения, на рынке – 47% и в супермаркетах – 4%. Около 36% (70 чел.) при покупке овощей в первую очередь обращают внимание на товарный вид продукции, 7 % (14 чел.) – на упаковку, 55% (107 чел.) – на свежесть, 2 % (4 чел.) – на стоимость товара.

При покупке и потреблении грибной продукции у потребителей накапливается некий опыт, то есть потребитель знает, где, какой по вкусу и по какой цене можно приобрести грибной продукт. Обычно потребитель покупает подходящий ему товар в одном и том же месте, у одного и того же продавца.

Основные и потенциальные конкуренты

В области отсутствуют организаций по выращиванию шампиньонов, конкуренты не имеются, в основном привозная продукция из соседних стран, которые завоевали определенные сегменты рынка.

Стратегия маркетинга

Целью маркетинга является создание условий для работы отрасли грибоводство. Возможным противодействием вступлению предпринимателя на рынок со стороны конкурентов может быть резкое снижение цены (ценовой прессинг) вследствие достаточно больших производственных мощностей этих фирм. Ответным действием может быть усиление рекламной продукции.

В целях продвижения товара на рынке планируется провести широкую рекламу. Будут изготовлены листовки для оптовых и розничных продавцов продукции. Формирование спроса и стимулирование сбыта планируется исходя из следующих моментов:

- Выгодное месторасположение грибного хозяйства.
- Относительно низкий уровень цен по сравнению с другими.
- Реализация программ по стимулированию спроса.
- Современное оборудование.

Техническое планирование

Технологический процесс

По способу приготовления питательного компоста интенсивные технологии подразделяются на две группы – стерильные и нестерильные. При нестерильном способе измельченную солому или другие органические материалы увлажняют в течение нескольких дней, чтобы влажность достигла 75 % при pH материала 6,5.

При стерильном способе питательный компост стерилизуют в больших автоклавах при 121°C (1 атм. избыточного давления пара = 1,01325x10⁵ Па), при таком режиме стерилизации погибают все микроорганизмы, а компост становится стерильным. Затем, после остывания его заражают грибами (2-5% от массы компоста), и набивают им полиэтиленовые







мешки прямоугольной или цилиндрической формы. Толщина блока при этом не должна превышать 30 см, так как в противном случае возможны перегрев компоста и гибель мицелия. Кроме того, используют также стеклянные 2-3-литровые банки. Все дальнейшие операции должны проводиться в стерильных условиях. Контейнеры и сосуды с компостом держат закрытыми до тех пор, пока гриб его зарастает, чтобы не нарушать условия стерильности и не допускать конкурирующую микрофлору.

Оптимальная температура роста мицелия шампиньонов составляет 25°C, но кратковременно мицелий может выдерживать температуру 40°C. Это необходимо учитывать, так как температура в компосте изменяется в зависимости от толщины слоя компоста в блоках. После разрастания мицелия по всему компосту начинается его созревание, которое продолжается в течение трех недель при температуре 20-22°C. Во время созревания мицелия нужно начинать вентилировать помещение.

Для перехода к плодоношению блоки переносят в помещение, в котором будет проходить плодоношение гриба. Блоки вынимают из контейнеров для обеспечения доступа воздуха и размещают их таким образом, чтобы они были плотно прижаты друг к другу, при этом между рядами блоков оставляют промежутки для прохода и сбора урожая. Затем их закрывают пленкой и снижают температуру в помещении до 10-12°C, относительная влажность воздуха при этом должна быть 95%. Через 2-3 дня, когда блоки покрываются зародышами плодовых тел, пленку снимают. Во время плодоношения температура должна быть в пределах 12-15°C при относительной влажности 95%, освещенности 400-500 л и интенсивной вентиляции. Плодоношение начинается через 3 недели после установки блоков. За первый сбор собирают до 70% урожая, а второй сбор проводят через 3-4 недели после первого, он дает 20-25%. На третий сбор остается 5-10% урожая, но он экономически не выгоден, поэтому после второго сбора помещения освобождают, дезинфицируют и начинают новый цикл выращивания. Отработанный питательный компост используют в качестве удобрения в открытом грунте. Грибы вырастают чистыми, поэтому при сборе урожая их срезают ножом, укладывают в ящики и отправляют на реализацию.

Технология выращивания шампиньонов включает следующие основные этапы:

Подготовка места для выращивания грибов (как правило, является статьей наибольших расходов на первоначальном этапе). Приобретение мицелия. Приобретение или самостоятельное приготовление компоста. Выращивание шампиньонов. Сбор и хранение урожая. Сбыт продукции.

Зарастание компоста мицелием продолжается 12-14 дней, при этом необходимо тщательно следить за температурой компоста и влажностью окружающего воздуха (t в камере 22-240C, RH 90-95%, t компоста всегда на 2-30 C больше t воздуха).	
После полного зарастания компоста мицелием его необходимо накрыть специально подготовленной покровной почвой.	
Покровная почва представляет собой смесь различных торфов (черный, коричневый, белый) и мела. Для каждой системы выращивания существуют рекомендации по составу покровной почвы. Покровная почва должна быть подвергнута микробиологической обработке и должна быть максимально чистой, но не стерильной. Это достигается обработкой формалином или пастеризацией паром при 600C в течение 3-4 часов.	
Через 3-4 дня после нанесения покровной почвы можно начинать поливы, за это время мицелий вырастет в покровную почву на 3-5 мм. Полив покровного слоя необходим для: - восполнения воды, испаряющейся с поверхности покровной почвы, а затем и грибов; - накопления воды, которая в большом количестве будет использоваться растущим мицелием для транспорта питательных веществ, а затем пойдет на построение плодового тела; - защиты компоста от пересыхания в период сего процесса культивирования.	
После освоения мицелием покровного слоя на 75% необходимо произвести рыхление и через 2-3 дня, когда мицелий покажется на поверхности покровной почвы можно начинать охлаждение камеры выращивания.	
Оптимальными микроклиматическими параметрами для выращивания шампиньона служат: температура 16-190C, влажность 89-92% и концентрация CO2 800-1800 ppm, в зависимости от того, в каком количестве и какого качества грибы Вы хотите получить.	

Рабочая площадь стеллажей для всех 12 камер плодоношения одинакова. Всего стеллажей 5 шт. При высоте Н - 4 м предусмотрена 4-ех ярусная система стеллажей /три этажа/. Два стеллажа – длина 11 м, ширина 1,0 м = 2 стеллажа x 1 м x 11 м x 4 яруса = 88 кв.м, три стеллажа – длина 9 м, ширина 1,0 м = 3 стеллажа x 1 м x 9 м x 4 яруса = 108 кв. м. Всего рабочая площадь стеллажей одной камеры плодоношения составит = 196 кв. м. Общая рабочая площадь стеллажей всех 12 камер плодоношения составит 12 шт x 196 кв.м = 2 350 кв.м.

При данных размерах помещения получаются 12 стандартных размеров камер плодоношения по голландской технологии – это обеспечивает круглогодичное производство грибов. Если использовать камеры другого размера, нарушается круглогодичный цикл производства и технология производства, невозможно контролировать равномерную влажность в помещениях и температурный режим, который на определенных стадиях производства при выращивании грибов совершенно разный. Возможно увеличение размеров шампиньоны, но это уже при больших промышленных масштабах, где все производство находится под контролем компьютера и полностью механизировано. Это очень большие денежные затраты. Такое помещение – это довольно солидный сельскохозяйственный комплекс с голландской технологией и очень удобный для производства грибов.

Устройство стеллажей – стеллажи могут быть выполнены из любого металла: желательно использовать уголок или профиль под гипсокартон 4 см на перемычки, а на дно стеллажа можно использовать уголок поменьше – 2 см. При строительстве стеллажей необходимо учитывать, что на 1 кв. м стеллажа будет укладываться 100 кг компоста, поэтому на дно стеллажа укладывается штукатурная сетка серпянка – пластмассовая толстая, завернутая в рулоны. По всему периметру каждого стеллажа на высоте 35 см закрепляется проволока троечка. Сетка ложится по ширине стеллажа, а не по длине и закрепляется на стеллаже толстой леской или вязальной проволокой и привязывается к проволоке, закрепленной на стеллаже на высоте 35 см, должен соблюдаться строгий прямоугольник. Дно стеллажа выставляется по уровню, чтобы во время полива грибов вода по компосту распределялась равномерно и не возникало застоя воды. Расстояние между ярусами распределяется одинаково. При высоте 4м нужно учитывать расстояние от пола + расстояние от потолка + расстояние между четырьмя ярусами стеллажей. Высота помещения делится так, чтобы указанные параметры были на одинаковой высоте друг от друга. Расстояние между стеллажами -/ рабочие проходы/ - 1 м. Рабочий чертеж прилагается.

При организации производства грибов шампиньонов существуют три важных фактора: высокое качество мицелия/семена грибов/не приобретать мицелий у случайных людей, особенно мицелий китайского производства, так как вы производите продукты питания и вероятность отравления людей очень велика. Второе – правильное приготовление компоста, который является основой для мицелия. Вентиляция для шампиньонов делится на три вида: приточное вытяжная, постелажная и для рециркуляции воздуха в случае. Когда не удается добиться стабильного СО₂, дополнительно устанавливаются осевые вентиляторы, поэтому вентиляцию устанавливают при 100 % готовности помещения, тогда же устанавливают кондиционеры – промышленные многозональные «зима-лето» в присутствии технолога производства. Компост бывает трех видов: классический на основе конского навоза, полусинтетический на курином помете и синтетический на основе навоза коров. Можно использовать все компосты, но в этих случаях резко понижается качество гриба и снижается урожайность. Самым приемлемым является компост на основе конского навоза и соломы. Грибы получаются отличного качества, хорошо хранятся, сохраняют свой внешний вид и запах. Состав: конский навоз свежий 50%, солома пшеничная или ржаная/золотистого цвета без примесей травы, сухая, 50%, мочевины/карбамид – 3 кг на тонну компоста, суперфосфат – 13 кг на тонну, гипс строительный – 18 кг на тонну, аммиачная селитра – 8 кг на тонну, патока сахарная – 3 л на 15 тонн компоста/патока – отходы сахарного производства. Время приготовления компоста 27-30 дней – компост готовится непосредственно перед посадкой, срока хранения компост не имеет. Норма расхода мицелия на 1 кв. м стеллажа от 800 гр до 1 000 гр.

Мицелий штамм HAUSER A-15 самый последний штамм, выведенный на американские и европейские ранки, приспособлен к климату средней полосы России. Он отселектирован исключительно благодаря его способности образовывать большую шляпку при высокой урожайности. Шляпка круглая, гладкая, несклонная к образованию чешуек. Отличительная особенность – большая потребность в свежем воздухе при плодоношении, а также требовательность к качеству компоста. Он очень пластичен. Плодовые тела очень плотные, прекрасного качества, идеально подходит к продаже, консервированию, приготовлению грибной муки и сушке. Срок изготовления мицелия 40-50 дней с момента заключения договора по оказанию услуг. За время приготовления мицелия готовятся помещения. Компост закладывается после оплаты за мицелий через 15 дней. После получения мицелия клиентом, мицелий подвергается глубокой заморозке при -25С в течение 10 дней. За это время устанавливается вентиляция, вентиляторы- «улитки» подбираются специалистами по объему помещения из расчета 20 смен воздуха в час и контролируются технологом. В присутствии технолога производства должна устанавливаться установка системы «ТУМАН» для поддержания стабильной влажности в камерах плодоношения. Производство. Один кг мицелия дает урожай от 20 до 35 кг грибов за один цикл производства. Один цикл 3-4 месяца плодоношения 7-8 волн с интервалом 7-10 дней. Каждая камера должна отработать за год 3-4 цикла. При объеме рабочей площади стеллажей 2 350 кв. м., расход компоста 235 тонн, мицелия – 2 350 кг. Стоимость 1 кг мицелия 3 500 тенге, мицелий заказывается сразу на весь объем производства, в последующее время через год производства по мере его использования. Срок хранения мицелия в замороженном виде 300 лет.

Здания и сооружения

Планируется строительство основного комплекса 1 440 квадратных метров, а также компостный цех и склад под сырье составляет 2 400 квадратных метров.

Общая площадь м².

Наименование	Площадь, м ²	Общая площадь, м ²
Строительства основного комплекса	1 440	1 440
Строительства компостного цеха и склада под сырье	2 400	2 400
Итого		3 840

Оборудование и инвентарь (техника)

Перечень необходимого оборудования

№	Наименование	Ед.изм	Цена	Сумма
ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ ВЫРАЩИВАНИЯ ГРИБОВ				

1	Климатическая камера (микотрон)	1		
2	Климатическое оборудование	1		
3	Шокер	1		
4	Системы увлажнения на основе форсунок высокого давления	1		
5	Системы увлажнения на основе ультразвукового увлажнителя	1	12 000	12 000
6	Брикет дымообразующий термовозгонный	1		
7	Стеллажи	1	10 000	10 000
Итого:			22 000	22 000

Общая стоимость оборудования составит 22 000 тыс. тг.

Климатическая камера (микотрон) предназначена для поддержания оптимальных параметров воздуха в камере выращивания целлюлозоразрушающих грибов и состоит из камеры размером (6,4х9х3) или (6х21х3), которая изготовлена из ПВХ-профиля с пенополиуретановыми сэндвич-панелями. Данные материалы отвечают необходимым теплоизоляционным и санитарным требованиям. Климатическое оборудование состоит из систем отопления, охлаждения; датчиков температуры, влажности, CO₂; системы воздухопроводов; программного обеспечения, которые позволяют задавать и выдерживать следующие параметры: влажность Rh 60-95%, температура T 14-24C, содержание CO₂ 700-900 ppm.

Конструкция микотрона рассчитана на установку увлажнителя на основе форсунок высокого давления (в качестве основного увлажнения), а также есть возможность установки увлажнителя на основе ультразвукового увлажнения (для дополнительного до увлажнения). Характеристики микотрона (6,4х9х3): количество размещаемых блоков 600 шт (по 15кг); производительность: до 2-х тонн грибов (в месяц) при однозональном способе выращивания и до 4-х тонн грибов (в месяц) при двухзональном способе выращивания грибов. Характеристика микотрона (6х21х3): количество размещаемых блоков 1320 шт (по 15 кг); производительность: до 4-х тонн грибов (в месяц) при однозональном способе выращивания и до 8-ми тонн грибов (в месяц) при двухзональном способе выращивания.



Стеллажи. Для размещения субстратных блоков специально разработаны стеллажи, отличительными особенностями которых являются: универсальность (подходит для любых грибниц и зарастающих); простота (не требует специального монтажа); компактности при перевозке. Для перевозки стеллажей с субстратными блоками разработана специальная тележка, которая отличается маневренностью. С помощью данного оборудования процессы расстановки стеллажей с субстратными блоками и вывоза стеллажей с отработанными блоками становятся удобными и быстрыми.



Шокер предназначен для предварительного охлаждения грибов. Свежесобранные грибы прежде чем размещать в холодильнике, рекомендуется пропустить через шокер. После плавного охлаждения в шокере у грибов повышаются сроки хранения, дольше сохраняется свежий внешний вид и снижаются потери массы урожая (до 12-15%). Масса: 350 кг. Оптимальные габариты ящиков для грибов (ш/г/в, см): 30/40/11, масса охлаждаемых грибов за один цикл не более 110 кг, производительность 220 кг/час, потребляемая мощность не более 3,6 кВт

Системы увлажнения на основе форсунок высокого давления



Схема устройства системы увлажнения в помещении на основе форсунок высокого давления.

Комплектация:

1. Станция высокого давления (рама, насос ВД, электродвигатель, автоматика управления и защиты).
2. Фильтры тонкой очистки.
3. Шланг низкого давления (НД) (подача воды - фильтры - станция ВД).
4. Трубка высокого давления (ВД) (станция ВД - форсунки).
5. Соединительные трубки ВД (Т - образные; L - образные и т.п.).
6. Форсунки.
7. Держатели форсунок высокого давления.
8. Крепёж трубки ВД (хомуты, трос и т.п.).

Станция высокого давления с автоматикой управления по таймеру и датчику влажности. До 300 м². Производительность – 2 л/мин (20-40 форс.). Давление – 100 бар. Мощность 1,2 кВт.



мощность 1,2 кВт.

Станция высокого давления с ёмкостью для воды и автоматикой управления по датчику влажности (до 500 м²). Производительность 2-3 л/мин (30-50 форс.). Давление – 70-100 бар. Мощ-



Системы увлажнения на основе ультразвукового увлажнителя



Комплектация:

1. Станция ультразвукового увлажнителя (промышленный увлажнитель).
2. Автоматика управления и защиты.
3. Датчик влажности.
4. Фильтры тонкой очистки.
5. Воздуховод подачи «холодного тумана».



Ультразвуковой увлажнитель с автоматикой управления по таймеру и датчику влажности. Мощность – 0,4 кВт, 6 л/час. Служит для стабилизации влажности.



Ультразвуковой увлажнитель с автоматикой управления по таймеру и датчику влажности. Мощность – 0,6 кВт, 6 л/час. Служит для стабилизации влажности.



Станция ультразвукового увлажнителя с автоматикой и с ёмкостью для воды. Мощность – 1,8 кВт. Производительность – 18 л/ч. Размер капли – 1-10 мкм. До 200 м².



Запасной рабочий модуль для промышленного увлажнителя ультразвукового. Мощность – 0,3 кВт.



Запасной модуль генератора высокой частоты

Брикет дымообразующий теромовозгонный



Предназначен, как для профилактики, так и для борьбы с грибными мухами и их личинками на всех этапах производства любых видов грибов.

Работы должны проводить ДВА сотрудника!

1. Убедитесь, что брикет сухой (вес не более 100 г).
2. Начните его подготовку к работе непосредственно перед началом обработки.
3. Подготовить необходимый для обработки препарат из класса перметринов (арриво, децис, цимбуш и т.п.).
4. Пропитать брикет препаратом с верхней стороны из расчета 3-7,5 г действующего вещества (это количество должно содержаться не более, чем в 30 мл препарата).
5. Перенести брикет в обрабатываемое помещение (один брикет на 400-700 м²) и установить на подставку из негорючего материала с низкой теплопроводностью (кирпич, керамическая плитка и т.п.).
6. Выключить вентиляцию и убедиться, что помещение достаточно герметизировано.
7. Поджечь брикет с нижней (сухой) стороны, затем пламя задуть!
8. Быстро покинуть помещение, плотно прикрыв за собой дверь.
9. Через два часа включить вентиляцию (включение должно производиться вне зоны обработки).
10. После трехкратной смены воздуха можно приступать к работе в обработанном помещении.

Коммуникационная инфраструктура

Проектом предусмотрено строительство основного комплекса 1 440 кв. м, а также компостный цех и склад под сырье составляет 2 400 кв. м, в котором будет присутствовать вся необходимая коммуникационная структура (электро-, тепло- и водоснабжение, телефонная связь).

Организация, управление и персонал

Учитывая запланированные в настоящем бизнес-плане обороты предприятия, рекомендуется осуществлять деятельность в рамках товарищества с ограниченной ответственностью с использованием общеустановленного режима налогообложения (в связи с планируемыми оборотами предприятия). Общее руководство предприятием осуществляет директор. Главный технолог контролирует работу производственных персоналов. Организационная структура предприятия имеет следующий вид, представленный ниже.



Рисунок. Организационная структура

Приведенную структуру управления персоналом можно отнести к линейной. Она позволяет директору оперативно управлять работой предприятия и находиться в курсе событий.

Затраты на реализацию проекта.

Оценка инвестиционных затрат представлена в следующей таблице.

Наименование	Сумма, тыс. тг.	2018				
		Янв.	Фев.	Мар.	Апр.	Май.
Строительства основного комплекса.	26 000	5 200	5 200	5 200	5 200	5 200
Строительства компостного цеха и склада под сырье.	21 000	4 200	4 200	4 200	4 200	4 200
Строительные работы из 30 рабочих человек.	18 000	3 600	3 600	3 600	3 600	3 600
Оборудование для выращивания грибов.	22 000				11 500	11 500
Итого:	87 000	13 000	13 000	13 000	24 500	24 500

Цена за доставку оборудования включена за общую стоимость самого оборудования.

Эксплуатационные расходы.

Эксплуатационные расходы состоят из переменных расходов.

Переменные расходы в месяц, без НДС

Наименование	Ед.изм	Цена за ед.	Сырье, удобрения и хим. препараты	
			Норма расхода на одного цикла.	Сумма, тг.
Навоз конский средне-соломистый	кг.	10	117 500	1 175 000
Солома	кг.	15	117 500	1 762 500
Карбамид (мочевина)	кг.	200	705	141 000
Суперфосфат	кг.	350	3 055	1 069 250
Гипс строительный	кг.	55	4 230	232 650
Аммиачная селитра	кг.	65	1 880	122 200
Патока сахарная	л	1 000	47	47 000
Вода	л	2	313 333	626 667
Упаковка	кг.	30	58 750	1 762 500
Мицелия	кг.	3 500	2 350	8 225 000
Итого:				15 163 767
Итого расходы за кг шампиньонов				258

Переменные расходы состоят из затрат на сырье, удобрения, химические препараты и мицелий.

Количество шампиньонов урожая за цикл 58 750 кг при объеме рабочей площади стеллажей 2 350 кв. м, расход компоста 235 тонн, а мицелия – 2 350 кг за одного цикла. Стоимость 1 кг мицелия 3 500 тенге, мицелий заказывается сразу на весь объем производства, в последующее время через цикл производства по мере его использования.

Состав компоста: конский навоз свежий 50%, солома пшеничная или ржаная/золотистого цвета без примесей травы, сухая, 50%, мочевины/карбамид – 3 кг на тонну компоста, суперфосфат – 13 кг на тонну, гипс строительный – 18 кг на тонну, аммиачная селитра – 8 кг на тонну, патока сахарная – 3 л на 15 тонн компоста /патока – отходы сахарного производства. Время приготовления компоста 27-30 дней – компост готовится непосредственно перед посадкой, срока хранения компост не имеет.

Содержание азота

Материал	Влажность, %	Сухое вещество, кг	Содержание азота		Требуется азота, до 2 %	
			%	кг	%	кг
Солома	15	850	0,5	4,25	-	-
Навоз конский средне-соломистый	50	150	1,5	2,2		
Карбамид (мочевина)	—	-	46	2,3		—
Аммиачная		—	35	8,75		—
Итого		1 000	-	17,5		-

Общие и административные расходы

В следующей таблице приведены постоянные расходы предприятия в месяц.

Общие и административные расходы предприятия в месяц, тыс. тг.

Затраты		2018	2019-2024	Примечание
ФОТ		2 503	2 503	
Транспортные расходы		100	20	
Хоз. нужды		80	80	
Услуги связи + интернет		25	25	
Электроэнергия	23 400 кВт	468	468	из расчета электропотребления оборудование * 24 час. работы * 30 раб. дня
Канцтовары		15	15	

Обслуживание и ремонт ОС		120	120	
Услуги банка		15	15	
Расходы на рекламу		50	50	
Прочие непредвиденные расходы		150	150	
Итого		3 526	3 446	

Общая мощность станков за один час потребление электроэнергии 65 кВт. В данном проекте потребление электроэнергии будет среднем 32,5 время работы – 24 часов, 30 рабочих дней. Основной статьей общих и административных расходов является ФОТ.

Расчет расходов на оплату труда, тыс. тг

№	Должность	Количество	оклад	Итого ЗП к начислению	К выдаче	ФОТ
Адм.-управленческий персонал						
1	Директор	1	100 000	100 000	83 446	109 900
2	Бухгалтер	1	70 000	70 000	59 146	76 930
3	Юрист	1	70 000	70 000	59 146	76 930
	Итого	3	240 000	240 000	201 738	263 760
Производственный персонал						
1	Главный технолог	1	90 000	90 000	75 346	98 910
2	Бригадир шампиньонного комплекса	1	80 000	80 000	67 246	87 920
	Разнорабочий	21	70 000	1 470 000	1 242 885	1 623 615
3	Бригадир компостного цеха	1	80 000	80 000	67 246	87 920
4	Разнорабочий	2	70 000	140 000	118 292	153 860
	Итого	26	390 000	1 860 000	1 571 015	2 052 225
Обслуживающий персонал						
1	Водитель	1	70 000	70 000	59 146	76 930
2	Охранник	2	50 000	100 000	85 892	109 900
	Итого	3	120 000	170 000	145 038	186 830
	Всего по персоналу	32	750 000	2 270 000	1 917 790	2 502 815

Сумма расходов на оплату труда составляет 2 503 тыс. тенге в месяц.

Отчет о доходах и расходах

тыс.тг.

Наименование	Всего	2 018	2 019	2 020	2 021	2 022	2 023	2 024
		Итого	Итого	год	год	год	год	год
Доход от реализации продукции	912 257	84 861	115 052	132 188	139 531	146 875	146 875	146 875
Шампиньоны	912 257	84 861	115 052	132 188	139 531	146 875	146 875	146 875
Себестоимость реализ. продукции	188 368	17 523	23 757	27 295	28 811	30 328	30 328	30 328
Сырье, удобрения и хим.препараты	188 368	17 523	23 757	27 295	28 811	30 328	30 328	30 328
Валовая прибыль	723 889	67 339	91 296	104 893	110 720	116 547	116 547	116 547
Расходы периода	286 261	32 561	42 405	42 357	42 308	42 259	42 210	42 162
Амортизация	38 150	5 450	5 450	5 450	5 450	5 450	5 450	5 450
Расходы по процентам за кредиты	8 920	1 962	3 072	2 184	1 295	407		
Доход до выплаты налогов	390 558	27 366	40 368	54 902	61 667	68 431	68 887	68 936
Налог на деятельность ТОО	91 226	8 486	11 505	13 219	13 953	14 688	14 688	14 688
Чистая прибыль	299 333	18 880	28 863	41 683	47 714	53 744	54 200	54 248
Кумулятивная чистая прибыль	299 333	18 880	47 743	89 427	137 141	190 885	245 084	299 333

50. СОЗДАНИЕ ПЛОДОВО-ЯГОДНОГО ХОЗЯЙСТВА ПО ВЫРАЩИВАНИЮ ЯГОДЫ МАЛИНЫ СОРТА ЛАШКА



Анкета проекта:

Цели инвестиционного проекта: создание плодово-ягодного хозяйства по выращиванию ягоды малины сорта Лашка.

Стоимость проекта: 3,3 млн. тенге.

Срок окупаемости: 5 лет.

Концепция проекта.

Концепция проекта предусматривает создание плодово-ягодного хозяйства по выращиванию ягоды малины сорта Лашка. Проект предусматривает организацию деятельности предприятия в сфере плодоводства и питомниководства.

Плодоводство. Закладка, возделывание, развитие интенсивного сада плодово-ягодных культур для получения ягод с внедрением и проведением следующих мероприятий:

- проведение комплекса мелиоративных работ для улучшения плодородия почвы (внесение органического и неорганических удобрений);
- внедрение современных влага-сберегающих технологий (систем капельного и дождевого орошения);
- установкой шпалер, растяжек;
- строительство ограждения, закладка ветрозащитных насаждений.

Питомниководство: выращивание саженцев, сеянцев плодово-ягодных пород; выращивание саженцев, сеянцев декоративных растений лиственных и хвойных пород.

Цель и задача проекта:

Целями деятельности предприятия будут:

Получение высококачественной, экспортноориентированной, конкурентоспособной продукции для реализации на внутреннем и внешнем рынках.

Бесперебойное обеспечение населения плодово-ягодными видами сельскохозяйственной продукции, а именно новыми сортами малины.

Извлечение прибыли от результатов производства и реализации сельскохозяйственной продукции.

Организация и предоставление новых рабочих на производствах предприятия для сельских жителей, решение их социальных вопросов.

С давних времен сад был для человека символом красоты, добра, богатства. Он не только дает высококачественный продукт питания. Сад дарует людям здоровье, любовь к прекрасному, очарование и вечную молодость. Плоды содержат витамины, органические кислоты и минеральные соли, необходимые для нормальной жизнедеятельности и здоровья человека, гармоничного роста и развития детей. Фрукты и ягоды повышают работоспособность, укрепляют нервную систему, продлевают жизнь.

В каждом полноценном пищевом рационе должны быть свежие фрукты и ягоды, содержащие биологически активные вещества, витамины, пектины и необходимые для организма микроэлементы. Фрукты и ягоды дают ценные по вкусовым и целебным качествам плоды. Они содержат большое количество углеводов в виде легкоусвояемых сахаров (глюкоза, фруктоза, сахароза). Плоды и ягоды служат главным источником биологически активных веществ, пектинов и всех видов витаминов А, В, С, РР и др., содержат бактерицидные вещества, разнообразные ферменты и многие другие жизненно необходимые компоненты, играющие колоссальную роль в жизни и питании человека.

Медицинскими исследованиями установлено, что минимальная норма потребления человеком фруктов в год составляет 100кг. Фрукты полезны для всех возрастов, даже для грудных детей. Они являются дополнительным питанием не только для здорового, но и для больного человека. Многие болезни бесследно излечиваются благодаря употреблению плодов и ягод. Люди, постоянно употребляющие фрукты в большом количестве, отличаются долголетием и хорошим здоровьем. Помимо употребления плодов и ягод в свежем виде, их хорошо используют как сырье в пищевой промышленности, перерабатывают в различные консервы, соки, желе, варенье и прочее.

В настоящее время в Казахстане производство плодово-ягодной продукции является недостаточным. Концепция проекта предусматривает организацию деятельности предприятия в сельскохозяйственной отрасли в соответствии с программой по развитию Агропромышленного комплекса в Республике Казахстан. Данный проект ориентирован на удовлетворение потребности населения качественной растениеводческой, плодово-ягодной продукцией отечественного производства в Жамбылской области.

Общие инвестиционные затраты по проекту включают в себя:

№ п/п	Наименование статей	Сумма, тенге	Доля, %
1	Затраты на приобретение и доставку основных средств.	2 700 000	82%
2	Подготовительные работы для реализации проекта.	600 000	18%
Всего по проекту		3 300 000	100%

Финансирование проекта планируется осуществить в рамках первого направления Единой программы поддержки и развития бизнеса «Дорожная карта бизнеса 2020» по инструменту «Предоставление государственных грантов».

№ п/п	Наименование статей	Сумма, тенге	Доля, %
1	Грантовые средства	3 000 000	90%
2	Собственные средства	300 000	10%
Итого		3 300 000	100%

Виды деятельности предприятия:

- Выращивание саженцев деревьев и кустарника ценных плодово-ягодных пород.
- Возделывание плодородия, товарное производство фруктов и ягод.
- Реализация товарной продукции плодово-ягодных культур.
- Реализация саженцев и сеянцев декоративных, плодовых деревьев и кустарника.

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

Целевой группой потребителей планируемой деятельности будет

- население;
- фруктово-овощные рынки, магазины;
- предприятия-переработчики продукции плодово-ягодных культур;
- компании озеленители, специализированные садовые центры, садоводы, владельцы приусадебных участков;

- государственные заказы;
- экспорт на внешние рынки (при условии внедрения стандартов качества и сертификации продукции);
- развитие растениеводческого кластера страны;
- создание новых рабочих мест, что позволит работникам получать стабильный доход.

Описание продукта.

Малина – ценная ягодная культура. Она скороплодная, ягоды ее вкусны, ценны для переработки и имеет лечебное значение, легко размножается. Сок малины содержит: сахара – 7,3-10,7%, эфирные масла – 0,5%, витамин С, свободные кислоты (яблочную, муравьиную, салициловую, лимонную), микроэлементы и др.

Малина – корнеотпрысковый полукустарник с многолетним корневищем, развивающим двухгодичные надземные стебли (побеги). Наиболее ценными в целях товарного плодоношения считаются ремонтантные сорта. Длительный период покоя, позднее цветение ограждает малину от весенних заморозков.

Малина – типичный полукустарник с многолетней подземной частью, состоящей из корневища, боковых придаточных корней, и надземной частью – однолетних и двулетних побегов. Размножается отпрысками, корневыми черенками и отводками. Корневая система мочковатая, (h-0.1,0.3m. d-0.2,0.4m) развитие и глубина залегания обуславливается сортовыми различиями, почвенно-климатическими условиями и уровнем агротехники. Малина предпочитает умеренно-влажные питательные суглинки или супесчаные почвы, не выносит сырых мест и выгорает на сухих участках. Не пригодны затопляемые места, где высота грунтовых вод менее одного метра.

Малина «Ляшка» – польский сорт малины очень раннего срока созревания. «Ляшка» – один из самых урожайных сортов малины с крупной ягодой. Также, сорт является одним из самых популярных ранних сортов малины в России, Беларуси, Украине. Плодоношение у сорта длительное. Первый сбор ягоды приходится на середину июня и продолжается до конца июля. Плодоносит малина «Ляшка» на двулетних побегах.

Куст у сорта «Ляшка» высокий от 2 до 3 метров. Стебли жесткие с многочисленными, но мелкими шипами. Сорт легко разрастается, его легко размножать. Двулетние побеги дают много плодоносящих побегов средней длины.

Ягода у малины «Ляшка» красная, удлинённой формы, крупная, с небольшим опушением. Размер ягоды крупный до 4 см в длину и средним весом 6 г. При хорошей агротехнике ягоды достигают очень крупного размера (свыше 4 см) и имеют прямоугольную форму. Транспортабельность ягоды у «Ляшки» отличная.

В связи с тем, что растение имеет высоту побегов до 3-х метров и стебли малины «Ляшка» буквально усыпаны крупными ягодами, установка шпалеры является просто необходимой. Учитывая высоту растения, для наилучшей освещенности, междурядья при посадке оставляют 2.5 м.

Сорт «Ляшка» является перспективным в выращивании. Урожайность сорта достигает 20 тонн с гектара. Сорт хорошо подходит как для домашнего выращивания, так и для промышленного.

Программа производства.

1 – одревесневший корневой отпрыск;

2 – зеленый корневой отпрыск;

3 – корневой черенок с почками;

4 – укорененная верхушка малины.

Программа продаж будет осуществляться путем заключения контрактов на прямую поставку продукции оптовым продавцам, а также посредством рекламных акций.

Планируемая программа производства по годам.

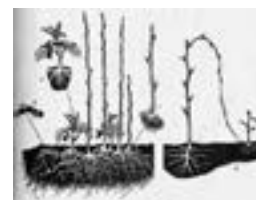
Показатель	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год
Малины, тн.	0,8	1,0	2,8	4,0	4,0
Саженцы, шт.	0	10 000	20 000	25 000	25 000

Основным рынком сбыта плодово-ягодной продукции является регион Южного Казахстана (города Алматы, Шымкент, Тараз), а также планируется реализовывать в других регионах страны (Северные и Восточные регионы Казахстана). При этом по регионам РК ежедневно поступает недостаточное количество плодово-ягодной продукции, что способствует росту цен на данный товар. В условиях постоянного дефицита сбыт качественной продукции не представляется затруднительным.

Планируемая программа продаж по годам.

Наименование статей	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год
Планируемая программа производств по годам, в %	20,00%	25,00%	70,00%	100,00%	100,00%
Доход от реализации малины, тг.	480 000	600 000	1 680 000	2 400 000	2 400 000
Планируемая программа производств по годам, в %	0,00%	40,00%	80,00%	100,00%	100,00%
Доход от реализации саженцев, тг.	0	1 000 000	2 000 000	2 500 000	2 500 000
Общая выручка от реализации продукции, тг.	480 000	1 600 000	3 680 000	4 900 000	4 900 000

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



Маркетинговый план.

Описание рынка продукции.

Фруктово-ягодное производство постепенно становится одним из приоритетных для Казахстана, его доля в валовой продукции сельского хозяйства составляет около 4%. По данным Международной финансовой корпорации, объем отечественного ягодного рынка достигает 100 тыс. тонн. Представлены как культурные виды ягод, так и дикоросы (растущие в лесах), по объемам сбора которых Казахстан – одна из ведущих стран. В совокупном предложении лидерство удерживает клубника – на ее долю приходится 53%, по 22% занимают смородина и малина. В розничной продаже также можно встретить и малораспространенные виды ягод, такие как крыжовник, клюква, черника, земляника лесная, облепиха, черноплодная рябина, калина и т.д. Преимущественно их выращивают садовники-аматоры. Казалось бы, в сезон дефицита ягод не ощущается – прилавки базаров и лотков на улицах ломятся от клубники, черники, малины. Вместе с тем переработчики и экспортеры сбиваются с ног в поисках сырья. Фермеров и поставщиков ягод пока не так много. Как результат, цены динамично растут, и, по мнению экспертов, такая ситуация сохранится в ближайшие 5-6 лет. У нас пока спрос превышает предложение, поэтому как розничные, так и закупочные цены выше, чем могли бы быть. Ежегодно производство ягод увеличивается на 10-15%, но вполне реально наращивать его и на 25% в год. Наибольшим спросом пользуются клубника, голубика и малина. При этом можно развивать и производство других ягод, чтобы удовлетворить потребность в ассортименте, – смородину, ежевику и пр. Выращивать выгодно абсолютно все виды ягод – по одним ниже маржа, но больше объем рынка, а по другим – наоборот. К примеру, выращивание голубики обеспечивает высокую маржу, однако объем рынка маленький и необходимы большие инвестиции. Спрос на клубнику, напротив, огромен, однако рентабельность ниже. Рынок ягод Казахстана только формируется – на нем еще достаточно места для новых игроков. Но быстро занять свободные ниши не получится, это непростой бизнес.

Примерно 10% ягод реализуется через сети супермаркетов, остальная часть – на рынках. Около 25–30% поступает на переработку. Специализирующегося на выращивании садовой земляники, наиболее выгодно продавать ягоды на открытых рынках. Сдавать продукцию на переработку не выгодно. Кстати, все перерабатывающие предприятия испытывают огромный дефицит сырья. Несмотря на то что некоторые переработчики в этом году были готовы платить до 700 тенге за 1 кг земляники, если вычесть затраты на упаковку и маркетинг, розничные цены на рынке гораздо выше. Потому что предложение продукции ограничено, а спрос высокий. С супермаркетами мы также работать не хотим – низкие закупочные цены, большая отсрочка платежа, да и торговать они пока не умеют.

Наряду с выращиванием востребовано и производство замороженных ягод. Заморозка дикорастущих плодов развита неплохо (Казахстан занимает 8-е место в мире по производству замороженных дикорастущих ягод), а вот культурных (из-за проблем с сырьем) – оставляет желать лучшего. Основной канал сбыта замороженных ягод – дальнейшая переработка и экспорт. Экспортируются, как правило, клюква, черника и другие ягоды рода *Vaccinium* (вакциниум – род вечнозеленых и листопадных кустарников, полукустарников и кустарничков) – 75% собранных ягод идет во Францию, Германию, Литву, Польшу, США. По мнению специалистов, экспортный потенциал украинского плодово-ягодного производства остается почти неиспользованным, что открывает огромные возможности для инвестирования в улучшение технологий, технической базы, послеуборочной доработки и маркетинговой составляющей.

Более 80% ягод выращивается населением и мелкими хозяйствами, которым этот бизнес приносит немалую прибыль. Кстати, примерно 60% ягод, импортируемых сейчас в Казахстан, преимущественно клубника и вишня из Китая и Польши, могли бы быть выращены отечественными сельхозпроизводителями. Доля импорта составляет 1,7% и вряд ли она увеличится, ведь ягоды – продукция скоропортящаяся и поэтому мало подходящая для транспортировки. В Казахстане мелкие партии ягод выращивает или собирает население. Более крупные объемы на площадях от 0,5 га до 100 га в открытом грунте, пленочных парниках и стеклянных теплицах обеспечивают фермеры. Ягода поступает в продажу в основном от профессиональных производителей, так как этот продукт скоропортящийся и не подходит для того, чтобы перепродавать его по несколько раз, как яблоки или другие фрукты.

Выращивание ягод – один из самых сложных, но в то же время один из наиболее прибыльных видов плодовоовощного бизнеса. На 20 га ягод фермеры выручают 12-15 млн. тенге в сезон. По сравнению с выращиванием зерновых, ягоды занимают относительно небольшие площади. Вместе с тем они требуют значительных трудозатрат: чтобы собрать ягоды с 1 га, нужно как минимум пять человек. Сбор урожая – трудоемкий процесс, а сохранить товарный вид и продать продукцию еще сложнее. Отчасти поэтому хозяйства, реализующие ягоды прямо с поля, зарабатывают втрое меньше, чем те, которые поставляют их в супермаркеты или на рынки. При правильной организации логистики на 1 га малины можно заработать в 100 раз больше, чем на 1 га пшеницы. Производство ягод – очень выгодный бизнес, но его инвестиционная привлекательность отличается от того, что обычно можно выразить в EBITDA и других показателях. В ягодном бизнесе основные риски сопряжены с погодными условиями, человеческим фактором. Тут нужны знания. Если правильно построить бизнес, то рентабельность может достигать 600% в год, а может быть, и минус 100%. Если не дооценить специфику, гарантированно потеряешь все инвестиции. Рентабельность производства ягод составляет от 40% до 300%, в зависимости от технологии, урожайности и способности производителя эффективно реализовать свою продукцию.

Розничные цены на фрукты, ягоды по состоянию на март 2017 г., тенге/кг

Наименование продукции	Цена, тг/кг
Малина	700
Крыжовник	650
Смородина	620
Виноград	550
Клубника	450
Яблоки	400

Конкурентноспособность

Продукция ИП благодаря высококачественному новому сорту малины «Лашка» будет обладать следующими неоспоримыми преимуществами:

- Высокое качество товаров (Product).
- Доступность цены (Pricing).
- Дистрибуция (Place).
- Продвижение (Promotion).

Высокое качество товаров будет обеспечено за счет

- профессионально предоставленных товаров;
- использования качественного сырья;
- обеспечения соответствия требованиям по документообороту и менеджменту качества.

Доступность цены будет обеспечена за счет

- использования безотходных технологий в хранении;
- диверсификация производства;
- сбалансированной политике продаж по сезонам.

Прогнозные оценки развития рынка, ожидаемые изменения

В целом, Казахстан обеспечивает себя фруктами и ягодами. На сегодняшний день преобладает импорт фруктов и ягод из ближнего и дальнего зарубежья. Чтобы достичь необходимого уровня обеспечения внутреннего рынка ранними фруктами и ягодами, необходимо дополнительно увеличить производство площадей под сады фруктов и ягод. Для этого есть государственные стимулы, прежде всего это субсидирование. В настоящее время на рассмотрении в сенате находится проект закона о продовольственной безопасности, где предусмотрена норма по субсидированию сельского хозяйства. Предполагаемая урожайность плодового хозяйства 4-5 килограмм на квадратный метр позволяет делать прогноз о дополнительном производстве за счет реализации данной программы плодово-ягодной продукции, а также создать дополнительно до 3 рабочих мест на селе.

Стратегия маркетинга

Целью маркетинга является создание условий для работы отрасли плодового хозяйства. Возможным противодействием вступлению компании на рынок со стороны конкурентов может быть резкое снижение цены (ценовой прессинг) вследствие достаточно больших производственных мощностей этих фирм. Ответным действием может быть усиление рекламы продукции.

В целях продвижения товара на рынке планируется провести широкую рекламную кампанию через средства массовой информации. Будут даны рекламные объявления в местных газетах, реклама на радио. Также будут изготовлены листовки для оптовых и розничных продавцов продукции. Формирование спроса и стимулирование сбыта планируется исходя из следующих моментов:

- выгодное месторасположение;
- относительно низкий уровень цен по сравнению с другими;
- современное оборудование;
- реализация программ по стимулированию спроса.

Технологический процесс

Для выращивания ягод требуется выделить участок сельскохозяйственного назначения с плодородной почвой, наличием поливной воды с возможностью подключения к электросетям. На первоначальном этапе необходимо провести следующие агротехнические мероприятия:

1. Культур-технические мероприятия.
2. Планировка, плантаж, разбивка территорий.
3. Выкопка, подготовка посадочных мест.
4. Улучшение почвы путем внесения плодородного Гумуса, перегноя.
5. Монтаж системы орошения.
6. Установка шпалер.
7. Высадка саженцев.
8. Послепосадочный уход.
9. Строительство вспомогательных зданий, сооружений для хозяйственных нужд.
10. Строительство ограждений по периметру участка.

1. Культур-технические: удаление камней, кочек, пней, кустарников, сорняков. Настоящее мероприятие проводится механизированным способом доработкой вручную.

2. Плантаж, планировка, нивелирование, разбивка участка. Настоящие работы выполняются в зависимости от первичной геодезии участка с учетом стока осадковых вод (поверхностный дренаж), схемы посадки и с учетом биологии роста растения. Разбивка участка должна предусматривать обслуживающую полосу, свободную от насаждений h-4m., с благоприятным расположением для террасирования воздушных масс.

3. Подготовка посадочных мест. При прямоугольной кустовой посадке разработка грунта в посадочных ямках на расстояниях: междурядий 2м, 2.5м., в ряду 1.5м., при этом лунка размером d-0.6m, h-0.5m. При ленточной посадке, разработка грунта междурядий на расстояний 2м, 2.5м., в траншее размерами l-0.5m, h-0.5m. Извлекаемый грунт тщательно очищают от различных сорных корней, камней, ссыпается, укладывается по кромке, краю лунки в дальнейшем его используют при создании кромки лунки и обратной засыпке в лунки.

4. Подготовка почвы. Почву под насаждения тщательно очищают от сорняков, камней и прочего различного мусора. Заправляется органическим удобрением (перегной, навоз) из расчета 20% (40-60 т на 1 га /4-6кг на 1м2), гумус (плодородная почва) из расчета 20% (40-60 т на 1 га /4-6кг на 1м2), речной песок по необходимости для создания благоприятной

среды в корневой зоне. Внесение неорганических удобрений комплексного NPK (15,20,30) – 2,3 центнера на гектар с учетом того, что наибольшие требования малина предъявляет к азоту и калию, меньшие к фосфору.

5. *Вода* – один из важнейших факторов, необходимых для нормального роста и развития растений. Настоящий проект предусматривает внедрение капельной системы орошения, с использованием забора воды из открытого источника. Система орошения состоит из водозаборного напорного узла, сети трубопроводов, микро-выпусков (тарированных капельниц), запорно-регулирующую арматуру, компрессионных соединительных разводящих фитингов, водоизмерительной аппаратуры, гидро-подкормщика.

Для предотвращения попадания инородных частиц устанавливаются фильтры, водо-подача в систему осуществляется (мотопомпой, насосом), поливная вода нагнетается в магистральный полиэтиленовый трубопровод PE d-63mm, из магистрального трубопровода вода подается в разводящий трубопровод также полиэтиленовый PE d-50mm. Полив осуществляется посредством микровыпусков тарированные капельницы монтируются на полиэтиленовом подающем трубопроводе PE d-20/15mm. Система монтируется с применением фасонных фитингов. Для регулировки давления воды в системе на магистральном и подающем трубопроводе устанавливается запорно-регулирующая арматура.



6. *Установка шпалер*. Шпалеры, колышки устанавливаются с целью удобства ухода за растениями, предотвращению поломки и повреждений растений от внешних факторов (ветер и т.д.), снижения нагрузки на побеги при плодоношении.

При ленточной посадке рекомендуется применение Т-образной опоры на расстоянии 4-5 м высотой до 1,5 м, при этом на высоте 0,6-1,2 м от земли натягивают две параллельные проволоки на расстоянии 60 см друг от друга. Побеги аккуратно расправляются и подвязываются к проволоке.

При кустовой посадке на каждое растение устанавливается колышек высотой 1,5 м, побеги растения бережно расправляются и подвязываются к колышку. Побеги при этом имеют хорошее освещение и лучше развиваются, созревание ягод более дружное, урожай выше чем у бесшпалерной культуры. Кроме того, шпалерная культура облегчает уход за почвой и сбором урожая.

7. *Посадка саженцев*. Различают весеннюю и осеннюю посадку. При весенней посадке нельзя запаздывать, так как почки у малины распускаются рано что может отрицательно отразиться на приживаемости, осеннюю посадку производят в период с конца сентября до середины октября. У малины с возрастом происходит поднятие корней к поверхности почвы, поэтому ее высаживают глубже на 2 см чем она росла. Посадку производят в предварительно подготовленные места (лунки, траншею) очищенных от камней, сорняков и прочего мусора, обильно заправленных органическим удобрением. Высаживаются здоровые рослые саженцы при необходимости при посадке производят обрезку больных, поломанных, корявых корней и побегов, корни бережно расправляют, присыпают и утаптывают. После посадки растение обильно поливается 4-7 дней для лучшей приживаемости.

8. *Послепосадочный уход*. После посадки побеги обрезают на высоте 20-25 см от поверхности почвы и поливают малым потоком воды, затем мульчируют слоем 5-8 см. В первый год после посадки малину поливают каждые 7-10 дней, почву содержат в рыхлом состоянии, чистой от сорняков. Уход за плодоносящей малиной должен увязываться с фазами вегетации. В развитии кустов малины различают 4 фазы вегетации. Первая фаза – весенний рост побегов и боковых ответвлений (апрель, май). В этот период следует дать первую подкормку и полив, провести рыхление на глубину 4-6 см, не повреждая вновь появляющиеся побеги и корни. Вторая фаза – цветение и рост ягод (июнь-июль). Цветет малина поздно и для нее не опасны весенние заморозки. В этот период требуется полив, внесение удобрений, рыхление почвы, удаление сорняков. Третья фаза – цветение, созревание ягод (конец июля, август, сентябрь). В этот период наблюдается самая жаркая погода, происходит интенсивный процесс плодоношения, поэтому необходимо проводить регулярный полив с постоянной периодичностью, после каждого сбора ягод. Четвертая фаза – закладка цветочных почек и подготовка к зимовке. В этот период сокращают полив и даже прекращают, так как побеги должны вызреть.

9. *Удобрение малины*. Наибольшие требования малина предъявляет к азоту и калию, меньше к фосфору. Первую подкормку проводят ранней весной в начале апреля, вторую – во время формирования завязи, третью – сразу после завершения сбора урожая ягод для формирования урожая будущего года и укрепления, подпитки растения на зимний период. На 1 кв.м вносят в каждую подкормку по 20-25 г аммиачной селитры или 15 г мочевины, 10 г двойного суперфосфата или 25 г простого, и 10 г хлористого или сернокислого калия. Калийных удобрений, содержащих хлор, следует избегать, так как удобрения, содержащие хлор вызывают у малины хлороз. Большой эффект дает подкормка навозной жижей или куриный помет, разбавленный в 10 раз, вносят из расчета 5 л на 1 погонный метр борозды вдоль ряда. Кусты малины полезно мульчировать, это создаст благоприятные условия для образования новых корней от которых зависит продуктивность.

Осенью сразу после уборки урожая производят вырезку отплодоносивших побегов и прореживание молодых побегов. Нужно оставлять молодые побеги до 10 шт на 1 пог.м. Вырезать лучше осенью, а укорачивать их весной. Обрезка взрослых кустов производится ранней весной. При обрезке старые ветви с 5-6-летнего возраста вырезаются, а взамен оставляют столько же молодых. Нормальный куст должен иметь до 18 ветвей. Сильные ветки укорачивают 1/3 длины. Прореживают лишние, загущающие. Хорошие результаты дает мульчирование прикорневой зоны навозом, мульчей на основе растительности.

С осени кусты прореживаются и удобряются. Нужно заглублять корневую шейку на 3-5 см, высаживая наклонно вдоль ряда примерно под углом 45°. Послепосадочную обрезку проводят не более как на 2-3 почки, в зависимости от расстояния их расположения на побеге. После посадки обязательно обильно полить, мульчировать прикорневую зону навозом, мульчей и прочим. *Уходные работы* включают в себя регулярную прополку, рыхление прикорневой зоны, полив, внесение удобрений, обрезку, обработку пестицидами.

Здания и сооружения.

Земельный участок для реализации проекта плодово-ягодного хозяйства у ИП уже имеется, площадь земельного участка 0,25 га. На земельном участке планируется разместить интенсивное плодово-ягодное хозяйство, с применением

шпалер высотой 1,5м, внедрением капельной системы орошения. Собранная продукция будет сразу реализовываться оптовым продавцом продукции, поэтому потребность в хранилище ягод отсутствует.

Обоснование выбора мест для реализации проекта.

Капельное орошение имеет почти универсальное применение, в частности оно, применимо там, где другие способы полива использовать невозможно или неэффективно:

- при сложном рельефе и большом уклоне участка;
- в районах с продолжительными засухами и постоянными сильными ветрами;
- на почвах с малой мощностью и очень низкой или высокой гигроскопичностью;
- на почвах склонных к засолению;
- при использовании для орошения воды с большим содержанием растворимых солей.

Очень эффективным является использование систем капельного полива при интенсивных технологиях выращивания сельскохозяйственных культур. Этот метод используется для выращивания большинства видов сельскохозяйственной продукции на почвах любого типа и с оросительной водой даже самого плохого качества. Учитывая, что капельное орошение дороже обычных способов полива, использовать его необходимо с максимальной отдачей, и только там, где без него не обойтись. Это, прежде всего склоновые земли, где можно использовать естественный напор; песчаные почвы; земли с уже существующим машинным орошением и земли с недостатком оросительной воды.

Технология применения капельного орошения включает в себе несколько этапов, представленных в таблице.

Этап	Описание
1-й этап – Подготовительный	В начальной стадии реализации проекта выполняются геодезические работы, на имеющемся массиве земли определяются точки наибольших и наименьших высот, на основе этих данных создается карта капельного орошения. Данная карта предназначена для обеспечения нормального равномерного полива, которая создается путем регулирования давления воды в системе.
2-й этап – Предварительные агротехнические работы	На данном этапе производятся работы по подготовке земли для дальнейших работ – вспашка, малование и боронование земли. Далее производится взнос минеральных удобрений для обогащения земли необходимыми питательными элементами.
3-й этап – Установка оборудования капельного орошения	После проведения предварительных агротехнических работ на поле производится подвод воды, установка различных фитингов и соединений, системы фильтрации, системы механической регулировки клапанов и задвижек и системы фергитации (система взноса минеральных удобрений, для подкормки растений). Схема установки и описание процесса приведены ниже.
4-й этап – Посев и уход в поле, прокладка шлангов капельного орошения	Производится посев прокладка шлангов по междурядьям в зависимости от выращиваемых культур. Через два-три полива производится первая ручная прополка, для уничтожения сорняков, которые могут повредить развитию растений. При применении капельного орошения сокращается количество прополок против сорняков, это обусловлено применением гербицидов против роста сорняков и тем, что вода поступает только на орошение растений – сорняки не получают воду. В течение всего периода развития производится культивация почвы, полив по капельной системе с внесением минеральных удобрений, обработка растений пестицидами, а также непрерывный контроль за развитием растений. Имеющие проблемы с ростом растений по причине болезней, решаются оперативно, анализируются, предотвращаются, и устраняются причины и дальнейшее развитие очагов заражения.
5-й этап – Сбор урожая	По мере созревания с полей убираются гибкие поливные шланги и приступают к уборке.



Организация, управление и персонал.

Организационно-правовая форма предпринимательства. Индивидуальный предприниматель, применяющий специальный упрощенный налоговый режим.

Разрешительная документация. Согласно Закона Республики Казахстан «О лицензировании», для ведения вышеуказанных вида деятельности не требуется получения какого-либо разрешения государственного органа. Общее руководство и контроль предприятием будет осуществлять сам предприниматель. Основные специалисты предприятия – работники растениеводства.

Основные затраты по проекту.

№ п/п	Наименование статьи затрат	Ед. изм.	Кол-во ед.	Цена за ед., тенге	Итого сумма, тенге
Грантовые средства					
1	Саженцы малины (сорт «Лашка»)	шт.	5 000	480	2 400 000
2	Доставка саженцев малины	шт.	5 000	60	300 000
3	Устройство капельного орошения, монтаж поливочной системы	шт.	1	300 000	300 000
Итого					3 000 000
Собственные средства					
4	Строительство ограждения	шт.	1	100 000	100 000
5	Устройство посадочных мест (вспашка, боронование, культивация, посадка), внесение гумуса и удобрения	шт.	1	200 000	200 000
Итого					300 000
Итоговая сумма по проекту					3 300 000

Сводная смета затрат за период

№ п/п	Наименование	Сумма в месяц, тенге	Итого за сезон, тенге
1	Уходные эксплуатационные работы, сбор урожая	120 000	480 000
2	Расходы по реализации продукции	200 000	200 000
3	Затраты по ФЗП персонала	120 000	480 000
4	Отчисления по ФЗП персонала	13 200	52 800
5	Выплата подоходного налога	12 250	147 000
6	Прочие расходы	20 000	80 000
Итого затрат		485 450	1 439 800

Расчет по фонду заработной платы персонала

№ п/п	Наименование профессии	Кол-во чел.	Оклад, тенге	Итого в месяц, тенге	Итого за сезон, тенге
Персонал предприятия					
1	Рабочие	3	40 000	120 000	480 000
Итого		3	40 000	120 000	480 000

Валовый доход от реализации продукции за период, тенге

№ п/п	Наименование статей	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год
1	Планируемая программа производств по годам в %	20,00%	25,00%	70,00%	100,00%	100,00%
2	Доход от реализации малины, тг	480 000	600 000	1 680 000	2 400 000	2 400 000
3	Планируемая программа производств по годам в %	0,00%	40,00%	80,00%	100,00%	100,00%
4	Доход от реализации саженцев, тг	0	1 000 000	2 000 000	2 500 000	2 500 000
Общая выручка от реализации продукции, тг		480 000	1 600 000	3 680 000	4 900 000	4 900 000

Валовый доход от производимых товаров по наименованиям

№ п/п	Наименование статьи	Ед. изм.	Кол-во продаж за 1 мес.	Цена за ед., тенге	Общий доход в мес., тенге	Общий доход за сезон, тенге
1	Малины (сорт «Лашка»)	тн.	4	600 000	2 400 000	2 400 000
2	Саженцы малины (сорт «Лашка»)	шт.	25 000	100	2 500 000	2 500 000
Итого					4 900 000	4 900 000

Прогноз отчета о прибылях и убытках по проекту (в разрезе по годам)

Наименование статьи	Годы					Итого за 5 лет, тенге
	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	
Поступления						
Выручка от реализации продукции	480 000	1 600 000	3 680 000	4 900 000	4 900 000	15 560 000
Итого выручка	480 000	1 600 000	3 680 000	4 900 000	4 900 000	15 560 000
Издержки						
Уходные эксплуатационные работы, сбор урожая	160 000	240 000	320 000	480 000	480 000	1 680 000
Расходы по реализации продукции	50 000	100 000	125 000	200 000	200 000	675 000
Прочие расходы	20 000	40 000	50 000	80 000	80 000	270 000
Итого производств. издержки	230 000	380 000	495 000	760 000	760 000	2 625 000
Затраты по ФЗП						
Затраты по ФЗП персонала	160 000	480 000	480 000	480 000	480 000	2 080 000
Отчисления по ФЗП персонала	17 600	52 800	52 800	52 800	52 800	228 800
Итого затраты по ФЗП	177 600	532 800	532 800	532 800	532 800	2 308 800
Операционная прибыль	72 400	687 200	2 652 200	3 607 200	3 607 200	10 626 200
Выплата подоходного налога	14 400	48 000	110 400	147 000	147 000	466 800
Чистая прибыль (остатки)	58 000	639 200	2 541 800	3 460 200	3 460 200	10 159 400

51. ВЫРАЩИВАНИЕ И РЕАЛИЗАЦИЯ КЛУБНИКИ СОРТА «ВИКТОРИЯ»

**Анкета проекта:**

Цели инвестиционного проекта: выращивание и реализация клубники сорта «Виктория».

Стоимость проекта: 1,5 млн. тенге.

Срок окупаемости: 8 месяцев.

Концепция проекта

Концепция проекта предусматривает строительство тепличного хозяйства с общей полезной площадью в 800 кв.м с системой капельного орошения, системой обогрева теплицы, а также с солнечными коллекторами для подогрева воды. В последнее время государство оказывает значительную поддержку агрокомплексу с целью обеспечения производства продуктов агропромышленного комплекса для внутреннего и внешнего пользования. Одним из критериев доступности является достаточная обеспеченность продукцией внутреннего рынка.

Инициатор проекта планирует организовать в Мунайлинском районе тепличное хозяйство, основным направлением деятельности которой станет выращивание и реализация клубники сорта «Виктория». Миссией компании будет предоставление высококачественного товара круглый год, так как на данный момент наблюдается сезонность реализации товара в Мангыстауской области, которая в свою очередь связана с низкой развитостью агрокомплекса в области.

Цели проекта:

Эффективное использование инвестиционных средств для организации предприятия.

Обеспечение организаций и местного населения качественной продукцией.

Удовлетворить спрос на клубнику в Мангыстауской области.

Изучение и внедрение передового опыта в выращивание ягодных культур.

Целевой группой планируемого предприятия будут являться потребители услуг – юридические и физические лица без возрастных, половых, а также иных различий Мангыстауской области.

Инвестиционные затраты и источники финансирования:

№	Наименование расходов	Источники финансирования, тенге	
		Кредит	Собственные средства
1	Основные средства	1 500 000,00	1 565 000,00
2	Оборотные средства	0,00	0,00
	Итого	1 500 000,00	1 565 000,00

Описание продукции.

Клубника – одна из наиболее вкусных ягод, которую любят и выращивают практически везде. Высота 30-35 см. Листья тройчатые, крупные, светло-зелёные, ребристые, густоопушённые. Калорийность клубники составляет всего 36,9 ккал на 100 г, что делает ее по-настоящему диетическим продуктом. Клубника не только вкусная ягода и замечательный десерт, но и активное лечебное средство. Она улучшает аппетит, благотворно влияет на пищеварение, обладает потогонным и мочегонным эффектом, нормализует солевой обмен, утоляет жажду, способствует кроветворению. Круглогодичное выращивание клубники – одна из самых выгодных идей малого бизнеса.

Самыми распространенными сортами клубники в Казахстане являются «Королева Елизавета», «Зенга Зенгана», «Виктория», «Русановка», «Источник», «Эверест» или «Фестивальная». Все они отличаются хорошей урожайностью и устойчивостью к вредителям. Стоит помнить, что успешный урожай клубники только на 50% зависит от выбора сорта клубники, остальное – это правильный уход за растениями.

Технология производства.

Основные требования к парнику. Теплица для выращивания клубники круглый год должна быть изготовлена из прочных и надежных материалов, которые обеспечат оптимальный режим температуры. Её необходимо оборудовать автоматизированной системой отопления. Температуру в теплице поддерживают на уровне +20-25°C.

Влажность воздуха должна соответствовать определенным требованиям: во время посадки – 80-85%; в период роста – 75%; во время цветения – 70%.

Освещение. Клубника в теплице круглый год будет давать отличный урожай, если до 14-17 часов в сутки увеличить световой день в зимний период. Такая продолжительность активизирует фотосинтез и другие процессы, влияющие на рост и созревание. Для увеличения светового дня установите систему искусственного освещения, наиболее приближенно к естественному. Лампы дневного света устанавливают на уровне 1 метра от грядки из расчета 1 лампа на квадратный метр.

Полив. Выращивание клубники в теплице круглый год требует организации правильного регулярного полива. Наиболее выгодным, с точки зрения экономии времени и затрат воды, будет использование автоматизированной капельной системы. Она позволит вовремя доставлять воду непосредственно в прикорневую зону растения.

Производственный цикл.

Для производства клубники круглый год планируется использовать всю площадь теплицы 800 кв.м., с перерывом в производстве на 2 месяца (январь, февраль). Такое распределение производства позволит избежать интенсивного использования почвы, а также обеспечить производственный цикл круглый год.

Анализ рынка и маркетинговая стратегия.**Характеристики рынка.**

На данный момент рынок клубники Мангыстауской области не представляет из себя цельного сегмента. В области отсутствуют какие-либо крупные производители и поставщики данного товара. Потребность рынка частичного удовлетворяется в весенний и летний период за счет подсобных хозяйств жителей области, а также замороженной импортной продукцией. Организуемое предприятие планирует выйти на рынок поставок клубники Мангыстауской области, как постоянный поставщик высококачественного товара большую часть года, тем самым удовлетворить часть спроса на клубнику в Мангыстауской области.

Стратегия ценообразования и канала сбыта

При формировании ценовой политики, предприятие учитывает все основные факторы, влияющие на цену своих услуг. Исходным фактором цены являются собственные издержки, учитывая при этом текущее соотношение спроса, предложения и темпы инфляции. Для достижения постоянных стабильных продаж, планируется заключение долгосрочных контрактов с сетевыми супермаркетами города и районов. Данное действие позволит реализовывать продукт оптовыми партиями, в связи с чем цену продукта придется удерживать в районе 300 тенге за килограмм. Для конечного потребителя цена продукта не должна превышать 800 тенге.

Производственный план.**Планируется закупить следующее оборудование:**

1	Газовый котел (с системой отопления)
2	Система капельного орошения (с водонапорной башней)
3	Солнечный коллектор для подогрева воды

Объем производства и реализации.

№	Наименование	Кол-во производства в месяц	Кол-во возвратов	Кол-во реализации с возвратами	Цена в тенге	Доля возврата
1	Клубника «Виктория»	3 200,00	608,00	2 592,00	500,00	19%

Цена на продукцию выведена из расчета максимальной доступности всем слоям населения.

Организационный план. Управление персоналом будет проводится руководителем. Приведенную структуру управления персоналом можно отнести к линейной. Она позволяет руководителю оперативно управлять работой предприятия и находиться в курсе событий.

Персонал	Кол-во человек	Оклад	Месячный фонд, тенге	Годовой фонд, тенге
Руководитель	1	150 000,00	150 000,00	1 800 000,00
Рабочие	3	150 000,00	450 000,00	5 400 000,00
Общий фонд заработной платы:	4	300 000,00	600 000,00	7 200 000,00

Оплата труда у всех работников является сдельной фиксированной. Предприятие будет функционировать на полную мощность по следующему графику: без выходных с 09-00 до 18-00.

Финансовый план**Целевое назначение инвестиционных средств:**

	№	Наименование	Цена	Кол-во	Мера	Сума
	Целевое назначение заемных средств					
Строительные материалы	1	Система освещения	240 000,00	1,00	ед.	240 000,00
	2	Бетон, песок, гравий	2 000,00	30,00	м. куб.	60 000,00
	3	Цемент	800,00	70,00	мешков	56 000,00
	4	Пиломатериал, брус, доска обрезная	30 000,00	15,00	м. куб.	450 000,00
	5	Пленка полиэтиленовая	25 000,00	2,00	рулон	50 000,00
	6	Гвозди, шурупы, уголок, крепежи	300,00	83,00	кг	24 900,00
Строительные работы	7	Разработка засыпка грунта, планировка	166,00	120,00	м. куб.	19 920,00
	8	Устройство фундамента	4 000,00	30,00	м. куб.	120 000,00
	9	Установка каркаса покрытие пленкой	180 000,00	1,00	ед.	180 000,00
Прочие расходы	10	Плодородный грунт	2 857,00	69,72	м. куб.	199 180,00
	11	Рассада клубники	50,00	2 000,00	ед.	100 000,00
		Итого заемных средств				1 500 000,00
	Целевое назначение собственных средств					
	1	Газовый котел (с системой отопления)	175 000,00	1,00	ед.	175 000,00
	2	Система капельного орошения (с водонапорной башней)	235 000,00	1,00	ед.	235 000,00
	3	Очистка оборудования скважины подземных вод	370 000,00	1,00	ед.	170 000,00
	4	Подведение газо-электроснабжения	75 000,00	1,00	ед.	75 000,00
	5	Система освещения	200 000,00	1,00	ед.	200 000,00
	6	Изготовление солнечного коллектора для подогрева воды	1	130000	ед.	130000

	7	Строительство подсобных помещений	480 000,00	1,00	ед.	480 000,00
	8	Закуп дополнительной рассады	50,00	2 000,00	ед.	100 000,00
	Итого собственных средств					1 565 000,00
	Итого инвестиций					3 065 000,00

План доходов.

№	Наименование	Кол-во производства в месяц	Кол-во возвратов	Кол-во реализации с возвратами
1	Клубника «Виктория»	3 200,00	608,00	2 592,00

Сумма реализации	Сумма возвратов	Сумма реализации с возвратами	Цена в тенге	Доля возврата
1 600 000,00	304 000,00	1 296 000,00	500,00	19%

Не смотря на ярко выраженную сезонность остального рынка по реализации клубники, предприятие планирует продолжать поставлять продукцию по цене ниже рыночных круглый год.

Расходы предприятия.

В данном разделе описаны все переменные и постоянные расходы предприятия (прогноз).

№	Показатели	кг. произведенного товара в год	Расходы в месяц в расчете на 1 ед. товара	Кол-во месяцев	Сумма в месяц, тенге	Сумма в год на 1 услугу	Сумма расходов за год, тенге	Доля в общей сумме расходов, в %
I	Текущие расходы – всего	38400,0	21,40	12	821 708	1	9 402 228	91,76%
1	Фонд оплаты труда персонала (основная и дополнительная)	38400,0	12,66	12	486 000	0	5 832 000	56,92%
2	Отчисления на оплату труда (19%)	38400,0	1,48	12	57 000	0	684 000	6,68%
3	Закуп ТМЗ и оплата услуг	38400,0	0,66	12	25 520	0	306 240	2,99%
4	Аренда	38400,0	0,00	12	0	0	0	0,00%
5	Коммунальные услуги	38400,0	1,16	12	44 639	0	535 668	5,23%
6	Налоги	38400,0	1,18	12	45 360	0	544 320	5,31%
7	Оплата по будущему кредиту	38400,0	3,26	12	125 000	0	1 500 000	14,64%
8	Прочие непредвиденные расходы	38400,0	0,99	12	38 189	0	458 268	4%
II	Накопления на восстановление основных средств	38400,0	0,84	12	32 142	0	385 704	3,76%
	Итого расходов	38400,0	22,24	12	853 850	1	10 246 200	100%

Ожидаемые расходы предприятия на прогнозируемый период.

№	Статьи затрат	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	6 год	7 год	Всего на прогнозный период
I	Текущие расходы:	7 816 176,00	8 754 117,12	9 804 611,17	10 981 164,52	12 298 904,26	13 774 772,77	15 427 745,50	78857491
1.	Оплата труда персонала	6 516 000,00	7 297 920,00	8 173 670,40	9 154 510,85	10 253 052,15	11 483 418,41	12 861 428,62	65740000
1.1	В том числе:								
1.1.1.	Основной оклад	5 832 000,00	6 531 840,00	7 315 660,80	8 193 540,10	9 176 764,91	10 277 976,70	11 511 333,90	58839116
1.1.2.	Дополнительная оплата	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0
1.1.3.	Начисления на оплату труда	684 000,00	766 080,00	858 009,60	960 970,75	1 076 287,24	1 205 441,71	1 350 094,72	6900884
2.	Закупки товаров и оплат услуг	1 300 176,00	1 456 197,12	1 630 940,77	1 826 653,67	2 045 852,11	2 291 354,36	2 566 316,88	13117491
2.1	Реклама, маркетинг	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0
2.2	Оплата коммунальных услуг	535 668,00	599 948,16	671 941,94	752 574,97	842 883,97	944 030,04	1 057 313,65	5404361
2.3	Прочие текущие расходы на закупку товаров и оплату услуг	764 508,00	856 248,96	958 998,84	1 074 078,70	1 202 968,14	1 347 324,32	1 509 003,23	7713130
II	Накопления на восстановление основных средств	385 704,00	431 988,48	483 827,10	541 886,35	606 912,71	679 742,24	761 311,30	3891372
III	Оплата по кредитам	1 500 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1500000
IV	Оплата налогов	544 320,00	609 638,40	682 795,01	764 730,41	856 498,06	959 277,82	1 074 391,16	5491651

V	Капитальные затраты	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0
	Итого расходов	10 246 200,00	9 795 744,00	10 971 233,28	12 287 781,27	13 762 315,03	15 413 792,83	17 263 447,97	82 748 864

Расчет доходов и расходов.

Наименование статей:	На прогнозный период, тыс. тенге							Всего за период
	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	6 год	7 год	
Выручка от реализации	11 664 000,00	12 363 840,00	13 105 670,40	13 892 010,62	14 725 531,26	15 609 063,14	16 545 606,93	97 905 722,35
Валовой доход	11 664 000,00	12 363 840,00	13 105 670,40	13 892 010,62	14 725 531,26	15 609 063,14	16 545 606,93	97 905 722,35
Переменные расходы	1 300 176,00	1 456 197,12	1 630 940,77	1 826 653,67	2 045 852,11	2 291 354,36	2 566 316,88	13 117 490,91
Постоянные издержки	6 516 000,00	6 906 960,00	7 321 377,60	7 760 660,26	8 226 299,87	8 719 877,86	9 243 070,54	54 694 246,13
Амортизация	385 704,00	431 988,48	483 827,10	541 886,35	606 912,71	679 742,24	761 311,30	3 891 372,18
Выплата по кредитам	1 500 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1 500 000,00
Чистый доход до налогообложения	1 962 120,00	3 568 694,40	3 669 524,93	3 762 810,35	3 846 466,57	3 918 088,68	3 974 908,20	24 702 613,13
Налоги и отчисления	544 320,00	609 638,40	682 795,01	764 730,41	856 498,06	959 277,82	1 074 391,16	5 491 650,86
Чистая прибыль	1 417 800,00	2 959 056,00	2 986 729,92	2 998 079,94	2 989 968,51	2 958 810,85	2 900 517,04	19 210 962,26
Рентабельность, %	12%	24%	23%	22%	20%	19%	18%	20%

52. ПИТОМНИК РАСТЕНИЙ: ВЫРАЩИВАНИЕ ХВОЙНЫХ И ЛИСТВЕННЫХ ДЕРЕВЬЕВ, КУСТАРНИКОВ



Анкета проекта:

Цели инвестиционного проекта: создание питомника растений.

Стоимость проекта: 3,3 млн. тенге.

Срок окупаемости: 3,1 год.

Концепция проекта. Концепция проекта предусматривает выращивание растений для дальнейшей их реализации населению, для озеленения садов, придомовых территорий, парковых зон, городских улиц и всевозможных ландшафтных решений. Расширение действующего бизнеса в сфере услуг по выращиванию хвойных и лиственных деревьев, а также кустарников. Преимущества проекта в постоянном спросе на растения. Не каждый садовод решится выращивать куст от «семечка» до плодоносящего дерева. Озеленить территорию крупномерами (ель и пр.) – единственный выход качественно украсить аллею или парковую зону многолетними насаждениями. Занимаются производством такого посадочного материала все те же питомники.

Основная задача питомников – выращивание различного по назначению высококачественного посадочного материала всех видов древесных, кустарниковых и полукустарниковых растений, допущенных к использованию пород и сортов для ремонта, уплотнения и закладки новых садов в хозяйствах и продажи населению.

Проект предполагается осуществить в рамках Продукта «Программа развития продуктивной занятости и массового предпринимательства» со ставкой кредитования 6% годовых. Задачей предприятия на данный момент является приобретение грузовой автомашины для последующего использования в текущей деятельности.

Финансирование проекта планируется осуществить за счет заемного капитала.

Источник финансирования	Сумма	Период	Доля
Заемные средства	3 500 000	2018 год	100 %
Всего	3 500 000 тенге		100%

Целевое расходование кредитных средств.

Расходы	2018 год
Приобретение транспортного средства	3 500 000
Всего	3 500 000

Период реализации

Период реализации проекта – с февраля 2018 года по апрель 2018 года. В настоящее время предприятие находится на этапе увеличения объемов оказываемых услуг действующей деятельности. Получение финансирования для предпринимателя предполагает активное вхождение в рынок и желание преуспеть в выбранной сфере по доставке деревьев, а также в желании поспособствовать развитию экономики во благо страны.

Территория проекта.

Щучинск является центром одноименного района Акмолинской области Казахстана и располагается на берегах озера Щучье, в 25 километрах от известного курорта Боровое. Данный район славится своими минеральными и грязевыми

источниками, а также другими природными богатствами, ежегодно привлекая сюда многочисленных туристов, основную долю которых представляют жители СНГ. Территория Щучинска не велика, а численность населения составляет более 50 тысяч человек.

Климат. На территории региона преобладает резкий континентальный климат. Зима здесь выдаётся довольно морозная и снежная, а лето обычно жаркое и солнечное. Количество осадков в целом невелико. Купальный сезон в озёрном крае открывается в июне, а заканчивается в сентябре, хотя туристы приезжают сюда круглый год, зимой, чтобы покататься на лыжах, а летом, чтобы позагорать, покупаться и порыбачить.

Задачи питомников.

Перед питомниководством стоят задачи не только увеличить объем производства посадочного материала, но и гарантировать помологическую, ампилографическую достоверность и сортовую чистоту размножаемых сортов и подвоев, а также обеспечить высокое качество саженцев и отводков в соответствии с отраслевыми стандартами Казахстана.

Большое значение в интенсивном садоводстве придается качеству саженцев. В соответствии с современными мировыми требованиями для обеспечения выращивания чистосортного и высококачественного посадочного материала питомниководческие хозяйства должны иметь следующую структуру питомника:

- маточник вегетативно-размножаемых подвоев;
- маточно-семенной (подвойный сад), при необходимости выращивания саженцев на семенных подвоях;
- маточно-сортовой (черенковый) сад для получения черенков привоев;
- посевное отделение (школка семян);
- участки выращивания и формирования саженцев (1 и 2 поле питомника).

Для поддержания производства высококачественного посадочного материала необходимо строго соблюдать установленные сроки эксплуатации маточных насаждений. Выращивание посадочного материала должно осуществляться в системе севооборотов и культурооборотов.

В успешном решении проблем продовольственной безопасности следует учитывать опасность, которую представляют и вирусные болезни, наиболее патогенные способны приводить к потерям от 20 до 70% урожая плодовых культур. Исходя из этого производство высококачественного безвирусного посадочного материала – одно из важнейших направлений развития современного садоводства. Развитие питомниководства должно базироваться на производстве сертифицированных саженцев. Однако, без отлаженной на основе современных научных достижений системы сертификации, включающей тестирование на вредоносные вирусы, ведение интенсивного садоводства в Казахстане невозможно.

Отечественный рынок посадочного материала на 80-90% наполнен саженцами рядовой категории качества. Чаще всего этот посадочный материал поражен различными вирусными заболеваниями, среди которых по культурам идентифицированы наиболее опасные и вредоносные. Зараженный бактериальной и грибной инфекциями посадочный материал перед закладкой насаждений выбраковывают, однако зараженный вирусными болезнями посадочный материал остается практически бесконтрольным. В этих условиях выделяются следующие задачи:

- создание правовой основы обеспечения биологической безопасности производства высококачественного посадочного материала, гармонизация нормативно-технических документов с международными требованиями;
- организацию разветвленной сети современного национального питомниководства на основе оригинальных (базисных) и репродуктивных маточников, производящих сертифицированный посадочный материал, в наиболее благоприятных экологических зонах возделывания многолетних плодовых насаждений, создание прививочных комплексов, их оснащение новейшим оборудованием и обеспечение контроля качества посадочного материала;
- разработка современных биотехнологий и научное сопровождение практической реализации производства посадочного материала, отвечающего современным требованиям качества;
- содействие замещению на внутреннем казахстанском рынке импортного посадочного материала высококачественными саженцами отечественного производства, полностью адаптированными к запросам казахстанских потребителей.

Ассортимент выращиваемых пород. Питомник инициатора проекта занимается выращиванием деревьев, таких как лиственные деревья: березы, тополь, клен, вяз; хвойные деревья: ели, сосны, можжевельники; декоративные кустарники: смородина, дерен, акация. Отпускные цены на растения будут варьироваться от 2 000 до 5 000 тенге за штуку. Цена также будет зависеть от возраста растения. Среди самых дорогих экземпляров питомника можно выделить хвойные деревья. Бизнес-планом предусмотрено, что первая прибыль поступит летом 2018 года, так как питомник действующий.

Маркетинговый план.

В реализации продукции питомника существует ярко выраженная сезонность. Саженцы покупают весной и ранней осенью. Ценообразование – один из главных вопросов, на которые нужно ответить при организации бизнеса. Для определения цен на все предлагаемые саженцы было проведено исследование рынка, выяснены оценки экспертов, цены на саженцы различных фирм. Поэтому в организации инициатор проекта использует средние цены.

Технология выращивания саженцев.



Размножение растений черенкованием. Черенкование – это один из способов вегетативного размножения растений, а для некоторых растений – единственный способ размножения. Одной из главных особенностей черенкования является то, что выращенные из черенков растения сохраняют все родительские свойства.

Рассмотрим подробнее размножение растений зелеными черенками. Зеленые черенки нарезают с маточных растений, возраст которых от 5 до 10 лет. Для трудноукореняемых растений – у двух-трехлеток. Выбирают здоровые и крепкие растения. Черенкование производят в июне – начале июля. Но не стоит забывать, что у каждого растения есть свои особенности и сроки

для успешного укоренения черенков.

Подготовка черенков. Зеленые черенки – это часть стебля растения, содержащая одну-две почки. Лучше всего подойдут боковые побеги прошлого года, которые не подвержены болезням и имеют крупные и сильные почки. Нарезку черенков делают либо рано утром, когда солнце еще не сильно прогрело почву, либо вечером после захода солнца. Не

стоит резать черенки в сильную жару и сухую погоду. Лучшее время для этого – влажный день после сильного дождя, в это время растение максимально наполнено соком.

Подготавливают черенки для размножения растений черенкованием следующим способом. Нарезают черенки, длина которых составляет 8-12 см, с двумя-тремя междоузлиями. Острым ножом или секатором обрезают под углом 40 градусов основание черенка на расстоянии 0,5-1 см от почки, верхний срез делают прямым над почкой. Все нижние листья обрезают, а оставляют два-три листа сверху черенка. Если растение широколистное, то листья на черенках укорачивают вдвое. Далее нарезанные черенки помещают на несколько минут в раствор фунгицида на глубину 1,5-2 см. После этого стряхивают лишние капли с кончика черенка. Затем кончик опускают в порошок стимулятора роста (например, корневин или укоренит).

Посадка черенков. Для посадки черенков используют парники или теплицы. Если же черенков немного, то их можно посадить в небольшие горшки по несколько штук в зависимости от размера черенков. На дно горшка кладут слой почвы (10-15 см), перемешанный с песком. Второй слой сверху – крупнозернистый чистый песок (3-5 см). Тонкой палочкой (например, карандашом) проделывают отверстия в почве глубиной 2,5-3 см. Затем вертикально в них помещают готовые черенки на расстоянии 4-7 см друг от друга. Той же палочкой утрамбовывают почву вокруг основания черенка.

Черенки осторожно поливают из лейки с мелким ситом. Для посадки сооружают мини-парник из пленки. Если черенки посажены в горшок, то можно сверху его обтянуть прозрачным пакетом, а снизу, у основания горшка, закрепить резинкой. Таким образом, получится мини-парник, который можно оставить на подоконнике дома. Обязательно все посаженные черенки необходимо притенить.

Уход за черенками. Подходящая температура для нормального укоренения – 20-25 градусов. Во время укоренения черенки периодически опрыскивают теплой водой 2-4 раза в день. При опрыскивании в воду можно добавить раствор эпина, что способствует более быстрому появлению корней. Через определенное время на конце черенка начинает появляться каллюс, ну а затем и сами корни.

После этого в действие приходят почки черенка, начинают появляться побеги. После того, как побеги немного подрастут, черенки начинают закалять. Для этого раз в день парники открывают на некоторое время (если горшок, то снимают пакет). При нормальном росте побегов, молодые растения проветривают чаще и более длительное время. А затем и вовсе открывают парники (приблизительно конец августа – начало сентября). Если черенки хорошо укоренились, то (у лиственных пород) осенью их можно высаживать на постоянное место в саду. Если же нет, то лучше оставить в парнике до весны. У медленно растущих хвойных черенки лучше оставить в парнике на доращивание 2-3 года.

Сроки черенкования растений.

Растение	Время заготовки черенков	Процент укоренения	Продолжительность (дни)
Роза	Бутонизация - начало цветения	в среднем, 83,9%, у некоторых сортов до 100%	от 10-15 до 28
Сирень	Фаза отцветания	до 90-100%	
Клематис	Бутонизация - начало цветения	40-100% в зависимости от сорта	25-30
Чубушник	Затухание роста побегов-начало цветения	до 90-100%	15-25
Спирея	Начало-середина июня	от 30 до 100% у разных видов	12-25
Форзиция	Первая половина июня	до 70%	20-30
Калина	Период цветения	100%	14-21
Кизильник	Конец июня-начало июля	100%	
Дейция	Начало июня-середина июля	100%	17-25
Бирючина	Середина июня-начало июля	80-90%	14-21
Дерен	Середина июня-начало июля	100%	
Жимолость	Окончание роста побегов	100%	11-20
Гортензия	Июнь-июль	80-100%	20-23
Рододендрон	Июль-сентябрь	72-76%	50-70
Актинидия	Июнь-июль	36%	
Скумпия	Конец июня-начало июля	100%	20-30
Барбарис	Июнь	33-100%	
Кольквиция	Начало июля	46%	
Вейгела		100%	
Бересклет		45%	45
Смородина		83%	
Хеномелес		100%	
Кизильник		до 100%	до 28
Керия		до 100%	
Курильский чай		100%	
Можжевельник		70-90%	
Туя	Июнь	30-60%	30-60
Ель	Июнь-июль	50%	

Размножение хвойных семенами. При размножении хвойных семенами шишки следует собирать уже с начала осени. Закрытые шишки можно подержать в теплом сухом месте, например, на батарее до полного раскрытия, а затем высыпать семена. Если есть возможность, семена лучше посеять сразу, имитируя естественную ситуацию.

Ель. Семенами размножаются такие виды елей, как обыкновенная, колочая, ситхинская, холодная (+1°C - +4°C) стра-

тификация от 1 до 3 месяцев улучшает всхожесть.

Лиственница, псевдотсуга. 0,5-2 месяца стратификации улучшают всхожесть. Даурская и Европейская лиственницы хорошо прорастают и без нее.

Пихта. Стратификация семян хвойных в течение одного месяца улучшает прорастание у всех видов, хотя возможно прорастание и без нее. Семена при размножении хвойных растений лучше не заделывать в почву, так как прорастанию способствует свет.

Сосна. Многим видам не нужна стратификация, если семена свежие, кроме сосен кедровых, веймутовой, гибкой, румелийской, Банкса. После сухого хранения она нужна в течение 1-3 месяцев. При размножении хвойных деревьев длительность стратификации зависит не только от вида, но и от репродукции и условий хранения семян. Для сосны кедровой европейской рекомендуется механическая скарификация и стратификация 3 месяца, но есть семена с недоразвитым зародышем, для которых требуется двухэтапная выдержка: теплый и холодный период по 2 месяца.

Для сосны сибирской и корейской хороший результат дает выдерживание 1,5 месяца при 2°C, 1,5 месяца — при 25°C и вновь 2 месяца при 2°C, после чего при повышении температуры происходит дружное прорастание.

Туевик. Семена этого вида хвойных деревьев прорастить сложно даже после предварительной сертификации.

Туя. Указания очень разнообразны. Есть данные, что стратификация не нужна, но лучше 1-2 месяца все же выдержать при низкой температуре. По другим сведениям нужна длительная, 3-7 месяцев холодная стратификация или даже предварительный теплый период 3-7 месяцев.

Как посевной субстрат оптимален кислый компост из дерновой земли с перепревшими остатками хвойной лесной подстилки. Сеянцы хвойных, кроме лиственницы, первые годы растут медленно, так что пересадку и пикировку можно отложить года на два.

Производственная структура питомников.

Для выращивания широкого ассортимента декоративных древесных и кустарниковых растений в питомнике применяются различные методы размножения и различные агротехнические приемы воспитания саженцев. Исходя из этого, каждый питомник декоративных деревьев и кустарников делится на два основных отдела: отдел размножения и отдел формирования. Из отдела размножения одно-, двухлетние древесные и кустарниковые растения пересаживают для дальнейшего выращивания в школы отдела формирования. В школах культура саженцев ведется в обычных полевых условиях, на больших площадях, с применением механизированной междурядной обработки. В зоне достаточного увлажнения культура саженцев в школах осуществляется в большинстве случаев без полива или с ограниченным поливом. В южных засушливых районах искусственный полив необходим. Общей задачей культуры перешколенных саженцев является дальнейшее их выращивание с целью формирования куста, штамба, кроны и корневой системы, что и послужило основанием для организационного объединения всех школ питомника в отдел формирования.

Отдел размножения и его составные части. В отделе размножения применяются семенной и вегетативный способы размножения. В зависимости от выращиваемого ассортимента деревьев и кустарников и принятых способов размножения отдел размножения подразделяется на следующие отделения. Посевное отделение, в котором выращивают древесные и кустарниковые растения посевом семян в открытый или закрытый грунт, делится на посевной участок, в котором выращивают одно-, двухлетние сеянцы без пикировки, и пикировочный участок, где выращиваются распикированные зеленые сеянцы (зеленая пикировка) и «ключки» (первоначальная стадия прорастания семян).

Черенковое отделение предназначено для выращивания древесных и кустарниковых растений, размножаемых вегетативно стеблевыми черенками с листьями и без листьев. Оно имеет секцию зеленого черенкования, где в парниках укореняют стеблевые черенки с листьями с последующей пересадкой их в открытый грунт для подрашивания, и секцию древесного черенкования, где укореняют стеблевые одревесневшие черенки без листьев и выращивают из них саженцы. В отделе размножения на пикировочном участке и в секции древесного черенкования часть саженцев кустарников через 2 года достигает товарных кондиций.

Отдел формирования и его составные части. В отделе формирования производят дальнейшее выращивание и формирование саженцев до установленных кондиций. Путем пересадок, именуемых в питомнике школированием, достигается также получение сильно развитой, компактной корневой системы. При этом однолетние и старше древесно-кустарниковые растения пересаживают с одного участка питомника на другой с предоставлением им больших площадей питания. Участок, на котором осуществлена такая пересадка, называется школой. В соответствии с установленной агротехникой, определяющей количество пересадок при воспитании саженцев, отдел формирования можно подразделить на следующие школы.

Первая школа. В первую школу производится первая пересадка древесных и кустарниковых сеянцев из посевных гряд. Площади питания увеличивают по сравнению с теми, которые имели сеянцы в посевном отделении. В первой школе растения проходят первоначальную формировку, и здесь их выращивают до определенных размеров. Подразделяется первая школа на следующие отделения.

Вторая школа. Отличается вторая школа от первой тем, что в ней саженцам предоставляют большую площадь питания. Во вторую школу пересаживают деревья и кустарники из первой школы и из отдела размножения, в частности с черенкового отделения пикировочного участка и с отводочных плантаций. Подразделяется вторая школа на отделение деревьев и отделение кустарников.

Третья школа. В эту школу поступают деревья и кустарники, отобранные во второй школе, для выращивания крупномерных саженцев и архитектурных форм деревьев и кустарников.

Деревья и кустарники размещают отделдно в пределах отдела и в пределах школ на постоянно выделенных участках. В этом случае отдел формирования распадается на два отделения: отделение формирования деревьев (первая, вторая и третья школы); отделение формирования кустарников (первая, вторая и третья школы).

В питомнике будет применена система капельного автополива. Система приобрела свою популярность из-за высокой эффективности и экономности. Полив будет осуществляться автоматически, по нужному графику и останавливаться во время дождя, по заданной программе.



Выбор транспортного средства. Для оказания услуг предпринимателем планируется приобрести следующее транспортное средство: бортовой автомобиль Forward. Он является одним из самых популярных грузовиков. Имеется множество разновидностей данной техники, она довольно надежна и проста в ремонте. Шасси модели Forward является чрезвычайно удачным, именно поэтому оно используется в качестве базы для автомобилей разных модификаций.

Техническая характеристика Forward

Максимальный рабочий объем	7,1 литра
Расположение цилиндров	Продольное
Материал выполнения блока	Чугун
Охлаждение	Жидкостное
обороты	2500 об/мин
Максимальная скорость (с грузом)	115 км/ч
Максимальная скорость (без груза)	160 км/ч

ISUZU Forward 12.0 – японский маневренный грузовик, выпускаемый в различных модификациях (начиная со «стандартного шасси» и заканчивая «эвакуатором»). Пережив шесть поколений модернизации, этот грузовик вобрал в себя все самые передовые инженерные решения, способствующие повышению надежности в работе и эффективному использованию возможностей среднетоннажной грузовой платформы. Грузовик оснащен удобной откидной кабиной с большой долей остекления, широкими дверными проемами, крупной оптикой и практичным дизайном. Интерьер располагает тремя посадочными местами (среднее кресло имеет возможность трансформации в столик) и одним спальником шириной 650 мм. Эргономика водительского места продумана до мельчайших деталей.

Финансовый план

Доход от реализации саженцев рассчитывается исходя из средних показателей рыночного ценообразования услуг. Текущие расходы предприниматели складываются из общего фонда оплаты труда, а также налоговых отчислений и себестоимости саженцев.

Примерный план реализации:

Наименование	Кол-во в год, шт.	Сумма за ед.	Итого, тг
Лиственные деревья	400	2 000	800 000
Хвойные деревья	500	5 000	2 500 000
Кустарники	5 000	300	1 500 000
Итого	5 900		4 800 000

Предполагается, что ежегодно рост продаж будут увеличиваться на 5%.

Текущие расходы

Фонд оплаты труда.

Наименование	Оклад, мес	Кол-во чел	Оклад, год
Лесовод	75 000	1	900 000
Агроном	75 000	1	900 000
Итого	150 000	2	1 800 000

Прогноз прибылей и убытков.

Наименование	2018 год	2019 год	2020 год	2021 год	2022 год
1 ВЫРУЧКА	4 800 000	5 040 000	5 292 000	5 556 600	5 834 430
Лиственные деревья	800 000	840 000	882 000	926 100	972 405
Хвойные деревья	2 500 000	2 625 000	2 756 250	2 894 063	3 038 766
Кустарники	1 500 000	1 575 000	1 653 750	1 736 438	1 823 259
ВАЛОВАЯ ПРИБЫЛЬ	4 800 000	5 040 000	5 292 000	5 556 600	5 834 430
РАСХОДЫ	3 384 000	3 463 200	3 546 360	3 633 678	3 725 362
2 Заработная плата	1 800 000	1 800 000	1 800 000	1 800 000	1 800 000
3 Прочие расходы	1 440 000	1 512 000	1 587 600	1 666 980	1 750 329
4 Налоги	144 000	151 200	158 760	166 698	175 033
ПРИБЫЛЬ ПО БИЗНЕСУ	1 416 000	1 576 800	1 745 640	1 922 922	2 109 068
8 Ежегодный возврат средств	811 978	811 978	811 978	811 978	811 978
ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ	604 022	764 822	933 662	1 110 944	1 297 090

53. ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫРАЩИВАНИЯ И ДАЛЬНЕЙШАЯ ПЕРЕРАБОТКА КУКУРУЗЫ



Концепция проекта.

Концепция проекта предусматривает организацию выращивания и дальнейшую переработку кукурузы. Выращенная кукуруза будет перерабатываться в 3-х направлениях:

- производство свежемороженой кукурузы;
- вакуумное производство готовой продукции в реторт пакетах;
- производство гранулированных кормов.

Основными потребителями продукции будут население, субъекты общественного питания, крестьянско-фермерские хозяйства и т.д..

Финансирование проекта планируется осуществить за счет грантовых и собственных средств.

Источник финансирования, тыс. тг	Сумма	Доля
Собственные средства	3000,0	50,8%
Грантовые средства	2 900,0	49,2%
Всего	5 900,0	100%

Описание продукта (услуги).

Кукуруза – высокорослое однолетнее травянистое растение, достигающее высоты 3 м. Кукурузу выращивают для получения початков со съедобными зернами. Является самым важным зерном после пшеницы и риса. Кукурузу сеют при прогреве почвы на глубине посева до 10-12 градусов, в средней полосе это происходит 10-15 мая, по схеме 60*70 или 70*70 см на глубину 4-10 см. Посевы в фазе 3-4 листьев прореживают до двух растений в гнезде. Внесение 10 г/кв. м суперфосфата с посевом увеличивает урожай. Можно выращивать через горшечную 15-25 дневную рассаду. Растения перед образованием метелок окучивают. Пасынки у нижних листьев удаляют при размере их 5 см. 1-2 раза за сезон подкармливают минеральными удобрениями 10 г /м суперфосфата, по 5 г/м ам. селитры и хлористого калия. Початки ранних и средних сортов поспевают на 65-75 день после всходов, которые отваривают и употребляют с солью и маслом. К вареным зернам добавляют зеленую фасоль, сладкий перец, томатную пасту, жареный лук и тушат.

Кукуруза светлюбивая и теплолюбивая, достаточно засухоустойчивая, не выносит затенения, особенно в первую половину вегетации. Вегетационный период обычно 90-150 суток. В народе ее называют «царицей» полей. Кукуруза весьма неприхотлива, но есть два обязательных условия получения хорошего урожая - рыхлая и хорошо удобренная почва и обильный полив. В качестве удобрения может быть использован навоз, который вносят в процессе осенней перекопки.

Кукуруза относится к однолетним травянистым растениям. Средняя высота растения достигает 3 м. Сахарная кукуруза – ценная овощная культура. Едят кукурузу в свежем, вареном, замороженном и консервированном виде. По своим питательным и полезным свойствам сахарная кукуруза занимает первое место среди овощных культур. Ее используют в качестве гарнира, потребляют в супах, печеньях, оладьях, а также готовят из кукурузы попкорн.

Замороженная кукуруза очень практична – она может пригодиться в любой момент, независимо от того, нужен вам дополнительный гарнир, или вы хотите добавить ее в какое-то блюдо. Есть много способов разогреть и приготовить замороженную кукурузу: от жарки до приготовления на пару. В зависимости от способа приготовления, вкус и текстура кукурузы могут слегка отличаться.

Основными видами продукции будет

- 1) Свежемороженая кукуруза в пакетах по 2 початка.
- 2) Готовый продукт в реторт пакетах по 2 початка.
- 3) Гранулированный комбикорм.

Основными потребителями продукции будут субъекты малого и среднего бизнеса, занимающиеся оптово-розничной торговлей и организацией общественного питания, а также частные домохозяйства.

Программа производств.

Планируется вырастить на 4 гектарах 200 тысяч растений кукурузы сахарного сорта (Мегатон и Ноа), по 50 тысяч растений на гектар, потребуется 4 зерна на погонный метр. При весе 1000 зерен 160 г необходимо взять 8 кг на гектар. Итого 200 000 початков.

Программа производства Наименование продукта	Кол-во в месяц	Цена , тенге	Сумма, тенге
Готовый продукт в реторт пакетах	7500	150	1 125 000
Готовый продукт в реторт пакетах, в год	90 000	150	13 500 000
Свежемороженая кукуруза в пакетах, в месяц	7500	150	1 125 000
Свежемороженая кукуруза в пакетах, в год	90 000	150	13 500 000

На 2-ой год планируется расширение производств 30%.

Стоимость семян сорта НоА – 140 200 тенге за 100 000 всхожих семян. Для среднего по плотности засева двух гектар нам потребуется 16 кг семян, что обойдется в 140 200 тенге.

Стоимость семян сорта Мегатон – 161 200 тенге за 100 000 всхожих семян. Для среднего по плотности засева двух гектар нам потребуется 16 кг семян, что обойдется в 161 200 тенге.

Стоимость аренды одного гектара орашаемой земли взятой в ЗКО Зеленовский район п.Большей Чаган составляет 35 000 тенге.

Планируемые цены на продукцию, тенге

Наименование	Цена ,тг.
Свежемороженая кукуруза в пакетах по 2 початка.	150*2=300
Готовый продукт в реторт пакетах по 2 початка.	150*2=300

Конкурентная стоимость продукции складывается из:

- Относительно низкой себестоимости, что позволит установить конкурентную цену.
- Использование качественного сырья.

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

Планируемая программа продаж по годам (в год), в тыс. тенге

Показатель	2018	2019	2020
Свежемороженая кукуруза в пакетах по 2 початка.	13 500,0	17 550,0	22815
Готовый продукт в Реторт пакетах по 2 початка	13 500,0	17 550,0	22815
ИТОГО	27000,0	35100	45610

Маркетинговый план.

Основные и потенциальные конкуренты.

Конкурентов по выпускаемому продукту на данный момент по инновационной технологии нет. Есть только аналогичная продукция из Российской Федерации стоимость початка с логистикой аналогичного качества обойдется в 212 тенге за початок

Основными преимуществами создаваемого предприятия являются:

- Качество выпускаемой продукции за счет использования инновационных технологий;
- Гибкость производства;
- Справедливая и взаимовыгодная сбытовая политика;
- Конкурентные цены, выгодная политика скидок;
- Профессиональная маркетинговая поддержка;
- Профессионализм персонала предприятия;
- Постоянное развитие.

Стратегия маркетинга.

В расчетах заложены ежемесячные затраты на рекламу. Будет использоваться «прямой маркетинг», заключение прямых договоров на поставку продукции.

Организацию реализации продукции 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.
- Формирование спроса и стимулирование сбыта планируется исходя из следующих моментов:
- Относительно низкий уровень цен по сравнению с другими;

Техническое планирование.

Технологический процесс. Планируется вырастить на 4 гектарах 200 тысяч растений кукурузы сахарного сорта (Мега-тон и Ноа), по 50 тысяч растений на гектар, потребуется 4 зерна на погонный метр. При весе 1000 зерен 160 г необходимо взять 8 кг на гектар.

Стоимость семян сорта НоА – 140 200 тенге за 100 000 всхожих семян. Для среднего по плотности засева двух гектар нам потребуется 16 кг семян, что обойдется в 140 200 тенге.

Стоимость семян сорта Мега-тон – 161 200 тенге за 100 000 всхожих семян. Для среднего по плотности засева двух гектар нам потребуется 16 кг семян, что обойдется в 161 200 тенге.

Стоимость аренды одного гектара орашаемой земли взятой в ЗКО Зеленовский район п.Большой Чаган составляет 35 000 тенге.

Вспашка земли обходится 9 500 тенге за гектар.

Кукурузную сеялку обходится в сумму 97 600 тенге, мотоблок/мультикультиватор стоит 390 000 тенге. Сеют зерно с междурядьями по 50 см. Уход состоит в рыхлении почвы, прореживании всходов, окучивании стеблей, подкормке, пасынковании.

Чтобы уничтожить сорняки, производят культивирование сначала через пять дней после посева, затем через десять дней. Поздние яровые сорняки, прорастающие одновременно с кукурузой, уничтожают послеуборочным культивированием, после чего приступают к междурядным обработкам, совмещая их с подкормкой растений стимулятором роста. Также при засорении сорняками мы применяем следующий гербицид: «Майстер» Компании Баер (0,8–1,2 л/га).

В засушливые периоды проводим полив почвы и регулярное рыхление почвы до периода вегетации. В течение периода вегетации кукурузу подкармливаем один раз. Общие нормы удобрений на суглинистых почвах с обеспеченностью доступными формами элементов питания не ниже средней приблизительно таковы: 120-150 кг/га азота; 50-70 кг/га фосфора; 90-110 кг/га калия.

Также необходима защита от вредителей: опрыскивание растений и почвы. Кукуруза требует регулярного полива, мы используем орошение принципом дождевания. На поле по середине устанавливается Сплиттер пушка НУ-50 радиус дождевания при давлении в 5 атмосфер составляет 50 метров и 600 литров в минуту выброса воды. Суточные нормы полива: в фазу «всходы – 3-й лист» – 10–15 м³/га; в фазу «3-й лист – начало наращивания листовой массы» – 20–25 м³/га; в фазу «выметывания метелок» – 35–40 м³/га; в фазу «цветение» – 50–55 м³/га; после цветения – 40 м³/га.

Убирать урожай можно в период начала подсыхания рылец в фазу молочной спелости, так как именно на эту фазу развития приходится максимальное содержание сахара, в дальнейшем он превращается в крахмал. Мы подобрали сорта кукурузы и сроки посева так, чтобы получить непрерывный конвейер продукции.

Уход, работа техники, оплата труда, покупка средств защиты и удобрений обходятся в среднем в 210 000 тенге на гектар.

Стоимость уборки одного початка – 1.1-1.5 тенге. Один работник за семичасовой рабочий день может снять 2500 початков.

С растения можно получить от 1 до 3 початков. Мы исходим из соотношения 1 куст один початок для дальнейшей переработки. Мы должны получить минимальный урожай с гектара 50 000 кустов = 50 000 початков. Излишки початков кукурузы отправлять на оптовый рынок. Ранняя кукуруза реализуется оптом по 250 тенге за кг, Если густота растений на гектаре 50 тысяч, при полной всхожести растений, то можно получить 80-90 тысяч початков Сорта Мегатонн и Ноа. В среднем вес початка в кожуре сорта Ноа составляет 315грамм.

Далее собранные початки кукурузы отправляются в помещение для переработки.

Работник загружает початки кукурузы в Установку для очистки кукурузы от кожуры производительность -30 початков в минуту. Работник 2 и 3 после очистки початков совершают визуальный осмотр каждого початка, на наличия брака (целостности зерна, качества зерна в початке, наполненности початка зерном и длинны початка), далее початки которые прошли визуальный отбор обрезаются с обеих сторон до стандарта 16см.

Производство №1 Производство свежемороженой кукурузы.

На данное производство мы направляем 80% запланированного урожая, что составляет 160 000 початков. Работник 4 загружает обработанные початки в емкость где находится раствор кипящей воды на 3 минуты. Таким методом достигается температурная обработка продукта, при которой погибает большинство микробов и микро организмов. Початки кукурузы молочной спелости насыщаются влагой и переходят с состояние полу готовой продукции, при таком методе происходит поверхностная обработка продукта и все витамины и минералы сохраняются в початках.

После температурной обработки початки извлекаются и погружаются в холодную воду затем укладываются в сеточные контейнера стекания излишков влаги.

Работник загружает сеточные контейнера в емкость с жидким азотом на 3 минуты, температура жидкого азота составляет -219 градусов Цельсия.

За 3 минуты початки в сеточном контейнере промерзают полностью. Что обеспечивает быструю заморозку большего объема продукции. Заморозка азотом широко применяется в странах Европы, Китая и Австралии. При шоковой заморозке азотом структура зерна не меняется даже с учетом повышенной влаги.

Далее работник извлекает Сеточные контейнера из емкости с жидким азотом и отправляет на упаковку. Работник упаковывает по 2 початка замороженной кукурузы в полиэтиленовые пищевые пакеты запаивает их запайщиком и прикрепляет этикетку.

Далее складывает в перевалочную морозильную камеру для сохранения заморозки после набора необходимого объема готовой продукции, замороженные початки транспортируются в основной морозильник, где продукт будет храниться при -18 градусов Цельсия.

Производство №2. Вакуумное производство готовой продукции.

Так как это направление только развивается мы направляем на него 20% запланированного урожая, что составляет 40 000 початков. Мы планируем осуществить сбор и переработку урожая за 1 месяц. Для оптимизации расходов мы решили разбить рабочее время работников на два производства. Из эффективного рабочего дня что составляет 7 часов, работники 4,5,6 пять часов будут заняты на производстве №1 а два часа на производстве №2. Работник загружает обработанные початки в емкость где находится раствор подсоленной кипящей воды на 15 минуты. Таким методом достигается температурная обработка продукта и его приготовление на 75%. при которой погибает большинство микробов и микро организмов. Початки кукурузы молочной спелости насыщаются влагой и переходят с состояние 75% готовой продукции.

Работник далее извлекает отваренные початки, охлаждает в растворе холодной воды и передает на упаковку продукт. Работник упаковывает по 2 початка в реторт пакеты и укладывает в вакуумный аппарат с авто запайкой пакетов. Реторт пакеты производятся по японской технологии и выдерживают до 145 градусов по Цельсия используются для высокотемпературной обработки. И далее передает упакованные початки работнику. Работник загружает упакованные по 2 початка в промышленный автоклав объемом 125 л на 10 минут

В автоклаве происходит стерилизация початков паром, температура пара достигает 122 градусов по Цельсию, при такой температуре уничтожаются все известные бактерии и продукт переходит с состояние полуфабриката 98% готовности. При такой стерилизации мы получаем готовый продукт со сроком хранения 1 год при температурном режиме -2 +5. Работник выгружает про стерилизованные пакеты с початками кукурузы для остывания, после остывания, затем на пакеты наклеивается этикетка. И готовый продукт отправляется на склад временного хранения.

Производство №3. Производство гранулированных кормов.

Мы планируем на производство №1 и №2 направить 200 000 отборных початков. Остальные излишки которые не удастся продать на оптовом рынке мы планируем направить на производство кормов в гранулах.

Сбор урожая молочной спелости происходит когда силос весь зеленый и содержит наибольшее количество полезных витаминов и минералов. Мы скашиваем всю силосную массу и отправляем на переработку в грануляторный аппарат в него добавляется початки не проданные на рынке, забракованные при визуальном отборе початки, отрезки от кукурузы и кожура. Аппарат гранулятор автоматически подсушивает силос и все ингредиенты. На выходе мы получаем витаминный корм с 20% содержания протеина и минералов. При высеве 50 тысяч семян на гектар получают порядка 56 центнеров кормовых единиц и 220 центнеров зеленой массы. Такая организация конвейера позволяет рационально использовать технику и рабочую силу, бесперебойно заготавливая силос до середины сентября.

Оборудование и инвентарь (техника)**Необходимое оборудование:**

Наименование	Кол-во, ед.изм.	Сумма, в тенге
Мотоблок дизельный KIPOR KDT910L	1	396 850
Мотопомпа диз. KIPOR KDP40 40-75 м. куб/ч	1	203 190
Сеялка двухрядная точного высева СТБ-2.	1	20584руб*5,6=115270
Спринклер Пушка НУ-50	2	171 416
Шланги ПВХ 800L	1м*590	411219
Опрыскиватель бензиновый Xiefeng Machinery		48950
Установка для очистки початков кукурузы от кожуры САСР 2		193 296руб*5,6=1 082 458
автоклав электрический с эбу из нержавеющей стали 125 л. Фермер		74854руб*5,6=397544
Запайщик п/э пакетов cas cnt- 300		4020руб*5,6=419 182
Вакуумный упаковщик DZ400 с функцией газозамещения		476 000
Итого		3 673 129

Организация, управление и персонал.

Общее руководство предприятием осуществляет директор.

Организационная структура предприятия имеет следующий вид, представленный ниже

**Организационная структура:**

Приведенную структуру управления персоналом можно отнести к линейной. Она позволяет директору оперативно управлять работой предприятия и находиться в курсе событий.

Финансовый план.**Эксплуатационные расходы. Себестоимость продукции:**

Наименование затрат	Количество затрат	Цена за единицу тенге	Сумма тенге
Аренда земли	4га	35 000	140 000
Аренда трактора (вспашка/ культивирование)	4га	9500	38 000
Аренда трактора (покос силоса/ вспахать осень)	4га	10 000	40 000
Семена сорт НОА	8кг	17525	140 200
Сорт Мегатонн	8кг	20150	161 200
Культивация	4га	5000	20 000
Мотоблок покупка	1	390 000	390 000
Сеялка покупка	1	103 000	103 000
Мотопомпа покупка	1	203 190	203 190
Спринклер НУ-50 покупка	2	84 500	171 216
Шланги	680метров	590	411 419
Автоклав 125л покупка	1	419182	419182
Установка для очистки початков кукурузы от кожуры САСР 2	1	1 083 672	1083672
Запайщик п/э пакетов cas cnt- 300	1	24 696	24696
Вакуумный упаковщик DZ400 с функцией газозамещения	1	476 000	476 000
Рабочие на поле 3 месяца	2	70 000	140 000
Рабочие сбор урожая	10	70 000	700 000
Рабочий инвентарь	10	7	70 000
Средства защиты	100	2000	200 000
Спец одежда	12	15 000	180 000
Гтрбецид майстер 5л	4га	49 000	49 000
Стимулятор роста 3л	4га	34 800	34800
Диз топливо	300л	150	45 000
Бензин Перевозка/ доставка	2000л	135	270 000
Жидкий Азот	2,5т	73000	182500
Кормление Работников	12чел/1 месяц	4000	48000
Аренда морозильной камеры в месяц	100 куб	3000	300 000
Электро инергия месяц	5000	14	70000
Водитель и аренда газели	1	160000	160000
Реторт пакеты	20000	27	540 000
Полиэтиленовые пакеты с наклейками	160 000	8	1 280 000
Прочие расходы	1	1 000 000	1 000 000
ИТОГО			9 091 075

Готовой продукции 200 000 початков $9\,091\,075/200\,000 = 45,5$

Себестоимость 1 готового початка составляет 45,5 тенге.

Общие и административные расходы.

Общие и административные расходы предприятия в месяц,тг

Затраты	2018
Уход, работа техники, оплата труда, покупка средств защиты и удобрений ,в среднем в 210 000 тенге на гектар	$210\,000 \cdot 4 = 840\,000$ тенге это на 2 месяца
Уборка и переработка	1040 000
Затраты электричества на переработку 5000 киловат	$5000 \cdot 14 = 70\,000$ тенге
Аренда морозильных камер в месяц 100 кубов по 3000 тенге	$100 \cdot 3000 = 300\,000$
Развозка товара в месяц	200 000
Итого	2 030 000

Прогноз доходов и расходов:

Наименование	2018									2019 год	2020 год
	5	6	7	8	9	10	11	12	Итого		
Доход от реализации продукции				2 250	2 250	2 250	2 250	2 250	11 250	14 625	19 013
Выручка				2 250	2 250	2 250	2 250	2 250	11 250	14 625	19 013
Затраты											
Затраты на посевную	1 616								-1 616	-2 101	-2 731
Уход, работа техники, оплата труда, покупка средств защиты и удобрений		420	420						840	1 092	1 420
Уборка и переработка				1 040	1 040				2 080	2 704	3 515
Затраты электричества на переработку 5000 киловат				70	70	70			210	273	355
Аренда морозильных камер в месяц 100 кубов по 3000 тенге				300	300	300	300	300	1 500	1 950	2 535
Операционная прибыль				840	840	1 880	1 950	1 950	7 460	9 698	12 607
ИПН 3%				68	68	68	68	68	338	439	570
Доход после налогообложения	-1 616	-420	-420	773	773	1 813	1 883	1 883	4 666	6 066	7 886

54. ОТКРЫТИЕ ЦЕХА ПО ПРОИЗВОДСТВУ НАЦИОНАЛЬНОГО ПРОДУКТА КУРТА



Анкета проекта

Цели инвестиционного проекта: Открытие цеха по производству национального продукта курта.

Производительность:

Продукция: курт, сливки 20%, сыворожка, астау.

Стоимость проекта: 27 778 464 тенге.

Срок окупаемости: 2,5 года.

Концепция проекта

Концепция проекта предусматривает открытие цеха по производству национального продукта курта. В данном проекте рассматривается экономическая целесообразность вложения средств в создание животноводческого комплекса по разведению КРС в количестве 200 голов, цеха по производству национального продукта курта и цеха по художественной вырезке по дереву, на земельном участке, общей площадью 1000 га, (для строительства животноводческого комплекса, для строительства молокоперерабатывающего цеха и для заготовки кормов собственного производства. К этой группе относятся зелёные корма и продукты их консервирования – сенаж, сено, солома и прочие).

Одной из важнейших задач товарного рынка молочного рынка является обеспечение его сохранности и сокращение потерь. Радикальным способом решения этих вопросов является переработка молока в продукт длительного хранения. Молоко является основным сырьем для производства молочной продукции. С этой целью нами предлагается производить сырье (молоко) для производства курта собственными силами, путем строительства животноводческого комплекса и заготовкой собственных кормов.

Перспектива развития молочной промышленности во многом зависит от экономической эффективности отрасли. В последние годы производство и реализация национального молочного продукта курта наравне с молочными продуктами в Казахстане является наиболее прибыльной.

Уровень рентабельности молокоперерабатывающих предприятия составляет от 50% до 100%.

Производственная себестоимость курта имеет большие региональные различия и колеблется в пределах от 500–1000 тенге за 1 кг., тогда как цена реализации курта – 1000 тенге за 1 кг.

По оценке экспертов, использование современного оборудованной лаборатории по приемке молока, современное оборудование по технологии производства курта, хранение позволяет повысить рентабельность производства до 100%.

Развитие технологии производственного процесса по изготовлению курта для молочной промышленности возможно только за счет широкого освоения современных высокоэффективных технологий производства курта, включающих в себя использование современных автоматизированных линии и качественного молока

Современная технология возделывания курта основана на применении:

высокопроизводительной и надежной техники и оборудования;
качественного молока;
информационных технологий.

Успех проекта вложения средств в создание цеха по производству национального продукта курта и цеха по художественной вырезке по дереву и ее дальнейшую реализацию обеспечивается следующими обстоятельствами:

новая идея приложения на рынок национального продукта в национальном стиле;
новейшая технология в производстве курта и по художественной вырезке по дереву;
наличие высококвалифицированных специалистов;
отсутствие цехов по производству курта и по художественной вырезке по дереву вблизи от сырьевой зоны;
реализация на оптовых рынках города;

Описание продукции

Курт – это сухой кисломолочный продукт, предназначенный для длительного хранения и использования. Он используется как источник белка, минеральных солей и витаминов

Традиционно готовилось свыше 20 видов и разновидностей курта. Ныне известно несколько его видов. «Выпарной» готовится путем выпаривания кисломолочной основы до получения желаемой консистенции, при этом можно получить «белый и «черный» курты, в зависимости от технологии приготовления и сочетания некоторых компонентов. «Отжатый» (прессованный) курт получают из сырой творожной кисломолочной массы путем отжатия в ладони, с последующей сушкой в тени и прохладе.

Его разновидности – пресные и горько-солёные формы. Технология приготовления «глыбчатого» курта заключается в выпаривании кисломолочной массы, с добавлением свежего молока до нужного состояния. В отличие от других этот вид имеет мягкую консистенцию, весьма питателен и является деликатесом. Следующий вид курта – «свежий», который готовится путем легкого примешивания сливочного масла к кисломолочной творожной массе. Используется в свежем виде, особенно людьми старшего и преклонного возраста. «Горячий» курт готовится из необходимого объема находящейся на разной стадии выпаривания кисломолочной творожной массы путем насыщения этого объема сливочным маслом. «Фильтрованный» курт готовится из кисломолочной творожной массы после удаления сывороточной части. Используется в свежем виде или после предварительного соления. «Ежигей» – растворение курта в овечьем молоке. Продукт является весьма питательным (сытным), аппетитным и повышает иммунитет организма.

Нами изучена общая технология приготовления матричной массы кисломолочной творожной массы, которая практически используется для производства всех разновидностей и форм курта. Таким образом, нами впервые установлено 20 разновидностей и форм курта, изучены химический состав, промерные характеристики (длина, высота, вес) различных форм курта. Полученные данные могут быть основой для разработки промышленной технологии производства изделия.

Курт обладает повышенной питательностью и способностью легче переносить жару, что актуально на территории знойных степей. Еще одним однозначно важным свойством курта считается стойкость к перепадам температур и продолжительная сохранность. Так курт совершенно не нужно хранить в холоде, и он долгое время не портится в дороге. Этот весьма полезный продукт может обеспечить жизнедеятельность людей при экстремальных ситуациях, таких как военные действия войск в горных условиях, в пустыне, в различного рода экспедициях, альпинистских и туристических походах и делает данный продукт конкурентоспособным на мировых рынках.

План маркетинга и анализ рынка

Компания способна не только занять ожидаемую нишу на региональном рынке, но и закрепиться на ней, обеспечив себе стабильный гарантированный рост.

Ключевым инструментом продвижения товара на рынок будет выступать реклама, как один из мощнейших стимуляторов спроса.

Реализация произведенной продукции будет осуществляться по следующим каналам сбыта:

- реализация через розничные точки продаж, магазины и павильоны;
- сеть общественного питания;

Потребителями продукции компании выступают как физические, так и юридические лица. Планируется также работа с оптовыми дилерами с целью продвижения продукции в отдаленные районы.

Одним из важных элементов маркетинговой политики является предлагаемый уровень цен на продукцию и услуги в инвестиционном проекте.

Уровень цен на молочный национальный продукт курт колеблется в сезон от 1 000,0 тенге за килограмм до 2 500 тенге, что обеспечивает достаточную конкурентоспособность этого вида продукции.

Планируемые цены на продукцию

Наименование продукта	Цена продаж, тенге
Астау	1600
Курт	800
Сливки 20%	500
Сыворотка	50

Стратегия рекламной компании: в течение первых трех месяцев важно сформировать у будущих потребителей мнение о товаре и компании, что обуславливает необходимость в интенсивной рекламе в течение первого периода.

Реклама выпускаемой продукции осуществляется посредством размещения информации на досках объявлений, в средствах массовой информации, сети интернет, а также при личных посещениях торговых предприятий.

В стратегию маркетинга, направленную на внедрение и укрепление позиций на рынке производства молочной продукции, в том числе курта, как продукта длительного хранения, хорошо вписывается основная идея настоящего проекта:

- максимальное обеспечение населения натуральным молочным продуктом куртом.

Выполнение основной задачи – обеспечить экспорт до половины выпускаемой продукции на рынки стран СНГ, которая разработана в рамках плана нации «100 конкретных шагов» Министерством сельского хозяйства РК и реализуется как направление по привлечению стратегических инвесторов для развития производства молока и молочной продукции.

Технологический процесс

Нормализованное молоко с массовой долей жира 0,6% пастеризуют при 80-85 °С с выдержкой 10-20 мин и охлаждают до 32-34 °С, вносят закваску в количестве 5% и сквашивают до получения плотного сгустка с кислотностью 75-76 °С. Затем сгусток подогревают до 38-42 °С и выдерживают в течение 20-30 мин для ускорения выделения сыворотки, удаляют сыворотку и сгусток прессуют 3–5 ч в мешочках массой нетто 7-9 кг до массовой доли влаги 76-80%. Сгусток формуют – в бруски, лепешки и др. Если вырабатывают соленый курт, то перед формированием белковую массу солят. Затем курт в специальных сушильных камерах при 35-40 °С, формуют по 20-60 г.

Готовый продукт должен содержать в сухом веществе массовую долю жира не менее 12%, влаги – не более 17, соли – не более 2,5%; иметь кислотность не более 400°Т. Срок реализации жирного курта составляет не более 9 мес., нежирного – не более 15 мес.

Организационный план

Для ведения данного рода деятельности рекомендуется организовать индивидуальное предпринимательство с применением общеустановленного режима.

Организационная структура предприятия будет состоять из следующих основных организационных единиц: директор (собственник бизнеса), разнорабочие, технолог. Персонал сформирован из числа местного населения.

Персонал

Должность	Количество единиц	Оклад, тенге	Сумма в месяц, тенге
Директор	1	120 000	120 000
Разнорабочий	3	80 000	240 000
Технолог	1	100 000	100 000
Итого	5		460 000

Инвестиционный план

Инвестиционные вложения	Итого, тенге
Расходы по приобретению основных средств	17 778 464
Покупка помещения	10 000 000
Всего	27 778 464

Расходы по приобретению основных средств:

Наименование	Количество, ед	Стоимость, тенге	Сумма, тенге
Ванна длительной пастеризации ИПКС-072-200(Н), объем 200 л, с электрическим нагревом и автоматическим блоком управления	1	1998511	1 998 511
Ванна творожная ИПКС-021-1250П(Н), объем 1250 л, имеет крышки	2	1679804	3359608
Комплект оборудования для пастеризации ИПКС-013-1000, с регистрацией, произв. 1000 л/ч, в исполнении на едином шасси	1	5669588	5669588
Насос центробежный ИПКС-017-ОНИ-2,0/20(Н) (импеллерный), произв. 2 куб.м/ч	3	414495	1243485
Охладители молока открытого типа, серия ColdPoolVertical 500	2	1681000	3362000
Сепаратор-сливкоотделитель Ж5-ОСБ, произв. 1000 л/ч	1	2145272	2145272
ИТОГО			17 778 464

Финансовый план

Отчёт о прибылях и убытках

Наименование	2017 г	2018 г	2019 г	2020 г	2021 г
Выручка	73 397 812	84 242 634	84 242 634	84 242 634	79 925 134
Материалы и комплектующие	30 937 500	35 812 500	35 812 500	35 812 500	33 375 000
Сдельная зарплата	13 464 000	15 048 000	15 048 000	15 048 000	14 256 000
Валовая прибыль	28 996 312	33 382 134	33 382 134	33 382 134	32 294 134
Общехозяйственные и коммерческие расходы	3 669 643	4 350 000	4 350 000	4 350 000	3 987 500
Амортизация	10 515 934	1 587 363	1 587 363	1 587 363	1 455 083
Расходы на заработную плату	5 060 000	6 072 000	6 072 000	6 072 000	5 566 000
Финансовые расходы	2 358 500	1 846 750	1 312 750	778 750	244 750
Налог на имущество	75 335	0	0	0	0
Прибыль до налога на прибыль	7 316 901	19 526 021	20 060 021	20 594 021	21 040 801
Налог на прибыль	1 540 334	3 432 076	3 985 304	4 115 511	4 208 160
Чистая прибыль	5 776 566	16 093 945	16 074 717	16 478 510	32 641

IV. УСЛУГИ ДЛЯ НАСЕЛЕНИЯ

55. ЧИСТКА И РЕСТАВРАЦИЯ ПОДУШЕК И ПУХО-ПЕРЬЕВЫХ ОДЕЯЛ

**Концепция проекта**

В настоящее время в связи с все возрастающим спросом на услуги чистки и реставрации подушек и пухо-перьевых одеял есть необходимость в расширении деятельности и организации специализированного производственного цеха по чистке, реставрации и производству подушек и пухо-перьевых одеял. В связи с чем ИП планирует приобрести необходимое оборудование.

Целесообразность реализации проекта: реализация настоящего проекта, позволит предпринимателю-заявителю расширить производственную деятельность, организовать модернизированное направление деятельности по предоставлению услуг чистки и реставрации подушек и пухо-перьевых одеял, что обеспечит диверсификацию деятельности, увеличение доходности и конкурентоспособности предприятия. А также предприятие обеспечит город Тараз и Жамбылскую область качественными услугами и продукцией отечественного производства. Финансирование проекта планируется осуществить за счет грантовых средств, выделяемых Общественным объединением «Молодежная организация инвалидов «Шарапат» по программе «Социальные гранты для предпринимателей».

Действующие виды деятельности предприятия: производство готовых текстильных изделий, таких как «Кыз жасуы», «көрпе» и одеяла; реализация готовой продукции.

Планируемые виды деятельности предприятия: чистка и реставрация подушек и пухо-перьевых одеял; производство подушек и пухо-перьевых одеял; реализация готовой продукции.

Предмет деятельности предприятия: производство, реставрация и реализация продукции в собственном производственном цехе.

Описание продукта (услуги).

Одеяла и подушки являются местом скопления бактерий, пота, пылевых клещей, что может вызывать у человека проблемы со здоровьем, в том числе и аллергию. Специалисты настоятельно рекомендуют заменять эти пуховые изделия каждый год. Чтобы не тратить большие деньги на их приобретение, можно почистить подушки и пухо-перьевые одеяла на специализированном оборудовании. Сейчас мало таких предприятий, предоставляющих данные услуги. Бизнесом по реставрации пуховых изделий следует заниматься, так как он весьма быстро окупаемый и выгодный. Услуга чистки не очень популярна в Казахстане. Несмотря на то, что сейчас более распространенными становятся изделия с синтетическим наполнителем, бизнес остается востребованным.



Открывать предприятие по реставрации желательно в городах с населением более 10 тыс. человек. Так как, несмотря на востребованность, в малых населенных пунктах он будет не рентабелен. Исследования показывают, что в крупных городах ежемесячно мастерские ремонтируют 300-500 подушек. Чтобы организовать свое дело по реставрации необходимо арендовать помещение либо иметь собственный производственный цех.

Бизнес на чистке подушек достаточно новый бизнес в Казахстане, так как оборудование для чистки подушек стало доступным для покупки относительно недавно. Цена на оборудование для чистки подушек составляет примерно 2 500-3 000 долларов, без учёта доставки и дополнительного оборудования расширяющего функционал системы. Надо отметить, что существует несколько разновидностей аппаратов для чистки подушек.

Как проходит процесс чистки. Процесс охватывает несколько этапов:

- ✓ Дезинфекция пуха. После того как клиент принес подушку, с нее снимают старый наперник, а пух и перья загружают в бункер специальной машинки, внутри которой происходит воздействие бактерицидной лампы.
- ✓ Распушивание. Из-за долгой эксплуатации перья и пух сбиваются в комки, поэтому с помощью пары вакуумных насосов они распушиваются, что придает подушке мягкость и легкость. Очистка от крупных частиц. Пух и перья пропускаются через сепаратор, что дает возможность очистить их от песка, земли и других крупных частиц.
- ✓ Кварцевание. Это делается для уничтожения разнообразных опасных клещей и бактерий. Пух при этом просеивается, а затем подвергается кварцеванию лампой.
- ✓ Подача пуха в новый наперник. На этом этапе очищенный пух засыпают в новый наперник, также за определенную плату по желанию клиента можно добавить или уменьшить количество пуха.
- ✓ Зашивание кармана наперника. Осуществляется с помощью швейной машинки.

Больше всего придется инвестировать в оборудование. Несмотря на то, что сумма получится достаточно внушительная, это будут одноразовые затраты. Так, для открытия предприятия по реставрации пуховых изделий необходимо будет купить очистительную машину – это лучший способ очистки. Цена ее колеблется в зависимости от объема отсека очистки, количества потребляемой электроэнергии, мощности, наличия возможности подачи пуха и автоматической зашивки, а также других дополнительных функций. Машины с полным набором функций обойдутся примерно в 500-600 тыс. тенге, но можно найти варианты подешевле. Швейная машинка – незаменимая часть оборудования. Стоит она около 100 тыс. тенге, но есть возможность сэкономить, купив подержанные машинки, либо те, которые были в эксплуатации у разорившихся мастерских. Пылесос. Он необходим для очистки оборудования, выбирать модель можно в зависимости от бюджетных средств.

Калькуляция очистки и реставрации (производства) подушек, 10 штук размером – 70х70 кв.см.

№	Ингредиенты	Ед. изм.	Кол-во	Цена за 1 ед., тг.	Стоимость
1	Пухо-перья	килограмм	20	100	2 000
2	Ткани	метр	15	250	3 750
3	Нитки	штук	1	70	70
4	Зарплата помощника	услуга	10	50	500
Итого себестоимость 10 штук подушек:					6 320
Стоимость услуг 10 штук подушек:					12 000
Маржа					90%

Калькуляция очистки и реставрации (производства) пухо-перьевых одеял, 5 штук размером – 210х130 кв.см.

№	Ингредиенты	Ед. изм.	Кол-во	Цена за 1 ед., тг.	Стоимость, тг.
1	Пухо-перья	килограмм	50	100	5 000
2	Ткани	метр	27,5	250	6 875
3	Нитки	штук	1	70	70
4	Зарплата помощника	услуга	5	100	500
Итого себестоимость 5 штук пухо-перьевых одеял:					12 445
Стоимость услуг 5 штук пухо-перьевых одеял:					20 000
Маржа					61%

Стратегия маркетинга

Швейное производство – специфический бизнес, который требует тщательного планирования и четкой организации. Идея организовать швейный цех приходила многим, но далеко не всем удавалось сделать такой проект успешным. Как же организовать швейное производство и при этом не прогореть? Давайте попробуем разобраться.

Данный вид бизнеса может приносить немалый доход, именно поэтому конкуренция в этой сфере достаточно велика. Чтобы получать прибыль, нужно рассчитать все цифры и проработать хотя бы самый простенький бизнес-план. Кроме того, в идеале вы должны быть уже знакомы со швейным делом хотя бы на начальном уровне. Например, вы любите шить одежду себе и своим близким. Если нет, то будет целесообразно пойти на курсы швейного мастерства, почитать необходимую литературу и поговорить с людьми, которые разбираются в вопросе.

Дело в том, что открыть ателье не так сложно. Сложность заключается в том, что для бесперебойного функционирования производства может понадобиться целый ряд специализированных устройств. Всё это оборудование крайне дорогостоящее, поэтому нужно точно знать, какое оборудование вам понадобится для вашего конкретного цеха и в каком количестве.

Организация сбыта товаров.

Каналы сбыта – это, пожалуй, наиболее важный аспект продажи любого вида товара или услуги. Действительно, зачем что-то производить (или предоставлять услуги), если это не удастся продать? Для швейной продукции каналы сбыта имеют определяющее значение. Дело в том, что у вас, по сути, есть только 3 канала: интернет, местные магазины и рынки. Конечно, вы можете также открыть собственный магазин или даже сеть. Но для этого понадобится значительное дополнительное финансирование, которое поначалу может быть недоступно. Со временем, если ваш бизнес станет достаточно успешным, вы сможете продавать свою продукцию и в других городах через сетевые магазины. На первых же порах группы в социальных сетях, местные специализированные магазины и рынки – это именно те каналы сбыта, на которые вам стоит ориентироваться.

Организация, управление и персонал.

В деятельности планируемых комплексов по предоставлению услуг чистки и реставрации подушек и пухо-перьевых одеял будет задействован штат из 2 работников, которые приведены в следующей таблице:

Штатное расписание по проекту.

№ п/п	Наименование должности	Количество по штату, чел.	Оклад рабочих, тенге
1	Руководитель – предприниматель	1	-
2	Помощница	1	сдельный
Итого рабочих мест по проекту		2	-

По мере необходимости в штат будут наниматься дополнительные сотрудники в зависимости от производственной загруженности.

Потребность в капитале и финансирование.

Запрашиваемые грантовые средства будут израсходованы на приобретение оборудования по очистке подушек и пухо-перьевых одеял. Процесс приобретения и доставки оборудования планируется провести в течение 2-ух месяцев. Закупы необходимого ассортимента ткани и фурнитуры планируется провести в течение 1-го месяца. Следовательно, реализация проекта в данном направлении начнется через 2-3 месяца. При этом на полную мощность предприятие выйдет к августу. Расходы, связанные с приобретением оборудования будут производиться за счет грантовых средств. Таким образом, ИП, осуществив приобретение оборудования и прочего необходимого инвентаря для чистки и реставрации подушек и пухо-перьевых одеял, получает возможность предоставлять свои услуги в широком ассортименте.

Структура инвестиционных затрат по приобретению оборудования:

№ п/п	Наименование	Кол-во	Цена за 1 ед., тг.	Стоимость, тг.
1	Оборудование для чистки подушек и пухо-перьевых одеял	1 шт.	500 000	500 000

2	Ткани	100 м.	250	25 000
3	Нитки	10 шт.	70	700
4	Пылесос	1 шт.	65 000	65 000
Итого инвестиционных затрат:				590 700

Финансовый план**Валовый доход от предоставления услуг, тенге**

№ п/п	Наименование статьи	Ед. изм.	Цена за ед. тг.	Объем производства в мес.	Итого сумма дохода в мес., тенге	Итого сумма дохода в год, тенге
1	Чистка и реставрация подушек	шт.	1 200	30	36 000	432 000
2	Чистка и реставрация пухо-перьевых одеял	шт.	4 000	12	48 000	576 000
ИТОГО					84 000	1 008 000

Прогноз отчета о прибылях и убытках по проекту (в разрезе 5 лет)

Наименование статьи	Годы					Итого за 5 лет, тенге
	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	
Поступления						
Валовый доход	504 000	1 008 000	1 008 000	1 008 000	1 008 000	4 536 000
Итого поступлений	504 000	1 008 000	1 008 000	1 008 000	1 008 000	4 536 000
Издержки						
Себестоимость услуг	286 364	572 727	572 727	572 727	572 727	2 577 273
Коммунальные услуги	17 004	34 008	34 008	34 008	34 008	153 036
Расходы на услуги связи	12 000	24 000	24 000	24 000	24 000	108 000
Расходы на рекламу	6 000	12 000	12 000	12 000	12 000	54 000
Прочие расходы	30 000	60 000	60 000	60 000	60 000	270 000
Подходный налог	15 120	30 240	30 240	30 240	30 240	136 080
Итого производств. издержки	366 488	732 975	732 975	732 975	732 975	3 298 389
Операционная прибыль	137 512	275 025	275 025	275 025	275 025	1 237 611
Чистая прибыль (остатки)	137 512	275 025	275 025	275 025	275 025	1 237 611

56. ОТКРЫТИЕ АТЕЛЬЕ ПО ПОШИВУ ШТОР**Анкета проекта:**

Цели инвестиционного проекта: дизайн и пошив штор.

Годовая производительность: 276 штор.

Продукция: шторы.

Стоимость проекта: 1,2 млн. тенге.

Срок окупаемости: 1 год.

Концепция проекта.

Бизнес по пошиву штор всегда будет интересным и выгодным. Ведь шторы как ничто украшают интерьер помещения. Их не заменят строгие жалюзи, лишаящие помещение уюта и комфорта. А в условиях недостаточного количества фирм, предлагающих оригинальный дизайн, при правильной организации бизнес по пошиву штор способен приносить существенную прибыль.

Выбор направления бизнеса обусловлен тем, что в связи с растущей численностью населения в нашем регионе быстрыми темпами развивается строительство, улучшается качество жизни и потребность в профессиональном обустройстве своей среды обитания также растет. Поэтому несмотря на конкуренцию присутствующую в отрасли бизнес можно считать стабильно развивающимся и высокорентабельным.

Описание продукции

Шторы играют определяющую роль в интерьере любого дома. Существует огромное количество различных видов штор, каждый из которых характеризуется определенными параметрами. Приведем примеры некоторых из них.

1. Классические шторы — представляют собой раздвижные прямые портьеры с занавесями из тюля. Основной акцент, как правило, делается на ткань. При пошиве используются различные декоративные элементы: подхваты, шнуры, рюши, кисти.

2. Римские шторы представляют собой полотно ткани, которое благодаря специальным вставкам собирается вверх крупными складками. Управление осуществляется с помощью шнура.

3. Рулонные шторы предназначены для кухни, балкона, спальни.

Настоящим проектом предполагается к выпуску следующий ассортимент:

№	Наименование продукта	Цена реализации за комплект штор, тенге
1	Стандарт	6 000
2	Элита	24 000
3	Хай-тек	42 000
4	Престиж	78 000

Примечание: 1 комплект = 1 окно, размером 6 м².

Анализ рынка и маркетинговая стратегия

Текстильное оформление интерьеров – это последняя точка в создании или реконструкции помещения, носящая как функциональный, так и декоративный характер. Клиентами, заинтересованными в оказании данных услуг, могут быть как частные лица, так и организации (места общественного питания, офисы, детские учреждения и т.д.). Проведенный анализ рынка в данном направлении по интернет исследованиям позволил установить, что отрасль имеет несколько направлений в зависимости от ценовой политики и социального статуса потребителей данных услуг, а именно:

1. Изготовление готовых типовых комплектов штор по стандартным размерам. Это удобный метод для того, чтобы непосредственно на месте визуализировать продукцию, которая появится в помещении, без времени ожидания на изготовление приобрести ее. Направление рассчитано в основном на класс покупателей средний и ниже среднего по платежеспособности.

2. Текстильный дизайн интерьера на заказ для людей и организаций среднего достатка. Предполагает индивидуальный подход к интерьеру с выездом непосредственно в интерьер или со слов клиента. Происходит подбор тканей и обсуждение деталей проекта вместе с заказчиком.

3. Текстильный дизайн интерьера на заказ для людей и организаций выше среднего. В этом методе учитываются интерьерные особенности и особенности непосредственно самого клиента, четко прорабатываются его пожелания. Рассматриваются варианты креативных решений.

4. Текстильный дизайн интерьера на заказ для VIP-персон. Здесь особое внимание уделяется индивидуальным особенностям клиента, его темпераменту, его темпу жизни и роду занятий. Все это умело сочетается с интерьером и преподносится как единое целое. Работа ведется с нестандартными материалами и идеи также должны быть не стандартными. Метод достаточно трудо- и времязатратный, требует высокого профессионализма, но он окупается т.к. в этом случае услуги достаточно дорогостоящие.

В результате опроса потенциальных потребителей выяснилось, что рынок имеет достаточно чётко сформировавшуюся структуру и целевые сегменты. Были выявлены следующие сегменты:

№	Сегмент	Описание целевого потребителя	Продукт и услуга компании
1	Нижний ценовой сегмент	В основном это женщины от 25 до 55 лет, имеющие доход на семью от 100 тыс. тенге до 150 тыс. тенге. Повод для заказа — ремонт или замена старых штор	Наиболее распространенные виды стандартных штор, изготовленных из недорогой ткани. Минимальные требования по дизайну.
2	Средний ценовой сегмент	В основном это женщины от 25 до 55 лет, имеющие доход на семью около от 250 тыс. до 350 тыс. тенге. Повод для заказа — покупка нового жилья, ремонт или замена старых штор.	Классические шторы, рулонные шторы для кухни, балкона, спальни. Требования к дизайну: средний уровень сложности.
3	Премиум сегмент	В основном это женщины от 25 до 55 лет, имеющие доход на семью около от 400 тыс. тенге. Повод для заказа — покупка нового жилья, ремонт или замена старых штор.	Оригинальные шторы различных видов и для разнообразных целей из дорогих тканей. Требования к дизайну: эксклюзивность и оригинальность.

Направление бизнеса будет нацелено на клиентскую аудиторию среднего и выше среднего достатка т.к. люди этого уровня чаще всего желают разрабатывать дизайн своего помещения индивидуально. Поэтому здесь можно отлично реализоваться творчески и получить хорошую прибыль, т.к. индивидуальные услуги всегда оцениваются выше.

Конкуренция на рынке текстильного оформления интерьеров достаточно большая. Но в связи с тем, что эта отрасль тесно связана с растущим строительством нового жилья, как многоквартирных домов, так и частных владений, то конкуренцию можно назвать здоровой, позволяющей поддерживать бизнес на высоком уровне и позволять ему оставаться высокодоходным. Если к этому еще добавить специфику оказываемых услуг, а именно то, что самовыражение дизайнеров может быть безграничным, то конкуренция здесь даже подстегивает творческий потенциал исполнителей. К тому же нужно учитывать то, что с реконструкцией интерьеров текстильное оформление тоже меняется, что тоже влияет на увеличение спроса данных услуг.

Актуальность и перспективность отрасли заключается в том, что все более возрастает потребность человека в качественном и удобном жилище, а текстильное оформление интерьера задает настроение и обеспечивает комфорт.

Инвестиции.

Общая сумма средств необходимая для организации производства составляет 1,237 млн. тенге. Она будет направлена на покрытие следующих инвестиционных затрат.

№	Наименование	Кол-во, Штук	Цена за 1 ед., тенге	Сумма, тенге
Основные средства				
1	Швейная машинка (профессиональная)	2	200 000	400 000
2	Оверлок	1	47 000	47 000
3	Раскройный швейный стол	1	117 000	117 000
4	Столы для швейных машин и оверлока	3	15 000	45 000

5	Стулья	4	7 000	28 000
6	Утюг	1	14 000	14 000
7	Компьютер для дизайнера	1	250 000	250 000
	Итого			901 000
Оборотный капитал				
1	Материалы (ткань, нитки, аксессуары, лента)			216 000
2	Реклама			40 000
3	Аренда помещения			80 000
	Итого			336 000
	ВСЕГО			1 237 000

Проект на 100% финансируется за счет кредита. Срок кредита – 1 год. Запрашиваемая процентная ставка – 19%. Льготный период – 6 месяцев. Источники погашения кредита – доход от текущей деятельности предприятия. Проектом предполагается получение субсидирования процентной ставки по госпрограмме «Дорожная карта бизнеса-2020», что позволит сократить расходы по вознаграждению банка до 12% годовых.

Производственный план. Проектом запланирована следующая производственная программа.

Объем производства штор

Ассортимент	Месяцы												Итого
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Стандарт	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	31
Элита	6	6	6	6	8	9	9	9	9	9	9	9	95
Хай-тек	6	6	6	6	8	9	9	9	9	9	9	9	95
Престиж	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	55
Итого	18	18	18	18	22	26	26	26	26	26	26	26	276

За 1 год хозяйственно-финансовой деятельности планируется реализовать 276 штор различных моделей на общую сумму 10,75 млн. тенге.

Организационный план

Численность персонала предприятия по данному проекту составит 3 человека. В том числе, директор/дизайнер – 1 человек, швеи – 2 человека. Ежемесячный фонд зарплаты составит 329 700 тенге.

Финансовый план

Бюджет проекта

Статьи доходов и расходов	1 квартал	2 квартал	3 квартал	4 квартал	Итого
ДОХОДЫ					
Стандарт	36 000	42 000	54 000	54 000	186 000
Элита	432 000	552 000	648 000	648 000	2 280 000
Хай-тек	756 000	966 000	1 134 000	1 134 000	3 990 000
Престиж	936 000	1 014 000	1 170 000	1 170 000	4 290 000
Итого доходов	2 160 000	2 574 000	3 006 000	3 006 000	10 746 000
РАСХОДЫ					
Материалы (ткань, нитки, аксессуары, лента)	432 000	772 200	901 800	901 800	3 007 800
ФОТ	989 100	989 100	989 100	989 100	3 956 400
Аренда помещения	160 000	240 000	240 000	240 000	880 000
Коммунальные услуги	42 000	42 000	42 000	42 000	168 000
Реклама	80 000	90 000	30 000	30 000	230 000
Кредит	37 110	37 110	649 425	630 870	1 354 515
ИПН	64 800	77 220	90 180	90 180	322 380
Итого расход	1 805 010	2 247 630	2 942 505	2 923 950	9 919 095
ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ	354 990	326 370	63 495	82 050	826 905

Представленный бюджет по истечению 12 месяцев имеет чистую прибыль в размере 826 905 тенге, что соответствует 66,8% рентабельности на вложенный первоначальный капитал. Это возможно при условиях получения заказов в указанных выше объемах.

57. ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ УСЛУГ ПО ГЕОДЕЗИИ И КАРТОГРАФИИ



Цель проекта: Приобретение оборудования для предоставления услуг по геодезии и картографии.

Стоимость реализации проекта: 8 500 000 тенге.

Финансирование: Финансирование проекта планируется осуществить за счет заемных средств через АО «Нурбанк».

Целесообразность реализации проекта: реализация настоящего проекта, позволит предпринимателю – заявителю организовать услугу по геодезии и картографии, что обеспечит диверсификацию деятельности, увеличение доходности и конкурентоспособности предпринимателя.

В наше время строительный бизнес развивается стремительно и динамично, особенно в последнее десятилетие. Соответственно геодезические услуги, услуги землеустройства и кадастровой деятельности набирают обороты. Активная деятельность ведется посредством предоставления услуг по геодезии и картографии. В настоящее время предприниматель решил приобрести оборудование для предоставления услуг по геодезии и картографии за счет заемных средств.

Реализация настоящего проекта, позволит предпринимателю - заявителю получить следующие результаты: расширение бизнеса в новом формате; увеличить доходность предприятия.

Описание услуги.

Предприятие будет оказывать услуги в производстве топографо-геодезических работ для составления крупномасштабных инженерных планов и инженерно-геодезических изысканий для проектирования площадных и линейных объектов, в том числе инженерных и транспортных коммуникаций.

Предприятие будет выполнять комплекс землеустроительных работ при образовании новых и упорядочении существующих объектов землеустройства, от стадии подготовки документов для выбора земель и до подготовки документов для проведения государственного кадастрового учета, в том числе разработку Проектов границ и межевание земельных участков, составление землеустроительных дел и описания земельных участков.

ИП может конкурировать с уже существующими предприятиями:

- за счет внедрения новых технологий;
- за счет совершенствования рекламной деятельности;
- за счет развития новых видов услуг;
- за счет ценовой политики.

Для оказания услуг необходимо получить лицензию. У предпринимателя имеется лицензия, выданная Комитетом по делам строительства и жилищно-коммунального хозяйства, Министерством регионального развития Республики Казахстана.

Доходы предприятия будут формироваться за счет трех источников:

Первый источник – это заключение крупных контрактов на оказание геодезических услуг для строительных компаний. Стоимость такого контракта составляет не менее 5 млн. тг. Для заключения такого контракта обычно необходимо принять участие в конкурсе (тендере). Преимущество получает та компания, которая предложит наименьшую цену на оказание услуг. Далее эта категория услуг названа «услуги по тендерам».

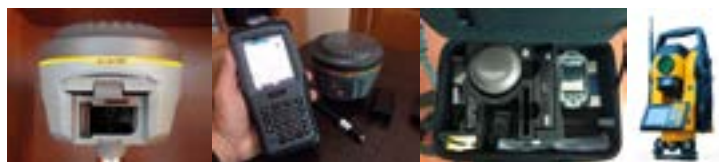
Второй источник доходов – это услуги, оказываемые юридическим лицам при оформлении земельных участков. Средняя стоимость услуг составляет 200 тыс. тг. По плану во втором полугодии г. планируется ежемесячно заключать не менее 2 договоров (т.е. 12 за полугодие), в дальнейшем — не менее 5 в месяц (т.е. 30 договоров за полугодие).

Третий источник доходов – это оказание услуг физическим лицам. Этот источник доходов является достаточно стабильным, так как граждане активно оформляют землю в собственность, совершают сделки по купле-продаже земли. В среднем стоимость услуг составляет 100 тыс. тг. Всего на начальном этапе проекта планируется оказывать такие услуги не менее чем 10 клиентам в месяц (т.е. 60 клиентов за полугодие), в дальнейшем их количество по плану возрастет до 150 человек в полугодие. Для работы с этой категорией клиентов необходимо особое внимание уделить рекламе.

Проект будет реализован за счет заемных финансовых ресурсов АО «Нурбанк». Для расширения бизнеса необходимы заемные средства в размере 8 млн. 500 тыс. тг. На заемные средства планируется купить следующее оборудование.

Структура инвестиционных затрат по проекту:

№ п/п	Наименование	Кол-во	Цена, тенге	Стоимость, тенге
1	GPS двухчастотный GNSS приемник South Galaxy G1.	2	3 000 000	6 000 000
2	Тахеометр South NTS-391 R-10	1	2 500 000	2 500 000
	Итого		8 500 000	8 500 000



Технические характеристики «GPS двухчастотный GNSS приемник South Galaxy G1»:

Каналы	220
Одновременно отслеживаемые сигналы спутников	
GPS	L1 C/A, L1 C, L2 E, L2 C, L5
GLONASS:	L1 C/A, L1 P, L2 C/A, L2 P, L3
SBAS:	L1 C/A, L5
GALILEO:	GIOVE-A, GIOVE-B, E1, E5A, E5B
COMPASS:	B1, B2, B3
	QZSS L1, L2, WAAS, MSAS, EGNOS, GAGAN, SBAS

Технические характеристики Тахеометр South NTS-391 R-10:

Роботизированный тахеометр South NTS-391. Высокоточный тахеометр с цифровой камерой South NTS - 340II (точность измерения углов - 1"). Электронный тахеометр South R10 (измерения расстояний в безотражательном режиме до 1000 м). Обновленная серия тахеометров South NTS-370R (WindowsCE, измерения расстояний в безотражательном режиме до 800 м). Новая серия лазерных построителей плоскостей (нивелиров) - South TRL. Новый высокоточный цифровой нивелир South DL-2003(точность цифрового измерения - 0,3 мм на 1 км).

Стратегия маркетинга.

Маркетинговый подход охватывает широкий круг операций по воздействию на потребителя с использованием специальной техники анализа рынка и формулирование покупательских намерений. Рыночный спрос — это охват показаний, характеризующей тенденции его развития, ибо все на рынке определяется, в конечном счете, знанием перспективы. В последнее время благосостояние людей, в том числе и жителей нашего города, улучшилось. В связи с повышением уровня заработной платы у людей появилась возможность брать кредиты в банке для приобретения квартир или строительства частного дома, приобретения садового участка и строительства садового домика. В связи с этим увеличился спрос на услуги, связанные с геодезией. С увеличением спроса на услуги геодезии, а именно на геодезические и картографические услуги, повысились и требования предоставляемым потребителям услугам. Поэтому использование новейших технологий и новое оборудование позволяет производить более качественную услугу, которая бы соответствовала всем требованиям потребителя, при этом, повышая объем предоставления услуг, снижая ее себестоимость и укрепляться на рынке сбыта услуг.

Ценовая стратегия. Ценовая стратегия предусматривает следующие мероприятия: изучение ценовой политики конкурентов; использование системы скидок; формирование цен с учетом покрытия издержек и действующего законодательства; предоставление гибких форм оплаты – введение системы отсрочки платежа.

Стратегия дистрибуции. Коммерческая деятельность компании должна быть ориентирована на поиск платежеспособных потребителей и установления с ними долгосрочных договорных связей.

Стратегия продвижения. Достижение поставленных маркетинговых целей потребует от компании разработки и реализации комплекса мер, направленных на реализацию выбранного характера позиционирования. В комплекс мер по продвижению услуг рекомендуется включить рекламную деятельность. В качестве средств рекламы будут использованы специализированные печатные издания; специализированные программы на ТВ и Радио; интернет-маркетинг.

Организационный план.

На постоянной основе задействовано штат из 2 работников, также при выполнении объемных работ нанимается временные рабочие, которые приведены в следующей таблице:

Штатное расписание предприятия

№ п/п	Наименование должности	Количество по штату, чел.	Оклад рабочих, тенге
На постоянной основе			
1	Руководитель ИП	1	100 000
2	Геодезист	1	100 000
Итого		2	200 000
Временные работники в зависимости от объема работы (в среднем 4 человека)			
1	Помощник	3	50 000
2	Повар	1	60 000
Итого		4	210 000
Всего		6	410 000

Финансовый план**Прогноз отчета о прибылях и убытках по проекту (в разрезе по годам)**

Наименование статьи	Годы					Итого за 5 лет, тенге
	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	
Поступления						
Выручка от реализации продукции	12 000 000	13 200 000	14 520 000	15 972 000	17 569 200	73 261 200
Итого выручка	12 000 000	13 200 000	14 520 000	15 972 000	17 569 200	73 261 200
Издержки						
Расходы на услуги связи	60 000	60 000	60 000	60 000	60 000	300 000
Банковские расходы	60 000	60 000	60 000	60 000	60 000	300 000
Транспортные расходы	360 000	396 000	435 600	479 160	527 076	2 197 836
Аренда спецтехники	600 000	660 000	726 000	798 600	878 460	3 663 060
Прочие расходы	600 000	660 000	726 000	798 600	878 460	3 663 060
Итого производств. издержки	1 680 000	1 836 000	2 007 600	2 196 360	2 403 996	10 123 956
Затраты по ФЭП						
Затраты по ФЭП персонала	4 920 000	5 412 000	5 953 200	6 548 520	7 203 372	30 037 092
Отчисления по ФЭП персонала	541 200	595 320	654 852	720 337	792 371	3 304 080
Итого затраты по ФЭП	5 461 200	6 007 320	6 608 052	7 268 857	7 995 743	33 341 172
Операционная прибыль	4 858 800	5 356 680	5 904 348	6 506 783	7 169 461	29 796 072
Выплата подоходного налога	360 000	396 000	435 600	479 160	527 076	2 197 836
Погашения кредита	1 971 948	1 971 948	1 971 948	1 971 948	1 971 948	9 859 740
Чистая прибыль (остатки)	2 526 852	2 988 732	3 496 800	4 055 675	4 670 437	17 738 496

58. УБОРКА ТЕРРИТОРИИ ОТ СНЕГА.

**Анкета проекта**

Цели инвестиционного проекта: приобретение мини-погрузчика БЛ-380.

Услуга: уборка территории от снега.

Стоимость проекта: 4 100 000 тенге.

Концепция проекта

Концепция проекта предусматривает организацию предприятия по уборке территории от снега в г.Костанай. Основными потребителями услуги будут организации и частные территории. Настоящий проект создан в форме бизнес-плана для организации предпринимательской деятельности. В проекте предусмотрены затраты на приобретение оборудования, сырья и оплату труда.

Описание продукции

Несвоевременная уборка снега или полное отсутствие ее как таковой остается актуальной проблемой для многих городов нашей страны. Несмотря на основной и явный недостаток бизнес-идеи, связанной с услугами по уборке снега – сезонность, открытие своего дела в этой области может привести к получению быстрого и высокого заработка в зимний период, главное, было бы желание, немного свободных средств, погода способствовала.

В снежную зиму фронт работ широк, а число заказчиков зашкаливает. Как известно, муниципальные коммунальные службы обслуживают только государственные объекты. А вот уборка снега на частных территориях (прилегающая зона и кровля) – обязанность их владельцев, неисполнение которой грозит немалыми штрафами, уголовной ответственностью и прочими неприятными последствиями.

Анализ рынка и сбыт продукции.

Согласно правилам благоустройства территорий городов и населенных пунктов, все предприятия должны очищать принадлежащую им территорию от снега.

Начинать рекламную кампанию нужно заранее. Когда выпадет снег, начинать рекламироваться уже будет поздно и бессмысленно – все потенциальные клиенты к тому времени уже заключат договора с другими снегоуборочными компаниями. Активная работа обычно длится с ноября по март, поэтому начинать рекламироваться можно уже с середины сентября.

В дачных поселках и районах с частными домами будут расклеены броские объявления, а также в крупные организации будет направленно коммерческое предложение.

Инвестиционный план.

В рамках проекта планируется привлечение государственного гранта:

Источник	Сумма, тг.
Государственный грант	3 000 000
Собственные средства	1 100 000

Необходимое оборудование:

Мини-погрузчик БЛ-380 - это продолжение развития модели БЛ-280. Минитрактор был перепроектирован, чтобы увеличить производительность и продуктивность на рабочем месте. БЛ-380 обладает большей опрокидывающей мощностью и высотой свалки. Минитрактор оснащен облегченным управлением, ведь все функции он выполняет с помощью всего четырех джойстиков.

Размеры:

- Максимальная высота: 2115 mm.
- Высота разгрузки: 1460 mm.
- Расстояние от колес до ковша: 185 mm.
- Высота минитрактора: 1205 mm.
- Общая длина с ковшом: 2206 mm.
- Общая длина без ковша: 1752 mm.

№	Наименование	стоимость
1	Мини-погрузчик БЛ-380	4 100 000 тг

**Территория и здания.**

Для организации данной бизнес-идеи специального помещения не требуется, планируется арендовать гараж для мини-погрузчика, стоимость аренды 5 000 тенге в месяц.

План производства и доходы от реализации услуг**Выручка от услуг:**

Максимальный объем производства в смену - 5 мото/часов.

Стоимость 1 мото/часа составляет - 1200 тенге.

Объем производства в месяц: 5 мото/часов*1200 тенге*24 смены=144 000 тенге.

Отчет о прибылях и убытках.
Производство планируется в 1 смену.

Статья	2017 (1 мес.)	2018 (4 мес.)
Доход от реализации услуг	144 000	576 000
Зарботная плата	50 000	200 000
ГСМ	16 800	67 200
Тех.обслуживание	60 000	120 000
Итого операционные расходы	126 800	387 200
Операционный доход	17 200	188 800
Налог	2 160	8 640
Чистая прибыль	15 040	180 160

Данный вид бизнеса является сезонным (*декабрь-апрель*), в дальнейшем инициатор проекта планирует приобрести дополнительные комплектующие к мини-погрузчику, что позволит увеличить перечень предоставляемых услуг.

59. ОТКРЫТИЕ БИЛЬЯРДНОГО КЛУБА



Анкета проекта

Цели инвестиционного проекта: открытие бильярдного клуба.

Стоимость проекта: 10 000 000 тенге.

Срок окупаемости: 17 месяцев.

Концепция проекта

ИП предлагает на рассмотрение проект по созданию бильярдного клуба в г. Жезказгане, планирует получить кредит по программе ДАМУ в сумме 10 000 тыс. тенге под 16,5% по ДКБ в Банке Центр Кредите, 10% субсидируется государством.

Описание услуги.

ИП планирует оказывать комплекс взаимосвязанных услуг:

Услуги бильярда. 5 столов, в день 4 часа по цене 1200 тенге за 1 час.

Караоке. 5 часов в день по 3500 тенге в час.

Бар. Реализация продукции в день на 12 000 тенге, стоимость продуктов на 7 000 тенге.

Услуги кухни. Кафе работает с 14.00 до 02.00, в день реализация на 10 000 тенге при цене продуктов на 5 000 тенге

План маркетинга.

Бильярд вызывает все больший интерес у людей. Он перешел уже в разряд спорта, и за игровыми столами теперь можно увидеть не только взрослых, но и подростков. Поскольку бильярд пользуется популярностью, а игра сама по себе очень увлекательная, то из этого можно сделать логичный вывод: бильярдный клуб как бизнес - это отличный вариант вложения денег.

Бильярдные бывают разных размеров и с разным количеством столов. Кроме этого заведения бывают различной направленности: развлекательные (могут совмещаться в одном помещении с другими развлечениями); спортивные (высокие требования к оснащению, не преследует развлекательной цели); элитные (как и спортивные, требуют высокого качества столов, игроки в основном постоянные и являются профессионалами).

В последнее время у наших людей появился поистине огромный, и все возрастающий интерес к бильярду. По статистике каждый посетитель клубов и баров хотя бы раз играл в эту игру, 30% не отказываются сыграть «за компанию», а 50% - активные любители бильярда.

Исследование и анализ рынка сбыта.

В качестве потенциальных потребителей предоставляемых клубом услуг можно рассматривать все население 60 % - возраст от 18 до 30 лет, 35 % - возраст от 30 до 40, 5 % - возраст от 40 и старше. Таким образом, основную часть наших будущих клиентов будут составлять лица от 18 до 30 лет. По статистике основной долей людей, играющих в бильярд, являются мужчины. Рынок услуг не является сезонным, что даёт высокое преимущество по сравнению с другими рынками.

Срок кредитования 7 лет с отсрочкой платежей на 6 месяцев с начала реализации проекта.

Общие инвестиционные затраты по проекту включают в себя:

Структура инвестиций	Всего	Доля
кредит	10 000 000	61,4
собственные средства	628 2000	38,6
Всего	10 628 000	100,0

Распределение кредитных средств

	Всего
Приобретение помещения	10 000 000
Всего	10 000 000

Распределение собственных средств

Наименование	Количество	цена	Стоимость
Основные средства, в т.ч.			6 120 000
караоке система ASC-250	1	1 400 000	1 400 000
Бильярдный стол	5	600 000	3 000 000
Барный столик	4	5000	20 000
Столы	5	5000	25 000
Стулья	10	2500	25 000
Телевизор	1	150 000	150 000
Ремонтные работы в помещении			1 500 000
Оборотные средства, в т.ч.			162 000
Продукты питания			100 000
Коммунальные услуги			62 000
ВСЕГО собственных средств			628 2000

Наличие помещения. Для организации бизнеса требуется приобретение нежилого помещения стоимостью 10 000 тыс. тенге, а также произвести ремонтные работы на сумму 1 500 тыс.тенге

Персонал организации

	Кол-во	Оклад	ФОТ
Производство	7		480000
Администратор	1	80000	80000
Бармен	2	70000	140000
Караоке администратор	1	60000	60000
повар	1	80000	80000
официант	2	60000	120000

Финансовый план.**Расходы в месяц:**

Электроэнергия — 18000 тенге.

Коммунальные услуги — 40 000 тенге.

Затраты на продукты в месяц — 360 000 в месяц.

Офисные расходы — 10 000 тенге в месяц.

Реклама — 25 000 тенге в месяц.

Заработная плата — 480 000 тенге в месяц.

Хознужды — 20 000 тенге в месяц.

Цена реализации и стоимость сырья в тенге.

Вид продукции	Ед изм	Цена реализации с НДС	Стоимость сырья с НДС
Бильярд	час	1 200	0
Караоке	час	3 500	0
Бар	день	12 000	7 000
Кухня	день	10 000	5 000

Объемы производства.

В первый год реализации проекта 3 месяца заняты организационными процессами, ремонтом помещения.

	Вид продукции	Ед.изм	1 год	2 год	3-5 годы
1	Бильярд	час	5 400	7 200	7 200
2	Караоке	час	1 350	1 800	1 800
3	Бар	день	270	365	365
4	Кухня	день	270	365	365

Отчет о прибылях и убытках

ОТЧЕТ О ПРИБЫЛЯХ И УБЫТКАХ	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	итого
Выручка (без НДС)	17 145 000	22 970 000	23 717 000	23 717 000	23 717 000	23 717 000	23 717 000	111 266 000
<i>Бильярд</i>	6 480 000	8 640 000	9 072 000	9 072 000	9 072 000	9 072 000	9 072 000	42 336 000
<i>Караоке</i>	4 725 000	6 300 000	6 615 000	6 615 000	6 615 000	6 615 000	6 615 000	30 870 000
<i>Бар</i>	3 240 000	4 380 000	4 380 000	4 380 000	4 380 000	4 380 000	4 380 000	20 760 000
<i>Кухня</i>	2 700 000	3 650 000	3 650 000	3 650 000	3 650 000	3 650 000	3 650 000	17 300 000
Себестоимость продукции	8 283 100	10 950 475	10 961 680	10 961 680	10 961 680	11 181 925	11 181 925	52 118 615
Прямые издержки	3 240 000	4 380 000	4 380 000	4 380 000	4 380 000	4 380 000	4 380 000	20 760 000
<i>Бильярд</i>	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>Караоке</i>	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>Бар</i>	1 890 000	2 555 000	2 555 000	2 555 000	2 555 000	2 555 000	2 555 000	12 110 000

Кухня	1 350 000	1 825 000	1 825 000	1 825 000	1 825 000	1 825 000	1 825 000	8 650 000
Оплата труда (производство)	4 320 000	5 760 000	5 760 000	5 760 000	5 760 000	5 760 000	5 760 000	27 360 000
Социальные отчисления	257 175	344 550	355 755	355 755	355 755	576 000	576 000	1 668 990
налог на имущество	57 500	57 500	57 500	57 500	57 500	57 500	57 500	287 500
ФСН	408 425	408 425	408 425	408 425	408 425	408 425	408 425	2 042 125
ВАЛОВАЯ ПРИБЫЛЬ	8 861 900	12 019 525	12 755 320	12 755 320	12 755 320	12 535 075	12 535 075	59 147 385
Административные расходы	837 000	1 116 000	1 116 000	1 116 000	1 116 000	1 126 108	1 126 108	5 301 000
электроэнергия	162 000	216 000	216 000	216 000	216 000	216 000	216 000	1 026 000
ком.услуги	360 000	480 000	480 000	480 000	480 000	480 000	480 000	2 280 000
офисные расходы	90 000	120 000	120 000	120 000	120 000	120 000	120 000	570 000
Реклама и PR	225 000	300 000	300 000	300 000	300 000	300 000	300 000	1 425 000
ОПЕРАЦИОННАЯ ПРИБЫЛЬ	8 024 900	10 903 525	11 639 320	11 639 320	11 639 320	11 408 967	11 408 967	53 846 385
Амортизация	1 843 000	1 843 000	1 843 000	1 843 000	1 843 000	1 843 000	1 612 000	9 215 000
здания и сооружения	1 150 000	1 150 000	1 150 000	1 150 000	1 150 000	1 150 000	1 150 000	5 750 000
оборудование	693 000	693 000	693 000	693 000	693 000	693 000	462 000	3 465 000
Расходы по процентам	639 583	554 167	454 167	354 167	254 167	154 167	54 167	2 256 251
ПРИБЫЛЬ ДО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ	5 542 317	8 506 358	9 342 153	9 442 153	9 542 153	9 411 800	9 742 800	42 835 884
Налог на прибыль	257 175	344 550	355 755	355 755	355 755	70 000	70 000	1 668 990
ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ	5 285 142	8 161 808	8 986 398	9 086 398	9 186 398	9 341 800	9 672 800	41 166 894

60. ОКАЗАНИЕ УСЛУГ ПО РЕМОНТУ БЫТОВЫХ ХОЛОДИЛЬНИКОВ, БЫТОВОЙ ТЕХНИКИ, ЗАПРАВКА АВТОКОНДИЦИОНЕРОВ



Анкета проекта

Цели инвестиционного проекта: открытие мастерской по оказанию услуг по ремонту бытовых холодильников, бытовой техники и заправки автокондиционеров.

Стоимость проекта: 700 000 тенге.

Срок окупаемости: 6 месяцев.

Концепция проекта

Концепция проекта предусматривает открытие мастерской по оказанию услуг по ремонту бытовых холодильников, бытовой техники и заправки автокондиционеров.

Технологии так далеко шагнули вперед, что сейчас трудно себе представить хотя бы одну квартиру, не уставленную множеством бытовых предметов. И даже самые современные и дорогие из них склонны к поломкам, что определяет постоянно растущую актуальность услуг мастеров по ремонту техники.

ИП предполагает получение кредита в сумме 700 тыс. тенге по программе продуктивной занятости и массового предпринимательства сроком на 5 лет по ставке финансирования 6%.

Описание услуги

В любом доме сегодня имеется множество электрических приборов, их пользователи обычно не имеют ни малейшего понятия об устройстве техники и тем более о том, как её ремонтировать в случае поломки. При этом в большинстве случаев вышедшая из строя техника подлежит восстановлению, и ремонт гораздо выгоднее экономически, чем покупка нового агрегата. В связи с этим потребность в услугах мастеров среди населения постоянна, настоящий профессионал, способный справиться с любой поломкой, обязательно найдёт своего клиента. Построить бизнес на ремонте бытовой техники относительно несложно, но для этого нужно обладать соответствующими знаниями, и далеко не каждый мастер является универсальным, умея работать с абсолютно любой техникой любых производителей. Но и даже в этом случае можно построить свой успешный бизнес, который будет иметь множество перспектив развития.

Бизнес по ремонту бытовой техники сложен технически и включает ряд обязательных этапов:

1. Обращение клиента. Это может быть личный визит со сломанной техникой или вызов диагноста на дом. Во втором случае требуется телефон для связи и желательна парковка поблизости. Со временем при большом потоке заказов можно рассмотреть кандидатуру на вакансию диспетчера для приема заявок.

2. Определение причины поломки. Если диагностика происходит на дому, то требуется еще чемодан или крупная сумка для переноски измерительных приборов и инструментов.

3. Определение стоимости услуги. Клиенту озвучивается цена и обозначаются ее составляющие (работа мастера, запчасти). Некоторые мастерские предоставляют заказчику возможность самому приобрести нужные детали для ремонта, но это рискованный способ, поскольку вы вынуждены использовать непроверенные материалы.

4. Оказание услуги. Требуется время, образуются очереди – клиентскую базу и график заказов можно автоматизировать специальными CRM-системами или программами для компьютера.

5. Оплата услуги.

6. Предоставление гарантии. Лучше, если она будет не меньше 3 месяцев, а на крупную технику – от полугода.

План маркетинга и анализ рынка

Сфера услуг является одной из наиболее перспективных и быстроразвивающихся отраслей экономики. Сегодня уже практически не осталось предприятий, которые в той или иной степени не оказывали бы услуги, или, по крайней мере, не соприкасались бы с ними. Услуги являются ведущим сектором экономики большинства развитых стран. В странах Северной Америки, Европы и Азии (Япония и Южная Корея) количество сотрудников, работающих в сфере услуг, превышает число занятых во всех других отраслях вместе взятых. Сектор общественных и частных услуг в этих странах составляет 60-70% от общего объема национального производства.

Всем известно, что получить кредит на покупку новой бытовой техники сейчас не является слишком большой проблемой, однако техника бывает разная, и порой дешевле починить старую, чем приобретать новую вещь. Ремонт бытовой техники можно заниматься и на дому – это будет стоить в несколько раз дешевле, но и уровень доходов будет гораздо ниже. По этой причине много людей обращаются в сервис-центры. Согласно экспертным данным, эта ниша рынка услуг в процентном соотношении составляет от 20 до 35 единиц. Получаемый доход от ремонта бытовой техники независим от сезона, погодных условий и тому подобных факторов. Услугами такой компании могут воспользоваться как физические, так и юридические лица. Причем вызов мастера может производиться как в любой район города, так и за его пределы, – соответственно это будет стоить дороже. Практически в каждом доме сегодня присутствует огромное количество электроприборов, которые, часто выходя из строя и подлежат ремонту. Кроме этого, в продаже с каждым годом появляются сложные и многофункциональные приборы, которые требуют регулярной профилактики, диагностики.

Организационный план

Планируемый штат работников – 2 человека: непосредственно индивидуальный предприниматель и менеджер с окладом 30 тыс.тенге. Индивидуальный предприниматель работает в спешноголовом режиме по упрощенной декларации.

Обеспеченность помещением. Помещения не требуется, так как ИП работает по вызову на территории клиента.

Приобретение оборудования. На данный момент имеется: монометрический коллектор, баллон 40 л (азот), баллон 40 л (кислород), баллон 27 л (пропан), горелка с рукавами (нуждается в замене), вакуумный насос, весы 20 кг. Общая сумма оборудования 200 тыс.тенге.

Планируется приобрести следующее оборудование и инструмент:

Наименование	Ед.изм.	Кол-во	Цена (в тенге)	Стоимость (в тенге)
Горелка в сборе	шт.	1	50 000	50 000
Дрель	шт.	1	20 000	20 000
Перфоратор	шт.	1	25 000	25 000
Шуруповерт	шт.	1	15 000	15 000
Набор ключей	шт.	1	20 000	20 000
Болгарка	шт.	1	20 000	20 000
Сварочный аппарат инвертор	шт.	1	55 000	55 000
Труборез, трубогиб, развальцовщик	шт.	1	20 000	20 000
Ящик для инструментов	шт.	1	8 000	8 000
Мультиметр	шт.	1	6 000	6 000
Токоизмерительные клещи	шт.	1	6 000	6 000
Портативная зарядная станция	шт.	1	377 500	377 500
Комплект УФ диагностики	шт.	1	75 000	75 000
Прочие инструменты	шт.	500	5	2500
Итого:				700 000

Планируемые виды услуг в месяц и цены:

Услуга	Кол-во в месяц	Цена реализации (усредненно)	В том числе стоимость материалов*	Стоимость услуги
Ремонт холодильников	6	15 000-35 000	2 000-22 000	13 000
Заправка автокондиционеров	4	8 000-12 000	1 000-2 000	8 500
Установка кондиционеров	3	15 000-20 000	1 000-2 000	16 000
Ремонт прочей бытовой техники	8	2 000-12 000	0-8 000	7 000

*Стоимость материалов приобретается заказчиком, в стоимость услуги не включается.

Объем продукции в год

Вид услуг	ед.	2017	2018-2021
Ремонт холодильников	шт	60	72
Заправка автокондиционеров	шт	40	48
Установка кондиционеров	шт	30	36
Ремонт прочей бытовой техники	шт	80	96

Финансовый план**Расходы в месяц:**

Затраты на аренду автотранспорта – 3 000 тенге.

Затраты на связь — 3 000 тенге в месяц.

Затраты на рекламу — 1 000 тенге.

Заработная плата менеджера — 30 000 тенге.

Расходный материал — 5 000 тенге в месяц.

Отчет о прибылях и убытках.

ОТЧЕТ О ПРИБЫЛЯХ И УБЫТКАХ	2017	2018	2019	2020	2021	итого
Выручка	2 160 000	2 592 000	2 592 000	2 592 000	2 592 000	12 528 000
Ремонт холодильников	780 000	936 000	936 000	936 000	936 000	4 524 000
Заправка автокондиционеров	340 000	408 000	408 000	408 000	408 000	1 972 000
Установка кондиционеров	480 000	576 000	576 000	576 000	576 000	2 784 000
Ремонт прочей бытовой техники	560 000	672 000	672 000	672 000	672 000	3 248 000
Себестоимость продукции	412 400	170 880	170 880	170 880	170 880	1 095 920
Оплата труда (производство)	300 000	36 000	36 000	36 000	36 000	444 000
Социальные отчисления	32 400	38 880	38 880	38 880	38 880	187 920
расходные материалы	50 000	60 000	60 000	60 000	60 000	290 000
Транспортные расходы	30 000	36 000	36 000	36 000	36 000	174 000
ВАЛОВАЯ ПРИБЫЛЬ	1 747 600	2 421 120	2 421 120	2 421 120	2 421 120	11 432 080
Административные расходы	40 000	48 000	48 000	48 000	48 000	232 000
Связь	30 000	36 000	36 000	36 000	36 000	174 000
Реклама и PR	10 000	12 000	12 000	12 000	12 000	58 000
ОПЕРАЦИОННАЯ ПРИБЫЛЬ	1 707 600	2 373 120	2 373 120	2 373 120	2 373 120	11 200 080
Амортизация	78 000	90 000	90 000	90 000	90 000	438 000
оборудование	78 000	90 000	90 000	90 000	90 000	438 000
Расходы по процентам	41 025	33 030	23 670	14 310	4 950	116 985
ПРИБЫЛЬ ДО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ	1 588 575	2 250 090	2 259 450	2 268 810	2 278 170	10 645 095
Налог на прибыль	32 400	38 880	38 880	38 880	38 880	187 920
ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ	1 556 175	2 211 210	2 220 570	2 229 930	2 239 290	10 457 175

61. ПРОДАЖА ЖАРЕННОГО МОРОЖЕНОГО**Анкета проекта.**

Цель инвестиционного проекта: розничная продажа жареного мороженого.

Продукция: жареное мороженое.

Производительность: 27 тыс. порций мороженого в сезон (6 месяцев).

Стоимость проекта: 700 тыс. тг.

Срок окупаемости: 2 месяца.

Концепция проекта.

Концепция проекта предусматривает организацию точки продаж жареного мороженого. Планируется открытие одного пункта продажи. Мороженое - это один из самых популярных лакомств, которое обожают и взрослые, и дети. Торговля мороженым - это выгодное, низкозатратное и быстро окупаемое дело. Реализация мороженого осуществляется в соответствии с санитарно-эпидемиологическими заключениями государственных органов СЭС.

Описание продукта/услуги.

Само словосочетание поражает воображение и кажется чем-то фантастическим, совершенно невозможным. Однако, это удивительное лакомство, которое также иногда называется ролл-мороженое, действительно существует, и с каждым днем оно становится все более популярным.

Что же это за экзотическое лакомство и почему оно так называется? Этот необычный десерт готовится из смеси, в которую добавляются сиропы и топпинги. Самая важная часть приготовления - это, конечно, специальное оборудование, а именно фризёр для приготовления жареного мороженого. На его плоскую жарочную поверхность помещается смесь, в которую можно добавлять самые различные топпинги. Затем, при помощи специальных лопаток, похожих на шпатели, смесь распределяется по поверхности и «обжаривается». Жарится мороженое при низкой температуре. Застывшую смесь теми же самыми лопатками скручивают в рулетики - поэтому такое мороженое и называют роллом.

Анализ рынка и сбыт продукции.

На сегодняшний день в Костаное подобного вида десерта еще нет. Среднее потребление мороженого на душу в Казахстане значительно меньше по сравнению с соседями и составляет 0,5 кг в год, в то время как в России - 5кг.



Сбыт. После того, как все готово: разрешение получено, оборудование и продавец есть, можно начинать продажи. Половина успеха бизнеса - подходящее место торговли. Точка с мороженым будет располагаться в ТРЦ «Март», место достаточно оживленное, в связи с этим торговая точка всегда будет находиться в центре внимания, и спрос на данный продукт будет высок.

Технология производства.

Фрай фризер. На приготовление одного ролла требуется всего 2-3 минуты. В результате вы получите удивительно вкусное, а главное невероятно красивое мороженое. Причем, за приготовлением можно понаблюдать наглядно. Данный продукт готовится благодаря уникальной технологии, которая похожа на приготовление блинов. Сам процесс походит на небольшое шоу, в котором вы непосредственный участник.



Технология предельно проста. Смесь для мороженого наливается на охлажденную рабочую поверхность в форме круга и замораживается в течении короткого периода времени, после чего продавец нажимает на специальный рычаг и происходит резкое нагревание рабочей поверхности, в результате замерший блин подтаивает, что позволяет придать ему любую форму. Как правило, берется лопаточка, с помощью которой продукт сворачивается в замороженный ролл и подается клиенту в красивой креманке. Дополнительно можно увеличить разнообразие вкусов, если использовать натуральные фрукты и ягоды. Это так же улучшит и без того красивый внешний вид товара.

Жареное мороженое имеет нежный вкус и ничем не уступает обычному, причем оно не такое холодное, и его можно давать детям даже в зимний период времени.

Фризеры для жареного мороженого. Данный тип оборудования является символом удачного совмещения противоположностей. Способный решить любое противоречие, он может презентовать жареное мороженое — приготовление на «ультра холодной сковородке». Такой вид искусства не под силу стандартному образу фризера. Диаметра поверхности в 50 сантиметров хватает, чтобы воплощать кухонные фантазии, экспериментируя с совершенно любыми добавками, от корицы до кусочков орехов, фруктов и овощей.

Количество вкусов: 1.

Расход энергии: 1,2 кВт/ч.

Компрессор: Aspera.

Габариты в упаковке: 1310*680*930 мм.

Вес брутто: 103 кг.

Оборудование:

Фризер для производства мороженого, производительность 20 л./час.

Холодильная камера Бирюса - 108, V=115 л.

Миксер для коктейлей на 2 стаканчика.

Торговый остров для производства и продажи продукции.

Помимо оборудования необходимы специальные смеси со вкусовыми добавками. Наибольшей популярностью пользуются американские смеси Frosty Freeze- шоколадные, клубничные, ванильные. Они разводятся молоком.

Персонал. Персонал, который необходим - это продавцы. Так как точек будет одна, то планируется создать одно рабочее место.

Расчет себестоимости мягкого мороженого:

Стоимость смеси для мороженого, тенге/6,666кг	2000
Количество порций по 80 гр., единиц	83
Расход смеси для мороженого на единицу, тенге	25
Ингредиенты	20
Стаканчики для мороженого	72
Себестоимость 1 мороженого, тенге	117

Стоимость одного пакета весом 1,666 (1,6) кг смеси для приготовления мороженого составляет 1 500 тг. стоимость 5 л. молока 500 тг., стоимость начинки зависит от ингредиента. Средний вес порции мороженого составляет 80 грамм. Соответственно из 6 кг смеси получим 83 порции. Разделим стоимость смеси (1 500 тенге) на количество порций (2 000 тг/83= 25 тенге). Стоимость одного стаканчика 72 тенге. Себестоимость одной порции мороженого с учетом всех компонентов составляет 117 тенге.

Инвестиции и затраты на реализацию проекта. Необходимо закупить оборудование:

Наименование оборудования	стоимость
Фризер для производства мороженого, производительность 20 л./час	320 000
Холодильная камера Бирюса-108, V=115 л.	59 900
Миксер для коктейлей на 2 стаканчика	45 000
Торговый остров для производства и продажи продукции	180 000

Общие инвестиции составят 604 900 тенге.

Затраты на сырье и материалы:

Общий объем продаж, штук	27 000
Себестоимость за единицу, тенге	117
Всего затрат на сырье, тенге	3 159 000



Затраты на персонал:

Работник	Кол-во	оклад	Всего затрат за 6 мес.
Оператор	1	60 000	360 000

Аренда помещения. Место аренды будет располагаться в ТРЦ Март, общей площадью 3-6 м2, стоимость аренды составляет 150 000 тенге, в аренду включены затраты на коммунальные услуги.

Аренда и затраты на коммунальные расходы:

наименование затрат	в месяц	за 6 месяцев
Аренда	150 000	900 000

Доходы от реализации мороженого:

Количество проданного мороженого, штук в день	150
Количество точек реализации	1
Количество рабочих дней в месяц	30
Рабочие месяцы в год	6
Общий объем продаж, штук	27000
Цена за единицу одной порции	250
Общая выручка за операционный период	6 750 000

Отчет о прибылях и убытках.

Наименование статьи	за 6 месяцев
Доход от реализации готовой продукции	6 750 000
Прямые затраты- Сырье и материалы	3 159 000
Валовой доход	3 591 000
Итого операционные расходы	510 000
Заработная плата	360 000
Аренда и затраты на коммунальные расходы	150 000
Операционный доход	3 081 000
Налог	47 385
Чистая прибыль	3 033 615

62. ОТКРЫТИЕ ПАРИКМАХЕРСКОЙ**Анкета проекта:**

Цели инвестиционного проекта: открытие парикмахерской эконом класса.

Годовая производительность: 24 430 посетителей.

Продукция: услуги парикмахера.

Стоимость проекта: 1,74 млн. тенге.

Срок окупаемости: 4 месяца.

Концепция проекта

Небольшую парикмахерскую можно организовать в спальном районе города, арендовав здание или помещение, выведенное из жилого фонда. Бизнес-план парикмахерской ориентирован на создание парикмахерской на 6 кресел, для чего будет достаточно аренды помещения в 54 кв. м. На его базе можно будет оказывать такие услуги, как: стрижка мужская, женская, детская, окраска, химическая завивка, минирование, тонирование, лечение волос и уход за ними, свадебные и вечерние прически.

Парикмахерские услуги относятся к тем видам, которые стабильно востребованы. Они в свою очередь, определяются уровнем, ценовой категорией и клиентами, а именно парикмахерская базового уровня; парикмахерская среднего класса; салон-студия парикмахерская.

Наиболее перспективно открытие парикмахерской среднего класса. В этом случае услуги всегда востребованы и выдерживают конкуренцию. Это относится и к парикмахерской эконом класса.

Описание продукции

Парикмахерская эконом-класса будет организована в спальном районе, ориентирована на бюджетный сегмент потребителей. Основным конкурентным преимуществом будет оптимальное соотношение «цена-качество», рабочий режим – с 9.00 до 21.00, без перерыва в две смены по 6 часов каждая. Выходной 1 день. Ежемесячный баланс рабочего времени 156 часов. Парикмахерская будет ориентирована на сегмент потребителей с доходом небольшим и средним, стоимость услуг будет учитывать конкурентные предложения. В будущем есть перспектива укрупнения и развития новых направлений.

Штатное расписание:

Должность	Количество персонала, человек	Оклад, тенге
Директор	1	120 000
Женский зал:		

1-ая смена	3	110 000
2-ая смена	3	110 000
Мужской зал:		
1-ая смена	3	110 000
2-ая смена	3	110 000

Ежемесячный фонд оплаты труда – 1 582 560 тенге.

Стоимость женской стрижки – 2 000 тенге, стоимость мужской – 1 000 тенге.

Анализ рынка и маркетинговая стратегия

Если говорить о рынке парикмахерских услуг, то нужно заметить, что он и на кризис и различные экономические изменения реагирует, конечно, но не критично. Человек не может долго обходиться без стрижки. А если уж у женщины крашенные волосы, то она точно направится в салон, как только корни ее отрастут. И тут цена будет иметь уже не такое сильное значение, как качество.

Примечательно, что доля сетевых салонов не превышает и 3%. Почти весь рынок основывается на работе отдельных парикмахерских. Каждая из них имеет своего потребителя. Войти на рынок новому поставщику услуг довольно легко – он не имеет финансовых и конкурентных барьеров. Все соперники занимают очень малую долю рынка. По сути, они не являются прямыми конкурентами. Разве что салоны, которые находятся совсем рядом. Получается, что каждая парикмахерская обслуживает свой сегмент рынка, чаще всего обусловленный территориально.

Почти 85% рынка – это салоны среднего или эконом-класса. При определении стоимости услуг стоит ориентироваться на цены именно этого сегмента рынка. Парикмахерские ВВП и люкс класса во внимание можно не брать. Они обслуживают отдельную прослойку общества. Таким образом, основной конкурент – это мелкие поставщики парикмахерских услуг, имеющие среднерыночную цену или ниже рыночной. Влияние их в отдельности на сферу не значительно.

Конечно, наиболее частыми потребителями услуги являются женщины. Меньшую долю потребления имеют мужчины и дети.

Классификация и характеристика целевой аудитории

Бизнес-план парикмахерской описывает работу парикмахерской в спальном районе города. Следовательно, потенциальной аудиторией являются жители окрестных домов, классификация и характеристика которых будет зависеть от каждого конкретного случая. В целом это люди с небольшим и средним достатком, чаще коренные жители города.

Инвестиции. Общая сумма средств, необходимая для открытия бизнеса, составляет 1 739 968 тенге. В том числе, 153 696 тенге собственных денег пойдут в первый месяц на аренду помещения, приобретение шампуней и бальзамов, организацию рекламы. Кредитные средства будут направлены на приобретение следующих основных средств:

№	Наименование	Кол-во, Штук	Цена за 1 ед., тенге	Сумма, тенге
1	Машинка для стрижки	12	35 000	420 000
2	Сушуар	1	52 500	52 500
3	Фен	12	12 470	149 640
4	Кресло с гидравликой	6	72 800	436 800
5	Мойка с креслом	1	101 000	101 000
6	Стол визажиста	6	45 000	270 000
7	Вешалка	2	7 000	14 000
	Комплект парикмахерских ножниц	12	4 500	54 000
1	Набор расчесок парикмахерских	12	3 136	37 632
2	Бигуди набор	3	1 300	3 900
3	Пеньюар	12	1 400	16 800
	Полотенце	60	500	30 000
	Итого			1 586 272

Проект на 91,2% финансируется за счет кредита. Срок кредита – 1 год. Запрашиваемая процентная ставка – 25%. Льготный период – 6 месяцев. Источники погашения кредита – доход от текущей деятельности предприятия.

Производственный план. Проектом запланирована следующая производственная программа.

Объем услуг:

Кол-во посетителей	Месяцы												Итого
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Коэффициент загрузки	60%	60%	60%	70%	70%	70%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	
Женская стрижка	562	562	562	655	655	655	749	749	749	749	749	749	8 143
Мужская стрижка	1 123	1 123	1 123	1 310	1 310	1 310	1 498	1 498	1 498	1 498	1 498	1 498	16 286
Итого													24 430

Финансовый план.

Бюджет проекта

Статьи доходов и расходов	1 квартал	2 квартал	3 квартал	4 квартал	Итого
ДОХОДЫ					
Женская стрижка	3 369 600	3 931 200	4 492 800	4 492 800	16 286 400
Мужская стрижка	3 369 600	3 931 200	4 492 800	4 492 800	16 286 400

Итого доходов	6 739 200	7 862 400	8 985 600	8 985 600	32 572 800
РАСХОДЫ					
ФОТ	4 747 680	4 747 680	4 747 680	4 747 680	18 990 720
Аренда помещения	330 000	330 000	330 000	330 000	1 320 000
Коммунальные услуги	78 000	78 000	78 000	78 000	312 000
Шампунь и бальзам для волос	101 088	117 936	134 784	134 784	488 592
Проценты по кредиту	99 142	99 142	82 618	33 047	313 950
Реклама	30 000	30 000	30 000	30 000	120 000
Итого расход	5 385 910	5 402 758	5 403 082	5 353 511	21 545 262
ИПН	202 176	235 872	269 568	269 568	977 184
Погашение основного долга	0	0	793 136	793 136	1 586 272
ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ	1 151 114	2 223 770	2 519 814	2 569 385	8 464 082

Представленный бюджет по истечению 12 месяцев имеет чистую прибыль в размере 8,5 млн. тенге.

63. КЛИНИНГОВЫЕ УСЛУГИ С ВЫЕЗДОМ



Анкета проекта:

Цели инвестиционного проекта: создание клининговой компании.

Годовая производительность: Уборка 81 900 м² помещений.

Продукция: услуги по уборке помещений.

Стоимость проекта: 4,77 млн. тенге.

Срок окупаемости: 15 месяцев.

Концепция проекта. С развитием в Казахстане бизнеса на основе аутсорсинга все более популярными становятся так называемые клининговые компании. Особенно широкое распространение они получили в офисной среде, но немало и тех, кому проще и удобнее вызвать специалистов, чтобы, скажем, сделать генеральную уборку после ремонта или переезда. Причин этому немало: от банальной экономии времени до качества уборки клининговых служб, так как в своей работе они применяют профессиональные и весьма дорогостоящие материалы. Данный бизнес-план описывает этапы создания клининговой компании, также приводятся экономические расчеты проекта, уровень затрат и доходов. Он может быть использован в качестве наглядного пособия, презентации для потенциального инвестора или в качестве примера для написания собственного бизнес-плана.

Описание услуг. Услуги компании будут предоставляться физическим и юридическим лицам. Потенциальными клиентами клининговой службы среди физических лиц являются семьи с уровнем дохода выше среднего для проведения комплексной уборки жилья, а также семьи с размером доходов среднего уровня для проведения отдельных услуг, таких, как чистка ковров и мебели. Среди юридических лиц потенциальными клиентами компании являются частные предприятия, расположенные в офисных и бизнес-центрах, кинотеатры, учебные заведения, фитнес-центры, заведения общественного питания и др. Для физических лиц оказание услуг будет происходить в дневное время с 8.00 до 21.00 (обед – 1 час). Для юридических лиц будут заключаться специальные договоры на обслуживание, и услуги будут осуществляться преимущественно в вечернее и ночное время суток. Доставка работников будет на собственном транспорте компании. Для этого планируется приобрести микроавтобус.

Организационный план. Во время подготовительного этапа ответственность и финансирование лежит полностью на инициаторе проекта. После начала работы клининговой компании собственник бизнеса занимает должность управляющего. В его обязанности будет входить поиск и привлечение потенциальных заказчиков из числа юридических лиц, работа с налоговыми органами, а также общие вопросы ведения бизнеса. Описание деятельности других работников фирмы приведено в разделе «Штатное расписание».

Штатное расписание:

Категория работника	Количество персонала, человек	Оклад, тенге	Итого, тенге
Управляющий	1	120 000	120 000
Менеджер по продажам	1	100 000	100 000
Старший по смене	2	110 000	220 000
Уборщики	4	90 000	360 000
Итого	8		800 000

Ежемесячный фонд оплаты труда, с учетом всех выплат – 879 200 тенге.

График работы управляющего – 5х2.

Менеджер по продажам осуществляет поиск и привлечение клиентов, занимается рекламой компании, принимает заказы по телефону. График работы менеджера – 5х2.

Старший смены осуществляет доставку сотрудников до места оказания услуг, контролирует качество работы, осуществляет организационную деятельность. График работы 2х2.

Уборщики занимаются непосредственно уборкой помещений. График работы 3х3.

Число специалистов данной области, которые должны быть учтены в бизнес-плане клининговой компании, рассчитывается из следующих соображений.

Тип помещения	Обслуживаемая площадь	Используемое количество работников
Офисное	500 квадратных метров	один специалист
Торговые залы	800 квадратных метров	один специалист

Уборки 1 м² помещения офисного стоит – 280 тенге, торговых залов – 250 тенге.

Как искать клиентов?

Для поиска клиентов используют несколько методик: прямые звонки, менеджеры связываются с владельцами коммерческой недвижимости и предлагают им свои услуги; реклама в местных СМИ; запуск собственного сайта с последующим подключением контекстной рекламы, этот метод позволит уже в первые дни работы компании получить несколько клиентов.

Инвестиции.

Наименование	Область применения	Стоимость за единицу, тенге	Кол-во, штук	Итоговая сумма, тенге
Помещение				
Аренда помещения для офиса (S = 54 м ²)				100 000
Оборудование				
Пылесос	сухая и влажная уборка	326 000	1	326 000
Плоский mop	замена бытовому венику и совку	17 000	1	17 000
Дисковая машинка	тщательная уборка ковровых покрытий	815 000	1	815 000
Тележка с отжимом	влажная уборка полов, хранение моющих растворов, компоновка мусора	65 000	1	65 000
Итого				1 223 000
Оргтехника, мебель				
Компьютер		150 000	1	150 000
Многофункциональное устройство (принтер/сканер/факс)		45 000	1	45 000
Мебель офисная (столы, стулья, диван)				150 000
Итого				345 000
Транспорт				
Микроавтобус «Газель»		3 000 000	1	3 000 000
Униформа				
Спецодежда, комплект		17 000	6	102 000
ВСЕГО				4 770 000

Как видно из представленной таблицы, наибольшие расходы для открытия клининговой компании потребуются на транспорт и приобретение оборудования. Транспорт можно включать если вы часто будете выезжать на место к клиенту, если же у вас в основном будут долгосрочные заказы, то все оборудование обычно хранится непосредственно на месте, где проводится уборка.

Проект на 100% финансируется за счет кредита. Срок кредита – 1 год. Запрашиваемая процентная ставка – 25%. Льготный период – 6 месяцев. Источники погашения кредита – доход от текущей деятельности предприятия.

Производственный план. Проектом запланирована следующая производственная программа.

Объем услуг по уборке помещений, м²:

Наименование помещений	Месяцы												Итого
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Офисное	2000	2000	2000	2500	2500	2500	3000	3000	3000	3000	3000	3000	31 500
Торговые залы	3200	3200	3200	4000	4000	4000	4800	4800	4800	4800	4800	4800	50 400
Итого	5200	5200	5200	6500	6500	6500	7800	7800	7800	7800	7800	7800	81 900

Финансовый план.

Бюджет проекта:

Статьи доходов и расходов	1 квартал	2 квартал	3 квартал	4 квартал	Итого
ДОХОДЫ					
Офисное	1 680 000	2 100 000	2 520 000	2 520 000	8 820 000
Торговые залы	2 400 000	3 000 000	3 600 000	3 600 000	12 600 000
Итого доходов	4 080 000	5 100 000	6 120 000	6 120 000	21 420 000
РАСХОДЫ					
ФОТ	2 637 600	2 637 600	2 637 600	2 637 600	10 550 400
Аренда помещения	200 000	300 000	300 000	300 000	1 100 000
Коммунальные услуги	72 000	72 000	72 000	72 000	288 000
Шампунь и бальзам для волос	84 000	84 000	84 000	84 000	336 000

Проценты по кредиту	298 125	298 125	248 438	99 375	944 063
Реклама	45 000	45 000	45 000	45 000	180 000
Итого расход	3 336 725	3 436 725	3 387 038	3 237 975	13 398 463
ИПН	122 400	153 000	183 600	183 600	642 600
Погашение основного долга	0	0	2 385 000	2 385 000	4 770 000
ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ	620 875	1 510 275	164 363	313 425	2 608 938

Представленный бюджет настоящего проекта по истечению 12 месяцев имеет чистую прибыль в размере 2,6 млн. тенге.

64. КУРСЫ РОБОТОТЕХНИКИ ДЕТЯМ



Анкета проекта:

Цели инвестиционного проекта: открытие курсов экспериментальной робототехники детям.

Годовая производительность: 720 детей.

Услуга: обучение детей.

Стоимость проекта: 3 млн. тенге.

Срок окупаемости: 10 месяцев.

Концепция проекта. Занятия в клубе робототехники позволят детям и подросткам получить навыки в сфере робототехники с 5 до 14 лет. В основе занятий заложен принцип STEM (наука (science), технологии (technology), проектирование (engineering), математика (mathematics)). В учебном процессе планируется использовать самые передовые технологии и учебные программы международного стандарта.

Клуб робототехники является лучшим местом для изучения робототехники различного уровня по системе от простого к сложному. Учебные программы подразумевают занятия в уютной дружеской атмосфере в группах до 8 человек с индивидуальным подходом для каждого ребенка.

Описание продукции. Робототехника развивает:

- Мелкая моторика: манипуляции с мелкими деталями конструктора способствуют развитию тонких движений кистей рук у детей.
- Конструирование: ребенок учится создавать из мелких деталей роботов, разбирает зачем и для чего нужны те или иные детали.
- Программирование: роботы не могут обойтись без какой-либо программы. Дети учатся программировать в интуитивно понятной компьютерной программе.
- Творчество: сборка робота дает ребенку полную свободу действий в создании образа робота, а это хороший тренажер для воображения.

Мини учебный центр может быть организован в спальном районе возле школ. Основным преимуществом данного проекта является свободный рынок. Курсы будут ориентированы на потребителей с доходом небольшим и средним, стоимость услуг будет учитывать конкурентные предложения других учебных курсов. В будущем есть перспектива укрупнения и развития новых направлений.

В проекте не предусматривается наем сотрудников, предприниматель будет проводить обучение самостоятельно. Занятия доступны по цене. Одно занятия стоит 2 000 тенге – это средняя рыночная цена развивающих занятий в любом центре или кружке.

Анализ рынка и маркетинговая стратегия. Детские развивающие центры в последнее время пользуются все большей популярностью среди жителей Мангыстауской области, как и в других регионах Казахстана. Согласно опросам, которые проводились в крупных населенных пунктах, больше, чем половина родителей уже отдала или собирается отдать детей в возрасте от 8 месяцев до 8 лет в такие центры. Высокий спрос на эти услуги связан с тем, что их стоимость постепенно сокращается и в настоящий момент доступна практически для каждой семьи. Если есть спрос, то будет и предложение. На рынке развивающих центров много различных вариантов предложений, среди них наиболее популярные ментальная арифметика, курсы развития ребенка, языковые курсы, дошкольные подготовительные курсы. В последнее время в СНГ особенно набирает популярность курсы программирования для детей и курсы робототехники. Спрос на эти курсы будут расти, и можно занять данную нишу на начальном этапе.

Классификация и характеристика целевой аудитории. Целевой аудиторией данного центра являются дети от 5 до 14 лет. Три учебные программы для трех возрастных групп. (5-6 лет, 7-9 лет и 10-14 лет). Для каждой группы отдельный робототехнический набор. Все конструкторы совместимы друг с другом, используются практически одинаковые детали, поэтому дети легко переходят с одного набора на другой.

Инвестиции. Первоначальные вложения:

№	Наименование	Цена за 1 ед., Тенге (без НДС)	Сумма, Тенге (с НДС)
1	Стартовый пакет	750 000	840 000
2	Наборы конструкторов для 6 групп (60 чел)	1 075 000	1 204 000
3	Оборудование и мебель		500 000

4	Сайт	50 000
5	Реклама	200 000
	Итого	2 794 000

Проект может быть профинансирован по единой программе ДКБ-2020, где можно получить субсидирование ставки вознаграждения 7 или 10% (если проект реализуется в городе либо в сельском населенном пункте и моногороде, соответственно) если ставка вознаграждения банка не превышает 19%. Сам же проект можно реализовывать самостоятельно, либо купить франшизу готового проекта. Покупка франшизы снижает риски провала и облегчает процесс реализации проекта.

Производственный план. В данном разделе показывается прибыль предприятия

Нужно учитывать, что в городе, моногороде или в населенном пункте аренда могут быть выше, так и ниже, чем в представляемом примере расчета.

Средняя стоимость абонеента: 12 000 тенге в месяц. Среднее количество учеников: 60 детей. Таким образом, получаем оборот около 720 000 тенге в месяц.

Финансовый план. Примерный ежемесячный план

Статьи доходов и расходов	
ДОХОДЫ	
С абонеента	720 000
РАСХОДЫ	
Аренда помещения	125 000
Коммунальные услуги	25 000
Проценты по кредиту	100 000
Реклама	30 000
Итого расход	280 000
ИПН	130 000
ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ	310 000
Рентабельность проекта,	43 %

Представленный бюджет по истечению 12 месяцев имеет чистую прибыль в размере 3,7 млн. тенге.

65. ОТКРЫТИЕ АГЕНТСТВА НЯНИ



Анкета проекта:

Цели инвестиционного проекта: подбор няни для детей различных возрастов.

Годовая производительность: 745 заказов или 17 400 отработанных часов.

Продукция: услуги няни на дому.

Стоимость проекта: 445 000 тенге.

Срок окупаемости: 4 месяца.

Концепция проекта. Услуги няни на дому всегда актуальны в тех семьях, где есть маленькие дети. По своей природе малыши не усидчивы, очень подвижны, а потому родители хотят, чтобы их чадо было под надежным присмотром в их отсутствие. Однако доверить ребенка постороннему человеку, обратившемуся по объявлению, решиться не каждый. Уж лучше обратиться в агентство нянь.

Эти факты наталкивают на отличную бизнес-идею – открыть агентство нянь. Самый ответственный момент здесь – набрать рабочий персонал. Предпочтительный возраст няни – от 35 и выше, так как мама ребенка никогда не выберет в качестве няни юную девушку. Желательно, чтобы у женщины, оказывающей услуги няни на дому, было педагогическое или медицинское образование. Также от претенденток на работу нужно потребовать справку о состоянии здоровья.

Агентство нянь будет иметь успех в том случае, если вы будете предоставлять действительно хорошие кадры. Каждая «аренда» няни должна сопровождаться заключением договора.

Описание услуг. Няня для ребёнка – работница, занимающаяся уходом за детьми. В зависимости от того, какие требования и пожелания имеются у клиентов, какого возраста ребёнок, агентство подбирает подходящую няню.

Няня-воспитатель для ребёнка. В основном – это няни для детей в возрасте от 1 до 6 лет (дошкольный возраст). Основной задачей такой няни является подготовка малыша к школе. Обязанности няни-воспитателя для ребенка могут быть различными:

- уборка детской комнаты;
- проведение гигиенических процедур;
- прогулка на свежем воздухе;
- занятия, чтение книг, игры с ребенком;
- своевременное приготовление пищи для ребенка, кормление;
- развивающие игры с ребенком;

- проведение занятий по рисованию, лепке, разучивание стихов и детских песенок;
- первая медицинская помощь.

Няня-гувернантка понадобится семьям с детьми в возрасте от 6 до 14 лет. Такая гувернантка должна иметь высшее педагогическое образование. В задачи няни-гувернантки входит:

- разностороннее развитие ребёнка;
- помощь по школьной программе;
- дополнительные занятия.

Няня на короткий срок (так называемая «няня на час»). Данная услуга для тех, кому не с кем оставить своего ребёнка, предположим, на один день из-за каких-либо непредвиденных обстоятельств: срочная работа, поход в кино, в театр, командировка, день рождения у друга, а может просто хочется отдохнуть без забот в выходные и т.д. Это может быть любая няня из вышеперечисленных.

По первому звонку няня придет и выручит в трудную минуту: погуляет с детьми, развлечет их, выполнит необходимые процедуры, накормит, прочитает сказку перед сном. Если родителям удобней, чтобы няня забрала на время ребенка к себе, такой вариант тоже возможен. Стоимость услуги – от 130 руб./час.

Таким образом, каждый родитель сможет выбрать именно ту няню, которая больше всего подходит и удовлетворяет запросы.

В данной таблице представлены цены на оказываемые услуги:

№	Наименование услуг	Цена, тенге/час
1	Няня-воспитатель для ребёнка	800
2	Няня-гувернантка	800
3	Няня на час	700

Организационный план

Во главе данного агентства стоит директор (инициатор проекта). Именно он будет осуществлять основной контроль деятельности агентства, набор персонала, ведение бухгалтерского учёта, принимать заказы и отвечать на звонки, поступающие в агентство. И, конечно же, няни, каждая из которых будет выполнять свои обязанности.

Нянь можно набрать из числа пенсионерок, молоденьких девушек, еще не нашедших работу, зрелых женщин, уже потерявших работу. Таких людей очень много. Создать из них базу данных (с адресами и телефонами).

Штатное расписание:

Должность	Количество персонала, человек	Оклад, тенге	Сумма, тенге
Директор	1	90 000	90 000
Няня-воспитатель	5	70 000	350 000
Няня-гувернантка	5	70 000	350 000
Итого	11		790 000

Ежемесячный фонд оплаты труда, с учетом всех выплат – 868 210 тенге. Няня-воспитатель и няня-гувернантка выполняют дополнительно функции няньки на короткий срок, в случае отсутствия заказа по своему направлению.

Стратегия маркетинга. Для того чтобы данное агентство успешно реализовалось на рынке услуг, необходимо учитывать все те факторы, которые влияют на спрос агентства. Эти факторы:

- Текущая демографическая ситуация и динамика ее изменения.
- Доходы населения (в среднем) и перспективы повышения платёжеспособности людей.
- Текущая структура и уровень использования данных услуг и их соответствие покупательному спросу и реальным доходам.

- Текущее положение и тенденции изменения образа жизни людей.

Если учитывать все вышеперечисленные факторы, то таким образом можно определить:

- Своих потенциальных клиентов.
- Платёжеспособность клиентов.
- Рынок сбыта услуг.
- Спрос на услуги данного агентства.
- Возможный доход от предоставления услуг по подбору няни.
- Периоды спада спроса на услуги и, наоборот, повышения спроса.

Но для успешной реализации услуг данного агентства необходима также реклама. На данный момент существует масса рекламных агентств и большое количество предоставляемых видов рекламы. Следует рассмотреть некоторые из них.

Инвестиции. Общая сумма средств необходимая для открытия бизнеса составляет 445 000 тенге. Проект на 100% финансируется за счет собственных средств.

№	Наименование	Кол-во, штук	Цена за 1 ед., тенге	Сумма, тенге
1	Аренда помещения			100 000
2	Компьютер	1	150 000	150 000
3	Многофункциональное устройство (принтер/сканер/факс)	1	45 000	45 000
4	Мебель офисная (столы, стулья, диван)			150 000
	Итого			445 000

Производственный план. Проектом запланирована следующая производственная программа.

Объем услуг:

Кол-во заказов	Месяцы												Итого
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Няня - воспитатель	15	15	16	17	18	19	20	21	21	20	20	20	222
Няня – гувернантка	15	15	16	17	18	19	20	21	21	20	20	20	222
Няня на час	10	10	20	25	30	35	40	45	50	55	55	55	430
Итого	30	35	40	45	55	65	75	80	80	80	80	80	745

Кол-во отработанных часов всеми нянями

Кол-во заказов	Месяцы												Итого
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Няня - воспитатель	675	675	675	675	675	675	675	675	675	675	675	675	8100
Няня – гувернантка	675	675	675	675	675	675	675	675	675	675	675	675	8100
Няня на час	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1200
Итого	1450	1450	1450	1450	1450	1450	1450	1450	1450	1450	1450	1450	17400
Баланс рабочего времени	1700	1700	1700	1700	1700	1700	1700	1700	1700	1700	1700	1700	20400

За 12 месяцев загрузка персонала (производительность труда) составила – 85,3%.

Финансовый план.

Бюджет проекта.

Статьи доходов и расходов	1 квартал	2 квартал	3 квартал	4 квартал	Итого
ДОХОДЫ					
Няня - воспитатель	1 620 000	1 620 000	1 620 000	1 620 000	6 480 000
Няня – гувернантка	1 620 000	1 620 000	1 620 000	1 620 000	6 480 000
Няня на час	210 000	210 000	210 000	210 000	840 000
Итого доходов	3 450 000	3 450 000	3 450 000	3 450 000	13 800 000
РАСХОДЫ					
ФОТ	2 604 630	2 604 630	2 604 630	2 604 630	10 418 520
Аренда помещения	210 000	210 000	210 000	210 000	840 000
Коммунальные услуги	72 000	72 000	72 000	72 000	288 000
Реклама	45 000	45 000	45 000	45 000	180 000
Итого расход	2 931 630	2 931 630	2 931 630	2 931 630	11 726 520
ИПН	103 500	103 500	103 500	103 500	414 000
ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ	414 870	414 870	414 870	414 870	1 659 480

Представленный бюджет по истечению 12 месяцев имеет чистую прибыль в размере 1,66 млн. тенге.

66. МОБИЛЬНАЯ СТОМАТОЛОГИЯ



Концепция проекта. Концепция проекта заключается в открытии передвижной (мобильной) стоматологии. Передвижной стоматологический кабинет предназначен для проведения профилактических стоматологических осмотров и лечения в выездных условиях. Лидером на рынке платных медицинских услуг являются стоматологические услуги: эта область медицины всегда считалась самой рентабельной, кроме того, платные поликлиники здесь существовали еще в советские времена. Сегодня частные стоматологические клиники практически вытеснили государственные.

Стоматология является одной из самых динамично развивающихся отраслей в медицине. Современные материалы, новые технологии – это один из основных факторов успеха в лечении заболеваний. Клиники, приобретающие и внедряющие у себя передовые технологии и новые достижения современной науки, обладают существенным конкурентным преимуществом.

Это позволяет динамичнее развиваться и привлекать большее количество пациентов по сравнению с менее прогрессивными конкурентами.

Цель компании: оказание высококвалифицированных стоматологических услуг по доступным для населения ценам.

Миссия: мы помогаем улучшать качество жизни людей, делая доступным современные и эффективные технологии в области стоматологии.

Финансовые средства будут направлены на приобретение оборудования и автотранспорта.

Инвестиции необходимы для приобретения оборудования и автотранспорта. Общая сумма необходимых инвестиций – 3 300 000 тенге. Из них собственные средства – 300 000 тенге, внешний источник в виде грантового финансирования – 3 000 000 тенге.

Инвестиционный план

№	Наименование	Сумма, тг
1	Оборудовани	2 096 000
2	Автотранспорт	1 204 000
	Итого	3 300 000

Условия привлечения финансирования

Государственный грант, предоставляемый субъектам малого предпринимательства, в том числе начинающим молодым предпринимателям, начинающим предпринимателям, а также женщинам, инвалидам и лицам старше 50 лет, на безвозмездной и безвозвратной основе для реализации новых бизнес-идей в приоритетных секторах экономики и отраслях обрабатывающей промышленности в рамках Единой программы ДКБ-2020.

Описание услуги

Передвижной стоматологический кабинет предназначен для проведения профилактических стоматологических осмотров и лечения в выездных условиях.



Планировка отсеков. Планировка отсеков передвижного стоматологического кабинета и всё оснащение продумано специалистами на основе медико-технологического процесса, благодаря чему достигается максимальный комфорт для пациентов и медицинского персонала и высокая информативность диагностических данных. Размещение кабинетов и оснащение прорабатывается индивидуально под потребности заказчика.

Кабинеты и комплектация:



Рисунок 1 - Стоматологический кабинет



Рисунок 2 - Кабинет дезинфекции



Рисунок 3 - Санитарный кабинет

Передвижной стоматологический кабинет изготавливается на базе многосекционного изотермического фургона и оснащается всем необходимым для круглогодичного использования в любых климатических и географических условиях.

Системы жизнеобеспечения:

- система энергообеспечения (автономного и от сети 220 Вольт),
- система отопления,
- система вентиляции и кондиционирования,
- система искусственного и естественного освещения,
- санитарное оборудование,
- противопожарная защита;

В клинике оказываются следующие виды услуг: терапия, хирургия, имплантология, детская стоматология, ортодонтическое лечение.

Лечение кариеса и его осложнений. Самое распространенное зубное заболевание – это кариес. Это заболевание поражает как взрослых, так и детей. Кариес является патологическим процессом, который протекает в тканях зуба, что является следствием воздействия на зубные ткани органических кислот, которые образуют бактерии в результате своей жизнедеятельности. Из-за этого зуб начинает разрушаться. При кариесе возникает зубная боль, которая не носит постоянного характера, возникая периодически, в результате перепада температур, при употреблении сладкого, соленого и кислого.

Лечение кариеса зубов особенно эффективно на ранней стадии. Основа лечения кариеса – удаление поврежденных участков и заполнение образовавшихся пустот пломбировочным материалом. Если вовремя не лечить кариес, наступает пульпит, который требует удаления воспаленной пульпы. Если пульпит запущен может возникнуть более серьезное осложнение – периодонтит.

Детская стоматология. Клиника с радостью принимает и маленьких пациентов. К сожалению, зубы современных детей далеки от идеального состояния. Они требуют раннего лечения и постоянной профилактической работы. Здоровье постоянных зубов будет зависеть именно от того, как мы помогаем ребенку ухаживать за молочными зубами, как часто мы будем приводить его на осмотр к врачу, как внимательно относиться к рекомендациям специалиста. Даже когда у ребенка появляется всего несколько молочных зубиков, значит уже пора сходить познакомиться с детским зубным врачом.

Дети в период их активного роста и развития имеют еще несформированную эмаль зубов, что является причиной расположенности к кариесу. Это заболевание у ребенка развивается стремительно. Молочные зубки, даже несмотря на то, что они временные, не менее важны постоянных. Их лечение должно происходить вовремя, не доводя до преждевременного удаления. Это объясняется тем, что при несвоевременном удалении может произойти смещение остальных зубов и привести к образованию неправильного прикуса.

Наиболее оптимальным методом предотвращения стоматологических заболеваний у детей – их наблюдение у врача-стоматолога. Большое внимание следует уделять профилактике. Для этого врачи предлагают следующие процедуры: фторирование зубов, которое защищает от появления кариеса; серебрение, приостанавливающее его развитие; запечатывание фиссур – бороздок между буграми жевательных зубов. Профилактические осмотры приучают ребенка не бояться врача и его инструментов, благодаря чему в течение всей своей жизни он будет регулярно посещать стоматологический кабинет без каких-либо опасений во благо своего здоровья.

Ортодонтическое лечение. Красивая открытая улыбка – неотъемлемая часть имиджа успешного человека. Ведь с помощью улыбки мы не только выражаем свои эмоции, но и располагаем к себе людей. Многие люди стесняются широко

улыбаться в основном из-за неровных зубов. Нарушения прикуса или искривленные зубы могут стать причиной не только психологических проблем, комплексов, но и заболеваний зубов и десен.

Современная ортодонтия предлагает специальные методы лечения с использованием брекетов и других ортодонтических устройств для повышения эстетики зубочелюстной системы, устранения косметических дефектов и внешности патологий, связанных с нарушением прикуса. Более 90 % людей имеют неправильный прикус.

Для исправления прикуса врачи используют специальные ортодонтические аппараты, которые бывают съемные и несъемные. Съемные ортодонтические аппараты выполняют изменения ширины неба или формы челюстных костей. Они могут быть легко удалены у пациента для гигиенических мер. Для коррекции прикуса используются также несъемные устройства, как брекеты, которые крепятся прямо на зубы.

Сегодня в ортодонтии нет возрастных ограничений. Врач ортодонт нашей клиники длительное время профессионально занимается коррекцией неправильно расположенных зубов, исправлением прикуса и приданием зубам эстетической привлекательности.

Удаление зубов. Удаление зубов в современной практике для профессиональных врачей хирургов является не самым популярным направлением, ведь сохранить зуб намного сложнее, чем удалить его. Это требует достаточного профессионализма врача хирурга, удалить зуб много времени не нужно, а вырастить новый зуб, увы нельзя, конечно же, если речь идет о коренных зубах.

Любое хирургическое вмешательство, начинается с анализа состояния пациента и существующей клинической ситуации, установки показаний и противопоказаний, назначается и проводится рентгенологическое исследование, рентген зубов. Для сохранения зуба применяются сложные, передовые технологии и методики лечения, но к сожалению, это не всегда оказывается возможно, и хирургическая операция, становится единственным решением, зачастую запущенной проблемы. Стоматолог-хирург в нашей клинике, профессионально, быстро и без болевых ощущений удалит зуб и проведет хирургическую операцию. Также к удалению зубов врачи могут прибегать во время сложного ортодонтического лечения (исправление прикуса) или ортопедического лечения (протезирование зубов).

Цены на удаление зубов, в нашей клинике одни из самых доступных, в основном зависит от сложности, а операция проводится с применением самых современных средств анестезии, максимально аккуратно, бережно и полностью атравматично и безболезненно для пациента. После завершения сложной хирургической операции, с зубами мудрости или пластики уздечки, пациент всегда получает четкие инструкции и рекомендации от врача хирурга, следуя которым, период реабилитации после хирургической операции протекает максимально легко.

Протезирование зубов. Протезирование зубов – эта процедура представляет собой искусственное восстановление зубов. Все люди по-разному теряют зубы, одни в виду плохой гигиены и запущенной болезни зубов, приводящей к разрушению зубов и их потере, другие в виду возраста, плохой экологии или полученной травмы. Необходимо восстановить утраченные зубы и вернуть здоровую и красивую улыбку.

В нашей клинике осуществляется все виды ортопедического лечения, такие как съемное и несъемное протезирование зубов, зубной протез с опорой на импланте, бюгельный протез, металлокерамика или металлокерамическая коронка, без-металловая керамика, изготовление различных вкладок, виниры, зубные каппы, временные коронки, коронки из диоксида циркония, мосты и мостовидные протезы, микропротезы для микропротезирования, и другие. У каждого вида есть свои плюсы и минусы. В нашей клинике профессиональные врачи ортопеды применяют как традиционные методы, так и новейшие системы восстановления зубов с применением зубных имплантов.

Имплантация зубов. Имплантация зубов на сегодняшний день является одной из самых современных передовых технологий по восстановлению отсутствующих зубов. Искусственный имплант полностью заменяет натуральный зуб как в эстетическом плане, так и по своим функциональным характеристикам. Зубные импланты обладают такими качественными и внешними характеристиками, что их невозможно отличить от естественных натуральных зубов как по внешнему виду, так и в ощущениях.

Установка имплантов – это процедура вживления искусственного корня в верхнюю или нижнюю челюсть. Зубные импланты (имплантанты) могут быть установлены как вместо одного, отдельно расположенного, отсутствующего зуба, так и полностью могут заменить весь зубной ряд. По прочности и сроку службы такие импланты превосходят многие ортопедические конструкции. Стоит сразу отметить, что процедура абсолютно безболезненная.

Имплантация не просто восстанавливает утраченные зубы, но и позволяет уберечь костную ткань от атрофии, не касаясь соседних зубов, то есть соседние зубы остаются здоровыми. Цены на зубные импланты зависят от многих факторов. В цену операции, в первую очередь, включается:

- хирургическая операция по вживлению имплантанта;
- непосредственно имплант, который может быть различных форм и моделей и с различной стоимостью;
- коронка (металлокерамические, металлические, керамические);

Наши врачи работают с лучшими мировыми системами и дентальными имплантами известных производителей.

Сведения о рынке и конкурентах. Стоматологическая помощь является наиболее массовым, востребованным видом медицинской помощи. Значение стоматологического благополучия населения трудно переоценить, так как наличие кариозных полостей представляет собой очаг хронической инфекции и может стать причиной множества заболеваний человека.

Согласно годовым отчетам, полученным из областных и городских (гг.Астана и Алматы) управлений здравоохранения за 2015 год, в Казахстане функционируют 1 886 стоматологических организаций, из которых 596 (31,6%) имеют государственную форму собственности. В 2015 году количество стоматологических клиник и кабинетов увеличилось на 69 (4%) в связи с расширением сети стоматологических кабинетов в школах и на селе. Количество стоматологических кабинетов и клиник в сельской местности в общей структуре сети стоматологических организаций составляет 56,8%. Количество стоматологических кабинетов по обслуживанию беременных женщин по сравнению с прошлым годом увеличилось на 12,5%.

Распространенность кариеса среди детского населения, к сожалению, несколько увеличилась – с 75% до 77%. Распространенность тканей пародонта составила 44,0%, интенсивность кариеса 3,1%. Заболеваемость кариесом среди взрослого населения снизилась за два последних года с 81,76 % (город) до 76,3% и с 83,98% (село) до 78,4%. Распространенность заболеваний тканей пародонта составила 41%, слизистой оболочки полости рта 11%.

Возможным причинным фактором некоторого снижения распространенности кариеса в 2015 году может быть повышение суммы финансирования из местных бюджетов на оказание стоматологической помощи беременным женщинам и внедрение 26 кабинетов профилактики стоматологических заболеваний на селе.

В структуре причин для посещений к стоматологу по-прежнему лидирует осложненный кариес (59%), затем следуют неосложненный кариес (29%) и заболеваний пародонта и слизистой оболочки полости рта (12%).

Динамика показателей стоматологического здоровья детей в Республике Казахстан представлена собой таким образом: нуждаются в санации 44%, ранее санированные дети – 33%, здоровые дети – 23%, что на 2% меньше, чем в 2013 году.

По-прежнему высокой остается рождаемость детей с врожденной патологией челюстно-лицевой области. В целом, по Республике этот показатель равен 1:859. По регионам картина выглядит следующим образом (для показательности мы взяли не все регионы): Кызылординская область – 1:471, Мангыстауская область – 1:602, Павлодарская область – 1:642, Атырауская область – 1:759, г.Алматы – 1:812, г.Астана – 1:964. Бесплатная стоматологическая помощь в рамках гарантированного объема оказывалась 3 971 191 детям до 14 лет, 616 616 подросткам, из которых более 50% проживали в сельской местности.

Финансирование стоматологических услуг в рамках гарантированного объема из республиканского бюджета составило 639 683 тыс. тенге, из средств областного бюджета – 705 836 тыс. тенге. Оплата услуг в рамках гарантированного объема производилась с помощью утвержденного Министерством здравоохранения и социального развития Республики Казахстан, тарификатора. Стоматологическую помощь в стране оказывают 3 094 врача-стоматолога, 957 зубных врачей, 377 дантиста. Количество зубных техников составляет 845.

Обеспеченность детскими стоматологами на 10 000 населения составила в Республике Казахстан 2,5, в том числе в городе 2,55, в селе 1,35. Потребность в детских стоматологах в городе составила 4,5, в селе – 2,5. Квалификационные категории имеют примерно 1/3 стоматологов, работающих, преимущественно в государственном секторе.

Таким образом, цель – повышение уровня стоматологического здоровья населения Казахстана, по-прежнему остается актуальной. Для этого необходимо принятие региональных программ развития стоматологической службы, включающих в себя, и вопросы профилактики стоматологических заболеваний, и оптимизацию деятельности негосударственных структур, и внедрение инновационных технологий, и вопросы повышения качества оказываемых услуг.

Большинство потребителей чувствительно к цене и на услуги, и на материалы (собственного производства в Казахстане нет), которые постоянно растут. Эта категория пациентов, составляющая примерно 90% от общего числа, находится на обслуживании у стоматологических клиник и кабинетов среднего уровня. Среди наиболее часто посещаемых стоматологических учреждений лидирует мелкая частная стоматологическая клиника, куда обращается около 48% населения, почти вдвое меньше процент посещения крупной специализированной клиники (20%).

Однако клиенты крупных специализированных клиник предъявляют все более высокие требования к оказываемым услугам. Тому есть несколько подтверждений. Во-первых, потребительские предпочтения отражают приоритетность квалификации врачей, за которой следуют уровень технической оснащенности и уровень обслуживания клиник, и только потом – цена услуг, удобное географическое расположение и др. Во-вторых, важным сдвигом в потребительском поведении является возросшая частота обращений: по некоторым данным треть пациентов посещает клиники дважды в год или чаще. При этом только 54% обращаются за минимальным лечением (кариес, удаление). Остальные потребляют более сложные и дорогие услуги: имплантология, новейшие методы съемного протезирования, эндодонтия (лечение корней зубов), заболевание слизистой оболочки полости рта и пародонтология.

Но особенно стремительно возросло потребление продуктов и услуг эстетической стоматологии: от элементарной процедуры по отбеливанию до объемной работы по изменению прикуса зубов. Чем вызван рост? Прежде всего, осознанием важности здоровья полости рта как фактора здоровья всего организма (пищеварения, почек, нервной системы и пр.). Рост благосостояния и удовлетворение базовых потребностей населения, согласно пирамиде запросов, влечет за собой повышенное внимание к здоровью, в данном случае – комфорту и качеству потребления пищи, а также комфорту в общении. Та часть населения, что двинулась в цепочке потребностей дальше, воспринимает оральную эстетику как важную составляющую стиля жизни. Сегмент растет, как и салоны красоты, фитнеса и т.п.

Но главную роль в потребительском буме, безусловно, сыграла динамика развития самой коммерческой стоматологии, ее рыночность. Именно заинтересованность самих клиник в продвижении все новых и новых услуг, материалов, оборудования привела их к настоящей клиентоориентированности.

Описание нынешних и потенциальных клиентов

Потенциальными клиентами стоматологии будут все слои населения (население и гости города Астаны). В разрезе категорий по состоянию на 1 июля 2016 года, численность населения города Астаны составила:

1. Работники и члены семей бюджетной сферы, государственных учреждений и предприятий, государственные служащие города Астаны – 98300 человек.
2. Работники и члены семей центральных государственных органов, министерств и ведомств – 86 170 человек.
3. Работники национальных компаний и республиканских государственных предприятий – 55 340 человек.
4. Студенты колледжей и высших учебных заведений – 80 120 человек.
5. Работники строительной сферы – 95 300 человек.
6. Пенсионеры и получатели пособий – 66 000 человек.
7. Многодетные матери и обладатели знаков «Алтын алқа» и «Күміс алқа» — 6 500 человек.
8. Работники сферы малого и среднего бизнеса – 109 180 человек.
9. Работники рынков и торговых центров – 15 600 человек.

10. Дети дошкольного возраста – 169 070 человек.
11. Дети школьного возраста – 117 000 человек.
12. Другие (безработные, самозанятые и т.д.) – 39 900 человек.
13. Прописанные с начала года – 61 300 человек.

В целом на 1 июля 2016 года в городе Астана проживает 999 780 человек.

Описание компаний-конкурентов

Аналога нашему проекту в городе Астана, как и в целом в Республике Казахстан нет. С точки зрения позиционирования и целевых аудиторий довольно условно выделяются три группы игроков. Это современные клиники, ориентированные на элиту и средний класс. Они оказывают полный спектр услуг с высокой добавленной стоимостью, сердцевиной которых являются имплантология, лечение корней, протезирование и пломбирование сложными современными материалами наряду с эксклюзивным сервисом – не только люкс-помещение, но и различные услуги, позволяющие пациенту видеть и «участвовать» в реставрации (внутриоральные камеры), пломбировании корневых каналов и т.п.

Второй тип – клиники, ориентированные на средний и предсредний классы, где также могут предоставлять большинство из вышеперечисленных услуг, но по более скромным ценам и без люкс-сервиса. Также решаются вопросы договоров и минимальных гарантий.

И третья, самая многочисленная группа игроков, – это мелкие и крупные клиники, а также полулегальные стоматкабинеты, обслуживающие основную часть населения.

Косвенно о численности этих групп игроков можно судить по распределению реализуемых стоматологических установок (кресел). Согласно оценкам основных поставщиков («Луч», «Бану», «Профидент-Сервис» и др.), доля «элитных» установок производства США и Западной Европы (Sirona, Kavo стоимостью до 80 тыс. долл.) занимает не более 5%; современных установок среднего класса (Чехия, Словакия), или западного производства облегченной комплектации, чья стоимость не превышает 15 тыс. долл., – 20%, в то время как 75% процентов поставок – это дешевые установки производства Китая, Бразилии, Аргентины стоимостью 3-5 тыс. долл.

Соответственно, сегодня в Астане насчитывается около 5-10 клиник VIP или очень высокого класса, 20-30 клиник – хорошего современного уровня. Остальной же рынок (свыше 60 клиник) представлен довольно скромными по уровню практиками, и теми, кто расположен в малоприспособленных помещениях, и даже на дому.

Маркетинговая стратегия. 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. Разработка интернет сайта.
2. Написание статей в бесплатные электронные или печатные журналы по профилю бизнеса, где в подписи к ней будут стоять ссылка на сайт или E-mail. Так о нас узнают все читатели этих СМИ.
3. Раскрутка сайта через Google Adwards либо через Яндекс Директ.
4. SEO-оптимизация.
5. SMM продвижение (социальные сети).
6. Кросс-маркетинговые акции с партнерами. Организовывать совместные акции с коллегами и партнерами, с которыми наши услуги могут дополнять друг друга для одной и той же целевой аудитории.
7. Подарочные сертификаты, программы лояльности. То есть сделать так, чтобы клиенту захотелось к нам не только прийти еще раз, но привести еще кого-то с собой в следующий раз.

Расчет медиа-плана:

№	Наименование мероприятия	Стоимость, в тг	Примечание
1	Разработка интернет-сайта landing page	0	в рамках программы «Дорожная карта 2020» Региональной палаты предпринимателей города Астана
2	Раскрутка сайта:		
	а) Google Adwards	а) настройка 1 раз плюс 60 000 тенге ежемесячное сопровождение	
	б) Яндекс Директ	б) настройка 1 раз плюс 60 000 тенге ежемесячное сопровождение	
3	SEO-оптимизация	100 000	в рамках программы «Дорожная карта 2020» Региональной палаты предпринимателей города Астана
4	SMM-продвижение	80 000 тенге ежемесячное сопровождение	Ежемесячный платеж SMM-маркетологу
5	Написание статей	0	

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). Проектом предусмотрены затраты на рекламу в размере 100 000 тенге ежемесячно.

Объемы продаж и условия оплаты продуктов

	2019	2020	2021	2022
Наименования статьи доходов	Итого	Итого	Итого	Итого
Средний чек	1 307	1 437	1 581	1 160

Цены на услуги

Наименование	Себестоимость, тг	Цена продаж, тг
Средний чек	2 240	11 200

Наименование	Кол-во	Продажная цена, в тг	Себестоимость, в тг
Консультация	1 посещение	1 000	
Диагностический рентген-снимок	1 снимок	1 000	100
Контрольный рентген-снимок	1 снимок	500	100
Анестезия: аппликационная	1 единица	500	50
инъекционная	1 единица	1 000	50
Терапия:			
Наложение Раббер дама	1 посещение	1 200	
Покрытие зубов фторсодержащим лаком	1 зуб	400	40
Покрытие зубов защитным лаком светового отверждения	1 зуб	700	50
Удаление старой пломбы	1 зуб	500	20
Установка штифта анкерного	1 ед.	2 000	300
Установка штифта из стекловолокна, углеводородного	1 ед.	3 000	1 000
Временная пломба дентин	1 зуб	600	40
Временная световая пломба	1 зуб	2 000	400
Герметизация фиссур	1 зуб	4 000	250
Шлифовка, полировка	1 зуб	300	20
Лечение кариеса:			
Пломбирование одной поверхности зуба при лечении:			
- поверхностного и среднего кариеса	1 зуб	6 000	700
глубокого кариеса	1 зуб	7 500	780
Пломбирование двух поверхностей зуба при лечении:			
- поверхностного и среднего кариеса	1 зуб	7 500	780
- глубокого кариеса	1 зуб	8 500	1 000
Пломбирование трех и более поверхностей зуба:			
- поверхностного и среднего кариеса	1 зуб	8 000	1000
- глубокого кариеса	1 зуб	8500	1 200
Пломбирование дефектов режущего края и углов фронтальной группы зубов	1 зуб	7 500	900
Реставрация зуба при некариозном поражении	1 зуб	10 000	1 500
Реставрация зуба с лечением неосложненного кариеса	1 зуб	15 000	2 000
Пломбирование клиновидного дефекта	1 зуб	6 500	720
Восстановление отсутствующего зуба «Glass Span»	1 зуб	20 000	3 000
Лечение пульпита и периодонтита:			
Пломбирование зуба при лечении осложненного кариеса с неполной реставрацией коронки:			
- с пломбированием одного канала	1 зуб	9 000	1 300
- с пломбированием двух каналов	1 зуб	10 000	1 500
- с пломбированием трех каналов и более	1 зуб	12 000	1 600
- без пломбирования каналов (зуб ранее депульпирован)	1 зуб	7 500	780
Пломбирование зуба под ортопедическую конструкцию:			
- неосложненного кариеса	1 зуб	6 000	700
- осложненного кариеса			
А) с пломбированием одного канала	1 зуб	9 000	1300
Б) с пломбированием двух каналов	1 зуб	10 000	1 500
В) с пломбированием трех каналов и более	1 зуб	12 000	1 600
Распломбирование канала:			
- запломбированного пастой	1 канал	3 000	200
Определение длины корневого канала с использованием апекс-локатора и дента-порта	1 канал	400	30
Подготовка корневого канала эндоинструментами «Маллифер» и obturation «Термофил»	1 канал	3 000	700
Пломбирование канала под культю, штифтовую вкладку	1 канал	2 500	500
Медикаментозная обработка корневого канала при лечении периодонтитов	1 канал	1 000	200
Временное пломбирование канала аппаратом Varius	1 канал	1000	200
Обработка корневого канала аппаратом Varius	1 канал	2 000	300
Извлечение инородного тела из корневого канала Varius	1 канал	3 000	400
Прорут	1 канал	3 000	400
Лечение молочных зубов:			
Анестезия: аппликационная	1 единица	500	50
инъекционная	1 единица	1 000	50
Изолирующая прокладка	1 единица	1 000	100
Лечебная прокладка	1 единица	1000	100
Пломбирование молочного зуба пломбой химического отверждения	1 зуб	4 000	250

Пломбирование молочного зуба светокомпозитом	1 зуб	6 000	700
Временное пломбирование корневого канала молочного зуба	1 канал	2 000	300
Лечение пульпита молочного зуба	1 зуб	8 000	500
Лечение периодонтита молочного зуба	1 зуб	6 500	460
Снятие зубных отложений	1 единица	500	60
Обучение гигиене полости рта		1000	
Серебрение молочного зуба	1 зуб	1 000	150
Покрытие фтор-лаком	1 зуб	500	30
Лечение парадонтита:			
Обучение гигиене полости рта	1 сеанс	1 000	
Контроль гигиены полости рта, определение гигиенического индекса	1 сеанс	800	150
Кюретаж десневых карманов	1 зуб	2 000	450
Избирательная шлифовка	1 зуб	400	30
Снятие зубных отложений ультразвуковым методом	1 зуб	300	40
Снятие зубных отложений аппаратом «Air Flow»	1 зуб	500	90
Медикаментозная обработка десневых карманов, наложение лечебной повязки	В области 2-х зубов	500	90
Шинирование зубов «Glass Span»	В области 4-х зубов	15 000	3 000
Обработка парадонтального кармана аппаратом «Vector»	В области 1 зуба	1 800	800
Хирургия:			
Удаление молочного зуба	1 зуб	2000	450
Удаление сложное (молочного зуба)	1 зуб	3500	450
Удаление простое	1 зуб	5 000	500
Удаление средней сложности	1 зуб	6 000	500
Удаление сложное	1 зуб	9 000	700
Удаление зуба мудрости (сложное)	1 зуб	12 000	1 200
Удаление зуба леченным резорцин-формалиновым методом	1 зуб	10 000	1 100
Удаление ратинированного зуба	1 зуб	5 500	950
Удаление дистапированного зуба	1 зуб	7 000	1 000
Вскрытие абсцесса	1 операция	2 000	600
Кюретаж		3 000	700
Наложение шва	1 шов	1 500	50
Цистэктомия до 1 см. в диаметре	1 операция	15000	500
Цистэктомия более 1 см. в диаметре	1 операция	17 000	2 500
Заполнение дефекта костной ткани костным материалом	1 операция	20 000	3 000
Резекция верхушки корня	1 зуб	12 000	2 000
Резекция верхушек корней двух рядом стоящих зубов	1 операция	15 000	2 000
Перекоронарит	1 зуб	3 000	700
Периостотомия	1 зуб	2 500	600
Гингивотомия	1 зуб	3 000	700
Гингивэктомия	В области 1 зуба	4 500	950
Френэктомия простая	1 операция	5 000	800
Френэктомия по Лимбергу	1 операция	3000	600
Френтомия	1 операция	3 000	600
Кортикотомия	1 операция	7 000	1 000
Удаление доброкачественных образований (мягких тканей)	1 операция	9 000	1 500
Удаление доброкачественных образований (твердых тканей)	1 операция	12 000	1 800
Лоскутная операция	1 операция	25 000	3 100
Заполнение дефекта костной ткани остеопластическим материалом	1 операция	30 000	5 500
Наращивание десны и кости (остеогингивопластика)	1 операция	50 000	8 400
Лоскутная операция с применением средств направленного остеогенеза по восстановлению костной ткани:	1 операция	130 000	25000
- в области одного зуба 1 операция		60 000	11 000
Операция имплантации:	1 операция	100 000	39 000
Удаление имплантата:			
- винтового	1 имплантант	6 000	800
- пластичного	1 имплантант	12 000	900
Синус лифтинг с подсадкой костной ткани	1 операция	150 000	52 000
Мягкий синус лифтинг с подсадкой костной ткани	1 операция	70 000	3 500
Профилактика переимплантата	1 курс лечения	25 000	750

Ортопедия:			
Услуги по термапресс:			
Эластические протезы (Bredent)	1 протез	75 000	35 000
Изготовление и установка металлокерамической конструкции на имплантант			
- на стандартном абатменте	1 единица	42 000	15 000
- на индивидуальном абатменте	1 единица	50 000	20 000
Плановая профилактическая ревизия состояния имплантов	1 имплантант	2 500	1 100
Изготовление несъемных конструкций для протезирования			
Изготовление и установка индивидуальных композитов вкладок, виниров	1 единица	60 000	28 000
Изготовление и установка безметалловой керамической коронки зуба	1 единица	60 000	28 000
Изготовление и установка металлокерамической коронки зуба	1 единица	18 000	7 000
Изготовление и установка пластмассовой коронки, зуба	1 единица	6 000	650
Изготовление и установка штампованной коронки без напыления	1 единица	6 000	2 500
Изготовление и установка штампованной коронки напылением	1 единица	6 500	3 000
Изготовление и установка цельнолитой коронки, зуба	1 единица	9 000	3 500
Изготовление и установка телескопической коронки	1 единица	20 000	9 000
Изготовление и установка однокорневой культевой штифтовой вкладки	1 единица	9 000	2 200
Изготовление Пресскерамики	1 единица	70 000	28 000
Керамика на оксиде церкония	1 единица	85 000	41 000
Изготовление съемных конструкций для протезирования			
Изготовление и установка микропротеза с:			
- одним зубом	1 протез	7 000	3 000
- двумя зубами	1 протез	9 000	3 000
Изготовление и установка частичного съемного протеза	1 протез	18 000	8000
Изготовление и установка полного съемного пластиночного протеза	1 протез	20000	8 500
Изготовление и установка бюгельного протеза:			
- на аттачменах	1 протез	80 000	37 000
- на кламерах	1 протез	50 000	18 000
- на телескопических коронках	1 протез	80 000	40 000
При постановке зубов (производство Чехия)	1 протез	2 500	700
Изготовление и установка спортивной каппы (Проформ)	1 единица	15 000	1 600
Перебазировка мягкой прокладки	1 единица	2 500	650
Изготовление съемных конструкций для протезирования			
Изготовление и установка временных коронок:			
- прямым способом	1 единица	3 000	800
- лабораторным способом	1 единица	6 000	3 000
Фиксация коронки на цемент (изготовленной в другой клинике)	1 единица	1 000	100
Снятие коронок:			
- металлической штампованной, пластмассовой	1 единица	1 000	200
- цельнолитой, металлокерамической	1 единица	2 000	400
Починка протеза:			
- один перелом базиса	1 единица	5 000	1 500
- замена, перенос кламера	1 единица	6 000	1 600
- приварка зуба	1 единица	6 000	1 600
Замена матрицы на аттачмене	1 единица	3 000	1 300
Прямая реставрация металлокерамики	1 единица	6 000	400
Изготовление диагностической модели	1 единица	1 000	30
Коррекция протеза (изготовленного в другой клинике)	1 единица	1 000	40
Армирование базиса протеза	1 единица	3 000	700
Изготовление индивидуальной ложки	1 единица	3 000	1300

Ортодонтия

1. Консультации, первичный осмотр			
Консультация, первичный осмотр со снимком и без снимка	1 посещение	2 000	
Снятие слепков, отливка моделей		3 000	300
Биометрический расчет	На 2 челюсти	10 000	2 500
2. Лечение зубочелюстных аномалий съемными аппаратами			
Ретенционная пластинка с вестибулярной дугой	На 1 челюсть	22 000	9 000
Изготовление и установка пластинки с винтом и дополнительными элементами	На 1 челюсть	36 000	11 000
Изготовление и установка ретенционной каппы	На 1 челюсть	35 000	10 000
Изготовление разобщающей пластинки	На 1 челюсть	18 000	800
Изготовление каппы «Proform»	На 1 челюсть	12000	4 500
Изготовление и установка трейнера		50 000	12000

Активация аппарата	На 1 челюсть	1 000	250
Перебазировка пластинки		2 500	100
3. Лечение зубочелюстных аномалий в период постоянного прикуса			
Установка самолигирующих металлических брекетов	На 1 челюсть	100 000	28 000
Установка брекет – системы Damon Q	На 1 челюсть	150 000	57000
Установка брекет – системы Damon Clear	На 1 челюсть	280 000	90 000
Установка лингвальных брекет -систем E-Brace (США)	На 1 челюсть	350 000	
Установка брекет – системы керамическая	На 1 челюсть	100 000	22 000
Установка брекет – системы керамическая самолигирующие	На 1 челюсть	150 000	55 000
Установка брекет – системы сапфировые	На 1 челюсть	150 000	55 000
Установка брекет – системы сапфировые самолигирующие	На 1 челюсть	180 000	66 000
Установка брекет – системы Aves (США)	На 1 челюсть	120 000	40 000
Установка брекет – системы металлические (Германия, США)	На 1 челюсть	60 000	5 500
4. Дополнительные врачебные манипуляции			
Коррекция брекет-системы	На 1 челюсть	3 000	670
Припасовка и цементировка ортодонтических колец, коронок	1 единица	2 000	550
Повторная фиксация одного брекета	1 единица	1 800	450
Снятие брекета	1 зуб	400	40
Установка пружин	1 единица	500	50
Силовая тяга (1 уп.)	1 единица	500	50
Фиксация сепарационного кольца	1 единица	500	50
Сепарация в области одного зуба	1 зуб	200	25
Фиксация ретейнера	На 1 челюсть	8 500	2 150
Разобшение прикуса на жидкотекучем материале	1 зуб	500	30
Замена эластафорса	На 1 челюсть	1 500	150
Замена лигатур (металлических)	На 1 челюсть	1 000	250
Замена лигатур (эластичные)	На 1 челюсть	1 500	300
Фиксация кнопки	1 зуб	500	30
Установка стопара		500	30
Установка лигатуры Кабояши		500	
Снятие брекет-системы и фиксация ретейнера	На 1 челюсти	18 000	3 500
Фиксация щечной трубки	1 зуб	1 200	600
Замена дуги реверсионной		5 000	1 200
Замена дуги		2 000	800

Описание требуемых ресурсов. Проектом не предусмотрена аренда помещения, так как услуги мобильной стоматологии будут предоставляться с выездом в клиенту.

Список приобретаемых активов.

№	Наименование	Количество, шт	Сумма, тг	Итого
1	Бокс для стерилизации инструментов	2	40 000	80 000
2	Комплект хирургических инструментов	1	200 000	200 000
3	Кресло стоматологическое	1	900 000	900 000
4	Аптечка первой помощи	1	100 000	100 000
5	Лоток	20	300	6 000
6	Гладилка	20	300	6 000
7	Зеркало	20	300	6 000
8	Наконечник для зеркал	20	300	6 000
9	Комплект терапевтических инструментов	1	200 000	200 000
10	Паммед (бокс для хранения)	1	190 000	190 000
11	Зонт	20	300	6 000
12	Пинцет	20	300	6 000
113	Стул	1	240 000	240 000
114	Стол	1	150 000	150 000
	Итого			2 096 000
1	Автотранспорт	1		1 204 000

Персонал.

№	Должность	Количество	Оклад	Пенсионные отчисления	Подходный налог	Социальные отчисления	К выдаче
1	Администратор	1	70 000	7 000	3 854	3 150	59 146
2	Хирург	1	100 000	10 000	6 554	4 500	83 446
3	Терапевт	1	100 000	10 000	6 554	4 500	83 446
4	Ортодонт	1	100 000	10 000	6 554	4 500	83 446

5	Водитель	1	100 000	10 000	6 554	4 500	83 446
	Итого	5	470 000	47000	30071	21150	392930

Список общих издержек.

Наименование расходов	Сумма, в тенге
ГСМ	60 000
Реклама	100 000
Итого:	160 000

Финансовый план. Учитывая запланированные обороты предприятия, рекомендуется осуществлять деятельность в рамках товарищества с ограниченной ответственностью с упрощенным режимом налогообложения.

Отчёт о прибыли и убытках.

Наименование	2019	2020	2021	2022
	Итого	Итого	Итого	Итого
Выручка	14 636 160	16 099 776	17 709 754	12 987 153
Сырье и материалы	2 927 232	3 219 955	3 541 951	2 597 431
Валовая прибыль	11 708 928	12 879 821	14 167 803	10 389 722
Общехозяйственные и коммерческие расходы	1 920 000	1 920 000	1 920 000	1 280 000
Амортизация	1 100 000	641 667	0	0
Расходы на заработную плату	5 893 800	5 893 800	5 893 800	3 929 200
Прибыль до налога на прибыль	2 795 128	4 424 354	6 354 003	5 180 522
Прибыль с учетом убытков прошлых лет	3 912 015	9 268 079	15 622 082	19 507 473
Налог с дохода	439 085	482 993	531 293	292 211
Чистая прибыль	2 356 043	3 941 361	5 822 710	4 888 311

67. ОТКРЫТИЕ ВЕТЕРИНАРНОЙ АПТЕКИ

Концепция проекта предусматривает открытие ветеринарной аптеки для розничной реализации ветеринарных препаратов. Ассортимент аптеки также будет включать зоотовары и корма для домашних животных. Площадь торговой точки составит 40 кв. метров. Месторасположение – крупный жилой район города с населением более 300 тыс. человек.

Описание услуги. Бизнес, связанный с оказанием услуг для домашних животных, обычно подразделяют на три сегмента: зоомагазины, ветеринарные клиники (включая ветеринарные кабинеты) и ветеринарные аптеки. Ветеринарная аптека представляет собой заведение, в котором можно приобрести лекарственные препараты для питомцев и получить консультацию продавца-ветеринара по выбору препаратов. В отличие от ветеринарных клиник, веткабинетов и зоомагазинов, ветеринарных аптек на рынке существует гораздо меньше. На сегодня, по примерным оценкам, в Казахстане существует около тысячи ветаптек. Отдельные ветаптеки встречаются довольно редко. Зачастую аптечные пункты находятся при ветеринарных клиниках и кабинетах, что является удобным как для клиентов, которые могут приобрести необходимые препараты сразу же после посещения ветеринара, так и для самих клиник, для которых аптечные пункты служат дополнительным источником дохода. В связи с узостью направления для расширения целевой аудитории ветеринарные клиники нередко избирают формат, совмещенный с зоомагазином.

Целью настоящего проекта является открытие ветеринарной клиники для реализации лекарственных препаратов, а также зоотоварами и кормами (формат ветаптека+зоомагазин) и обеспечение стабильной деятельности в данном направлении. Краткосрочной задачей является достижение окупаемости проекта и извлечение прибыли, долгосрочной – расширение рынка сбыта и открытие новых торговых точек. Миссией ветеринарной аптеки будет удовлетворение спроса населения на качественные медицинские препараты и предоставление консультационных услуг по выбору товаров в формате «у дома».

Местоположением ветеринарной аптеки будет густонаселенный район города с населением более 300 тыс. человек. Торговая точка будет расположена на оживленной улице, на первой линии домов. Площадь помещения ветеринарной аптеки составит 40 кв. метров.

Организационно-правовой формы для ветаптеки станет ИП. Код ОКВЭД – 52.31 – розничная торговля фармацевтическими препаратами. Система налогообложения – упрощенная. Объект налогообложения величина дохода, уменьшенная на величину расхода 15%.

Обязанности по руководству будут возложены на индивидуального предпринимателя, в непосредственном подчинении которого будет находиться торговый персонал (продавцы-консультанты) и наемный персонал, работающий по аутсорсингу (бухгалтерия).

Структура финансирования. Для финансирования проекта предполагается использовать заемные средства в размере 8 000 000 тенге.

Условия привлечения финансирования.

Наименование	Размер финансирования, тенге	Дата привлечения
Заемные средства	8 000 000	Декабрь 2017

Общие инвестиционные затраты по проекту включают в себя:

Наименование затрат	Кол-во	Цена, тенге	Сумма, тенге
Приобретения здания для ветаптеки	1	5 500 000	5 500 000
Холодильник	1	200 000	200 000
Витрины	2	200 000	400 000
Стеллажи	1	400 000	400 000
Ассортимент товаров		1 500 000	1 500 000
Всего			8 000 000

Описание товаров. Основным реализуемым товаром ветеринарной аптеки станут ветеринарные препараты для лечения и профилактики широкого спектра заболеваний домашних животных, включая собак, кошек, грызунов, птиц, аквариумных рыб и черепах, а также сельскохозяйственного скота. Ассортимент ветеринарной аптеки будет расширен за счет включения в него витаминов, кормов, аксессуаров, и других сопутствующих товаров для ухода за животными. Ценовой сегмент ветеринарной аптеки – средний (полный прейскурант см. в Табл. 1.).

Таблица 1. Перечень товаров.

№	Наименование	Описание	Стоимость, тг.
<i>Ветеринарные препараты</i>			
1	Антигельминтики	Антигельминтики широкого спектра действия для кошек/собак/грызунов. Капли, суспензия, паста, гель, таблетки.	300-8 000
2	Антиоксиданты и антигипоксанты	Препараты для лечения хронической гипоксии органов и тканей у кошек и собак. Капсулы.	1 700-2 500
3	Антисептики	Антисептики, противовоспалительные, ранозаживляющие препараты. Спреи, флаконы, присыпки.	400-2 000
4	Биопрепараты	Вакцины против вирусов и инфекций для кошек/собак/кроликов/проч.	450-8 500
5	Витамины	Витаминные комплексы, витаминные добавки для собак/кошек/рептилий.	500-19 500
6	Гепатопротекторы	Препараты для лечения заболеваний печени у кошек/собак. Суспензия, паста, таблетки	2 500-5 500
7	Глазные капли	Глазные капли для лечения и профилактики офтальмологических заболеваний у кошек/собак/кроликов	1 000-1 500
8	Гомеопатия	Препараты для лечения гастроэнтерита, гастрита, колита, панкреатита, рвоты, колита, отравления, диспепсии, цистита, комплексной терапии остеопороза, остеомалации, рахита, травм опорно-двигательного аппарата, дерматита, при нарушении обмена веществ, заболеваний репродуктивной системы и молочной железы и проч. (для собак, грызунов, лошадей, рогатого скота)	1 500-3 000
9	Иммуностимуляторы	Препараты для коррекции иммунодефицитных состояний, противовирусные препараты для собак/ др. домашним животным/пушным животным/ сельскохозяйственной птицы	60-1 600
10	Инсектоакарициды	Инсектоакарицидные ошейники, препараты, аэрозоли, спреи для кошек/собак	50-1 900
11	Контрацептивы	Контрацептивные гормональные препараты для собак/кошек. Капли, таблетки	600-2 700
12	Кремы, мази, спреи	Кожные мази, спреи для ротовой полости	500-7 000
13	Лечение ложной щенности	Препараты для лечения ложной щенности у собак	6 000-1 350
14	Нефропротекторы	Препараты для поддержаний функций почек и лечения хронической почечной недостаточности у кошек/собак	1 000-1 200
15	НПВС	Нестероидные противовоспалительные препараты для собак/кошек/грызунов/КРС/свиней/ лошадей	3 500-4000
16	Пребиотики	Кормовые добавки, напитки, пасты для нормализации микрофлоры ЖКТ собак/кошек/ пушных зверей/грызунов	300-1 800
17	Противомикробные	Препараты для лечения бактериальных инфекций для кошек/собак/домашнего скота	1 000-2 100
18	Противорвотные	Средства от укачивания и патологий, сопровождающихся рвотой для собак/кошек	2 500-8 500
19	Стероидные	Стероидные противовоспалительные препараты для кошек/собак/домашнего скота	2 500-11 000
20	Успокоительные	Успокоительные и седативные средства для кошек/собак	1 000-3 200
21	Ушные капли	Ушные капли для лечения отодектоза для кошек/собак	2 500-5 000
22	Фунгицидные	Фунгицидные препарат для собак/кошек/пушных зверей	300-1 950
23	Хондропротекторы	Препараты для лечения дегенеративных заболеваний суставов и позвоночника для собак/ кошек/грызунов	2 500-4 500
<i>Корма</i>			
24	Корма для собак	Корма для собак всех размеров и возрастов. 195 гр. – 20 кг.	900-4 100
25	Корма для кошек	Корма для кошек (котят, взрослые, пожилые кошки) 195 гр. – 15 кг.	700-1 200
26	Корма для хорьков	Корма для хорьков	4 500-6 000
27	Корма для кроликов	Корма для кроликов	3 500-10000
28	Корма для грызунов	Корма для грызунов	3 500-6 000
29	Корма для птиц	Корма для птиц	1 000-4 000
30	Корма для рыб	Корма для аквариумных рыб	2 000-8 000

31	Корма для рептилий	Корма для черепах	800-5 000
<i>Зоотовары</i>			
32	Аксессуары и амуниция	Рулетки, ошейники, комбинезоны	2500-7500
33	Груминг	Когтерезки, фурминаторы, шампуни	1 500-7 500
34	Игрушки	Игрушки для кошек и собак	1500-2500
35	Когтеточки	Когтеточки, дома-когтеточки	4 000-15 500
36	Миски, кормушки и поилки	Миски, кормушки, поилки, автокормушки	500-4 000
37	Наполнители	Наполнители натуральные	1 500-5 000
38	Переноски	Переноски, сумки-переноски	4 050-9 000
39	Средства гигиены	Лосьоны для чистки ушей, шампуни, впитывающие пеленки, зубные пасты	1 300-6 500
40	Прочее	Бандажи, защитные воротники, каттеры, попоны, таблеткодаватель, дезинфицирующие концентраты, ликвидаторы запаха	5 000-10 550

Ассортимент ветаптеки будет сформирован на основе изучения спроса и отзывов на препараты со стороны владельцев домашних животных и анализа предложений конкурентов.

Маркетинговый план.

Текущее состояние рынка. Бизнес, связанный с домашними животными, по праву считается островком стабильности даже во времена кризисов. Экономить на домашних животных не принято. По статистическим данным Кызылординской области, за восемь месяцев 2017 года средняя цена за килограмм корма для животных выросла на 9% по сравнению с тем же периодом 2016 года, что не помешало категории вырасти за этот же период на 4% в натуральном выражении и на 13% в денежном. Более того, с начала 2010-х годов число домашних животных в Казахстане постепенно увеличивается, что рождает спрос на корма и ветеринарные услуги. По различным оценкам, в 2017 году Казахстане насчитывается около 2-3 млн. кошек, 2 млн. собак и около 1 млн. птичек, черепах, грызунов и прочей живности. Это означает, что на каждого третьего казахстанца в среднем приходится по одному питомцу. По данным казахстанской ветеринарной ассоциации, емкость рынка ветеринарных препаратов в Казахстане на начало 2017 года составила около \$63 млн. Доля казахстанских препаратов составляет около 15-17%. При этом доля импорта неуклонно увеличивалась в течение 10 лет до 2017 года (с 25 до 65%).

Поскольку ветеринарные аптеки зачастую входят в состав либо располагаются у ветеринарных клиник и центров, для повышения продаж еще на этапе планирования бизнеса будет налажено сотрудничество и созданы контакты с близлежащими ветеринарными клиниками и веткабинетами, не имеющими собственных аптек. Кроме того, для привлечения покупателей планируется использовать некоторые виды рекламы, включая наружную рекламу (световая вывеска над входом, печатную рекламу раздаточного характера и прочие виды).

Конкуренция и месторасположение. В связи с небольшой численностью населения городка (300 тыс. человек), в городе имеется несколько ветеринарных аптек, которые находятся в центральных районах города. Для владельцев животных это не совсем удобно, когда им приходится из отдаленных районов ехать в центр, чтобы приобрести товары для животных. Открываемая ветеринарная аптека находится в спальном районе города, где больше нет других конкурентов. Это позволяет получить в качестве клиентов жителей данного района, которые не могут себе позволить ездить за покупками в центр города.

Ассортимент услуг и цены. Как было рассмотрено в производственном плане ассортимент продаваемых в ветеринарной аптеке товаров будет состоять из следующих товарных групп:

- препараты от клещей, блох и прочих эктопаразитов;
- шампуни (в том числе от паразитов);
- ушные капли;
- антибактериальные препараты;
- растворы;
- гомеопатические препараты;
- пребиотики и пробиотики;
- урологические препараты;
- кардиологические препараты;
- гормональные препараты;
- дезинфицирующие средства;
- препараты от глистов;
- средства по уходу за глазами животных;
- иммунные и противовирусные препараты;
- присыпки, спреи, мази;
- биостимуляторы и кормовые добавки;
- успокоительные препараты;
- дерматологические препараты;
- противоопухолевые препараты;
- противовоспалительные препараты;
- гепатопротекторы;
- корма, лакомства, аксессуары.

Средняя наценка на продукцию составит 40%. При этом, цены в аптеке будут немного ниже цен в аналогичных аптеках, находящихся в центре. Такое ценообразование возможно за счет приобретения помещения в спальных районах, что позволит экономить на расходах. Также такое ценообразование позволит оттянуть часть клиентов из центральных аптек города в нашу.

Маркетинговая стратегия. В целях увеличения продаж и выхода на оптимальные продажи в ближайшее время на этапе развития аптеки будет задействована рекламная кампания, которая будет включать в себя следующие шаги:

- Оформление торговой точки вывеской и заметным баннером – 50 000 тенге.
- Оформление торговой точки шарами в первый месяц открытия – 10 000 тенге.
- Размещение рекламы в дверях близлежащих домов в течение 2 месяцев после открытия – 15 000 тенге/месяц.
- Изготовление и размещение рекламного штендера – 15 000 тенге.
- Создание групп в социальных сетях – 10 000 тенге.
- Создание сайта-визитки – 10 000 тенге.

Производственный план. Ветеринарная аптека будет находиться в густонаселенном районе города с населением более 300 тыс. человек на первой линии домов, что будет обеспечивать заведению хорошую видимость. В непосредственной близости от ветаптеки будет располагаться ветеринарная клиника, с которой будет заключена договоренность о сотрудничестве. График работы: пн-сб. – с 10:00 до 21:00., вс. – с 10:00 до 19:00. Планируется, что с течением времени аптека выйдет на плановый объем продаж в размере 12 млн. тенге. в год. Без учета сезонности средний размер выручки в месяц составит 1 млн. тенге., в сутки – 30 тыс. тенге. При наценке в размере 40% себестоимость продаваемых товаров составит 7,2 млн. тенге.

Однако, чтобы выйти на данный объем продаж ветаптеке потребуется время. График выхода на оптимальный объем продаж представлен в Приложение 8.

Организация, управление и персонал. Организационная структура предприятия будет состоять из следующих основных организационных единиц. Общее руководство предприятием осуществляет директор. Основную роль предприятия играет вспомогательный персонал. Организационная структура предприятия имеет следующий вид, представленный ниже.

Для выполнения производственной деятельности предприятия необходим следующий штат работников:

№ п/п	Наименование профессии	Кол-во чел.
1	Продавец	1
	Итого	1

Финансовый план.

Эксплуатационные и административные расходы.

№ п/п	Наименование	Сумма в месяц, тенге	Итого за год, тенге
1	Коммунальные услуги (электроэнергия)	100 000	1 200 000
2	Вода	100 000	1 200 000
3	Затраты по ФЗП персонала	1 140 000	13 680 000
4	Отчисления по ФЗП персонала	112 860	1 354 320
6	Услуги банка	525 000	6 300 000
7	Связь	20 000	240 000
8	Реклама	25 000	300 000
Итого затрат		10 472 360	125 688 320

Валовый доход от реализации товаров за период, тенге.

№ п/п	Наименование статей	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год
1	Планируемая программа реализации по годам в %	50%	62%	75%	87%	100%
2	Общая выручка от реализации товаров, тыс. тг	4 800	6 000	7 200	8 400	9 600

Прогноз отчета о прибыли и убытках по проекту (в разрезе 5 лет)

Наименование статьи	Годы					Итого за 5 лет, тенге
	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	
Поступления						
Валовая прибыль от реализации товаров	12 000	15 000	18 000	21 000	24 000	90 000
Итого выручка	12 000	15 000	18 000	21 000	24 000	90 000
Себестоимость	7 200	9 000	10 800	12 600	14 400	54 000
Издержки						
Коммунальные услуги	120	120	120	120	120	600
Связь	24	24	24	24	24	120
Услуги банка	120	120	120	120	120	600
Реклама	300	300	300	300	300	1 500
Прочие затраты	120	120	120	120	120	600
Итого издержки	7 884	9 684	11 484	13 284	15 084	57 420
Затраты по ФЗП						
Затраты по ФЗП персонала	659	659	659	659	659	3 297
Итого затраты по ФЗП	659	659	659	659	659	3 297
Операционная прибыль	3 457	4 657	5 857	7 057	8 257	29 283
Выплата процентов по займу	440	354	261	163	58	1 276
Чистая прибыль (остатки)	3 016	4 303	5 596	6 894	8 199	28 007

68. ОТКРЫТИЕ ЧАСТНОЙ ДЕТСКОЙ ВРАЧЕБНОЙ АМБУЛАТОРИИ



Концепция проекта предусматривает открытие частной детской врачебной амбулатории.

Начало учения о ребенке принято относить к IV веку до нашей эры, к времени написания книги «О природе ребенка» отцом медицины Гиппократом. Следом за Гиппократом о детях, об уходе за ними и воспитании, пишут Цельс, Гален и Соран (I и II века). Лечение детей в эти годы осуществлялось по тем же принципам, как и взрослых, или не проводилось вообще. Только в XV–XVIII веках снова пробуждается интерес к лечению детей и его особенностям. Это связано с очень высокой детской смертностью, появлением благотворительных организаций и созданием в некоторых странах Европы воспитательных домов или приютов для подкидышей и беспризорных детей. Появляется большое количество трудов, посвященных воспитанию и выхаживанию детей.

После открытия первых детских больниц происходит интенсивный рост числа научных исследований в области педиатрии и формирование школ педиатров. Первой детской больницей в мире была Парижская больница для детей, открывшаяся в 1802 г.

Начало становления педиатрии как самостоятельной научной дисциплины происходит в рамках других, близкородственных медицинских специальностей. Это терапия и, прежде всего, акушерство. Важной особенностью педиатрии последнего предреволюционного десятилетия было нарастание интереса к самому младшему возрасту. С этого времени удельный вес детей раннего возраста во всех детских клиниках и больницах существенно возрастает.

Педиатрия последних десятилетий является исключительно динамической областью знания; рост информации, пересмотр ранее существовавших точек зрения, внедрение новых методов исследования и лечения происходят с нарастающей скоростью. Это связано, прежде всего, как с быстрым развитием фундаментальных теоретических наук медицинского профиля (физиология, биохимия, генетика, иммунология), так и с развитием сугубо клинических представлений, накоплением и обобщением коллективного врачебного опыта.

Основными видами услуг детской амбулатории будут:

- организация и проведение комплекса профилактических мероприятий среди детского населения;
- лечебно-консультативная помощь детям на дому и в поликлинике, в том числе квалифицированную специализированную медицинскую помощь;
- противоэпидемические мероприятия (совместно с центром санитарно-эпидемиологического надзора);
- посетители получают консультации и лечение у специалистов: педиатра, детского хирурга, детского невропатолога, детского кардиолога.

Основными потребителями услуг будет население г.Уральск, и в частности жители района Ремзавод, Мясокомбинат, где планируется открытие амбулатории. Детская амбулатория будет размещена в приобретенном здании общей площадью 80-90 квадратных метров.

Общие инвестиционные затраты по проекту включают в себя:

Расходы, тыс. тг.	2 017
Инвестиции в основной капитал	20 000
Всего	20 000

Финансирование проекта планируется осуществить за счет заемного капитала.

Источник финансирования, тыс. тг.	Сумма	Период	Доля
Заемные средства*	20 000	2017г	100%
Всего	20 000		100%

Описание услуг. Детская поликлиника — лечебно-профилактическое учреждение по оказанию внебольничной медицинской помощи детям от рождения до 15 лет и учащимся образовательных учреждений независимо от возраста. Современная поликлиника является крупным многопрофильным, специализированным лечебно-профилактическим учреждением, предназначенным оказывать медицинскую помощь и осуществлять комплекс профилактических мероприятий по оздоровлению населения и предупреждению заболеваний.

В ее функции входят: обеспечение необходимых условий для развития и воспитания здорового ребенка; проведение первичной профилактики заболеваний; оказание лечебной помощи больным детям; организация лечебно-оздоровительной работы с детьми, имеющими отклонения в развитии и состоянии здоровья; оказание первой медицинской помощи при острых и внезапных заболеваниях, травмах; лечение больных при обращении в поликлинику и на дому; организация и проведение диспансеризации; экспертиза временной нетрудоспособности; освобождение от работы по уходу за больным ребенком; направление на врачебно-трудовую экспертную комиссию лиц с признаками стойкой утраты трудоспособности; своевременная госпитализация нуждающихся в стационарном лечении.

Поликлиника проводит большую профилактическую работу, противоэпидемические мероприятия, санитарно-просветительную работу среди обратившихся пациентов, изучает здоровье населения, выявляет раннюю заболеваемость, организует статистический учет и анализ показателей состояния здоровья населения.

Перечень предоставляемых на начальном этапе услуг детской амбулатории представлен в таблице 1.

Таблица 1 - Перечень предоставляемых услуг детской амбулатории

Наименование
Консультация и лечение педиатра
Консультация и лечение детского хирурга
Консультация и лечение детского невропатолога
Консультация и лечение детского кардиолога
Лаборатория (ОАМ, ОАК)
Физиокабинет
Кабинет УЗИ (в перспективе)
Стационар на дому (в перспективе)

Программа производств. Программа продаж будет осуществляться на основе результатов проведенных маркетинговых исследований (с целью определения предпочтений потребителей в качестве предоставляемых детской амбулаторией услуг), а также посредством рекламных акций. При формировании цен была учтена покупательная способность потребителей, определяемая средним уровнем их доходов. Формирование цен основано на рыночных ценах и полной себестоимости продукции.

Таблица 2 - Планируемые цены на услуги врачей, максимальная загрузка 100%.

Наименование	Стоимость час, тенге	Количество услуг в день	Количество услуг в год	Выручка в день тыс, тг	Выручка в месяц
Консультация педиатра	1500	40	1000	60 000	1500,0
Консультация детского хирурга	1500	30	750	45000	1350,0
Консультация детского невропатолога	1500	40	1000	60 000	1500,0
Консультация детского кардиолога	1500	40	1000	60 000	1500,0
Физиокабинет	400	100	2500	4000	100,0
ОАК.ОАМ	250	100	2500	2500	250,0
Итого			8750	231 500	5787,5

В таблице 3 представлена планируемая программа производства по годам.

Таблица 3 - Планируемая программа реализации услуг по годам.

	2017	2 018	2 019	2 020	2 021	2 022	2 023	2024
Производительность, %	40%	70%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Количество услуг в год	3500	6125	8750	8750	8750	8750	8750	8750
Выручка от реализации, тыс. тг	2315,0	40151,2	5787,5	5787,5	5787,5	5787,5	5787,5	5787,5

Принята следующая программа производств: в первый год загрузка услуг — 40%, последующие годы 100%.

Справочно. В настоящее время количество рожденных детей ежегодно увеличивается, узких специалистов не хватает или отсутствуют. Загруженность амбулаторий и клиник высокая.

Конкурентные преимущества нашей детской врачебной амбулатории составляют: высококвалифицированные кадры и наличие современных, хорошо зарекомендовавших себя технологий и материалов; комплексное качественное лечение и внимательное отношение к пациентам; удобное месторасположение; грамотный менеджмент.

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

Маркетинговый план.

Описание рынка продукции (услуг). 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. В 2012 году в сфере услуг здравоохранения было занято 17 тыс. человек. Это на 0,5 тыс. человек меньше, чем в 2011 году.

Число больничных организаций в ЗКО на конец 2012 года составило 39 единиц. Это на 1 единицу меньше, чем в 2011 году.

Численность врачей всех специальностей в ЗКО в 2013 году составила 2127 человек, это на 14 человек больше, чем в 2014 году.

Численность родившихся детей в г.Уральск в 2012 году 12 426 человек, это на 532 человека больше, чем в 2011 году. Источник: Департамент ЗКО по статистике.

Цены и тарифы на первичный прием к врачу для населения ЗКО с каждым годом увеличиваются. Так, если в 2011 году средняя цена составляла 1735 тенге, то в 2012 году она повысилась на 105 тенге и составила 1840 тенге, по состоянию на 01.05.2014г. средняя цена составила 2050 тенге.

Основными преимуществами создаваемой детской врачебной амбулатории являются: высококвалифицированные кадры и наличие современных, хорошо зарекомендовавших себя технологий и материалов; комплексное качественное лечение и внимательное отношение к пациентам; удобное месторасположение; грамотный менеджмент.

Стратегия маркетинга.

В качестве основного метода продвижения предприятие планирует использовать прямую рекламу на интересующие целевые группы. Для этого будут проведены семинары, посвященные услугам детской врачебной амбулатории; рассылки рекламных материалов о новой детской врачебной амбулатории; подготовка рекламно-информационных статей, посвященных оказанию услуг новой детской врачебной амбулатории в изданиях местного значения.

Техническое планирование. Технологический процесс. Главное направление деятельности детской амбулатории – обеспечение необходимых условий для развития и воспитания здорового ребенка, проведение первичной профилактики заболеваний, оказание лечебной помощи больным детям, организация лечебно-оздоровительной работы с детьми, имеющими отклонения в развитии и состоянии здоровья. Структура детской амбулатории строится в соответствии с поставленными перед ней задачами и будет включать следующее:

- кабинеты врача-педиатра и врачей «узких» специальностей;
- лечебно-диагностические кабинеты (физиотерапевтический, лечебной физкультуры и др.);
- лаборатория;
- регистратура, гардероб и другие вспомогательные помещения, холлы для ожидания;

Ведущей фигурой в организации внебольничной помощи детям является врач-педиатр. Он осуществляет динамическое наблюдение за состоянием здоровья, физическим и нервно-психическим развитием детей; занимается профилактикой заболеваний и травматизма среди детей; обеспечивает своевременную и качественную диагностику с целью выявления преморбидных состояний и ранних форм заболеваний; лечение больных детей в поликлинике и на дому; отбор детей, нуждающихся в лечении у врачей «узких» специальностей, госпитализации, санаторно-курортном лечении; проводит профилактическую и лечебную работу в детских организованных коллективах.

Главной целью профилактической деятельности участкового педиатра является проведение мероприятий, способствующих правильному физическому и нервно-психическому развитию детей, широкое внедрение гигиенических требований в повседневную жизнь семьи.

Организация профилактических мероприятий, направленных на охрану здоровья ребенка, фактически начинается еще до его рождения. Наблюдение за здоровьем беременной женщины осуществляется совместно врачами женской консультации и детской поликлиники. С момента взятия беременной женщины на учет участковый педиатр организует проведение патронажа беременной совместно с акушерами-гинекологами женской консультации проводит занятия «Школы молодых матерей».

Лечебная работа:

Лечение на дому детей с острыми заболеваниями и обострениями хронической патологии до полного клинического выздоровления.

Прием в детской поликлинике детей с острыми заболеваниями реконвалесцентов.

Активное выявление больных с хроническими формами заболеваний на ранних стадиях, постановка их на учет, своевременное лечение и оздоровление.

Проведение комплексного этиопатогенетического лечения заболеваний с использованием средств восстановительного лечения (физиотерапевтических методов, лечебной физкультуры, водолечения).

Осуществление преемственности в лечении больных детей с детскими дошкольными учреждениями, стационарами, санаториями.

Экспертиза временной нетрудоспособности.

Организация госпитализации.

Организация приема детей в поликлинике должна обеспечивать им квалифицированную медицинскую помощь в возможно короткие сроки.

Особенность работы детской поликлиники заключается в том, что все больные дети с острыми заболеваниями наблюдаются участковым врачом. В поликлинике проводится прием больных, здоровых детей, а также страдающих хроническими заболеваниями, также больных с инфекционными заболеваниями без острых явлений и реконвалесцентов после острых заболеваний. Педиатр активно по вызову посещает больных детей на дому до полного выздоровления или госпитализации. По заявке лечащего врача детская поликлиника выборочно обеспечивает больному ребенку проведение на дому необходимых лабораторных, функциональных исследований и консультаций врачей «узких» специальностей.



Противоэпидемическая работа с инфекционными заболеваниями, обеспечение эпидемиологического благополучия занимает видное место. Этот вид деятельности участковых врачей осуществляется под руководством и контролем центра санэпиднадзора. Основными задачами этой работы являются: раннее выявление и госпитализация инфекционных больных, наблюдение за возможным очагом инфекционного заболевания, контактными лицами, реконвалесцентами и бациллоносителями. Врачи несут ответственность за санитарное состояние на участке и организуют профилактические прививки.

Участковый врач обеспечивает раннюю диагностику инфекционных заболеваний, устанавливает наблюдение за здоровьем детей, бывших в контакте с заболевшими. Сообщение об инфекционных заболеваниях в центр санэпиднадзора немедленно передается по телефону. Обязательной госпитализации подлежат дети с инфекционным гепатитом, менингитом, полиомиелитом, дифтерией, а также дети с острыми кишечными заболеваниями. Дети, перенесшие инфекционные заболевания, берутся на наблюдение. Им проводятся контрольные обследования, при необходимости повторные курсы лечения, оздоровительные мероприятия.

Врач «узкой» специальности работает в тесном контакте с другими врачами детской поликлиники участвует в оздоровлении детей в школах и дошкольных учреждениях.

Здания и сооружения.

Предполагаемую детскую врачебную амбулаторию планируется разместить в приобретаемом и отремонтированном, помещении около 80-90 квадратных метров. Но требуется переоборудование. Помещение снабжено системой противопо-

жарной безопасности, а также обеспечено всеми необходимыми коммуникациями.

Оборудование и инвентарь (техника).

Перечень оборудования и затраты на его приобретение представлены в ниже следующей таблице.

Перечень оборудования.

Необходимое оборудования	Кол-во	Цена, тыс.тг.	Сумма, тыс.т
Основное			
Оборудование для физиокабинета		1 700	1 700
Оборудование для лаборатории		1 000	1 000
Дополнительное (инвентарь)			
Диван	3	50	150
Стол медицинский	4	25	100
Стул	10	12	120
Кушетка	4	35	140
Ноутбук	2	150	300
Телефон	2	10	20
Кассовый аппарат	1	20	20
Кондиционер	3	150	450
Итого			4 000,0

Приобретение оборудования планируется в России, г.Самара. Преимуществом оборудования является его надежное функционирование.

Коммуникационная инфраструктура. Проектом предусмотрена эксплуатация помещения, в котором уже будет необходимая коммуникационная инфраструктура, а именно электро-, тепло- и водоснабжение, а также телефонная связь.

Организация, управление и персонал. Общее руководство предприятием осуществляет директор. Организационная структура предприятия имеет следующий вид, представленный ниже (рисунок).



Организационная структура.

Приведенную структуру управления персоналом можно отнести к линейной. Она позволяет директору оперативно управлять работой предприятия и находиться в курсе событий.

Затраты на реализацию проекта. Оценка инвестиционных затрат представлена в следующей таблице.

Инвестиционные затраты в 2018 г., тыс. тенге

Наименование	Сумма	2018		
		сентябрь	октябрь	ноябрь
Приобретение здания	14 000	14 000	-	-
Ремонт	2 000	1 000	1 000	-
Оборудование	4 000	-	2 000	2 000
Итого	20 000	15 000	3 000	2 000

В наличии имеется оборудование, приобретенное за счет собственных средств на сумму 2 500 тыс. тенге. Цена за доставку оборудования включена в стоимость самого оборудования.

Общие и административные расходы

Проектом предусмотрено приобретение и ремонт помещения общей площадью 80-90 кв. метров.

Общие и административные расходы предприятия в месяц, тыс. тг.

Затраты		2017	2018	2019-2024
ФОТ		0	500	500
ГСМ	на 1 машину	0	10	10
Коммунальные услуги		0	20	20
Канцтовары		0	5	5
Услуги связи		0	10	10
Расходные материалы		0	20	20
Хозяйственные товары		0	5	5
Обслуживание и ремонт ОС		0	8	8
Услуги банка		0	4	4
Расходы на рекламу		0	7	7
Прочие непредвиденные расходы		0	10	10
ИТОГО		0	599	599

Расходы на коммунальные услуги рассчитаны приблизительно, исходя из местных тарифов и ориентировочное их потребление

Расчет расходов на оплату труда, тыс. тг

№	Должность	Количество	Оклад	К начислению	ФОТ
Адм.-управленческий персонал					
1	Управляющий	1	70	70	70
	Итого	1	70	70	70
Производственный персонал					
1	Детский хирург	1	50	50	50
2	Детский невропатолог	1	100	100	100
3	Детский кардиолог	1	50	50	50
4	Детский педиатр	1	100	100	100
5	Лаборант	1	50	50	50
6	Средний медработник	1	50	50	50
	Итого	6	400	400	400
Вспомогательный персонал					
1	Техника	1	30	30	30
	Итого	1	30	30	30
	Всего по персоналу	8	500	500	500

Итого общие затраты составляют 1099,0 тыс. тенге.

Отчет о доходах и расходах

Наименование	2018					
	Итого	Итого	Итого	Итого	Итого	Итого
Доход от реализации продукции	7 000	42 000	42 000	42 000	42 000	42 000
Выручка	3 500	9 300	42 000	42 000	42 000	42 000
Себестоимость реализ. продукции	2 288	13 728	13 728	12 144	13 728	13 728
Прямые затраты	2 000	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000
Косвенные затраты	144	1 728	1 728	144	1 728	1 728
Валовая прибыль	4 712	28 272	28 272	29 856	28 272	28 272
Расходы возврате кредита, осн. ср-ва	195	1 154	1 127	1 127	1 127	94
Расходы возврате кредита, оборот. ср-ва	0					
Доход до налогов	4 567	25 324	27 145	27 145	27 145	28 178
налог, 3%	420	1 260	1 260	1 260	1 260	2 415
Чистая прибыль	4 097	24 064	25 885	25 885	25 885	49 613
Кумулятивная чистая прибыль						

69. ЦЕНТР ПЛАСТИЧЕСКОЙ ХИРУРГИИ



Анкета проекта:

Цели инвестиционного проекта: открытие центра пластической хирургии.

Стоимость проекта: 115 000 000 тенге.

Срок окупаемости: 1,8 год.

Концепция проекта

Концепция проекта предусматривает открытие центра пластической хирургии, способного предоставить жителям города высококачественные услуги.

Целью настоящего проекта являются:

1. Привлечение инвестиций для открытия бизнеса.
2. Обосновать прибыльность и рентабельность инвестиционного проекта.
3. Получение прибыли для дальнейшего увеличения и расширения услуг.
4. Удовлетворение спроса на данные виды услуг.

Структура финансирования

На кредитные средства Инициатор планирует приобретение помещения под Центр пластической хирургии. Также предполагается осуществить ремонт помещения и приобрести необходимое оборудование и мебель. Данные расходы будут осуществлены за счет собственных средств Инициатора проекта.

№	Наименование	Стоимость, тенге
1	Недвижимость	100 000 000
2	Ремонт помещения	11 000 000
3	Закуп оборудования и мебели	4 000 000
	Итого стоимость проекта	115 000 000
	Собственные средства	15 000 000

	Кредитные средства	100 000 000
	В % соотношении	
	Собственные средства	13%
	Кредитные средства	87%
Итого:		115 000 000

Описание услуги

За последние несколько лет индустрия красоты набрала небывалые обороты. Более половины населения земного шара не только крайне озабочены своей внешностью, но и неоднократно прибегали к услугам косметологов-эстетистов или пластических хирургов. Связано это не столько с естественным желанием перемен, сколько с отсутствием возможности исправить видимый дефект за счет государства по страховому полису. Именно поэтому открывать бизнес в сфере красоты стало не просто престижно или выгодно, а в какой-то степени даже почетно.

Двадцать первый век – это время «культы молодости и красоты». Патологическая озабоченность своей внешностью, желание красиво выглядеть на фотографиях-селфи, постоянная переделка своей фигуры за счет убийственных нагрузок в тренажерном зале и всевозможные манипуляции с чертами лица (закачка ботокса, лифтинг-процедуры) перестали быть чем-то из ряда вон выходящим. Огромный пласт населения страны поддерживает эти тенденции и с удовольствием тратит уйму средств на услуги косметологов и пластических хирургов, а также занятия с личным тренером.

Концепция нашего медицинского центра заключается в предоставлении высокого уровня профессиональных медицинских услуг пациентам. Планируется привлечение квалифицированных специалистов (врачей, хирургов) с ближнего и дальнего зарубежья, также делиться опытом и проводить мастер классы для местных врачей. Тем самым обеспечить хорошую репутацию клинике и доверительное отношение пациентов.

Преимущество также будет в том, что в одном центре будут сосредоточены все виды пластических операций, реабилитации и ведение пациента в Центре Косметологии для дальнейшего поддержания и ухода за лицом и телом.

Сочетание высокого профессионализма, новейших технологий, возможность помочь любому пациенту не только улучшить свою внешность и стать при этом моложе, но, самое важное устранить проблемы со здоровьем и продлить на многие годы его жизнь, сделав ее более активной и интересной.

Обращаясь к пластическому хирургу пациент доверяет ему не только внешность, но и самое главное – здоровье. Это доверие формируют несколько критериев:

- репутация клиники и конкретного врача, его квалификация и опыт;
- соответствие оборудования самым современным тенденциям;
- наличие передовых технологий;
- динамичный, постоянно обновляющийся спектр услуг;
- возможность предоставить каждому пациенту индивидуальное, и оптимально верное для него лечение.

Многие жители Казахстана обращаются к иностранным экспертам для консультаций в области пластической хирургии. Одним из самых популярных направлений остается Южная Корея, где реконструктивная пластика отличается сочетанием качества и приемлемых цен. Однако казахстанская медицина не стоит на месте. Сегодня женщины все чаще отдают предпочтение местным специалистам. Предлагаем вашему вниманию список самых востребованных пластических операций в нашей стране.

Блефаропластика. Хирургическая коррекция век, которая включает в себя изменение формы глаз, устранение недостатков век и возрастных изменений, является самой популярной пластической операцией среди женщин Казахстана. Так же, как и в других странах азиатского региона, в Казахстане особенно распространена процедура европеизации века. Помимо этого, женщины часто хотят избавиться от тяжелых, нависающих век. Блефаропластика практически не имеет возрастных ограничений и не оставляет заметных рубцов на глазах. Однако этот вид операций противопоказан людям с повышенным внутриглазным давлением, хроническими заболеваниями век и плохой свертываемостью крови. Прежде чем отправляться на операцию, стоит пройти полноценное обследование, так как при блефаропластике происходит серьезное вмешательство в область клетчатки глаза. Следует сдать стандартный набор анализов (общий анализ крови, анализ мочи и т.д.). Получив согласие хирурга, необходимо отказаться от курения и применения гормональных препаратов. У курящих людей гораздо выше риск образования подкожных кровоизлияний. За две недели до процедуры нужно прекратить принимать средства, влияющие на свертываемость крови. К ним относятся даже аспирин и средство от кашля. Несмотря на то, что снятие швов происходит на 3-6 сутки после операции, желательно оберегать чувствительные веки с помощью солнцезащитных очков еще в течение двух недель. Не стоит ждать моментального результата от блефаропластики. Эта операция требует длительного периода восстановления. Увидеть окончательный эффект клиентки могут на 5-6 неделе.

Стоимость услуги: от 100 000 до 300 000 тенге (в зависимости от сложности процедуры, самая дорогая – круговая коррекция, самая недорогая – коррекция верхних век).

Маммопластика. Пластика груди тоже очень популярна: чаще всего казахстанки просят «сделать» им грудь третьего размера – она выглядит красиво и естественно. Маммопластика также способна устранить асимметрию молочных желез, эффект обвисшей груди и ее непропорциональность. Не рекомендуется операция при острых инфекциях, недостаточности тканевого покрова, подозрении на рак. Помимо физиологических факторов, большое значение имеет психологическое состояние женщины. Хирург должен быть уверен в мотивах пациентки и в том, что она осведомлена о возможных рисках, к числу которых относятся гематомы, изменение чувствительности груди и замедленное заживление. Самый эффективный и безопасный способ коррекции груди – это установка имплантов. Они состоят из силиконовой оболочки и наполнителей из силикона или физраствора. Физраствор отличается недолговечностью. Новые биоимпланты удобны тем, что состоят из природного полимера. Все современные импланты обладают небольшим весом и хорошо держат форму. Подготовка к операции включает в себя консультации с хирургом и сдачу стандартных анализов. За несколько недель нужно отказаться от аспирин и табака, а накануне принять ванну. Послеоперационная боль обычно проходит через 2-3 дня, но эти показа-

тели индивидуальны. На 8-10 день снимаются швы и надевается специальный бюстгалтер, который следует носить еще месяц. В это время лучше ограничить физические нагрузки, особенно в области плеч и спины. Оценить результат будет возможно примерно спустя полтора месяца после операции.

Стоимость услуги: от 600 000 тенге (цена зависит от выбранных имплантов и сложности процедуры).

Ринопластика. Одна из наиболее популярных процедур в пластической хирургии, позволяет изменить форму, размер и строение носа. Несмотря на распространенность, эта операция считается также одной из самых сложных, так как требует ювелирного исполнения. При изменении формы носа стоит быть готовым к тому, что лицо может полностью преобразиться, потому что нос чаще всего привлекает внимание при первом взгляде. Самым благоприятным возрастом для ринопластики считается промежуток от 19 до 25 лет. В этот период ткани находятся в хорошем состоянии и пациенты легче переносят смену облика с психологической точки зрения. В возрасте после 50 лет замедляются восстановительные процессы, поэтому увеличивается риск послеоперационных осложнений. В большинстве случаев конечный результат зависит от грамотности пластического хирурга. После операции возможны умеренные боли, но главным неудобством скорее всего будет необходимость дышать через рот, так как форма носа будет удерживаться тампонами. Легкая отечность проходит через две недели и начинает прорисовываться результат, но окончательная форма носа может проявляться до года после процедуры.

Стоимость услуги: от 80 000 до 500 000 тенге (в зависимости от степени вмешательства, самая минимальная цена указана на легкое поднятие кончика носа).

Увеличение губ. Самым популярным методом является увеличение губ при помощи гиалуроновой кислоты. Это вещество натурального происхождения, которое рассасывается примерно через полгода после процедуры. Такой временный эффект благоприятен для тех, кто не совсем доволен результатом. Уколы гиалуроновой кислоты можно делать в любом возрасте, они практически не вызывают аллергии, а эффект замечен уже через 48 часов. Процедура не требует специальной подготовки, но, сделав укол, необходимо соблюдать правила первичного ухода. Процедура противопоказана при кормлении грудью, беременности, наличии рубцов или инфекций на губах и присутствия других наполнителей. Пластика губ осуществляется и с помощью силиконовых имплантов, которые дают пожизненный эффект, но могут быть удалены или заменены в любое время. Результат после такой операции будет замечен через несколько дней. Силиконовые наполнители можно использовать для восстановления упругости губ. Вероятность послеоперационных осложнений после увеличения губ минимальна.

Стоимость услуги: от 55 000 до 150 000 тенге (минимальная цена указана на процедуры с филлерами, максимальная - на использование имплантов).

Липосакция. Эта процедура помогает избавиться от нежелательного жира. Плюс липосакции в том, что современные технологии позволяют убрать подкожный жир даже на небольших участках тела, а также несильно травмируют организм. Липосакция бывает механической, вибрационной, ультразвуковой и лазерной. В настоящее время наибольшей популярностью пользуются два последних типа. Стоит помнить, что липосакция не является методом для похудения. Эта операция направлена на борьбу с очаговыми жировыми отложениями. Состояние кожи играет важную роль в липосакции, от ее эластичности и сократимости во многом зависит общий успех процедуры. Самые распространенные осложнения – появление неровностей, ям и бугров на коже. Они возникают при неправильном проведении операции или при недостаточной эластичности кожного покрова. Восстановление после операции зависит от объема удаленного жира и индивидуальной выносливости организма пациента. Большинство возвращается к привычному образу жизни спустя две недели, но в это время нужно носить специальное компрессионное белье. Возможны слабость, легкая потеря подвижности при удалении большого количества жира.

Стоимость услуги: от 25 000 до 400 000 тенге (в зависимости от вида липосакции и размера участка кожи, минимальная цена указана на операцию одной зоны 10*10 см).

Сведения о рынке и конкурентах. Описание нынешних и потенциальных клиентов. Пластическая хирургия является специальностью, перед которой стоят задачи устранения физических дефектов или недостатков формы и функций отдельных органов. Дефекты могут быть врожденными пороками развития, возникнуть в результате дорожно-транспортного происшествия, несчастного случая, быть последствиями, вызванными механическими, химическими, термическими или электрическими факторами – шрамы, ожоги. Могут быть следствием перенесенных заболеваний, возникнуть в результате операционного вмешательства, например, после удаления опухолей, разможенных тканей, молочных желез или костей лица. Технические приемы пластической хирургии позволяют замаскировать эти дефекты на поверхности человеческого тела и лица, ликвидировать последствия травм, ранений или даже восстановить удаленные органы так, чтобы недостатки не привлекали внимание окружающих, а пациент имел нормальный внешний вид. Пластическая хирургия выступает в этом случае как способ избавления этой категории пациентов от физических и психологических страданий, некоего комплекса неполноценности, ухудшающего их эмоциональное состояние. Ежегодно в мире проводится несколько миллионов реконструктивных операций. Операции такого вида очень важны и существенно улучшают уровень жизни пациентов. В настоящее время пластическая хирургия, требующая основательной подготовки и знаний, с внедрением компьютеризации и разработки трехмерных графических программ вместе с наработанным клиническим опытом выбора метода лечения и оперативной тактики, стала новым высокотехнологичным направлением в здравоохранении. Парадоксом пластической хирургии является то, что потребителями ее услуг выступают как больные, так и здоровые люди, и для них общим является низкое качество жизни. Если для больных это связано с физиологическими проблемами по медицинским показаниям, то для здоровых людей - проблемы психологической самооценки и социального статуса.

Что касается услуг косметологии, то недавно замечено, что все чаще люди предпочитают обращаться за конкретной косметологической процедурой в специализированный центр, гарантированно имеющий лицензии и сертификаты, в то время как салон красоты может их и не иметь. Большую часть потребителей (по результатам исследований) составляют женщины в возрасте 25-45 лет (около 70 %).

Описание рынка. Каждый месяц в Казахстане делают 50-70 операций по увеличению груди, ещё больше операций

на веках. Постоянно есть спрос на ринопластику, подтяжку лица и живота, липофилинг. И это при том, что в Казахстане всего 50 пластических хирургов, и только 33 из них имеют сертификаты.

«Пациентов намного больше, чем мы можем обслужить. Поэтому часть выезжает в другие страны, например, в Южную Корею. Там делают пластику, здесь переделывают. Сегодня у любого хирурга есть фотоальбом, где зафиксированы последствия заграничных операций. И толщина этого альбома всё время растёт», – говорит вице-президент Казахской ассоциации эстетической медицины и пластической хирургии Виктор Глоба. – «Правильнее оперироваться в Казахстане. Уровень казахстанских хирургов не уступает мировому. Мы никого не опережаем, но и сзади не плетёмся».

Опыта нашим специалистам тоже хватает, было заявлено на съезде. В США на одного пластического хирурга приходится в среднем 240 операций в год, в Бразилии – 250, в Казахстане – 270.

Казахстанцы стали больше вкладывать в собственное тело. Спрос на услуги пластических хирургов ежегодно увеличивается на 20-25%. Этот показатель мог бы послужить хорошим сигналом для инвесторов, но не все так радужно, как выглядит.

Стоимость услуг пластических хирургов в Казахстане относительно низка. К примеру, сделать пластику носа в Европе и США стоит порядка \$12-15 тыс., в России около \$10 тыс., а в Казахстане – \$900-1 000. Но, с другой стороны, недорого и качественно можно подкорректировать внешность в Китае, где много квалифицированных специалистов.

Объем казахстанского рынка эстетической медицины, по оценкам экспертов, составляет от \$250 тыс. до \$500 тыс. в год. Для сравнения: в России этот показатель составляет порядка \$47,2 млн. Только в Алматы число потенциальных клиентов пластических хирургов достигает 50 тыс. человек. Причем теоретически их могло бы быть значительно больше. «На эти операции решаются далеко не все, это определенная прослойка людей», – говорит директор клиники эстетической и косметологической медицины «Шарм» Игорь Богин. По его словам, порядка 100 тысяч алматинцев – это люди, у которых есть возможность сделать пластику, «но половина из них никогда не будет делать операции просто потому, что им это не нужно».

Казалось бы, динамично развивающаяся отрасль должна привлечь внимание инвесторов, однако они с опаской относятся к подобным вложениям. В основном это обусловлено несовершенством законодательства, дефицитом кадров и дороговизной оборудования. Так, для создания одной клиники необходимо порядка \$150–200 тыс., если речь идет об амбулатории, а для того чтобы построить стационар с новейшим оборудованием и необходимым штатом специалистов, нужны финансовые вложения до \$600–800 тыс. При этом срок окупаемости в отрасли, как правило, составляет от 5 лет, а бизнесмены жалуются на низкую рентабельность.

В Казахстане пока проблематично даже найти точную статистику по количеству клиник «пластики». Содержать клинику только ради эстетической хирургии эксперты считают невыгодным, так как это подразумевает длительные объемные операции, для которых необходима анестезиологическая помощь на высоком уровне, реанимационное оборудование, а также всевозможные препараты, которые могут понадобиться. В США вместо целого штата врачей обычно нанимают специальных медицинских менеджеров, которые берут на работу анестезиологов и сдают хирургам.

Кроме того, в странах, где рынок эстетической медицины развивается уже давно, в последние один-два года большую популярность приобретают вечеринки, где пластические хирурги и косметологи устраивают так называемые показы мод эстетической хирургии. Таким образом специалисты пытаются привлечь новых клиентов. В Казахстане подобный способ продвижения услуг практически не используется.

Наибольшей популярностью среди казахстанских женщин пользуются имплантация груди, европеизация глаз и пластика живота, мужчины обычно хотят изменить форму носа и ушей. В последнее время растет количество клиентов, желающих сделать интимную пластику и уколы красоты (ботокс), причем обращаются в клиники как мужчины, так и женщины в равной пропорции, отмечает управляющий директор клиники пластической хирургии Soleil Зарина Амирханова.

При первичной консультации нужно очень тщательно разговаривать с пациентами, считает пластический хирург клиники «Ару» Ольга Мун: «Реабилитация после операций бывает тяжелой и длительной, основные осложнения возникают при пластике носа». При этом 30% пациентов приходят к хирургу с психологическими проблемами. «Если мы уверены, что их можно решить с помощью операции, то проводим ее, если нет – рекомендуем специалистов соответствующего профиля», – отмечает хирург.

Маркетинговая стратегия. 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. Разработка интернет сайта.
2. Написание статей в бесплатные электронные или печатные журналы по профилю бизнеса, где в подписи к ней будут стоять ссылка на сайт или E-mail. Так о нас узнают все читатели этих СМИ.
3. Раскрутка сайта через Google Adwords либо через Яндекс Директ.
4. SEO-оптимизация.
5. SMM-продвижение (социальные сети).
6. Кросс-маркетинговые акции с партнерами. Организовывать совместные акции с коллегами и партнерами, с которыми наши услуги могут дополнять друг друга для одной и той же целевой аудитории.
7. Подарочные сертификаты, программы лояльности. То есть сделать так, чтобы клиенту захотелось к нам не только прийти еще раз, но привести еще кого-то с собой в следующий раз.

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).

Цена на услуги и ценообразование. В частных медицинских учреждениях все решает конкурентная среда, в связи с этим и складываются цены. При ценообразовании мы будем применять затратные механизмы. Есть затраты - на содержа-

ние помещения, на содержание медперсонала, регистратуры, бухгалтерии. Работа врачей должна быть на определенном уровне - мы закладываем размер оплаты, соответствующий их квалификации. Дальше закладывается прибыль, рентабельность не менее 50%.

Цены на предлагаемые услуги выглядят следующим образом:

№	Наименование услуг	Продажная цена (тенге)
1	Маммопластика	От 600 000-900 000
2	Блефаропластика	300 000
3	Липосакция	От 300 000-600 000
4	Абдоминопластика	От 400 000-800 000
5	Смас-лифтинг	250 000
6	Эндоскопический лифтинг	400 000
7	Круговая подтяжка	от 350 000-700 000
8	Платизмопластика	400 000
9	Нити	250 000-700 000
10	Контурная пластика	60 000-240 000
11	Глютеопластика	600 000-800 000
12	Оттопластика	300 000-500 000
13	Ринопластика	300 000-500 000
14	Лябиопластика	700 000
15	Эндопил	200 000
16	Фибробласты	500 000

Организация каналов сбыта. На начальном этапе достаточно будет рекламы в социальных сетях, а также для продвижения продукции целесообразно разработать интернет-сайт, на котором будет представлен перечень предоставляемых услуг.

Анализ расположения и инфраструктуры. Планируемое предприятие будет размещено в приобретаемом помещении. В данном помещении уже присутствует необходимая коммуникационная структура (электро-, тепло- и водоснабжение, телефонная связь). Здание Центра представляет собой помещение на первом этаже многоэтажного жилого здания на первой линии домов с отдельным входом и вывеской.

Персонал. В планируемое штатное расписание будут входить:

Наименование	Количество	Оклад	Итого, тг.
Пластические хирурги	2	1 000 000	2 000 000
Врач-дерматокосметолог	3	300 000	900 000
Медсестра	2	100 000	200 000
Администратор	2	100 000	200 000
Санитарка	1	70 000	70 000
Итого	10		3 370 000

Для качественного предоставления услуг и завоевания доверия клиентов планируется принять на работу только квалифицированных специалистов, имеющих соответствующий уровень образования и стаж работы в отрасли не менее 5 лет.

Список общих издержек. Постоянные ежемесячные расходы Центра представлены в следующей таблице:

№	Расходы	Стоимость, тенге
1	Коммунальные услуги	50 000
2	Реклама	500 000
3	Препараты для инъекций	500 000
4	Косметическая	100 000
5	Медицинский инвентарь (скальпели, ножницы, шприцы и пр.)	200 000
6	Хирургические импланты (закуп в РК, сертифицированные)	1 000 000
	Итого	2 350 000

Финансовый план.

Отчёт о прибыли и убытках. Уровень дохода, как и в любой другой сфере деятельности, ориентированной на человеческий фактор, будет зависеть от количества клиентов и стоимости проводимых операций. Изучая результаты работы небольших, но стабильно работающих частных медучреждений можно сделать вывод, что в среднем, имея 20 и более клиентов в месяц, можно зарабатывать не менее 10 млн. тенге в месяц в первый год работы и не менее 39 млн. тенге в период активной деятельности

	2018	2019	2020	2021	2022
Выручка	157 000	293 700	471 000	471 000	471 000
Материалы и комплектующие	15 700	29 370	47 100	47 100	47 100
Сдельная зарплата	0	0	0	0	0
Валовая прибыль	141 300	264 330	423 900	423 900	423 900
Общехозяйственные и коммерческие расходы	25 850	28 200	28 200	28 200	28 200
Инвестиционные расходы	0	0	0	0	0
Амортизация	4 333	4 333	4 333	4 333	4 333

Расходы на заработную плату	42 709	46 585	46 585	46 585	46 585
Финансовые расходы	12 917	10 917	8 917	6 917	4 917
Налог на имущество	492	475	458	442	425
Прочие доходы	0	0	0	0	0
Прибыль до налога на прибыль	54 999	173 820	335 407	337 423	339 440
Прибыль с учетом убытков прошлых периодов	9 956	14 492	27 960	28 131	28 302
Налог на прибыль	10 992	34 764	67 081	67 485	67 888
Чистая прибыль	44 007	139 056	268 325	269 939	271 552

71. ОРГАНИЗАЦИЯ УСЛУГ ПО МОНИТОРИНГУ И СБОРУ ДАННЫХ В КЛИМАТИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ РК

Концепция проекта предусматривает организацию услуг аэросъемок, эко-мониторинга и геологоразведки в Карагандинской области.

Предполагается оказываться услуги аэрофотосъемок, геологоразведки, экологического мониторинга местности в тех местах где это сложно или невозможно сделать в связи сложности рельефа местности и(или) суровых климатических условий Карагандинской области с использованием комплекса беспилотного летательного аппарата и наземной станции управления. Клиент на выходе будет получать данные о интересующем его объекте, местности в виде 3д моделей, графиков, фото, видео материала в разных спектральных представлениях.

Проект предназначен для рассмотрения с целью получения гранта в сумме 2 880 000 тенге.

Финансирование проекта планируется осуществить как за счет гранта, так и за счет за счет собственных средств инициатора проекта в сумме 659550.тенге.

Источник финансирования

	Сумма, тенге	Удельный вес,
Грант	2 880 000	81,4
Собственные средства	659 550	18,6
	3 539 550	100

Грант, закуп оборудования

Наименование	Количество	Цена	Стоимость
ОБОРУДОВАНИЕ, в том числе			283 000
Комплект оборудования, комплектующих и расходных материалов для сборки ЧПУ станка	1	700 000	700 000
БПЛА самолетного типа	1	361 000	361 000
БПЛА много-роторного типа	1	396 500	396 500
Полезная нагрузка на БПЛА	1	762 500	762 500
Наземная станция управления, радиоэлектронное оборудование	1	260 000	260 000
Сварочное оборудование	1	350 000	350 000
ОБОРОТНЫЕ СРЕДСТВА			50 000
Расходные материалы.	1	50000	50 000
ИТОГО			2 880 000

Собственное участие

Наименование	Количество	Цена	Стоимость	
3D принтер	1	261600	261600	Устройства для печати 3д моделей.
БПЛА гексакоптер	1	163500	163500	Рабочий прототип, использовался для тестирования разного рода модулей.
БПЛА квадрокоптер	1	114450	114450	Рабочий прототип, использовался для тестирования разного рода модулей.
Различного рода комплектующих, материалов и инструментов.	1	70000	70000	Ручные и электроинструменты, запасные части, комплектующие для ремонта.
Сборка аппаратов			50000	
ИТОГО			659550	

Рынок сбыта продукции. Беспилотные летательные аппараты могут обладать разной степенью автономности — от управляемых дистанционно до полностью автоматических, а также различаться по конструкции, назначению и множеству других параметров. Управление БПЛА может осуществляться эпизодической подачей команд или непрерывно — в последнем случае БПЛА называют дистанционно-пилотируемым летательным аппаратом.

Аэрогеофизические технологии отличаются от других геологоисследовательских технологий высоким темпом обследования труднодоступных территорий, экономичностью, возможностью комплексирования различных геофизических методов дистанционного зондирования и высокой статистической представительностью данных. Использование для привязки результатов измерений спутниковых навигационных систем обеспечивает высокую точность плановой и высотной привязки результатов измерений.

Применение беспилотных летательных аппаратов для реализации аэрогеофизических технологий позволит снять вы-

шеупомянутые ограничения для решения широкого класса задач.

В течение последнего десятилетия в развитии гражданских беспилотных систем произошел настоящий прорыв, обусловленный резким снижением габаритов и стоимости электронного обеспечения (систем связи, вычислительных систем, приёмников спутниковой навигации, микромеханических датчиков инерциальных систем навигации, фото- и видеоаппаратуры в видимом и ИК диапазонах) и появлением нового поколения двигательных установок и аккумуляторов.

В настоящее время беспилотные технологии по доступности приближаются к уровню бытовых технологий.

Практический опыт применения беспилотных летательных аппаратов (БПЛА) ведущими странами выявил широкий набор гражданских задач, при решении которых они показывают высокую эффективность. К ним относятся мониторинг ЛЭП, нефте- и газопроводов, выявление очагов возгорания в лесах, мониторинг земной поверхности, обеспечение телекоммуникаций, охрана и патрулирование границ.

Направление развития БПЛА идет от универсальности в сторону специализации беспилотных аппаратов и самих комплексов на унифицированных платформах управления, т.е. комплексы, в перспективе, должны создаваться исключительно под целевые требования заказчика. При этом унификация платформы управления позволит формировать один комплекс с набором аппаратов разного класса и типа. Данный подход позволяет снизить стоимость как самого комплекса, так и удельные затраты в период его эксплуатации за счет оптимизации выполнения полетов путем выбора типа аппаратов и полезной нагрузки под конкретные задачи.

Конструктивно БПЛА состоит из летающей платформы (ЛП), системы управления, обеспечивающей управление в дистанционном или в автономном режиме, полезной целевой нагрузки и оборудования для высокоскоростной защищенной передачи цифровой информации.

Для использования в области аэрогеофизических исследований наиболее перспективными являются лёгкие БПЛА малого и среднего радиуса действия с взлетной массой от 4 до 20 кг, полезной нагрузкой от 1 до 8 кг и радиусом действия до 100 км. При использовании БПЛА малых классов повышается гибкость организации проведения исследований, снижаются удельные затраты, работы могут выполняться согласно оперативным планам в любое время.

Создание многоцелевой комплексной аэрогеофизической информационноизмерительной системы на базе БПЛА представляет большой интерес для компаний, занимающихся исследованием геологического строения Земли и добычей полезных ископаемых, экологией, решением специальных задач (особенно в труднодоступных регионах: арктический и субарктический районы, труднопроходимые лесные зоны, пустынные, экваториальные леса, беспокойные геополитические зоны).




Применение БПЛА в аэрогеофизике предоставляет следующие преимущества по сравнению с пилотируемыми носителями:

- Снижение стоимости работ.
- Возможность использования нового, ранее не практически не используемого, высотного диапазона проведения геофизических съёмок: от единиц до сотен метров.
- Возможность оперативного проведения разнорысотной съемки на заданном маршруте.
- Получение более подробной и качественной информации, необходимой для выделения мало контрастных аномалий.
- Отсутствие необходимости в специальных взлетно-посадочных площадках.
- Обслуживание БПЛА не требует высококвалифицированного летного и технического персонала.
- Возможность оснащения этой системой полевых отрядов и экспедиций, что позволит резко увеличить объемы и качество выполнения исследовательских работ.

Регистрация на борту БПЛА геофизических данных (съемка в оптическом и инфракрасном диапазонах, магнитная съемка, дистанционная электроразведка, гамма-спектрометрия) позволяет использовать эту систему для решения широкого круга геофизических задач, а также для наблюдения за состоянием лесов, ледников, нефте- и газопроводов, естественных водоемов, состоянием поливных земель и водохранилищ, проводить антиселевую и противопожарную разведку, производить контроль тепловых загрязнений, контролировать работу на карьерах, состояние хранилищ отходов, пылящих поверхностей и многое другое. Такой комплекс востребован в геологии, экологии, землеустроительстве, для предупреждения ЧС.

Описание услуг. ИП оказывает следующие виды услуг:

№	Наименование	Ед.изм.	Цена, в тенге
1	Создание 3Д модели объекта (здания, территории местности, памятника культуры)	модель	80000 – 120000 (в зависимости от сложности и дальности объекта от Караганды)
2	Геологоразведка местности. Топографическая съемка.	съемка	60 000 – 80 000 (в зависимости от сложности рельефа и дальности объекта от Караганды)
3	Аэрофото- видеосъемка местности, здания, объекта в черте города.	съемка	15 000-45 000 (в зависимости от объема работ)
4	Аэрофото- видеосъемка местности, здания, объекта, города, поселки в Кар. области.	съемка	50 000 – 70 000
5	Экомониторинг объекта, местности. Делается съемки и сбор данных с разной частотой. В радиусе от Караганды не более 60 км.	Мониторинг 1 раз в мес	20 000 – 50 000 (в зависимости от сложности работы)
6	Эко мониторинг объекта, местности. Делается съемки и сбор данных с разной частотой, 1-3 раза в неделю. Область.	Мониторинг 1 раз в мес	80 000 – 150 000 (в зависимости от сложности работы)
7	Предоставления услуг по консультации, диагностики, ремонту или сбору беспилотников, роботов.	услуга	Консультация – 1 000 час Диагностика – 5 000. Ремонт, в зависимости от уровня поломки и сложности работы. Сборка робота, беспилотника по заказу.

Модель	RV Jet	DYS D800 V6	Bars Mk1
			
Производитель	RV Jet.	Производитель DYS model technology Co.	Собственная разработка.
Краткое описание	БПЛА самолётного типа летающее крыло (Fix Wing).	БПЛА вертолетного типа гексакоптер.	Наземный робот на гусеничной платформе.
Масса пустого, кг	1.8	5.6	56
Макс. взлетная/рабочая масса, кг	3.1	7.4	80
Размах крыла, м Габариты ДхШхВ м.	1.9	Малый средний класс, с 15 дюймовыми винтами. Диагональ между моторами 1180 см. Высота (с шасси) 50 см, (с убранными шасси) 20 см.	1.6 x 0.8 x 0.4
Тип двигателя	Бесколлекторные электрический двигатель	Бесколлекторные электрический двигатель	Электрический двигатель постоянного тока
Макс. дальность полета/действия, км	Не более 100	Не более 20	Не более 2 км
Рабочая высота полета, м	100-1 500	20 – 1 000	N/A
Практический потолок (высота), м	Не более 4 000	2 000	N/A
Время полета/работы, ч	1.2	40 минут – 50 минут	4
Скорость, км/ч	35-55 (крейсерская), 100 (максимальная)	20-40 (крейсерская), 70-90 (максимальная, в зависимости от настроек)	5- 25
Старт	С помощью эластичной или механической катапульты	С ровного участка земли 1.5 на 1.5 метра	С любого участка земли
Приземление	В точку старта в автоматическом либо полуавтоматическом режиме	Автоматическое или полуавтоматическое	N/A
Режимы полета	Полет в автоматическом или полуавтоматическом режиме	Полностью автоматический и полуавтоматический с возможностью смены траектории в полете	Автоматический и полуавтоматический
Бортовое оборудование и полезная нагрузка	Цифровой фотоаппарат S100 (12 мегапикселей). Экшен камера с широкоугольной линзой	В зависимости от выполняемых задач можно установить: фотокамеру CANON 5D (12 мегапикселей) с различными объективами; тепловизор VarioCAM hr head 480; высокоточный GPS приемник; либо другую полезную нагрузку весом до 2,5 кг с габаритами, позволяющими разместить в отсеке полезной нагрузки.	Модуль автопилота разработки 3d robotics, Pixhawk 1. встроенный ГЛОНАСС/GPS приемник, бортовой накопитель полетной информации, командная радиолиния. Видеокамера переднего обзора.
Проекты	Различные проекты для АПК, ЧС, геологов и археологов.	Различные проекты для АПК, ЧС, геологов и археологов. Эко мониторинг объектов.	Различные проекты для АПК, ЧС, геологов и археологов. Эко мониторинг объектов.

В таблице указано используемое в работе оборудование.

Производственный план. Наличие производственной площади. Производственная площадь не требуется.

Потребность в оборотных средствах, в тенге

Расходные материалы.	50 000	50 000
Сборка оборудования	50 000	50 000
итого		100 000

Наличие оборудования. Наличие собственного оборудования и комплектующих на сумму 609 550 тенге:

Наименование	Количество	Цена	Стоимость	
3D принтер	1	261 600	261 600	Устройства для печати 3д моделей.
БПЛА гексакоптер	1	163 500	163 500	Рабочий прототип, использовался для тестирования разного рода модулей.
БПЛА квадрокоптер	1	114 450	114 450	Рабочий прототип, использовался для тестирования разного рода модулей.
Различного рода комплектующих, материалов и инструментов.	1	70 000	70 000	Ручные и электроинструменты, запасные части комплектующие для ремонта.
итого			609 550	

Потребность в приобретении оборудования:

Наименование	Кол	цена	Стоимость	Наименование
Комплект оборудования, комплектующих и расходных материалов для сборки ЧПУ станка	1	700 000	700 000	Комплект состоит из оборудования, инструментов, комплектующих и расходных материалов для сборки и настройки фрезерного токарного ЧПУ станка с 5 степенями свободы.

БПЛА самолетного типа	1	361 000	361 000	Комплект из запчастей, корпуса, фюзеляжа, винтомоторной группы, servo двигателей, авионики, аккумуляторов и расходных материалов необходимых для сборки БПЛА самолетного типа.
БПЛА многооторного типа	1	396 500	396 500	Комплект из запчастей, корпуса, рамы, винтомоторной группы, авионики, аккумуляторов и расходных материалов необходимых для сборки БПЛА много роторного типа
Полезная нагрузка на БПЛА	1	762 500	762 500	Разного рода сенсоры, датчики, мультиспектральные камеры, подвесы, для получения полезных данных.
Наземная станция управления, радиоэлектронное оборудование	1	260 000	260 000	Аппаратный и программный комплекс для наземного дистанционного управления и мониторинг БПЛА.
Сварочное оборудование	1	350 000	350 000	Сварочный аппарат, газовый баллон, расходные материалы.
Итого			2 830 000	

Объем услуг с учетом сезонности в разрезе месяцев

Наименование продукции, услуги.	Дек-Янв.	Февр. - Апрель	Май	Июнь-Август	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь
3Д-модель объекта (здания, территории местности, памятника культуры).	0	0	4	6	3	1	0
Геологоразведка местности. Топографическая съемка.	0	3	4	5	5	2	0
Аэрофото- видеосъемка местности, здания, объекта в черте города.	4	6	3	6	2	1	1
Аэрофото- видеосъемка местности, здания, объекта, города, поселки в Кар. области.	2	3	2	3	1	1	0
Экомониторинг объекта, местности. Делается съемки и сбор данных с разной частотой. В радиусе от Караганды не более 60 км.	1	4	1	5	2	1	0
Эко мониторинг объекта, местности. Делается съемки и сбор данных с разной частотой, 1-3 раза в неделю.	1	2	1	2	2	1	0
Предоставления услуг по консультации, диагностики, ремонту или сбору беспилотников, роботов.	1	2	1	2	2	1	1

Ежемесячные расходы.

Наименование	В месяц	В год	Описание/характеристика
Зарплата	25 000	250 000	Оплата труда работнику по найму/фрилансер.
Хостинг веб-сервера	3 000	36 000	Аренда хостинга на веб сервере для сайта проекта/компании.
Расходные материалы	15 000	180 000	
Командировочные расходы	50 000	600 000	
Реклама	20 000	240 000	
Связь	8 000	96 000	
Прочие хозяйственные расходы	10 000	120 000	

Объем оказания услуг по годам.

Объем продаж (в единицах продукции)	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022
3Д-модель объекта (здания, территории местности, памятника культуры)	8	16	19	22	26
Геологоразведка местности. Топографическая съемка.	11	21	24	27	30
Аэрофото- и видеосъемка местности, здания, объекта в черте города.	13	25	28	31	35
Аэрофото- и видеосъемка местности, здания, объекта, города, поселки в Кар. области.	7	14	17	20	24
Экомониторинг объекта, местности. Делается съемка и сбор данных с разной частотой. В радиусе от Караганды не более 60 км.	8	16	19	22	25
Экомониторинг объекта, местности. Делается съемка и сбор данных с разной частотой, 1-3 раза в неделю.	6	11	14	17	20
Предоставления услуг по консультации, диагностики, ремонту или сбору беспилотников, роботов.	6	12	15	18	21

Финансовая часть.

ОТЧЕТ О ПРИБЫЛЯХ И УБЫТКАХ	2018	2019	2020	2021	2022	итого
Выручка (с НДС)	2 413 500	4 827 000	5 745 000	6 663 000	7 726 000	27 374 500
3Д модель объекта	640 000	1 280 000	1 520 000	1 760 000	2 080 000	7 280 000
Геологоразведка местности	630 000	1 260 000	1 440 000	1 620 000	1 800 000	6 750 000
Аэрофото- видеосъемка в черте города	187 500	375 000	420 000	465 000	525 000	1 972 500
Аэрофото- видеосъемка в области	350 000	700 000	850 000	1 000 000	1 200 000	4 100 000
Экомониторинг город	160 000	320 000	380 000	440 000	500 000	1 800 000
Экомониторинг область	440 000	880 000	1 120 000	1 360 000	1 600 000	5 400 000
Консультации	6 000	12 000	15 000	18 000	21 000	72 000
Себестоимость продукции	308 555	534 757	548 527	562 297	578 242	2 532 378
Оплата труда (производство)	150 000	250 000	250 000	250 000	250 000	1 150 000
Социальные отчисления	36 203	72 405	86 175	99 945	115 890	410 618

Расходные материалы	90 000	180 000	180 000	180 000	180 000	810 000
Фонд медицинского страхования	32 352	32 352	32 352	32 352	32 352	161 760
ВАЛОВАЯ ПРИБЫЛЬ	2 104 946	4 292 243	5 196 473	6 100 703	7 147 758	24 842 123
Общие & Административные расходы	531 000	999 000	999 000	999 000	999 000	4 527 000
Хостинг веб-сервера	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	15 000
прочие хозрасходы	60 000	60 000	60 000	60 000	60 000	300 000
Командировочные расходы	300 000	600 000	600 000	600 000	600 000	2 700 000
Связь	48 000	96 000	96 000	96 000	96 000	432 000
Реклама и PR	120 000	240 000	240 000	240 000	240 000	1 080 000
ОПЕРАЦИОННАЯ ПРИБЫЛЬ	1 573 946	3 293 243	4 197 473	5 101 703	6 148 758	20 315 123
Амортизация оборудования	515 933	515 933	515 933	515 933	515 933	2 579 663
ПРИБЫЛЬ ДО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ	1 058 013	2 777 311	3 681 541	4 585 771	5 632 826	17 735 460
Налог на прибыль	36 203	72 405	86 175	99 945	115 890	410 618
ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ	1 021 811	2 704 906	3 595 366	4 485 826	5 516 936	17 324 843

72. ВЫВОЗ, СОРТИРОВКА, ПРЕССОВАНИЕ, УТИЛИЗАЦИЯ И ЗАХОРОНЕНИЕ ТБО



Анкета проекта:

Цели инвестиционного проекта: Вывоз, сортировка, прессование, утилизация и захоронение ТБО.

Стоимость проекта: 2 490 275 000тенге.

Срок окупаемости: 2,1 год.

Концепция проекта. Концепция проекта предусматривает предоставление услуг по сбору бытовых и промышленных отходов. ТБО являются отходами сферы потребления, образующимися в основном в результате жизнедеятельности населения, а также предприятиями в процессе своей деятельности. Они состоят из материалов, не пригодных для дальнейшего использования в быту. Эти отходы образуются и накапливаются в жилых домах, учреждениях, предприятиях общественного назначения.

В условиях современной экономики Республики Казахстан управление техногенными отходами приобретает новое значение по сравнению с периодом экономики командно-административной системы.

Решение проблемы переработки ТБО приобретает за последние годы первостепенное значение. Кроме того, в связи с грядущим постепенным истощением природного сырья для всех отраслей народного хозяйства приобретает особую значимость полное использование всех видов промышленных и бытовых отходов. В условиях рыночной экономики перед исследователями и промышленниками, перед властями выдвигается необходимость обеспечить максимально возможную безвредность технологических процессов и полное использование всех отходов производства, то есть приблизиться к созданию безотходных технологий.

С ростом городов, быстрым увеличением городского населения и потребления товаров, гигантским образом растет объем городских твердых бытовых отходов. Основной причиной опережения Казахстана ведущих стран мира по показателям ресурсоемкости экономики является более низкий уровень развития производственной базы и отсталость технологии, несовершенная структура промышленности. Доля многих видов продукции, выпускаемых в Казахстане по прогрессивным ресурсосберегающим технологиям, занимают низкую долю.

Проблемы экологии встают все острее. Помимо того, что мы можем ухаживать за окружающей средой, мы можем и как минимум не вредить ей. Один из способов обезопасить природу от вредного воздействия последствий человеческой деятельности – это вывоз бытового мусора и бытовых отходов. Это возможно благодаря современной технике и компаниям, осуществляющим данный вид деятельности. Бытовой мусор накапливается очень быстро и создает нелицеприятную картину на придомовой или промышленной территории, более того, он может стать причиной появления грызунов и источником различных заболеваний. Чтобы следовать санитарно-эпидемиологическим нормам и не допустить вредного воздействия на экологию, необходим вывоз мусора.

Целью данного проекта является экономическое обоснование целесообразности привлечения заемных средств для реализации бизнес – плана по строительству полигона и утилизации твердых бытовых отходов и оказания услуг населению по вывозу ТБО. Данный вид деятельности входит в перечень приоритетных

Основным видом деятельности предприятия будет сбор и вывоз бытовых и промышленных отходов, сортировка, утилизация, захоронение, а также в дальнейшем в качестве расширения деятельности компании планируется и переработка вторичного сырья в виде получения биогаза и электричества.

Целевой группой будут:

- промышленные объекты (предприятия, организации и т.д.) в жизнедеятельности которых образуются различные ТБО;

- население;

- государственные учреждения.

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

Источники финансирования	Сумма	Доля, %
Собственные средства	2295000000	92,2
Инвестиции на приобретение спецтехники	195 275 000	7,8
Всего	2 490 275 000	100

За счет заемных средств планируется приобрести необходимые оборудование, специальный автотранспорт для вывоза ТБО. Компания обладает эмиссией на сбор и вывоз ТБО и будет предоставлять услуги по сбору и вывозу ТБО в жилых домах и организациях, а также в торговых и административных зданиях, расположенных в г. Караганда и Карагандинской области.

Финансирование потребности в покупке для реализации данного проекта необходимого специального транспорта будет осуществляется с привлечением заемных средств.

Описание продукта (услуги). Вывоз, хранение и переработка твердо-бытовых отходов (ТБО) – специфическая и социально важная сфера муниципальных услуг.

Сфера обращения ТБО является примером общественным блага, которому присущи все признаки общественных благ: неделимость, отсутствие конкуренции в потреблении. От результатов организации обращения ТБО напрямую зависит экологическая безопасность граждан. Поэтому данная сфера находится в ведении государства.

Процесс обращения с отходами включает в себя несколько взаимосвязанных этапов.

Процесс обращения с отходами.



Утилизацией отходов занимаются домовладельцы, управляющие компании ЖКХ, ТСЖ, частные предприятия. Перевозка ТБО – это вывоз мусора с мест сбора отходов до сортировочной станции. Сортировка ТБО осуществляется на мусоросортировочных станциях. Переработка ТБО производится на мусороперерабатывающих заводах. Захоронение отходов происходит на полигоне.

В результате ежедневной деятельности человека образуется большое количество твердых бытовых отходов (ТБО). Для поддержания в городе нормальной экологической обстановки необходимо вовремя вывозить бытовой мусор. Сбор и вывоз ТБО осуществляется в специальных контейнерах объемом 0,8 куб. м., 1,1 куб. м, а также в пресс-контейнерах и бункерах.

Своевременный вывоз промышленных отходов необходим потому, что данные отходы чаще всего содержат вредные вещества, что не только загрязняет окружающую среду, но и наносят ущерб здоровью человека. Вывоз мусора, который остается после производства происходит в специально предназначенных для этого контейнерах-накопителях. Основной способ утилизации промышленных отходов – это их вывоз в специальные мусорные полигоны. Кроме того, небольшая часть промышленных отходов сжигается в высокотемпературных печах.

Виды услуг предприятия: сбор, вывоз, сортировка, утилизация, захоронение, переработка, биогаз, электричество.

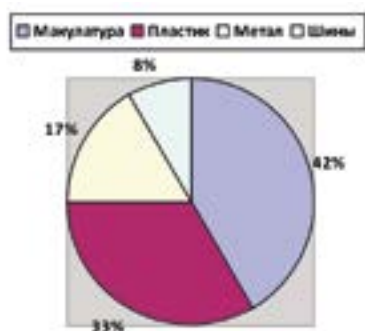
Программа услуг. Основной доход от реализации услуг:

Наименование	Цена на 1 человека	Кол-во населения	Доход от реализ. услуг в месяц	Доход от реализ. услуг за 2018 год	ежегодный доход от реализации услуг в последующие годы
Основной доход от реализации услуг	208	200 000	41 600 000	249 600 000	499 200 000

Доход от привоза ТБО в полигон:

Наименование	Цена за 1 тонну	Кол-во привозов в день (т)	Доход от реализ. услуг в месяц (30 дней)	Доход от реализ. услуг за 2017 год	Доход от реализ. услуг в год
Стоимость услуг по вывозу и захоронению ТБО собственным транспортом	450	100	1 350 000	8 100 000	16 200 000

Доход от сортировки ТБО:



Доход от сортировки ТБО	Цена за 1 тонну	Кол-во тонн в месяц	Доход от сортировки ТБО в месяц	Доход от сортировки ТБО за 2018 год	Доход от сортировки ТБО за год
ТБО			5 984 000	35 904 000	71 796 000
Макулатура	20	88 000	1 760 000	10 560 000	21 120 000
Пластик	40	70 400	2 816 000	16 896 000	33 780 000
Метал	30	35 200	1 056 000	6 336 000	12 672 000
Шины	20	17 600	352 000	2 112 000	4 224 000

Общая выручка за 2018 год	293 604 000
Общая выручка в последующие годы	587 196 000

Программа продаж будет осуществляться путем проведения маркетинговых исследований (с целью определения предприятий, нуждающихся в постоянном вывозе ТБО), а также посредством рекламных кампаний. При формировании цен была учтена особенность потребителей, определяемая средним уровнем их доходов. Формирование цен основано на рыночных ценах и полной себестоимости услуг.

Планируемые цены на услуги, тенге.

Стоимость услуг по вывозу и захоронению ТБО собственным транспортом	Тг/м³	450 тг
Оплата за вывоз мусора на (1 человека)		208 тг

Маркетинговый план.

Описание рынка продукции (услуг)

К настоящему моменту на территории Казахстана накопилось 43 млрд. тонн твердых бытовых отходов. Из них 600 млн. тонн – токсичных. При этом ежегодно объем накапливаемых ТБО увеличивается на 700 млн. тонн. В Карагандинской области накоплено – 350-400 млн. тонн ТБО. Сложное положение создается с земельными ресурсами. Земельный фонд области составляет 42,8 млн. га, из которых сельскохозяйственные угодья занимают площадь 37, 3 млн. га, в том числе земли сельскохозяйственного назначения – 13 млн. га.

На сегодня в области числится 854 тыс. га. (дефлированных) разрушенных земель. Одна из главных причин ветровой коррозии – неудовлетворительное состояние полесозащитных лесополос. Практически прекращено внесение органических и минеральных удобрений в хозяйствах, продолжается вынос из почвы питательных веществ без восполнения.

Нарушение и деградация земель происходят и в результате деятельности промышленных предприятий. Площадь земель, нарушенных предприятиями составляет 45 тыс.га. в том числе обработанных – 14 тыс. га.

Ещё один источник загрязнения – это отходы производственной деятельности и жизнедеятельности населения на сегодняшний день на многочисленных полигонах площадью 12 тыс.га их скопилось около 5,4 млрд. тонн. К сожалению, степень использования и утилизации их очень мала.

Большие проблемы возникают с наличием большого количества твердых бытовых отходов. В области плохо решаются вопросы складирования, обустройства, эксплуатации полигонов, хранения и свалок бытовых отходов. Отдельно надо отметить проблему воздействия на окружающую среду и здоровье человека радиационно опасных рудников, карьеров, оставшихся после разработок брошенными и незакрытыми. Указанные факты наблюдаются в пос. Акшатау Шетского района, на заброшенных геологических разработках Актогайского района (Майтас, Кызыл, Тарасал).

Всего 307 полигонов в Казахстане (или 6,8%) являются узаконенными, то есть под них отведены соответствующие участки земель, получены положительные заключения санитарной и экологической государственных экспертиз, имеется разрешение на эмиссии в окружающую среду. Соответственно, оставшиеся 93,2% полигонов не соответствуют требованиям природоохранного и санитарного законодательства республики.

Основными преимуществами услуг создаваемого предприятия являются:

- удобный для клиента график вывоза;
- закрепление за клиентом «персонального» менеджера, ответственного за надлежащее выполнение контракта и разрешение любых возможных вопросов;
- обслуживание новейшим мусоровозом, соответствующим стандарту «Евро-3», оснащенным GPS датчиками, позволяющим проследить движение и остановки транспортного средства;
- возможность внедрения раздельного сбора отходов, позволяющего клиенту в значительной мере экономить средства и вносить собственный вклад в улучшение состояния природной среды;
- хорошая ценовая политика;
- удобное расположение полигона в радиусе 5 км от города;
- собственный полигон S=15 га, мощностью 520 тыс.м³;
- в дальнейшем планируется замена старых контейнеров новыми, соответствующими мировым стандартам.

Стратегия маркетинга.

В расчетах заложены ежемесячные затраты на рекламу. Будет использоваться «прямой маркетинг», заключение прямых договоров на предоставление услуг. Организацию предоставления услуг 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:

- Одинаковый уровень цен на услуги по сравнению с утвержденными Агентством по регулированию естественных монополий расценками.

- Реализация программ по стимулированию спроса.
- Внедрение вторичной переработки сырья.

Техническое планирование. Технологический процесс. В настоящее время актуальна схема вывоза ТБО:

- сбор ТБО в местах накопления;
- выгрузка ТБО в мусоровоз.
- перевозка ТБО к местам их захоронения или утилизации;
- выгрузка ТБО из мусоровоза.
- утилизация ТБО

Схема вывоза мусора предприятием с помощью накопительных бункеров будет выглядеть следующим образом:

1. На территории устанавливается мусорный контейнер (открытого или закрытого типа).
2. По факту накопления клиент делает заявку на выгрузку контейнера диспетчеру по телефону.
3. В течение 24 часов спецмашина забирает мусор.

Здания и сооружения. Имеется земельный участок в аренде на 49 лет общей площадью 30 гектаров. Для захоронения ТБО имеется котлован общей емкостью 60000 м³. По рабочему проекту предусмотрено дальнейшая разработка и строительство емкостей для ТБО.

Коммуникационная инфраструктура. Необходимая коммуникационная инфраструктура, необходимая для реализации настоящего проекта – это дороги, электроэнергия, подвод воды.

Организация, управление и персонал. Персонал будет сформирован из числа местного населения. Помимо создания новых рабочих мест в районе компания так же будет осуществлять работы по повышению ответственности населения в отношении сбора, утилизации и захоронения ТБО, тесно взаимодействовать с органами местного самоуправления в вопросах охраны окружающей среды.

Рабочие будут набираться в штат из ближайших местных сел.

№	Должность	Кол-во	ФОТ (на руки)
1	Директор	1	82 136
2	Главный бухгалтер	1	66 136
3	Бухгалтер	1	42 136
4	Кассир	1	42 136
5	Главный инженер	1	74 136
	ИТОГО АУП	5	
6	Водитель	12	66 136
7	Механик	1	58 136
8	Контролер	3	42 136
9	Охранник	3	42 136
10	Разнорабочий	15	42 136
	Итого	34	
	Всего	39	2 043 320

Затраты на реализацию проекта.

Инвестиционные затраты, тыс. тенге

Наименование	Кол-во	Цена	Сумма
Техника			184 555 000
КАМАЗ-43253	5	28 000 000	140 000 000
КамАЗ самосвал	2	14 740 000	29 480 000
Погрузчик 3 м ³	1	15 075 000	15 075 000
Оборудование			4 020 000
Весы	1	4 020 000	4 020 000
Прочие ОС			6 700 000
Сетка рьябца (2,5х1м)	6000	1116,7	6 700 000
Итого			195 275 000

Эксплуатационные расходы. Поставщиками ГСМ являются автозаправочные станции г. Караганда.

Расходы на ГСМ для загрузки и выгрузки ТБО (12 шт. спецтехники).

Маршруты	Расстояние, км.	Кол-во машин	Кол-во рейсов в день (1 спецмашина)	Кол-во км в 1 мес. (10 спецмашин)	Кол-во км в 1 мес. (1 спецмашина)	Вместительность 1 мусоровоза (контейнер)	Кол-во контейнеров в Майкудуке
Полигон-Майкудук, Майкудук - полигон	100	12	2	72 000	6000	100	2 000

Показатель	Значение
Норма расхода ДТ, л/100 км.	30,0
Норма для расчетов, л/100 км.	30,0
Масло, л/6000 км.	6,25
Цена 1 литра ДТ	98

Цена 1 литра масла	800,0
Расходы на ДТ в месяц	588000
Расходы масла в месяц	5000
Расходы на ГСМ в мес. на 1 авто, тыс.тг.	593 000
Кол-во авто	12
Расходы на ГСМ в мес. всего, тыс.тг.	7 116 000

Победа – Майкудук = 50 км, Майкудук = 20 мкр; 1мкр = 100 контейнер, Майкудук = 2 000 контейнер. Вместимость 1 мусоровоза = 100 контейнер.

Расходы на ГСМ:

1 спецтехника * 2 круга * 100 км = 200 км.

Расходы на ДТ: 1 спецтехника в месяц проходит 6 000 км.

6000км * 98 = 588 000 тг.

Расходы на замену масла 5 000 тг.

Общие расходы ГСМ (1спецтехника) в месяц 593 000 тг.

593 000 * 12 спецтехника = 7 116 000 тг в месяц.

Общие расходы ГСМ (12 спецтехника) в месяц составят 7 116 000 тг в месяц.

Расходы ГСМ в месяц (погрузчик).

Погрузчик	
Показатель	Значение
В среднем расход ДТ в час (литр)	10
Цена 1 литра ДТ	98
Кол-во рабочих часов в день	8
Расходы на ДТ в день	7 840
Расходы на ДТ в месяц	235 200
Расходы масла в месяц	5 000
Расходы на ГСМ в мес. всего, тыс.тг.	240 200

Общие расходы ГСМ в месяц (12 шт спецтехники + 1 погрузчик).

Общие расходы на ГСМ в месяц	7 356 200
------------------------------	-----------

Общие расходы рабочего персонала 2 000 000 в месяц.

Общие и административные расходы предприятия:

Расходы	2018	2018	2020	2021
ФОТ АУП	2 700 000	5 400 000	5 400 000	5 400 000
Амортизация, 20%	13 135 000	26 170 000	26 170 000	26 170 000
Представительские расходы	300 000	600 000	600 000	600 000
Канцтовары	60 000	120 000	360 000	360 000
Командировочные расходы	300 000	600 000	600 000	600 000
Коммунальные расходы	54 000	108 000	108 000	108 000
Электроэнергия	48 000	96 000	96 000	96 000
Отопление (закуп угля)	6 000	12 000	12 000	12 000
Налоги	19 261 581	38 533 162	38 485 162	38 485 162
Налог на транспорт	117 000	234 000	234 000	234 000
КПН	19061081,2	38142162,4	38094162,4	38094162,4
Налог на имущество	10000	10000	10000	10000
Земельный налог	36000	72000	72000	72000
Эмиссия	37500	75000	75000	75000
Итого (тг)	47 810 581	95 531 162	95 723 162	95 723 162

Прогнозный отчет о прибылях и убытках:

Наименование	Год					ИТОГО
	2018	2019	2020	2021	2022	
Доход от реализации услуг	293 604 000	587 196 000	587 196 000	587 196 000	587 196 000	2 642 388 000
Основной доход от реализации услуг	249 600 000	499 200 000	499 200 000	499 200 000	499 200 000	2 246 400 000
Доход от привоза ТБО в полигон	8 100 000	16 200 000	16 200 000	16 200 000	16 200 000	72 900 000
Доход от сортировки ТБО	35 904 000	71 796 000	71 796 000	71 796 000	71 796 000	3 230 880 00
РАСХОДЫ	57 457 200	114 914 400	114 914 400	114 914 400	114 914 400	5 171 148 00
Заработная плата	12 000 000	24 000 000	24 000 000	24 000 000	24 000 000	108 000 000
соцотчисления	1 320 000	2 640 000	2 640 000	2 640 000	2 640 000	11 880 000
ГСМ	44 137 200	88 274 400	88 274 400	88 274 400	88 274 400	3 972 348 00
ВАЛОВАЯ ПРИБЫЛЬ	236 146 800	472 281 600	472 281 600	472 281 600	472 281 600	2 125 273 200
Административные расходы	56 086 000	112 172 000	112 412 000	112 412 000	112 412 000	5 054 940 00

ФОТ	14 700 000	29 400 000	29 400 000	29 400 000	29 400 000	1 323 000 00
соотчисления	1 617 000	3 234 000	3 234 000	3 234 000	3 234 000	14 553 000
Амортизация	39 055 000	78 110 000	78 110 000	78 110 000	78 110 000	351 495 000
Представительские расходы	300 000	600 000	600 000	600 000	600 000	2 700 000
Канцтовары	60 000	120 000	360 000	360 000	360 000	1 260 000
Командировочные расходы	300 000	600 000	600 000	600 000	600 000	2 700 000
Коммунальные расходы	54 000	108 000	108 000	108 000	108 000	486 000
Электроэнергия	48 000	96 000	96 000	96 000	96 000	432 000
Отопление (закуп угля)	6 000	12 000	12 000	12 000	12 000	54 000
Чистая прибыль до налогообложения	180 060 800	360 109 600	359 869 600	359 869 600	359 869 600	1 619 779 200
Налоги	62 896 888,6	125 780 091,4	125 706 377,1	125 706 377,1	125 706 377,1	565 796 111 ,4
Налог на транспорт	117 000	234 000	234 000	234 000	234 000	1 053 000
КПН	3 6012 160	7 2021 920	71 973 920	71 973 920	71 973 920	323 955 840
Налог на имущество	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	50 000
Земельный налог	36 000	72 000	72 000	72 000	72 000	324 000
Эмиссия	37 500	75 000	75 000	75 000	75 000	337 500
НДС	26 684 228,6	53 367 171,43	53 341 457,14	5 334 1457,14	53 341 457,14	240 075 771,4
Чистая прибыль	117 163 911	234 329 509	234 163 223	234 163 223	234 163 223	1 053 983 089
Возврат долга инвестору	58 581 955,7	117 164 754,3	195 28 290	0	0	1 952 750 00
доход инвестору, 20%	11 716 391,1	23 432 950,86	390 5658	0	0	39 055 000
Прибыль в распоряжении предприятия	46 865 565	93 731 803	210 729 275	234 163 223	234 163 223	819 653 089

73. ОРГАНИЗАЦИЯ СБОРА И ПРОДАЖИ ВТОРИЧНОГО СЫРЬЯ: МАКУЛАТУРЫ, КАРТОНА, ПЭТ-БУТЫЛОК

Анкета проекта:

Цели инвестиционного проекта: организация сбора и продажи вторичного сырья: макулатуры, картона, ПЭТ-бутылок.

Стоимость проекта: 5 000 000 тенге.

Срок окупаемости: 8 месяцев.

Концепция проекта. Концепция проекта предусматривает организацию сбора и продажи вторичного сырья: макулатуры, картона, ПЭТ-бутылок.

Бизнес-проект ведется на арендованной производственной базе, территория обеспечена необходимой инфраструктурой: электро-, водоснабжением, железнодорожным тупиком.

Для реализации проекта вложил собственные денежные средства в размере 3,2 миллиона тенге на приобретение грузового автомобиля «Газель» и на первоначальные расходы, связанные с выходом на рынок.

На начальном этапе развития предприятия мощность сбора вторсырья планируется следующим образом:

Сбор макулатуры – 40 т/мес, или 480 т/год.

Сбор ПЭТ бутылок – 10/мес, или 120 т/год.

В перспективе предпринимателем планируется масштабирование проекта в 3-х направлениях:

- 1) Региональное – распределение опыта в районах области.
- 2) Создание дополнительных вертикальных интегрированных звеньев – сбор, переработка товаров народного потребления и дальнейшая их реализация в области.
- 3) Применение более инновационных методов переработки.

Описание услуги.

Переработка отходов – деятельность, заключающаяся в обращении с отходами с целью их безопасного уничтожения или обеспечения повторного использования в народном хозяйстве полученных сырья, энергии, изделий и материалов.

«Вторсырьём» называют только те отходы производства и потребления, которые по своей природе являются материальными ресурсами и которые возможно и целесообразно использовать вторично в качестве сырья или изделий непосредственно или после дополнительной обработки. Отличительной их чертой является то, что они не могут быть использованы повторно по прямому назначению (например, открытая потребителем консервная банка не может быть использована повторно как контейнер для пищи), однако потенциально пригодны для повторного использования в хозяйстве для получения сырья или изделий. (Консервная банка может быть переплавлена в сырьё для изготовления других металлических изделий.)

Некоторые отходы возможно повторно использовать только путём их превращения в энергию. Отходы, которые используются повторно с выделением тепловой и/или электрической энергии, называются не вторичным сырьём, а вторичными энергетическими ресурсами.

• Биологическое:

Пищевые отходы, жиры, ассенизация.

Древесина: сучья, стружка, листва.

Макулатура: бумага, картон, газеты, текстиль, упаковка.

• Технологическое (неорганические вещества):

Стекло: стеклотара, стеклобой.

Металлолом: чёрный, цветной, драгоценный.

Строительные: кирпич, бетон.

• **Технологическое (органические вещества):**

Химикаты: кислоты, щёлочи, органика.

Нефтепродукты: масла, битум, асфальт.

Пластмассы: полиэтилентерефталат (ПЭТ), поливинилхлорид (ПВХ), полиэтилен высокого давления (ПВД) и низкого (ПНД), АБС-пластик, полистирол (ПС).

Резина: шины, резина.

Сточные воды.

• **Технологическое (сложные изделия, подлежащие разделению или разборке на более простые составляющие):**

Электроника: изделия, платы, аккумуляторы, ртутные лампы, провода.

Транспорт: автомобили и другая техника.

Механические приборы.

Архитектурные сооружения.

Одежда и обувь, бывшие в употреблении.

Мебель.

Маркетинг и сбыт продукции (услуг).

Целью маркетинговых мероприятий, которые планируется проводить, является максимальное увеличение дохода. При формировании маркетинговой стратегии, важно тщательно продумать и определить группы товаров, ценовую политику и основной круг покупателей, внимательно изучить предложения всех имеющихся поставщиков и производителей. Привлечь клиентов поможет рекламная кампания, а удержать их – хороший сервис, достойный уровень обслуживания, достаточный ассортимент и приемлемые цены.

Анализ покупателей сырья.

В Республике Казахстан к крупнейшим участникам рынка по сбору макулатуры относятся:

- ТОО «KAGAZY Recycling», основанное в 2006 году, входит в группу компаний «Казахстан Кагазы». Имеет крупную филиальную и партнерскую сети, которые представлены в городах Астана, Алматы, Актобе, Семей, Шымкент, Актау, Атырау, Балхаш, Костанай, Усть-Каменогорск, Петропавловск, Талдыкорган, Тараз, Уральск, Ушарал. Макулатура (гофрокартон, белая бумага, книги, газеты) принимается по цене 10 тенге за 1 кг. Компания принимает также пластиковые бутылки, ящики, пленку.

- ТОО «LS Kokshetau» в неограниченном количестве закупает отходы полиграфической продукции, газеты, архивные документы, книги и журналы, стеклотбой, пластик в городах Астана, Кокшетау, Петропавловск. Ценовой диапазон представлен следующим образом: бумага по цене 17 тенге за 1 кг (картон в рассыпном виде – 15 тенге за 1 кг, в прессованном виде – 25 тенге за 1 кг).

- ТОО «Павлодарский картонно-рубероидный завод», на постоянной основе осуществляет прием макулатуры с целью ее дальнейшей переработки и выпуску лотков для яиц и туалетной бумаги.

- ТОО «Завод гофротара», занимающийся производством 3-хслойного гофрокартона (в настоящее время временно приостановил прием макулатуры). По итогам собранных данных средняя стоимость приема макулатуры представлена следующим образом:

- бумага (офисная) – 15 тенге/кг;
- газеты, журналы, книги – 14 тенге/кг;
- картон – 12 тенге/кг.

Самая высокая стоимость представлена в Карагандинской, Павлодарской, Алматинской областях и г. Астана (от 20 до 24 тенге в среднем). В г. Алматы сбор офисной бумаги, газет, журналов в среднем принимается за 22 тенге, картон – 11 тенге. Самая низкая стоимость вторичного сырья в западных и южных регионах. В основном сбор осуществляют представители ТОО «KAGAZY Recycling».

Производством бумажной продукции из макулатуры занимаются ТОО «Karina Trading» (выпускает санитарно-гигиенические бумажные изделия), ДХ ТОО «Бумажный завод» (в т.ч. дочерняя компания ТОО «Маолин»), ТОО «Kagazy Recycling». Имеется ряд индивидуальных предпринимателей, которые работают по договорной стоимости.

Предприятия переработчики.

Виды отходов	Выпускаемая продукция (наименование)	Наименование предприятий, регион
Полимерные, пластиковые отходы	Люки, кольца для инженерных сетей	ТОО «Тенуса», (Актюбинская обл., г.Актобе)
	Производство изделий из полиэтилена	ИП Жуков Сергей Иванович Северо-Казахстанская область, г. Петропавловск
	Производство вторичного ПЭТ гранулята различных цветов на высокотехнологичном европейском оборудовании, а также производство ПЭТ флексы, ПЭТ преформы, ПЭТ бутылки, стреп ПЭТ ленты различных цветов и другие изделия.	ТОО «КазПэтПолимер» (Алматинская область, г. Капшагай, п. Заречный)
	Трубы полиэтиленовых полипропиленовых и фасонных частей к ним	ТОО «Семейпластиком» ВКО, г.Семей
	Производство изделий из полиэтилена	ИП «Вотчель С.А.» ВКО, г.Семей
	Выпуск сайдинга и канализационных труб	ИП Хастал-оглы, г.Тараз
	Выпуск люков, плитки и черепицы из полимеров, канализационные люки, тротуарная и облицовочная плитка	ТОО «Антей» ЗКО
	Тротуарная плитка	ТОО «ЭКО-плюс» ЗКО
	Товары народного потребления (георешетка, люки смотровых колодцев)	ТОО «Тазалык-2012» г. Костанай
	Тротуарная плитка, черепица	ТОО «Ибрайхан и К-ЛТД» г. Кызылорда

	Мусорные пакеты, изделия из пластмассы (тазы, ведра), трубы	ТОО «Радуга» СКО
		ТОО «Союз Plast». Шымкент
		Завод электроустановочных изделий
	Пластмассовые изделия	ТОО «Полимертара»
	Вторичные гранулы и агломерата PP, HD-PE, LD-PE, PS, а также реализация крошки PA, ABS, PP, PC, PS, PE	ТОО «Союз Plast»
	Люк канализационный с крышкой	ТОО «ТТК»
	Производство и поставка контейнеров	Представительство ТОО «Промотход Казахстан»

Виды отходов	Выпускаемая продукция (наименование)	Наименование предприятий, регион
Макулатура, отходы бумажные	Бумажные изделия (бумага и картон, ватман, гофр)	АО Казахстан Кагазы, (Алматинская обл. Карасайский р-он с.Абай)
	Производство картона и бумаги, утилизация макулатуры	ТОО «Kagazy Recycling» (Алматинская обл. Карасайский р-он с.Абай)
	Выпуск туалетной бумаги	ИП Шахристан, г.Тараз
	Выпуск туалетной бумаги	ИП Долина, г.Тараз
	Салфетки, туалетная бумага, бумажные полотенца	ТОО «Карина Trading» (Карина Трейдинг) г. Алматы
	Производство бумажных изделий	ДХ ТОО «Бумажный завод» г.Алматы
	Производство туалетной бумаги:	АО «Павлодарский картонно- Павлодар
	Переработка макулатуры	ТОО «Завод Гофротара» Павлодар
	Туалетная бумага, салфетки, бумажные полотенца	ИП Айсин А.М. Северо-Казахстанская область
		ТОО «Лисаковский Картонно- Бумажный Комплекс», Лисаковский

Ценовая политика. При формировании ценовой политики, предприятие учитывает все основные факторы, влияющие на цену своих услуг. **Исходным фактором цены являются собственные издержки, учитывая при этом текущее соотношение спроса, предложения и темпы инфляции + плюс прибыль (маржа в 30-40%).**

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.

Сезонность. В данной отрасли не наблюдается фактор сезонности.

Реклама (объявления). Для стимулирования продаж, считаю необходимым проведение рекламных мероприятий. Важным фактором успешной работы является необходимость информирования жителей населенного пункта о появлении нового предприятия.

Инвестиционный план. Стоимость проекта равна – 5 000 000,0 тенге. Проект будет реализован как за счет заемных ресурсов, так и собственными средствами. Предприниматель в проекте принимает участие собственным финансовым обеспечением – в виде денежного залога, в размере 33,5% от запрашиваемой суммы.

В состав стоимости проекта входит стоимость затрат на приобретение оборудования – пресса и погрузчика.

Целевое использование заемных финансовых ресурсов.

№	Наименование	кол-во	стоимость, тенге	Итого, тенге
1	Пресс давл. 40 т (с доставкой в г. Актау)	1	2 500 000	2 500 000
2	Погрузчик вилочный	1	2 590 000	2 590 000
	Итого			5 090 000

Производственный план. Организация сбора отходов – деятельность по удалению отходов из мест их образования и накоплению их в местах временного хранения, предназначенных для сбора отходов.



Материально-техническое оснащение.

Пресс

Технические характеристики

Усилие прессования (т)	40
Характеристики электродвигателя	11 квт 380 в
Габариты пресса в-ш-г (мм)	3500x1250x900
Масса пресса (т)	1.4
Загрузочное отверстие В-Ш (мм)	1100x600
Габариты тяка в-ш-г (мм)	1100x1000x800

Цикл прессования (сек)	76(40/36)
Ход штока	1100
Обвязка тока	ручная
Количество нитей обвязки (шт)	4
Вес тюка картона (кг)	450-500
Вес тюка пленки (кг)	500
Вес тюка ПЭТ бутылки (кг)	400-500

Удобство и простота в эксплуатации:

- Большое загрузочное окно (можно загружать большие картонные коробки, объемные мешки с мусором).
- Пресс неприхотлив (достаточно навеса от дождя и снега) и эксплуатируется при температуре от +40°C до -30°C.
- Механизированная выгрузка кипы.
- Работа на прессе не требует специальных знаний и навыков.

Компактность.

- Для эксплуатации пресса потребуется 3 кв. метра.
- Для хранения 1,5 тонн запрессованных отходов потребуется 1 кв.метр.

Фирма-изготовитель гарантирует соответствие гидравлического пресса требованиям ТУ 3831-001-52648041-2000. При соблюдении условий эксплуатации, хранения, транспортировки и монтажа на гидравлический пресс предоставляется гарантия сроком на 1 год с даты продажи.

Требования к размещению, устройству и содержанию объектов.

1. Объекты складирования отходов производства и потребления предназначаются для временного их накопления при условии обеспечения санитарно-эпидемиологической безопасности населения и охраны окружающей среды.

2. Хранение отходов на территории предприятия осуществляется с учетом классов опасности, агрегатного состояния, водорастворимости.

4. Промышленные отходы, допускаемые для совместного складирования с ТБО, должны отвечать следующим технологическим требованиям - не быть взрывоопасными, самовозгораемыми, токсичными и с влажностью не более 85%.

Организационный план.

Персонал и график работы. Численность персонала в штате – 4 ед. (директор и 2 сборщика), по привлечению – бухгалтер и 4 сортировщика. Режим работы – с 09.00 до 20.00 ч.

Общее руководство осуществляет индивидуальный предприниматель.

Для организации сбора отходов потребуется склад, весы для определения их стоимости и специальный пресс. Прессованное вторичное сырье не только проще хранить, но и более удобно перевозить к месту продажи.



Фонд заработной платы.

№	Наименование	Оклад, тенге	кол-во единиц	В месяц, тенге	В год, тенге	Примечание
1	Директор	70 000	1	70 000	840 000	Окладная с/о/т
2	Бухгалтер	30 000	1	30 000	360 000	аутсорсинг
3	Сборщик	100 000	2	200 000	2 400 000	Окладная с/о/т
4	Сортировщик	20 000	4	80 000	960 000	Сдельная с/о/т, привлекается 1 раз в неделю по 5000 тг
	Итого			380 000	4 560 000	

Финансовый план.

Постоянные расходы.

№	Наименование	В месяц, тг	В год, тг
1	ФОТ	380 000,00	4 560 000,00
2	Аренда склада (вкл. комм. расходы)	270 000,00	3 240 000,00
3	Аренда ж/д тупика	8 000,00	96 000,00
4	Расходы на грузоперевозки по КТЖ	450 000,00	5 400 000,00
5	Услуги Каскортранссервиса	55 000,00	660 000,00
6	Расходы на запчасти	10 000,00	120 000,00
7	Расходы на ГСМ	10 000,00	120 000,00
8	Налоги и соц. отчисления		1 008 550,80
9	Гашение кредитных средств	96 665,00	1 159 980,00
10	Прочие непредвиденные расходы	50 000,00	600 000,00
	Итого:	1 329 665,00	16 964 530,80

Прогнозируемые доходы.

План производства и доходы от реализации услуг.

Ожидаемый доход от выручки вторсырья:

	Наименование	кол-во, кг/мес	Стоимость, кг/тг	В месяц, тг	В год, тг
1	Выручка от реализации макулатуры	38 000	40	1 520 000	18 240 000
2	Выручка от реализации пластика	10 000	60	600 000	7 200 000
Итого				2 120 000	25 440 000

Прогнозируемая сумма поступлений по годам, тенге (темпы роста выручки по годам составляет + 5%)

Наименование показателей	Инвестиционный период				
	1-год	2-год	3-год	4-год	5-год
Выручка всего:					
Реализация продаж	25 440 000	26 712 000	28 047 600	29 449 980	30 922 479
Общая сумма поступлений:	25 440 000	26 712 000	28 047 600	29 449 980	30 922 479
Темп роста в год	5%				

Отчет о прибылях и убытках.

Показатели	Годы реализации проекта				
	1-год	2-год	3-год	4-год	5-год
Выручка от реализации	25 440 000,0	26 712 000,0	28 047 600,0	29 449 980,0	30 922 479,0
Собственные средства	3 200 000,0				
Прочие доходы (кредит)	5 000 000,0				
Инвестиционные затраты	5 090 000,0				
Производственные затраты	14 196 000,0	14 905 800,0	15 651 090,0	16 433 644,5	17 255 326,7
Операционные затраты	600 000,0	630 000,0	661 500,0	694 575,0	729 303,8
Операционная прибыль	13 754 000,0	11 176 200,0	11 735 010,0	12 321 760,5	12 937 848,5
Погашение суммы оплаты по займу	1 159 980,0	1 159 980,0	1 159 980,0	1 159 980,0	1 159 980,0
Прибыль до уплаты налогов	12 594 020,0	10 016 220,0	10 575 030,0	11 161 780,5	11 777 868,5
Налоги и соц. отчисления	120 000,0	126 000,0	132 300,0	138 915,0	145 860,8
Чистая прибыль	12 474 020,0	9 890 220,0	10 442 730,0	11 022 865,5	11 632 007,8
Уровень рентабельности, %	49%	37%	37%	37%	38%

74. УСЛУГИ В ОБЛАСТИ СОЛНЕЧНОЙ ЭНЕРГЕТИКИ**Анкета проекта:**

Цели инвестиционного проекта: услуги в области солнечной энергетики.

Стоимость проекта: 6,0 млн. тенге.

Срок окупаемости: 8 месяцев.

Концепция проекта. Предприятия предоставляет услуги в области солнечной энергетики, устанавливает и обслуживает оборудование на основе солнечных батарей. В связи с тем, что материалы и комплектующие имеют высокую стоимость, у предприятия возникли затруднения, в настоящее время наблюдается острая потребность в оборотных средствах.

Потребность в оборотных средствах на 3 месяца.

Наименование	Ед. изм	Кол-во	Цена	Общая стоимость
Металлоизделия (трубобрус, арматура, труба профильная)	тн	5,304	187 000	992 000
Солнечные панели	шт	60	25 000	1 500 000
Светодиодные светильники	шт	44	18 000	792 000
Контроллер(процессор)	шт	10	7 000	700 000
Аккумуляторные батареи	шт	63	32 000	2 016 000
ИТОГО, тенге				6 000 000

Планируется получение кредитных средств на ПОС в соответствии Программой «Дорожная карта бизнеса 2020» «ДАМУ-регионы 3» под 14% годовых сроком на 5 лет, при наличии гарантии фонда ДАМУ.

Основными видами деятельности предприятия является установка и гарантийное обслуживание опор освещения, а также автономных комплектов на основе солнечных батарей.

Маркетинг. Рынок продукции. Около 72% электроэнергии в Казахстане вырабатывается из угля, 12,3 % - из гидро-ресурсов, 10,6% - из газа и 4,9 % - из нефти. Таким образом, четырьмя основными видами электростанций вырабатывается 99,8% электроэнергии, а на альтернативные источники приходится менее 0,2%

Прогнозируемая уже в недалеком будущем нехватка традиционных энергоносителей для формирования энергопотребности, достаточного для экономики и социальной сферы развивающегося и численно растущего человечества, заставляет совсем по-новому взглянуть на проблему возобновляемой энергетики. А именно: не как на относительно малую добавку к основным мощностям, а как на доминантный источник энергии.

Одним из оптимальных вариантов преодоления мировых кризисных явлений в энергоэкологической сфере и становления ноосферного энергоэкологического способа производства и потребления будет постепенный переход от углеводородной энергетики к возобновляемым источникам энергии.

К возобновляемым источникам энергии относят производство электроэнергии с использованием:

- 1) энергии ветра;
- 2) гидродинамической энергии воды;
- 3) энергии солнечного излучения;

4) энергии биомасс и газов из органических отходов, за исключением газа, получаемого в результате газификации углеродного сырья.

По прогнозам развития мировой энергетики, возрастает доля возобновляемых источников в будущем. Доля возобновляемых источников энергии, среди которых солнечная энергия играет основную роль, будет неуклонно расти и, по прогнозам, к концу XXI века может составить более 65%.

Оценивая сегодняшнюю ситуацию в мире, ярко выделяется факт поступательного увеличения всеми развитыми странами инвестиций в альтернативные и «зеленые» энергетические технологии.

Президент государства Нурсултан Назарбаев – Лидер Нации в своем ежегодном Послании народу Казахстана отметил, что уже к 2050 году применение возобновляемых источников энергии должно генерировать до 50% всей потребляемой энергии. «Очевидно, что постепенно подходит к своему концу эпоха углеводородной экономики. Наступает новая эра, в которой человеческая жизнедеятельность будет основываться не только и не столько на нефти и газе, сколько на возобновляемых источниках энергии», – сказал Глава государства.

По данным Министерства охраны окружающей среды Республики Казахстан, доля альтернативных источников энергии к общему объему энергогенерации в 2010 году составила только 0,03%; по данным Министерства индустрии и новых технологий Республики Казахстан - 0,46% (с учетом малых ГЭС).

Это кардинально ниже фиксируемого уровня развития ВИЭ в развитых странах мира. Для сравнения, даже в России, которая находится в числе мировых аутсайдеров по использованию передовых ВИЭ, их доля фиксируется на уровне 1% от общей выработки электроэнергии, в то время как удельный вес производства тепловой энергии, полученной на их базе, достигает около 3%.

В соответствии со Стратегическим планом развития Республики Казахстан до 2020 года доля альтернативных источников энергии в общем объеме электропотребления должна составить 1,5% к 2015 году, и более 3% – к 2020 году (для сравнения, в ЕС – 20%, в России – 4,5%). Приоритеты, поставленные Государственной программой по форсированному индустриально-инновационному развитию Республики Казахстан на 2010-14 годы, предусматривают достижение объема вырабатываемой возобновляемыми источниками энергии электроэнергии в 2014 году на уровне 1 млрд кВт/ч в год.

По прогнозам развития мировой энергетики, возрастает доля возобновляемых источников в будущем. Доля возобновляемых источников энергии, среди которых солнечная энергия играет основную роль, будет неуклонно расти и, по прогнозам, к концу XXI века может составить более 65%. Оценивая сегодняшнюю ситуацию в мире, ярко выделяется факт поступательного увеличения всеми развитыми странами инвестиций в альтернативные и «зеленые» энергетические технологии.

Президент государства Нурсултан Назарбаев – Лидер Нации в своем ежегодном Послании народу Казахстана отметил, что уже к 2050 году применение возобновляемых источников энергии должно генерировать до 50% всей потребляемой энергии. «Очевидно, что постепенно подходит к своему концу эпоха углеводородной экономики. Наступает новая эра, в которой человеческая жизнедеятельность будет основываться не только и не столько на нефти и газе, сколько на возобновляемых источниках энергии», – сказал Глава государства.

Использование солнечной энергии в Казахстане также незначительно, при том, что годовая длительность солнечного света составляет 2 200-3 000 часов в год, а средняя мощность 130-180 Вт/м².

Такое положение связано с тем, что стоимость электрической энергии и энергоносителей в Казахстане относительно низка, а поэтому солнечным электростанциям трудно конкурировать с тепловыми и дизельными; в Казахстане нет собственного производства солнечных элементов и батарей.

Современные технологии позволяют использовать энергию солнца в различных направлениях, позволяя коммерческим предприятиям и всему обществу получать как тепло, так и электроэнергию. В настоящее время основной проблемой, связанной с использованием солнечной энергии, является стоимость установки, хотя затраты постоянно снижаются благодаря эффекту опыта (learning curve). Однако небольшие автономные энергоустановки уже заменяют традиционные источники энергии.

Рынок сбыта. Имеется множество платежеспособных потребителей, для которых централизованное энергоснабжение невозможно или имеются трудности с получением дополнительных мощностей, а также государственные и частные предприятия, для которых энергосбережение становится приоритетной задачей. Существует большое число потребителей, для которых централизованное электроснабжение невозможно. Поэтому предлагаемый метод генерации, позволяющий производить электричество децентрализованно, очень важен для них. А сами они являются огромным рынком. Кроме того, использование солнечной энергии позволит значительно сократить вредные выбросы в атмосферу и существенно улучшить экологическую обстановку на планете.

Основные потребители услуг: государственные учреждения (акиматы городов и поселков). География: весь Казахстан, в основном Акмолинская область, Карагандинская область, Жезказган, Павлодарская область. Закуп услуг проводится в основном посредством государственных закупок. В 2017 году заключено договоров на 90 млн. тенге, работ и услуг на 70 млн. тенге еще предстоит выполнить, поэтому требуются средства на пополнение оборотных средств на 6 млн. тенге, освоение будет производиться безналичным способом.

Рынок поставщиков. Перечень потенциальных поставщиков, продукции, которую они поставляют. Китай, Казахстан – Astana Solar.

Организационный план. Обеспеченность помещением. Предприятие арендует помещение.

Обеспеченность оборудованием.

№	Наименование	Кол-во	Цена /тенге	Сумма/ тенге
	Оборудование (генераторы, перфораторы, бетономешалки)			15 000 000
	Манипулятор (бур, автовышка, автокран)	2	9 702 000	19 404 000
	Сварочный аппарат - автомат	1		640 000
	Баровая установка			1 500 000
	Итого			36 544 000

Кроме того, по мере необходимости арендуется ямобур, автотранспорт

Персонал предприятия.

	Кол-во	оклад	ФОТ в месяц
АУП			
Директор-бухгалтер	1	50 000	50 000
Главный инженер	1	50 000	50 000
Производство			
Электрик	2	45 000	90 000
Водитель	1	40 000	40 000
Сварщик	1	45 000	45 000
Итого			275 000

Планируемый объем производства – в год 200 опор.

Расходы на эксплуатацию.

Переменные затраты. Стоимость материалов и комплектующих приведена в калькуляции прямых затрат на установку 1 опоры с автономным комплектом на основе солнечных батарей.

Наименование сырья	Ед.изм.	Количество	Цена
Солнечная панель 85W	штук	1	30 100
Гелевый аккумулятор 65А/ч	штук	1	34 300
Светодиодный светильник 28W	штук	1	20 650
Контроллер 10А	штук	1	7 700
Опора освещения 6 м	штук	1	39 375
Анкерное крепление для опоры	штук	1	5 075
Кронштейн	штук	1	4 340
Герметичный контейнер для аккумулятора	штук	1	5 075
Итого основное оборудование			146 615
Дополнительное оборудование и материалы (изготовление рамки для солнечной панели, провода, крепежный материал), 10%		10% от общей суммы	14 662
Монтаж, земляные работы			32 200
Всего на 1 опору			193 477
Цена реализации			287000

Постоянные затраты:

Аренда помещения – 10 000 тенге в месяц.

Аренда техники – 45 000 тенге в месяц.

Офисные расходы – 8 000 тенге в месяц.

Реклама – 5 000 тенге в месяц.

Цель рекламной кампании: ежегодно реализовывать и устанавливать автономные комплекты суммарной мощностью 100 кВт/час; повышение осведомленности покупателей о деятельности компании и ее продукции; ежедневная рассылка прайсов, коммерческих предложений в государственные и коммерческие структуры через internet; использование прайсов, буклетов, визиток в целях ознакомления с продукцией и компанией

Финансовый план и прогнозы.

Отчет о прибылях и убытках.

ОТЧЕТ О ПРИБЫЛЯХ И УБЫТКАХ	2018	2019	2020	2021	2022	итого
Выручка (без НДС)	57 400 000	57 400 000	57 400 000	57 400 000	57 400 000	287 000 000
<i>установка опор и комплектов</i>	57 400 000	57 400 000	57 400 000	57 400 000	57 400 000	287 000 000
Себестоимость продукции	41 026 400	41 026 400	41 026 400	41 026 400	41 026 400	205 132 000
Прямые издержки	38 695 400	38 695 400	38 695 400	38 695 400	38 695 400	193 477 000
<i>установка опор и комплектов</i>	38 695 400	38 695 400	38 695 400	38 695 400	38 695 400	193 477 000
Оплата труда (производство)	2 100 000	2 100 000	2 100 000	2 100 000	2 100 000	10 500 000
Социальные отчисления	231 000	231 000	231 000	231 000	231 000	1 155 000
ВАЛОВАЯ ПРИБЫЛЬ	16 373 600	16 373 600	16 373 600	16 373 600	16 373 600	81 868 000
Административные расходы	2 148 000	2 148 000	2 148 000	2 148 000	2 148 000	10 740 000
Зарплата (администрация и руководство)	1 200 000	1 200 000	1 200 000	1 200 000	1 200 000	6 000 000

Соц. начисления	132 000	132 000	132 000	132 000	132 000	660 000
офисные расходы	96 000	96 000	96 000	96 000	96 000	480 000
аренда помещения	120 000	120 000	120 000	120 000	120 000	600 000
аренда техники	540 000	540 000	540 000	540 000	540 000	2 700 000
Реклама и PR	60 000	60 000	60 000	60 000	60 000	300 000
ОПЕРАЦИОННАЯ ПРИБЫЛЬ	14 225 600	14 225 600	14 225 600	14 225 600	14 225 600	71 128 000
Амортизация	5 481 600	5 481 600	5 481 600	5 481 600	5 481 600	27 408 000
оборудование	5 481 600	5 481 600	5 481 600	5 481 600	5 481 600	27 408 000
Расходы по процентам	763 000	595 000	427 000	259 000	91 000	2 135 000
ПРИБЫЛЬ ДО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ	7 981 000	8 149 000	8 317 000	8 485 000	8 653 000	41 585 000
Налог на прибыль	1 596 200	1 629 800	1 663 400	1 697 000	1 730 600	8 317 000
ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ	6 384 800	6 519 200	6 653 600	6 788 000	6 922 400	33 268 000

75. ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ УСЛУГ ПО РЕМОНТУ И ТЕХНИЧЕСКОМУ ОБСЛУЖИВАНИЮ МАШИН И ОБОРУДОВАНИЯ ДЛЯ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА



Анкета проекта:

Цели инвестиционного проекта: предоставление услуг по ремонту и техническому обслуживанию машин и оборудования для сельского хозяйства.

Стоимость проекта: 17 760 тыс. тенге.

Срок окупаемости: 2 года.

Концепция проекта. Концепция проекта предусматривает предоставление услуг по ремонту и техническому обслуживанию машин и оборудования для сельского хозяйства. Выполнение практически всех видов полевых работ без использования специализированной сельскохозяйственной техники сегодня практически невозможно. И причина не только в огромных объемах, но и в особенностях самих процессов. Так как эксплуатация транспорта в условиях полей довольно жесткая и подразумевает выполнение больших объемов работ, техника довольно часто нуждается в ремонте. И чтобы ремонтные работы дали ожидаемый результат, необходимо иметь высококачественные детали от завода-производителя, а выполнять их должен только опытный мастер. В последнее время сельскохозяйственная техника обновляется, на смену старым тракторам приходит новая техника.

Двигатели, которые используются на современной сельскохозяйственной технике, отличаются высокой степенью надежности и рассчитаны на работу «на износ». Так как период, когда работает техника на полях, достаточно короткий, эти машины должны работать 24 часа в сутки и 7 дней в неделю. Так же как и любая другая техника при таких режимах работы, износ деталей двигателя происходит быстрее, и ремонт таких агрегатов требуется чаще.

Вся эта техника требует более качественного ремонта, чем раньше. Поэтому фермеры, обладатели дорогостоящей современной техники, выбирают для ремонта своих машин сервисные центры, которые смогут отремонтировать сложную современную сельскохозяйственную технику.

В крестьянских хозяйствах также должны проводиться работы по техническому и сезонному обслуживанию и наименее трудоемкие работы по текущему ремонту, не требующие специализированного оборудования, а на ремонтных предприятиях, располагающих специализированным оборудованием и квалифицированными кадрами, следует проводить трудоемкие работы. Индивидуальным предпринимателем для оперативной деятельности планирует приобретение автотранспорта для оказания услуги по месту нахождения сельхозтоваропроизводителя.

Направления деятельности предприятия:

- текущий и капитальный ремонт техники и оборудования сельскохозяйственного назначения;
- техническое обслуживание техники и оборудования сельскохозяйственного назначения с выездом по месту нахождения заказчика.

Целевой группой будут:

- сельхозпредприятия, крестьянские хозяйства и хозяйства населения Карагандинской области;
- сельхозпредприятия приграничных районов Акмолинской области, именно Аршалинского и Ерментауского районов.

Описание продукта (услуги). Без техники сейчас не обходится ни одно производство. Трактора, комбайны – неустанные труженики сельскохозяйственного, строительного производства, лесного хозяйства и прочих отраслей народного хозяйства. Эксплуатация техники – дело очень хлопотное. Хозяйственники знают, насколько часто техника требует ремонта и замены запчастей. На автомобильную и тракторную технику ложится огромная силовая нагрузка. Не удивительно, что эксплуатация тракторов включает в себя регулярную профилактику, ремонт и смену запчастей.

В этих условиях наряду с качеством и другими потребительскими свойствами самой техники важную роль в ее реализации играет сервис. Зарубежный опыт оказания сервисных услуг сельскохозяйственным товаропроизводителям, принципы их системы обслуживания, ответственность фирм за поддержание выпускаемой техники в работоспособном состоянии в течение всего срока эксплуатации в любом режиме работы машины являются важным фактором развития технического сервиса в аграрном секторе экономики Республики Казахстан.

Предприятие планирует оказывать следующие виды услуг:

	Наименование услуги
1	Замена наклонного транспортера на зерноуборочном комбайне вектор-410, демонтаж старого в том числе
2	Замена колосового и зернового транспортера и демонтаж старого
3	Замена загрузочного шнека и демонтаж
4	Замена водяного насоса на двигателе ЯМЗ-236
5	Замена сальника лобового на насосе ТНДВ двигателя-236
6	Замена турбины ТКР на двигателе ЯМЗ-236
7	Замена приемного бitera
8	Замена пальчикового механизма на консольному шнеке жатки
9	Замена гидроцилиндра вариатора барабана
10	Замена блока пружин жатки
11	Замена радиатора охлаждения двигателя ЯМЗ-236
12	Замена удлинителя решета
13	Замена бичей барабана левого и правого
14	Замена и шиномонтаж переднего баллона комбайна
15	Замена и шиномонтаж заднего поворотного баллона

Данный перечень не является окончательным, возможно добавление новых услуг в зависимости от потребностей заказчика.

Программа производств. В таблице представлена планируемая программа производства по годам.

Планируемая программа производства по годам.

Статья доходов		2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Ремонт машин	значение							
Кол-во ремонтов	ед./день	4	4	4	4	4	4	4
Время работы	дн./мес.	26	26	26	26	26	26	26
Средний чек	11	11	11	11	11	11	11	11
Доход в месяц, тыс.тг.		1 140	1 140	1 140	1 140	1 140	1 140	1 140
Техническое обслуживание	значение							
Кол-во ремонтов	ед./день	4	6	5	5	5	5	5
Время работы	дн./мес.	26	26	26	26	26	26	26
Средний чек	4	4	4	4	4	4	4	4
Доход в месяц, тыс.тг.		416	624	520	520	520	520	520

* Расчеты произведены с фактором сезонности работ основная часть приходится на весенне-полевые и уборочные работы.

Фактор сезонности месяцы	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	Среднее
% от среднемес.объема продаж	10%	25%	80%	90%	100%	100%	100%	100%	100%	90%	40%	30%	72%

Программа продаж будет осуществляться на основе результатов проведенных маркетинговых исследований (с целью определения предпочтений потребителей в сервисном обслуживании), а также посредством рекламных акций.

При формировании цен была учтена покупательная способность потребителей, определяемая средним уровнем их доходов. Формирование цен основано на рыночных ценах.

Планируемые цены на услуги, в тенге:

	Наименование услуги	цена
1	Замена наклонного транспортера на зерноуборочном комбайне вектор-410, демонтаж старого в том числе	12 400,00
2	Замена колосового и зернового транспортера и демонтаж старого	8 100,00
3	Замена загрузочного шнека и демонтаж	9 300,00
4	Замена водяного насоса на двигателе ЯМЗ-236	10 200,00
5	Замена сальника лобового на насосе ТНДВ двигателя-236	4 500,00
6	Замена турбины ТКР на двигателе ЯМЗ-236	6 700,00
7	Замена приемного бitera	15 200,00
8	Замена пальчикового механизма на консольному шнеке жатки	8 200,00
9	Замена гидроцилиндра вариатора барабана	3 200,00
10	Замена блока пружин жатки	6 300,00
11	Замена радиатора охлаждения двигателя ЯМЗ-236	21 200,00
12	Замена удлинителя решета	4 300,00
13	Замена бичей барабана левого и правого	35 400,00
14	Замена и шиномонтаж переднего баллона комбайна	13 200,00
15	Замена и шиномонтаж, заднего поворотного баллона	6 200,00
	Средний чек в тенге	10 960,00
	*Средний чек на техобслуживание	6000

* При ежемесячном техническом обслуживании машин выполняются следующие операции: очищают от пыли, растительных остатков и грязи наружные поверхности машины и рабочие органы; промывают и очищают внутренние полости машин от остатков ядохимикатов,

минеральных удобрений, агрессивных жидкостей; осматривают машину и ее составные части, проверяют осмотром, комплектность машины, техническое состояние составных частей, крепление соединений механизмов и ограждений, отсутствие подтекания в соединениях и уплотнениях масла, топлива, охлаждающих, рабочих и технологических жидкостей, исправное состояние механизмов управления, тормозной системы, системы освещения и сигнализации, правильность регулировки рабочих органов и других систем машин, правильность агрегатирования с трактором прицепных, навесных и полунавесных машин; проверяют уровень рабочих и охлаждающих жидкостей в картерах, коробках передач, емкостях и доводят до норм, установленных в эксплуатационной документации; проводят необходимые регулировочные работы в зависимости от состояния машины; смазывают составные части машины в соответствии с таблицей и схемой смазывания. При первом техническом обслуживании (ТО-1) машин: очищают от пыли, растительных остатков и грязи наружные поверхности, рабочие органы и внутренние полости машины; промывают и очищают внутренние полости машин от остатков ядохимикатов, минеральных удобрений, агрессивных жидкостей; очищают и промывают фильтры и отстойники масла, топлива, рабочих и технологических жидкостей; очищают окислившиеся клеммы аккумуляторных батарей, наконечники проводов и других элементов электрооборудования; проверяют осмотром: комплектность машин, крепление соединений механизмов и ограждений, отсутствие подтеканий в соединениях и уплотнениях масла, топлива, охлаждающих, рабочих и технологических жидкостей, натяжение цепей и ремней в передачах; проверяют осмотром, путем опробования в работе и с использованием простых диагностических устройств: техническое состояние рабочих органов и основных составных частей машины; правильность агрегатирования с трактором прицепных, навесных и полунавесных машин; исправное состояние механизмов управления, тормозной системы, освещения и сигнализации; дизелей самоходных машин и дизелей для привода рабочих органов; проверяют давление воздуха в шинах колес машин, уровень рабочих и охлаждающих жидкостей в картерах, коробках, емкостях, электролита — в аккумуляторных батареях и доводят их до нормы, установленной в эксплуатационной документации; регулируют рабочие органы и основные составные части машины с использованием простых контрольных устройств; смазывают составные части машины согласно таблице и схеме смазывания.

Маркетинговый план.

Описание рынка продукции (услуг). Развитие сельскохозяйственного производства невозможно без организации эффективной эксплуатации сельскохозяйственной техники и оборудования.

По состоянию на 1 января 2017 года у сельхозпроизводителей Карагандинской области насчитывалось 12,9 тыс. тракторов, 7,9 тыс. тракторных прицепов, 6,1 тыс. сеялок, 2,3 тыс. зерноуборочных комбайнов, 1,5 тыс. грузовых автомобилей, 0,6 тыс. дисковых борон, 0,7 рыхлителей, культиваторов, 1,6 тыс. плугов, 0,5 тыс. жаток валковых, 2,3 тыс. косилок (включая косилки, смонтированные на тракторе), 2,1 тыс. граблей боковых.

В настоящее время в Карагандинской области 93% парка сельскохозяйственной техники изношен, несмотря на динамику роста абсолютного количества машин и оборудования. В настоящее время средний возраст более 81% зерноуборочных комбайнов и тракторов составляет 13-14 лет, при нормативном сроке эксплуатации 8-10 лет, списанию подлежит 71% зерноуборочных комбайнов, 93% тракторов и 95% сеялок. Существующий парк сельхозтехники в целом имеет износ в пределах 87%.

В 2016 году сельхозпредприятиями выполнен капитальный ремонт 120 тракторов, 25 зерноуборочных комбайнов и 11 грузовых автомобилей.

Сведения о затратах на техническое обслуживание и ремонт сельскохозяйственной техники в сельхозпредприятиях Карагандинской области по состоянию на 1 января 2017 года:

Наименование техники	Капитальный ремонт	Текущий ремонт
	Выполнено ремонтов, единиц:	
Тракторы	120	432
Комбайны зерноуборочные	25	250
Автомобили грузовые	11	130
	Фактически израсходовано на ремонт и технический уход, тыс. тенге:	
Тракторы	21 833	120 925
Комбайны зерноуборочные	9 893	81 089
Автомобили грузовые	10 001	63 197
	Стоимость одного ремонта, тыс. тенге:	
Тракторы	167	125
Комбайны зерноуборочные	225	9
Автомобили грузовые	435	147

Фактически на ремонт и технический уход тракторов израсходовано – 142,7 млн. тенге, из них 84,7% приходится на текущий ремонт, зерноуборочных комбайнов соответственно – 9,8 млн. тенге и 81,1%, а автомобилей грузовых – 73,2 млн. тенге и 86,3%.

Следует принимать во внимание, что своими силами обычно устраняются незначительные неполадки: ремонт механических коробок, передних мостов, замена тормозных систем. Серьезные же поломки машин (повреждения форсированных двигателей и гидравлических коробок) требуют специальной диагностики.

Зачастую крупные предприятия в своих мастерских осуществляют ремонт отечественной техники и техники стран ближнего зарубежья, за исключением некоторых моделей двигателей. А поломки западных дорогостоящих машин устраняют с помощью сервисных служб, которые находятся при фирмах, поставляющих технику. Поскольку современная техника – высокотехнологичная, она требует использования диагностического оборудования.

Основным критерием выбора сервисного обслуживания является срок исполнения и оперативность реагирования, далее по приоритетности следует предыдущий опыт и рекомендации, менее существенными критериями выбора являются стоимость, наличие выездной бригады, наличие гарантии на ремонт и месторасположение сервиса.

Основные и потенциальные конкуренты. Основными конкурентами предприятия являются производители сельхозтехники и запасных частей, а также ремонтно-восстановительные предприятия РК и Карагандинской области.

Можно утверждать, что предложение на рынке сельхозмашин еще не сформировалось. Не определились его секторы: поставки новой техники; техники, бывшей в эксплуатации; запасных частей и расходных материалов, гарантийное и послегарантийное обслуживание; капитальный ремонт и восстановление базовых узлов и агрегатов. Предприятия, реализую-

щие сельхозтехнику, наряду с поставкой техники осуществляют гарантийное и сервисное обслуживание и обучение. Все перечисленные организации, в Карагандинской области, не занимаются капитальным ремонтом сельхозтехники.

Преимущество и конкурентоспособность предприятия по сравнению с многочисленными посредниками будет заключаться:

- в качестве и надежности обслуживания за счет наличия высококвалифицированного персонала;
- оперативности отклика на потребительский спрос;
- гибкой ценовой политике.
- оплата за ремонтные услуги в рассрочку в связи с сезонностью реализации и выпуска сельскохозяйственной продукции.

Прогнозные оценки развития рынка, ожидаемые изменения. Будущее отечественного рынка сервиса сельхозтехники за специализированными компаниями, имеющими разветвленную сеть филиалов по всей территории РК, располагающими штатом высококвалифицированных менеджеров и механиков, прошедших обучение в фирменных центрах или специальных комплексных учебных заведениях. Именно такие организации как агротехмаркеты позволят повысить эффективность эксплуатации парка машин, как новых, так и имеющих большие сроки службы.

Стратегия маркетинга. Важным направлением маркетинга является разработка гибкой системы ценообразования, которая будет способствовать увеличению объемов продаж. Значительная роль в этом деле принадлежит упорядочиванию торговых наценок. Стимулирование сбыта будет осуществляться, исходя из следующих моментов:

- Участие в региональных выставках сельскохозяйственной техники.
- Адресная рассылка рекламы, размещение ее в специальных изданиях и в интернет-ресурсах.

В случае выполнения работ, не требующих специального оборудования, возможен выезд сотрудников на предприятие с покрытием всех расходов, связанных с выполнением данной услуги (расходы на проезд, проживание и питание). В остальных случаях доставку техники осуществляет предприятие-заказчик (доставка техники может осуществляться как на своем ходу, так и с применением другой техники).

Техническое планирование.

Технологический процесс. Для наиболее эффективного использования производственных площадей и оборудования, а также для повышения производительности труда в ремонтных предприятиях применяют агрегатно-узловой метод ремонта машин с организацией поточных технологических линий и специализированных постов — рабочих мест на разборочно-мочных работах, на участках разборки, ремонта и сборки машин и двигателей.

Технологический процесс ремонта и техническое обслуживание машин начинается с наружной мойки, спуска отработанного масла, продувки картеров острым паром или сжатым воздухом и диагностики.

После мойки на универсальном ремонтном стенде машину отправляют на участок для разборки, мойки и диагностики. На участке разборки, мойки и диагностики машину полностью или частично разбирают на узлы, которые с помощью кран-балки подаются в мочную машину. Затем их направляют на соответствующие участки, где ремонтируют и испытывают. Разобранные полностью или частично машины перемещают вдоль мастерской с помощью специального устройства, кран-балками и тележками. Отремонтированные узлы и машины обкатывают на соответствующих стендах.

Окончательно обкатывают тракторы и автомобили вне здания. Выявленные дефекты после обкатки устраняют на участке технического обслуживания. Комбайны и сельскохозяйственные машины обкатывают на стенде-тележке. Машины, прошедшие обкатку, поступают на малярный участок и, пройдя окраску (при необходимости), устанавливаются на площадке отремонтированной техники.

Здания и сооружения. Будет арендовано помещение в п.Осакаровка общая площадь 48 кв.м. Ежемесячная аренда здания составит 144,0 тыс. тенге (3 тыс. тенге за кв.м). в год 1 728,0 тыс.тенге.

Оборудование и инвентарь (техника). Перечень оборудования и затраты на его приобретение представлены в ниже-следующей таблице.

Перечень необходимого оборудования автотранспорта:

Наименование	Кол-во	Цена в тыс.тенге	Сумма
Оборудование			6 107
Пресс обжимочный FINN POWER типа 20 MS	1	4 218	4 218
Подвесная полка для P20 дл P 21 с магнитным ухватом	1	424	424
Шиномонтажный станок Sivik ГШС-515B - AL City	1	1 300	1 300
Электростанция 8квт	1	40	40
Сварочный аппарат	1	25	25
Инструмент	2	50	100
Автотранспорт			5 000
Спецавтотранспорт Volkswagen Transporter 2.0 TSI 4motion SWB L1H2	1	5 000	5 000
Итого			11 107

Оборудование для ремонта техники и оборудования обладает рядом преимуществ. Компактные размеры и малый вес, оригинальная система крепления на дефектном узле комплексов позволяют выполнять работы на любой высоте, под любым углом и в любой плоскости. Применяя данное оборудование, предприятие экономит время своего мастера - механика. Высокая надежность плюс простота в эксплуатации — отличительные признаки любого вида представленного оборудования. Спецавтотранспорт Volkswagen Transporter 2.0 необходим для мобильности при выезде по месту нахождения заказчика.

Коммуникационная инфраструктура. Проектом предусмотрена аренда помещения, в котором уже будет необходимая коммуникационная инфраструктура, а именно электро-, тепло- и водоснабжение, а также телефонная связь. При необходимости будет произведена необходимая адаптация под условия работы мастерской по ремонту.



Организация, управление и персонал. Общее руководство предприятием осуществляет директор. Главный инженер контролирует работу производственного персонала (мастеров, электрика и т.д.).

Организационная структура предприятия имеет следующий вид:

Приведенную структуру управления персоналом можно отнести к линейной. Она позволяет директору оперативно управлять работой предприятия и находиться в курсе событий. Специалисты предприятия – мастера. К обслуживающему персоналу можно отнести: уборщицу, охранников.

Затраты на реализацию проекта. Оценка инвестиционных затрат представлена в следующей таблице.

Общие инвестиционные затраты по проекту включают в себя:

Расходы, тыс. тг.	2 018
Инвестиции в основной капитал	11 107
Оборотный капитал	6 653
Всего	17 760

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	6 653	37%
Заемные средства	11 107	63%
Всего	17 760	100%

Собственные средства – расшифровка вложений заемных средств:

№ п/п	Наименование	Ед. изм.	Кол-во	в тенге
1	Битер приемный 142.03.03.070-01	Шт	1	77 701,00
2	Бич барабана (лев.) ВЕКТОР 101.01.18.708	Шт	40	219 128,00
3	Бич барабана (прав.) ВЕКТОР 101.01.18.707	Шт	40	219 128,00
4	Блок пружинный снизу(двойной) 142.03.00.450	Шт	2	75 465,00
5	Болт М20-6 § х60.109.40х.019 М20х60	Шт	20	1 006,20
6	Болт М6х16 Шумахер 10931	Шт	50	1 677,00
7	Гайка М6х16 Шумахер 13961	Шт	50	559,00
8	Гидроцилиндр вариатора барабана КЗК-10.09.01.010-03	Шт	4	41 366,00
9	Гидроцилиндр подъема жатки 101.09.12.080	Шт	4	219 128,00
10	Гидроцилиндр упр.кол. ГЦ 50.200.16.000-02	Шт	2	44 720,00
11	Глазок шнека жатки 10.08.01,025(пласт.) 3518050-10079	Шт	20	1 118,00
12	Защелка 6,0*18 сфера 6,0*18 ГОСТ 10299	Шт	50	27 950,00
13	Звездочка натяж. 2-17,1-19,05 54-2-48-1	Шт	10	16 770,00
14	Кабель жгута раб.места ЮГИШ.685619.851-02 ПИ-142-03-02	Шт	1	30 745,00
15	Крестовина мотвила 081.27.03.510	Шт	3	152 607,00
16	Муфта предохранит.шнека (под шлиц) 081.27.00.880	Шт	4	212 420,00
17	Насос водяной Акрос Вектор 236-1307010-Б2	Шт	10	335 400,00
18	Насос дозатор ОЗРС 125 01к1 150 N2243	Шт	1	97 825,00
19	Обойма глазка шнека 3518050-11070-01	Шт	20	3 130,40
20	Обойма панели молот. (бугель нак.кам.) 10.01.15.202	Шт	4	15 372,50
21	Опора битера прием. (справа) Вектор 142.03.03.130	Шт	2	13 416,00
22	Палец двойной Шумахер(12мм) 16500.01	Шт	400	1 296 880,00
23	Панель информационная ПИ-142-03 ЮГИШ.426471.041	Шт	1	229 190,00
24	Подшипник 780716 ЕНК7С17 780716	Шт	2	34 658,00
25	Пружина натяжника 142.03.00.580	Шт	2	12 298,00
26	Пружина сдвоенная блока уравновешивающего 3518050-13610	Шт	2	22 360,00
27	РВД 15И20/7150БКО(г)30х2 22 ЭКО(г)30х2 22(90) 13И20/7150ОКО(г)30х2	Шт	5	98 719,40
28	РВД 1 §N25/1000 ОКО(г) 36х2 28(45) 1 §N25/1000 ЦКО(г)36х2	Шт	5	57 493,15
29	РВД 1 §N32/1700 ЭКО(г)45х2 35 ГЖО(г)45х2 35(90) 1 §N32/1700 ОКО(г)45х2	Шт	5	109 675,80
30	Редуктор (м-зм привода ножа) МПН85.20ПБ000-01.20	Шт	1	234 780,00
31	Редуктор угловой наклонного шнека бункера 10.01.47.100Б {1}	Шт	4	116 272,00
32	Решето нижнее 101.01.04.020	Шт	2	121 862,00
33	Сегмент Шумахер 10961.03	Шт	200	83 850,00

34	Транспортер наклонной камеры Вектор 3518050-18350Б	Шт	6	251 550,00
35	Транспортер цепной зернового элеватора Б=5092мм, 10Г.01.50^030	Шт	4	107 328,00
36	Транспортер цепной колосовой элеватора Ц=3078 мм 08.134.000	Шт	4	52 546,00
37	Труба пальчикового механизма битера 3518060-18147	Шт	2	8 161,40
38	Труба пальчикового механизма шнека 3518050-18217	Шт	2	8 385,00
39	Удлинитель верхнего решета 101.01.06.050	Шт	4	138 632,00
40	Устройство предохранительное шнека 10.27.01.850	Шт	4	287 102,40
41	Фильтр воздушный (бол.кас.) Акрос, Вектор P788963	Шт	10	160 992,00
42	Фильтр воздушный (мал.кас.) Акрос, Вектор P788964	Шт	10	60 372,00
43	Фильтр гр.очист.топл.с колбой (РСЮ64) Р1_420	Шт	20	80 496,00
44	Фильтр ГСТ(НР6555) LANG 1 1004919	Шт	10	95 030,00
45	Цепь ПР-19,05-37,8 (1м) ПР-19,05	Шт	100	167 700,00
46	Цепь ПР-25,4-65 (1м) ПР-25,4	Шт	40	76 024,00
47	Шкив вариатора вентилятора ведомый 10Б.01.03.160А	Шт	4	68 198,00
50	Шкив натяжной 10.01.30.900А/370	Шт	4	22 360,00
51	Шкив натяжной 10.01.30.900А/370	Шт	3	17 608,50
52	Шнек загрузочный наклонный бункера 101.47.01.020	Шт	4	174 408,00
53	Э/Ф воздуш. Вектор, Нива-Эффект (комплект) 721.1109560-10	Шт	10	53 664,00
54	Э/Ф очистки масла 840-1012038	Шт	10	10 621,00
55	Эластичный элемент Вектор PVN35031G/ON812-00614	Шт	3	301 860,00
56	Эластичный элемент Вектор ЯМЗ LMD-C-90	Шт	3	285 090,00
	Итого			6 652 798,75

Заемные средства – расшифровка вложений заемных средств:

Первоначальные инвестиции и оборотные средства в тыс.тенге	Кол-во	Цена	Сумма	2018 год			Итого 2018
				май	июнь	июль	
Оборудование			6 107	0	11 107	0	11 107
Пресс обжимочный FINN POWER типа 20 MS	1	4 218	4 218	0	4 218	0	4 218
Подвесная полка для Р20 дл Р 21 с магнитным ухватом	1	424	424	0	424	0	424
Шиномонтажный станок Sivik ГШС-515В - AL City	1	1 300	1 300	0	2 533	0	1 300
Электростанция 8квт	1	40	40	0	40	0	40
Сварочный аппарат	1	25	25	0	25	0	25
Инструмент	2	50	100	0	100	0	100
Автотранспорт			5 000	0	5 000	0	5 000
Спецавтотранспорт Volkswagen Transporter 2.0 TSI 4motion SWB L1H2	1	5 000	5 000	0	5 000	0	5 000
Итого			11 107	0	11 107		11 107

Цена за доставку оборудования включена в стоимость самого оборудования. Поставщиком оборудования выступит ТОО «Tubes International Kazakhstan»

Эксплуатационные расходы. Эксплуатационные расходы состоят из переменных расходов. Переменные расходы состоят из затрат на заработную плату.

Переменные расходы предприятия

Наименование	2 018	2 019	2 020	2 021	2 022	2 023	2 024
Заработная плата мастеров	436	763	996	996	996	996	996

При расчете с мастерами применяется сдельная оплата труда – 3/4 с учетом налогов на ФОТ. Доля заработной платы производственных работников (мастера по ремонту) составляет 5% от выручки предприятия. Данная система оплаты труда мотивирует персонал на проведение оперативной и качественной работы по ремонту и обслуживанию машин и оборудования, поскольку их уровень заработной платы напрямую зависит от величины доходов предприятия.

Общие и административные расходы.

В следующей таблице приведены постоянные расходы предприятия.

Общие и административные расходы предприятия в месяц, тыс. тг:

Затраты		2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
ФОТ		430	430	430	430	430	430	430
Аренда помещения	48 кв.м	144	144	144	144	144	144	144
Расходный материал		25	28	30	30	30	30	30
Услуги банка		8	8	8	8	8	8	8
Хоз. товары	(спец. одежда, бытовая химия)	40	44	48	48	48	48	48
ГСМ		50	50	50	50	50	50	50
Услуги связи		8	8	8	8	8	8	8
Канцтовары		5	5	5	5	5	5	5

Расходы на рекламу		7	7	7	7	7	7	7
Прочие непредвиденные расходы		25	25	25	25	25	25	25
Итого		742	749	756	756	756	756	756

Расчет расходов на оплату труда, тыс. тг:

№	Должность	Количество	ФОТ
	Адм.-управленческий персонал		
1	Директор	1	150
2	Гл.бухгалтер	1	80
	Итого	2	230
	Производственный персонал		
1	Гл.инженер	1	100
2	Мастер-механик по ремонту и тех.обслуживанию	3	240
3	Менеджеры по продажам	2	120
4	Электрик	1	60
5	Водители	2	120
	Итого	9	640
	Вспомогательный персонал		
1	Уборщик	2	100
2	Охрана	2	100
	Итого	4	200
	Всего по персоналу	15	1 070

Отчет о доходах и расходах в тыс.тенге:

Наименование	ВСЕГО	Годы						
		2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Доход от реализации продукции, услуг	123 560	8 713	15 257	19 918	19 918	19 918	19 918	19 918
Услуги по ремонту	84 633	6 383	9 860	13 678	13 678	13 678	13 678	13 678
Услуги по тех. обслуживанию	38 927	2 330	5 398	6 240	6 240	6 240	6 240	6 240
Себестоимость реализ. товаров, услуг	6 178	436	763	996	996	996	996	996
Заработная плата мастеров	6 178	436	763	996	996	996	996	996
Валовая прибыль	117 382	8 277	14 494	18 922	18 922	18 922	18 922	18 922
Расходы периода	59 997	5 254	9 075	9 152	9 143	9 134	9 125	9 115
Амортизация	4 021	356	611	611	611	611	611	611
Расходы по процентам за кредиты	8 342	1 055	2 180	1 825	1 423	1 021	620	218
Доход до налогообложения	45 022	1 612	2 629	7 334	7 745	8 156	8 567	8 978
Налог на деятельность ИП, налоги от ФОТ	3 707	261	458	598	598	598	598	598
Чистый доход	41 315	1 350	2 171	6 737	7 148	7 559	7 970	8 381
Кумулятивный чистый доход	41 315	1 350	3 521	10 258	17 406	24 965	32 934	41 315

76. СОЗДАНИЕ СТО ПО КОМПЬЮТЕРНОЙ ДИАГНОСТИКЕ И РЕМОНТУ АВТОТРАНСПОРТНЫХ СРЕДСТВ

**Анкета проекта:**

Цели инвестиционного проекта: создание деятельности СТО по компьютерной диагностике.

Стоимость проекта: 1 568 901 тенге.

Срок окупаемости: 1 год.

Концепция проекта. Концепция проекта предусматривает создание деятельности СТО по компьютерной диагностике с целью привлечения заемных средств в размере **1 568 901 (Один миллион пятьсот шестьдесят восемь тысяч девятьсот один) тенге.**

Диагностика транспортного средства – необходимая процедура, без проведения которой нельзя проверить его состояние. Для открытия своего дела в этой сфере предпринимателю нужно будет приобрести адаптер для подключения авто к компьютеру, специальный софт и сканер для проведения диагностики, устройство для точного определения толщины покрытия. Что касается помещения, то наиболее оптимальным вариантом является аренда гаража у автомеханика, который при необходимости сможет устранять выявленные неисправности. Перспективным направлением для малого предпринимательства является бизнес на диагностике авто. Диагностика относится к подвиду услуг автосервиса, поэтому направление довольно узкое, но тем не менее востребованное среди потребителей. Данная бизнес-идея подразумевает проверку

и выявление причин поломки и ремонт. Основные виды услуг: диагностика автотранспорта, ремонт ходовой, ремонт электрооборудования, чистка инжекторов, ремонт генераторов и стартеров, чистка инжекторов мелко-срочный ремонт. В городах такая узкоспециализированная ниша практически свободна. Автовладельцам при обнаружении неисправностей приходится обращаться в крупные автосервисы, где подобные услуги стоят в разы дороже. Поэтому предприниматель может организовать свое дело.

Выбор данного направления и местоположения бизнеса обусловлено следующими факторами:

- Постоянный спрос на услуги по ремонту и обслуживанию автотранспорта.
- Наличие опыт работы в данной сфере.
- Месторасположение СТО район авторынка «Старый аэропорт».
- Основным преимуществом является низкая конкуренция, вложения минимальные.

Согласно проекту планируется предоставлять услуги по ремонту и обслуживанию автотранспорта.

Описание продукции. Проектом предполагается создание «СТО компьютерной диагностики и ремонт автотранспортных средств».

Преимущества услуги:

- доступные цены на услуги СТО компьютерной диагностики;
- месторасположение и режим работы СТО компьютерной диагностики выгодное для посещения местным населением, находится в непосредственной близости от авторынка «Старый Аэропорт».

Компьютерная диагностика. Современные отечественные автомобили являются инжекторными. Что это такое? Это значит, что работой двигателя управляет электронный блок управления (ЭБУ). Инжекторные двигатели – пока еще новинка для нашего автосервиса. Диагностика и ремонт такого двигателя представляет собой проблему. Очевидна возможность заработать. Предприниматель решил оказывать услуги по диагностике инжекторных двигателей и сопутствующий ремонт при обнаружения неполадки в своем городе.

Чип-тюнинг. Что это? Работой инжекторного двигателя управляет электронный блок управления (ЭБУ). В блок управления заложена программа его работы. Блок управления, получая сигналы от различных датчиков, управляет работой двигателя. Изменяя программу управления, мы можем влиять на его работу. Это и называется чип-тюнинг. Чего можно добиться чип-тюнингом?



1) Повышение динамики и мощности двигателя: вы хотите, чтобы автомобиль уверенно тянул с «низов». Соответствующая программа при некотором приросте мощности обеспечит более высокий момент в зоне низких и высоких оборотов (разгонную динамику). Хорошее решение для городского движения.

2) Исключение нейтрализатора: если автомобиль оснащен каталитическим нейтрализатором, то всегда существует риск отравить катализатор и датчик кислорода этилированным бензином. Можно исключить катализатор, и тогда этилированный бензин системе впрыска будет не страшен. При этом наблюдается повышение мощности двигателя.

3) Устранение плавающих неисправностей: автомобиль смотрели на сервисах и не смогли найти причину периодического глохнущего на холостых оборотах двигателя, или загорающейся при прогреве двигателя лампы Check Engine, при внешне нормальной работе двигателя? Причина может крыться в ошибках программы. Часто такие проблемы решаются заменой старой серийной программы на новую серийную.

Практически во всех тюнинговых версиях улучшены режимы холостого хода, холодного пуска, снижена температура включения вентилятора системы охлаждения (для тех, кто «кипит»), устранены выявленные ошибки, присутствующие в старых серийных версиях. Опять же, просматривается хорошая возможность хорошо заработать, оказывая эту услугу.

Выбранный перечень услуг «СТО компьютерной диагностики и ремонт автотранспортных средств»:

- Компьютерная диагностика.
- Чистка инжекторов.
- Чистка форсунок.
- Ремонт ходовой.
- Ремонт генераторов и стартеров.
- Ремонт электрооборудования.



Рынок и маркетинговая стратегия. Любое предприятие, действующее в сфере технического обслуживания автотранспорта, в принципе является конкурентом, так как техническое обслуживание и ремонт является своеобразным продуктом, за которым как правило владельцы авто готовы ехать туда, где смогут получить его на удовлетворяющем их уровне.

Емкость этого рынка в Карагандинской области большая и полностью не занята. Более того, качественный уровень оказания услуг в данном направлении оставляет желать лучшего. Данный вид деятельности подвержен незначительным сезонным колебаниям. В связи со строительством новых и современных скоростных автомагистралей в Казахстане и в частности строительством пути западный Китай-Европа ожидается значительный рост коммерческих междугородних, международных грузовых перевозок. И здесь нужно отметить, что Карагандинская область находится в выгодном географическом положении, а место строительства автомастерской расположено непосредственно вблизи от будущей автомагистрали.

Сегодняшние рыночные условия – это рост благосостояния граждан и как следствие постоянное увеличение легковых транспортных средств на душу населения и рост коммерческих грузовых автомобильных перевозок. Также известно, что любая техника, даже новая, нуждается в обслуживании и ремонте.

Учитывая, что старые автомашины требуют ремонт чаще новых, можно сказать, что этот вид услуг на рынке будет всегда востребованным. А так же нельзя не учитывать, что со вступлением Казахстана в ВТО и как следствие снижения таможенного сбора на импорт в частности на ввозимые подержанные и новые авто, количество последних увеличится значительно. И все эти транспортные средства будут нуждаться в обслуживании.

Маркетинговая стратегия. Основой маркетинговой политики для данной бизнес-идеи является информативность и лаконичность. Приведем некоторые приемы привлечения:

Политика низких цен. Здесь необходимо проанализировать рынок автодиагностики в вашем регионе и узнать среднюю стоимость такой услуги. В вашем диагностическом центре рекомендуется установить более низкую цену. Так вы обеспечите себе устойчивую конкурентоспособность.

Сопутствующие услуги. Как правило, автовладелец может обратиться к диагностике автомобиля не только за тем, чтобы его проверить, но и за оказанием временной помощи. Поэтому рекомендуется не только искать неисправности, но и, например, разблокировать двери с помощью сканера, если владелец забыл ключи в замке зажигания или завести машину без ключа.

Правильные объявления. На данный момент самыми эффективными являются объявления на просторах сети Интернет, а также их размещение на стоянках и в автосалонах. Целесообразным будет разместить объявление на «Колеса.RZ», «OLX» или других сайтах. Собственный сайт для этого вида услуги создавать нецелесообразно ввиду низкой информационной насыщенности. Кроме того, необходимо заказать визитки, так как они являются рекламной основой в данной сфере. Наружная реклама. Кроме вывески у вашего центра диагностики рекомендуется расставить штендеры рядом с автомобильными трассами. Когда поломка случится в дороге, автовладелец обратится именно к нашей СТО.

Производственная программа.

Помещение: 1 гараж-бокс общей площадью 50 кв.м с ежемесячной арендой в 100 тыс.тенге. с инфраструктурой, то есть полностью обеспечен электро-водоснабжением.

Потребность в оборудовании. В арендованном здании имеется в наличии основное оборудование – подъемники, стоимость включена в аренду здания. За счет заемных средств планируем направить на покупку оборудования 1 166 751 тенге, и на пополнение оборотных средств в сумме 402 150 тенге.

Финансирование предоставляемого проекта планируется за счет заемных средств.

Структура финансирования:

№ п/п	Источник финансирования	Сумма, в тенге	Уд.Вес, %
1	Оборудование	1 166 751	74%
2	Оборотные	402 151	26%
	Итого	1 568 901	100%

Расшифровка вложение заемных средств:

Наименование	Ед.изм.	Количество	цена	Стоимость
Оборудование				
Автосканер	шт	1	335 000	335 000
Прибор для измерения давления масла	шт	1	20 000	20 000
Прибор для измерения компрессии ДВС	шт	1	20 000	20 000
Толщиномер краски ЛКП	шт	1	20 000	20 000
Набор ключей	шт	1	213 271	213 271
Болгарка	шт	1	23 120	23 120
Дрель	шт	1	20 000	20 000
Эндоскоп	шт	1	15 000	15 000
Сварочный аппарат	шт	1	54 640	54 640
Шлем сварочный	шт	1	10 520	10 520
Дрель	шт	1	20 000	20 000
Электрооточило	шт	1	17 360	17 360
Шруповерт	шт	1	19 900	19 900
Ящик для инструментов	шт	1	10 720	10 720
Генератор	шт	1	350 395	350 395
Рулетка	шт	1	1 825	1 825
Удлинитель (50 м)	шт	1	15 000	15 000
Итого				1 166 751
Оборотные				
Пошив спец. одежды с логотипом	шт	1	50 000	50 000
Электроды	пачек	1	2 150	2 150
Зарплата за 1 месяц		1	250 000	250 000
Аренда за 1 месяц		1	100 000	100 000
Итого				402 150
Всего:				1 568 901

Средняя цена услуги и объемы (полная мощность) в месяц:

Цена продажи (за единицу продукции)	тенге	2018	2019
Компьютерная диагностика	тенге	5 000,00	5 000,00
Ремонт ходовой	тенге	6 000,00	6 000,00
Чистка инжектора	тенге	8 000,00	8 000,00
Ремонт генератора, стартера	тенге	15 000,00	15 000,00
Чистка форсунок		8 000,00	8 000,00

Ремонт электрооборудования		8 000,00	8 000,00
----------------------------	--	----------	----------

Объем продаж (в единицах продукции)	ед.	2018	2019
Компьютерная диагностика	авто	720	770
Ремонт ходовой	авто	300	350
Чистка инжектора	авто	360	395
Ремонт генератора, стартера	авто	192	237
Чистка форсунок	авто	216	266
Ремонт электрооборудования	авто	60	110

Персонал предприятия. Проектом предусматривается аренда бокса общей площадью 50 кв.м для ремонтных работ. Управление проектом будет осуществляться непосредственно индивидуальным предпринимателем, который будет совмещать должность бухгалтера. Персонал будет состоять из 3-х человек в том числе: автоэлектрик, автослесарь (ходовик), моторист.

Планируемый штат	Количества	Оклад	Общий ФОТ
Руководитель	1	По схеме налогового кодекса	
Автоэлектрик	1	50 000	50 000
Автослесарь	1	100 000	100 000
Моторист	1	100 000	100 000
итого:	4	250 000	250 000

Финансовый план.

В нижеследующей таблице приведен предполагаемый прогноз результатов от реализации услуг по проекту. Исходные данные по объемам реализации использованы из таблиц производственной программы и цен реализации в тенге.

Объем услуг:

Объем продаж (в единицах продукции)	ед.	2018	2019
Компьютерная диагностика	авто	720	770
Ремонт ходовой	авто	300	350
Чистка инжектора	авто	360	395
Ремонт генератора, стартера	авто	192	237
Чистка форсунок	авто	216	266
Ремонт электрооборудования	авто	60	110

Планируемые цены, в тенге:

Цена продажи (за единицу продукции)	тенге	2018	2019
Компьютерная диагностика	тенге	5 000,00	5 000,00
Ремонт ходовой	тенге	6 000,00	6 000,00
Чистка инжектора	тенге	8 000,00	8 000,00
Ремонт генератора, стартера	тенге	15 000,00	15 000,00
Чистка форсунок		8 000,00	8 000,00
Ремонт электрооборудования		8 000,00	8 000,00

Планируемая выручка, в тенге

Наименование	2018	2019
Выручка	13 368 000	15 673 000
Компьютерная диагностика	3 600 000	3 850 000
Ремонт ходовой	1 800 000	2 100 000
Чистка инжектора	2 880 000	3 160 000
Ремонт генератора, стартера	2 880 000	3 555 000
Чистка форсунок	1 728 000	2 128 000
Ремонт электрооборудования	480 000	880 000

Расчет затрат по реализации услуг переменные, в месяц

Название статьи расхода	Сумма в месяц	Периодичность расходов	Расходы в год
Вывоз ТБО	2 000	ежемесячно	24 000
Аренда помещения	100 000	ежемесячно	1 200 000
Реклама	10 000		120 000
Заработная плата (произв)	250 000		3 000 000
итого:	362 000	ежемесячно	4 344 000

Прогноз прибыли и убытков:

ОТЧЕТ О ПРИБЫЛЯХ И УБЫТКАХ	2018	2019	итого
Выручка (без НДС)	13 368 000	15 673 000	29 041 000

Компьютерная диагностика	3 600 000	3 850 000	7 450 000
Ремонт ходовой	1 800 000	2 100 000	3 900 000
Чистка инжектора	2 880 000	3 160 000	6 040 000
Ремонт генератора, стартера	2 880 000	3 555 000	6 435 000
Чистка форсунок	1 728 000	2 128 000	3 856 000
Ремонт электрооборудования	480 000	880 000	1 360 000
Себестоимость продукции	8 245 520	10 860 095	19 123 521
Прямые издержки	6 528 000	7 608 000	14 136 000
Компьютерная диагностика	1 800 000	1 925 000	3 725 000
Ремонт ходовой	900 000	1 050 000	1 950 000
Чистка инжектора	1 440 000	1 580 000	3 020 000
Ремонт генератора, стартера	1 344 000	1 659 000	3 003 000
Чистка форсунок	864 000	1 064 000	1 928 000
Ремонт электрооборудования	180 000	330 000	510 000
Оплата труда (производство)	1 500 000	3 000 000	4 500 000
Фиксированная оплата	1 500 000	3 000 000	4 500 000
Социальные отчисления	200 520	235 095	435 615
Налоги	17 000	17 000	51 000
Налог на имущество	17 000	17 000	51 000
ВАЛОВАЯ ПРИБЫЛЬ	5 122 480	4 812 905	9 917 479
Общие & Административные расходы	732 000	2 964 000	3 696 000
Зарплата (администрация и руководство)	0	900 000	900 000
Фиксированная оплата	0	900 000	900 000
Аренда помещения	600 000	1 200 000	1 800 000
Хозяйственные расходы	12 000	144 000	156 000
Перевозки	60 000	600 000	660 000
Реклама и PR	60 000	120 000	180 000
ОПЕРАЦИОННАЯ ПРИБЫЛЬ	4 390 480	1 848 905	6 221 479
Амортизация	175 013	175 013	525 038
Оборудование	175 013	175 013	525 038
Расходы по процентам	103 500	66 600	193 500
ПРИБЫЛЬ ДО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ	4 111 967	1 607 292	5 502 941
Налог на прибыль	200 520	235 095	435 615
ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ	3 911 447	1 372 197	5 067 326

77. ОКАЗАНИЕ УСЛУГ ПО ПОВТОРНОЙ ОШИПОВКЕ И ДОШИПОВКЕ ЗИМНИХ ШИН



Цель инвестиционного проекта: Оказание услуг по повторной ошиповке и дошиповке зимних шин.

Производительность: 19 200 колес за 6 месяцев

Стоимость проекта: 827 300

Срок окупаемости: 4 месяца

Концепция проекта. Даже дорогие колеса именитых производителей теряют шипы гораздо раньше, чем исчерпывается ресурс покрышки. Обычная ситуация после пары зимних сезонов – протектор как новый, а шипов почти не осталось. Чтобы обеспечить себе безопасность на зимней дороге, приходится покупать новый комплект резины. Повторная ошиповка шин вдохнёт вторую жизнь в вашу зимнюю резину, лишившуюся части или всех своих оригинальных шипов, и позволит сэкономить на новом комплекте зимних покрышек. Перешиповка зимней покрышки осуществляется путем посадки ремонтных шипов в уже существующие гнезда (в которых когда-то уже были шипы, либо еще остались изношенные старые)

Характеристика товара. Ремонтный шип представляет собой металлический корпус в пластиковой втулке с наконечником из твердого сплава. Основной отличительной особенностью ремонтного шипа является увеличенная в диаметре шляпка, что обеспечивает надежную посадку и фиксацию в подношенном гнезде. Минимальная величина остаточного протектора, при повторной ошиповке, должна составлять не менее семи миллиметров, что вызвано геометрическими размерами самого короткого из используемых ремонтных шипов, а также экономической целесообразностью данного ремонтного процесса.



Технологический процесс производства. Процедура перешиповки колеса отличается простотой и не занимает много времени. Проще всего перешиповывать покрышку, посаженную на диск, в накаченном состоянии. Сначала необходимо очистить гнезда от камней, грязи, а также старых изношенных шипов, затем гнездо смачивается мыльной водой (для



облегчения посадки шипа), и при помощи специального (переоборудованного под ремонтные шипы) шиповального пистолета, производится посадка шипа в гнездо.

Восстановленную шину рекомендуется «прикатать» на протяжении 300-500 км. Для «прикатки» шипов лучше всего использовать дорогу с чистым асфальтовым покрытием, желательно в холодное время года (т.к. при высоких температурах мягкая зимняя резина испытывает сильные деформации даже при незначительных нагрузках, что в свою очередь может привести к потере одного или нескольких шипов), при умеренной манере езды с плавными стартами и остановками.

Для сравнения:

новый комплект шин Кама Евро 175/65 R14 будет стоить 41 250 тенге;

повторная ошиповка шин Кама Евро 175/65 R14 – 10 000 тенге.

ЭКОНОМИЯ – 31 250 тенге!* (* расчет приведен примерный, на уровень цен 2017 года)

Процесс вторичной ошиповки аналогичный тому, что применяется при ошиповке новой резины.

Анализ рынка и сбыт продукции.

Востребованность продукции на рынке сезонная. Аналогов данного вида оказания услуг в регионе нет. Нет необходимости завоевывать рынок. Целевой сегмент – автовладельцы. При работе в одну смену (8 часов) охват рынка за сезон составит примерно 6,7%, следовательно, есть перспектива расширения бизнеса и создания дополнительных рабочих мест.

Инвестиционные затраты на реализацию проекта.

№	Направление использования средств (перечислить полный перечень приобретаемых активов)	Ед.изм., (шт, кг)	Кол-во	Цена	Сумма всего (тенге)
1	Шипы ремонтные 12-8-2ТР коробка 500 шт ТЕКОМ	шт	2	22277	44554
2	Наружный штифт для головной части ТЕКОМ под ремонтный шип (усик, губка). 1 шт.	шт	3	2228	6683
3	Пистолет для шиповки ремонтными шипами с качественной головной частью ТЕКОМ.	шт	1	116953	116953
4	Сверло трубчатое для сверлильного станка.	шт	1	5569	5569
5	Стойка для шиповки разбортованных шин.	шт	1	33415	33415
6	Шипы ремонтные 12-9-2ТР коробка 500 шт ТЕКОМ.	шт	2	25061	50123
7	Компрессор поршневой AC-70PS IVT	шт	1	93000	93000
8	Тепловая пушка (электрическая) EFN-3000 IVT	шт	1	18500	18500
9	Балансировочный стенд В-500 AE&T для колес легковых автомобилей.	шт	1	247000	247000
10	Шланги кислородные	м	10	3600	3600
11	Набор пневмоинструмента Верхний бачок IVT	шт	1	10500	10500
12	Домкрат подкатной (2 тонн) г.Калуга	шт	2	15000	30000
13	Фен. технический Alteko 2000 кейс	шт	1	8500	8500
14	Штангенциркуль	шт.	1	5000	5000
15	Брус 40*40	шт.	20	570	11400
16	ОСБ-3 (6 мм.) на 70м.кв	лист	23	3500	80500
17	Пенопласт ПСБ-С-25 (40 мм), размер 3,0х1,22м.	лист	20	3100	62000

Общая стоимость оборудования	673 400
Общая стоимость стройматериалов	153 900
Занимаемая производственная площадь	22 м2
Количество рабочих мест	2

Территория и здания. В рамках реализации данного проекта планируется реконструкция помещения общей стоимостью 153 900 тенге, помещение оснащено всеми коммуникациями.

Финансовый план.

Планируемые цены на продукцию: стоимость ошиповки 108 тенге/1 шип.

Требования к б/у зимней автошине:

- Автошина должна быть изначально ошипованная заводом-изготовителем.
- Остаточный протектор не менее 7 мм.
- Возраст шины не более 4-х лет (с даты изготовления).
- Отверстия для посадочных мест шипа не должна иметь надрывов и разрушений.

Наименование услуги	стоимость тг.
Установка шипа	108 тг/1шип
Балансировка	300 тг/1 колесо

Объём производства:

- Количество колес – 16 (в 1смену).
- Количество смен в день – 1 (8 часов).
- Количество смен в месяц – 21-22.
- Количество колёс/шипов в месяц – 320/3200.

Прогноз валовой выручки:

№	Период оказания услуги	Ед. изм.	Кол-во	Цена	Сумма тг.	Основные потребители и рынки сбыта (район, область)
---	------------------------	----------	--------	------	-----------	---

1	Установка ремонтного шипа.					Кост. обл.
	Октябрь	шт.	3200	108	345600	
	Ноябрь	шт.	3200	108	345600	
	Декабрь	шт.	3200	108	345600	
	Январь	шт.	3200	108	345600	
	Февраль	шт.	3200	108	345600	
	Март	шт.	3200	108	345600	
2	Балансировка колёс после ремонта.					Кост. обл.
	Октябрь	шт.	320	300	96000	
	Ноябрь	шт.	320	300	96000	
	Декабрь	шт.	320	300	96000	
	Январь	шт.	320	300	96000	
	Февраль	шт.	320	300	96000	
	Март	шт.	320	300	96000	
	Итого: 2 649 600					

Отчет о прибылях и убытках.**Производство планируется в 1 смену:**

Статья	2018 (6 мес.)
Доход от реализации услуг	2 649 600
Прямые затраты (шины, балансировочные грузы)	1 056 000
Валовой доход	1 593 600
Итого операционные расходы	1 037 916
Заработная плата	720 000
ГСМ	51 120
Затраты на коммунальные расходы	220 800
Обслуживание и ремонт ОС	26 496
Вывоз мусора	1 500
Реклама	18 000
Операционный доход	555 684
Налог	39 744
Чистая прибыль	515 940

78. ОТКРЫТИЕ АНТИКАФЕ**Анкета проекта:**

Цели инвестиционного проекта: открытие антикафе.

Стоимость проекта: 3 300 000 тенге.

Срок окупаемости: 16 месяцев.

Концепция проекта. Целью настоящего проекта является открытие антикафе.

Антикафе – это особый формат заведений, используемый для проведения встреч, работы и культурного отдыха. В нем посетитель оплачивает времяпровождение, а все остальное – бесплатно. Меню кафе состоит из бесплатного кофе и чая, шоколада, пончиков и конфет. Также посетители могут беспрепятственно принести еду с собой или заказать ее через службу доставки в другом заведении.

Финансирование проекта планируется в рамках первого направления программы «Дорожная карта бизнеса 2020» «Поддержка новых бизнес инициатив» – грантовое финансирование.

Описание услуги. Антикафе (также свободное пространство, тайм-клуб, тайм-кафе) – тип общественных заведений социальной направленности, основной характеристикой является оплата в первую очередь проведенного времени, в стоимость которого входят различные угощения, развлечения и мероприятия.

Открытие антикафе – заведения социальной направленности, предназначенного для приятного времяпрепровождения, творческих встреч, бесед в уютной для посетителей обстановке, возможности получения новых знаний, деления опытом, выставок собственных работ, проведения презентаций, служащего также площадкой (офисом) для начинающих бизнесменов. Отличие антикафе от кафе в том, что это заведение не для приема пищи, хотя здесь можно выпить чай или кофе, и насладиться легкими десертами, шоколадом, печеньем – всем тем, что обычно подают к горячим напиткам. Посетители могут также приготовить еду собственноручно из принесенных с собой продуктов. Спиртные напитки и курение в антикафе запрещены.

Основная прибыль – плата за проведенное в антикафе время, оцениваемое поминутно. Дополнительный вариант – ежемесячная абонентская плата. Оплата аренды места для проведения массовых мероприятий.

Предоставляемые услуги: развлекательные мероприятия; тренинги, лекции, мастер-классы, проводимые приглашенными тренерами, коучами, преподавателями; прокат развлекательно-образовательного оборудования, коворкинг – предоставление рабочего места для фрилансеров, художников, писателей, журналистов для проведения интервью, и других людей творческих профессий, бесплатный Wi-Fi.

Модель: большое помещение с несколькими переговорными, кухней, туалетами.

Маркетинговый план.**Преимущества заведения:**

- атмосфера антикафе, оригинальность и сравнительно небольшая конкуренция;
- отсутствие собственной кухни;
- получение прибыли от посещений, а не от количества заказов;
- низкие затраты на обслуживающий персонал;
- взаимовыгодное сотрудничество со службами доставки, бизнес-тренерами, музыкальными группами и т.п.

Целевая аудитория. Основную долю посетителей антикафе составляют студенты, свободные фрилансеры – музыканты, дизайнеры, фотографы, художники, актеры и люди других творческих профессий.

В зависимости от целей посещения заведения под целевой аудиторией будут пониматься:



- посетители, пришедшие в кафе, чтобы провести встречу, поработать в свободной обстановке, воспользоваться свободным доступом в Интернет, подзарядить гаджеты и т.д.;
- молодые люди, пришедшие на мастер-класс, концерт, поиграть в игры, отдохнуть и развлечься.

Средний возраст посетителя – 25 лет.

Дизайн пространства. Разделение помещения на зоны, которые могут быть условно разделены мебелью, вазами с цветами, стеллажами с книгами; устройство переговорных, отделенных от общих зон невысокими перегородками. Следует постоянно подмечать недостатки

и вносить улучшения в дизайн.

Анализ рынка. Масштабное распространение антикафе началось в 2012 году. По состоянию на конец прошлого года, было открыто несколько сотен подобных заведений в более чем восьми странах мира. Наибольшее количество антикафе открыто в России и странах СНГ.

Основное количество антикафе открывается по франшизе. Крупнейшие сети на территории Казахстана:

Некафе – 22 заведения в РФ и Казахстане;

Jeffrey'sCoffee/ NewYorkCoffee – 20 заведений в РФ и Казахстане;

Циферблат – 11 заведений в Казахстане, РФ, Словении и Великобритании;

TimeClub – 4 заведения в Казахстане.

Большинство самостоятельных заведений открывается в крупных городах, а франшизы более распространены.

Среди основных конкурентов:

другие антикафе;

коворкинг-площадки.

Планируемый объем посещений:

Ожидаемый ежедневный поток клиентов в расчете на каждые 350 тыс. жителей города – 70 человек.

Средняя продолжительность пребывания одного клиента в антикафе – 2 часа.

Среднее количество выставок, групповых мероприятий, мастер-классов, презентаций и других массовых мероприятий – 12.

Стратегия маркетинга.

Основными клиентами антикафе являются жители города Тараз и населения близлежащих районов.

В целях продвижения бизнеса на рынке предприятие проводит широкую рекламную кампанию. В частности, необходимо давать рекламные объявления в газетах, изготавливать буклеты для клиентов и заказчиков, проводить рекламные акции. Планируется демонстрация рекламных роликов.

Организационный план.

В деятельности будет задействован штат из 6 работников, которые приведены в следующей таблице:

Штатное расписание по проекту:

№ п/п	Наименование должности	Количество по штату, чел.	Оклад рабочих, тенге
1	Хостес	2	40 000
2	Бармен	2	40 000
3	Официант	2	40 000
Итого рабочих мест по проекту		6	

По мере необходимости в штат будут наниматься дополнительные сотрудники в зависимости от производственной загруженности.

Финансирование проекта планируется осуществить в рамках Первого направления «Поддержка новых бизнес инициатив» программы «Дорожная карта бизнеса 2020».

Источник финансирования проекта:

№ п/п	Наименование статей	Сумма, тенге	Доля, %
1	Грантовое финансирование	3 000 000	91%
2	Собственные средства	300 000	9%
Итого		3 300 000	100%

Инвестиционные затраты проекта:

№ п/п	Наименование статей	Сумма, тенге	Доля, %
На инвестиционные цели			
1	Покупка оборудования, основных средств	3 300 000	100%
Всего по проекту		3 300 000	100%

Основные затраты на старт проекта:

Структура инвестиционных затрат по проекту					
№ п/п	Наименование	Ед.изм.	Кол-во	Цена, тенге	Стоимость, тенге
1	Столы	шт.	10	15 000	150 000
2	Диваны	шт.	10	50 000	500 000
3	Пуфики	шт.	20	15 000	300 000
4	Кухонный гарнитур	шт.	1	200 000	200 000
5	Табуретки	шт.	8	10 000	80 000
6	Микроволновая печь СВЧ печь Beko MOC 20100S	шт.	1	20 000	20 000
7	Чайные и кофейные чашки	шт.	1	30 000	30 000
8	Караоке Sony CMT-SX7	шт.	1	180 000	180 000
9	Настольные игры	шт.	1	50 000	50 000
10	Игровая приставка Sony Play Station 4 Slim (CUH-2008A)	шт.	1	130 000	130 000
11	Телевизор Sony 32 KDL-32RD303 LED	шт.	1	90 000	90 000
12	Проектор Epson EB-S04	шт.	1	170 000	170 000
13	Картины	шт.	10	10 000	100 000
14	Реклама, объемные буквы, плакаты				200 000
15	Теннисный стол	шт.	1	80 000	80 000
16	Аэрохоккей	шт.	1	95 000	95 000
17	Настольный футбол	шт.	1	135 000	135 000
18	Гитара, домбра	шт.	4	17 500	70 000
19	Ноутбук HP 14-BP001UR	шт.	2	95 000	190 000
20	Корпусная мебель (полки)				150 000
21	Мягкая мебель (подушки)	шт.	5	20 000	100 000
22	МФУ Epson L-850 СНПЧ А4	шт.	1	117 000	117 000
23	Домашний кинотеатр LG Blu-ray LHB-655 NK	шт.	1	140 000	140 000
24	Домашний телефон Dect Panasonic KX-tgh210UAB	шт.	1	23 000	23 000
	Итого				3 300 000

Приобретение, доставка и установка оборудования планируется провести в течение 3 недели. Следовательно, реализация проекта начнется через 3-4 недели. При этом на полную мощность предприятие выйдет к началу 2018 года.

Деятельность планируется осуществлять на арендованном помещении. Приобретение необходимого оборудования и основных средств для антикафе будет произведено за счет грантовых средств. Персонал салона будет подобран после его оснащения необходимым оборудованием. Расходы, связанные с оформлением салона будут производиться за счет грантовых средств.

Финансовый план.

Доходы. С учетом пребывания посетитель заплатит 200 тг со скидкой за 1 час, тогда в среднем = 70 человек * 300 тг. = 21 000 тг.

Ежемесячный доход = 21 000 тг. * 30 дней = 630 000 тг.

Исходя из точки безубыточности, минимальная прибыль должна составлять 250 000 тг

Ежемесячная прибыль = 630 000 тг. – 250 000 тг. = 380 000 тг.

Итого ежемесячный доход – 630 000 тенге в месяц.

Прогноз отчета о прибыли и убытках по проекту (в разрезе по годам)

Наименование статьи	Годы			Итого за 3 года, тенге
	1 год	2 год	3 год	
Поступления				
Выручка от реализации	7 560 000	7 560 000	7 560 000	22 680 000
Итого выручка	7 560 000	7 560 000	7 560 000	22 680 000
Издержки				
Покупка сырья	960 000	960 000	960 000	2 880 000
Затраты по ФЗП персонала	2 880 000	2 880 000	2 880 000	8 640 000
Отчисления по ФЗП персонала	316 800	316 800	316 800	950 400
Аренда	1 200 000	1 200 000	1 200 000	3 600 000
Прочие расходы	600 000	600 000	600 000	1 800 000
Итого производств. издержки	5 956 800	5 956 800	5 956 800	17 870 400
Операционная прибыль	1 603 200	1 603 200	1 603 200	4 809 600
Выплата подоходного налога	226 800	226 800	226 800	680 400
Чистая прибыль (остатки)	1 376 400	1 376 400	1 376 400	4 129 200

79. ОТКРЫТИЕ БАРБЕРШОПА

**Анкета проекта:**

Цели инвестиционного проекта: открытие барбершопа.

Стоимость проекта: 3 328 880 тенге.

Срок окупаемости: 1 год.

Концепция проекта. Барбершоп – это активно развивающаяся сеть мужских салонов бритья и стрижки, где каждый мужчина может приятно провести время, постричься, побриться, пообщаться с интересными людьми и отдохнуть от суеты в расслабляющей атмосфере. Описать портрет постоянного клиента барбершопа практически невозможно, так как среди посетителей встречаются бизнесмены, офисные клерки, звезды театра и эстрады, профессиональные спортсмены, представители субкультур, модных сообществ и обычные жители окрестных домов. Культура барбершопов пришла совсем недавно, но она быстро покорила сердца сильного пола.



Целью настоящего проекта является открытие нового парикмахерского салона для мужчин (барбершоп). Бизнес – идея предусматривает организацию деятельности барбершопа.

Описание продукции (услуг).

Барбершоп (название происходит от слова барба – борода) – чисто мужское заведение, где представители сильной половины человечества могут подстричься без всякого «гламура», появившиеся в США в 30-е годы XX столетия. Увы, во второй половине XX века барбершопы практически исчезли, уступив место парикмахерским женского плана. Основная суть заведений подобного плана – предоставление качественных услуг бритья. Обслуживают клиентов в барбершопах, чаще всего, мужчины – барберы.

Для организации деятельности необходимо помещение, сам бизнес эффективней организовать в городе, где численность потенциальных клиентов больше.

Совершенно очевидно, что жители нашей страны, особенно мужская половина в последнее время стали больше внимания уделять своему внешнему виду, заботиться о своей красоте и здоровье. Поэтому открытие барбершопа – это, безусловно, успешная идея для старта собственного бизнеса.

Стоит сказать, что правильно писать barber shop раздельно. С английского переводится, как парикмахерская. Раньше их также называли цирюльни и бородобрейни. Сегодня barbershop стало именем нарицательным, что означает «парикмахерская для мужчин» или «салон для мужчин».

На протяжении многих веков barber shop могли себе позволить посещать только состоятельные мужчины. А те, кто работали бородобреями, ценились, так как владели секретами стрижки, бритья и ухода за бородой и усами. В barbershop царила своя неповторимая атмосфера. Сюда был запрещен вход женщинам. Мастера были исключительно мужского пола. И так барбершоп стал не просто парикмахерской, а мужским клубом.

В те далекие времена, когда только появились первые цирюльни, барберов сравнивали с врачами. Они должны были также владеть опасной бритвой, как и хирург скальпелем. И также были нужны, в качестве специалистов, как и врачи.

Барбершоп – это место для настоящих мужчин от бизнесменов до студентов, которые следят за собой и за своим внешним видом. Им важно, как выглядят их волосы, борода и усы. Для многих из них важно поддерживать определенный социальный статус, выглядеть модно, богато и респектабельно.

Сегодня Barbershop возвращают традиции бритья опасной бритвой и мужскую культуру выглядеть дорого. Главный аргумент – в барбершопах и вправду стригут хорошо. Отбор мастеров более строгий, чем в парикмахерских, да к тому же хозяева барбершопов постоянно работают над покачиванием скилла своих сотрудников, заставляя тех посещать всякие мастер-классы и курсы повышения квалификации. Только в барбершопах можно заказать бритьё опасной бритвой. Мастерство владения таким станком оттачивается на воздушных шариках: чтобы научиться правильным движениям и нажиму, есть специальные курсы, где ученики натурально «бреют» надутые воздушные шары. Главная задача – чтобы шарик в процессе бритья не лопнул. Если это не искусство, то что тогда?

Барбершоп будет оказывать следующий спектр услуг для мужчин:

- уход за волосами: стрижки, окрашивание, создание причёсок;
- уход за бородой: королевское бритьё, окантовки, тонировка;
- маникюр и педикюр: уход за руками и ногами;
- создание уникального образа и имиджа;
- услуги в области ухода за кожей.

Анализ рынка. Барбершоп – это не просто мужская парикмахерская, барбершоп – место, в котором можно соприкоснуться с традициями лучших цирюлен прошлого века, почувствовать себя членом закрытого мужского клуба и пообщаться с другими ценителями прекрасного

Резко возникшее внимание мужчин к институтам красоты и тщательному уходу за собой, «бородатый тренд», нежелание слушать женские разговоры в салоне, а также (чего уж скрывать), влияние The Suits и «Безумцев» — эти и многие другие факторы не могли не сложиться в единую мозаику, не спровоцировав волну интереса к истинно мужским занятиям, таким как посещение барбершопов.

Барбершопы вернули мужчинам наслаждение от салонного бритья и парикмахерского искусства, которое мы неоднократно наблюдали в старых черно-белых фильмах. Основная функция такого мужского салона — предоставление каче-

ственных услуг брадобрея (здесь работают исключительно мастера-мужчины), которых вы не найдете ни в каком другом заведении. Барбершоп — именно то заведение, где вас превратят как минимум в Харви Спектера. Это своего рода некий ритуал, который должен попробовать хоть раз в жизни каждый мужчина.

Стоит заметить, что возрождение барбершопов началось совсем недавно. Конец XIX-начало XX веков — время расцвета цирюлен для мужчин. Посещение барбершопа было еженедельной, а для кого-то и ежедневной, традицией. Но в 1904 году появляется безопасная бритва Gillette, что лишает владельцев барбершопов немалого количества клиентов. Дешевая и доступная новинка быстро завоевала сердца мужчин, и популярность барбершопов резко упала. К концу XX века парикмахерские открывают свои двери для всех и мужчины стригутся по соседству с женщинами в бигуди.

К счастью, сейчас все сполна наелись культом молодости, и мужчины желают производить впечатление сильных мира сего, что и спровоцировало второе рождение мужских цирюлен. За последние несколько лет барбершопы открылись в каждом крупном городе постсоветского пространства. При этом они разделились на «классические» парикмахерские, где вы сможете сделать стрижку, побриться и пройти процедуру груминга (уход за бородой), а также на мужские салоны, где помимо выше названных процедур можно сделать маникюр, педикюр и другие косметологические процедуры.

Один из канонических барбершопов находится в Лондоне. Truefitt&Hill — барбершоп, берущий свое начало в 1805 году и заслуживший название старейшей цирюльни в мире. Этот барбершоп с первых дней обслуживал не только британскую аристократию, но и всю королевскую семью. В свое время постоянными клиентами лондонского салона были Оскар Уайльд, Чарльз Диккенс, Фрэнк Синатра, Уинстон Черчилль и многие другие лица мировой истории.

Truefitt&Hill до сегодняшних дней соблюдает все традиции парикмахерского искусства и выпускает собственную линейку традиционных парфюмов, принадлежностей и косметики для бритья, которая ценится во всем мире. Не зря многие владельцы современных барбершопов рассказывают, что вдохновляются именно историей и работой Truefitt&Hill.

Стоит понимать, что тонкая работа брадобрея стоит недешево, и за результат придется выложить сумму, раза в два превышающую цену в обычном салоне. Барбершоп будет оказывать своим клиентам парикмахерские услуги с применением профессиональных препаратов фирмы «American Crew», «Tasconic» и «Proraso».

Все население нашего города можно разделить на несколько групп. Первая группа потребителей парикмахерских услуг — молодежь. Именно они легко подхватывают все модные явления, четко воспринимают ее малейшие отклонения от старого курса и готовы смело экспериментировать со своей внешностью. Второй группой потребителей являются женщины и мужчины, которые регулярно посещают салоны для того, чтобы поддерживать свои волосы в порядке. Также довольно часто посещают салоны и деловые люди, для которых внешний вид зачастую играет роль визитной карточки. Но нельзя забывать и о третьей группе потребителей — пожилые люди. Чаще всего они посещают парикмахерские эконом-класса, но и есть такие пожилые люди, которые предпочитают только салоны-парикмахерские, либо салоны люксы. Об этом не стоит забывать.

Особое значение имеет месторасположения салона-парикмахерской. Так как салонов в этом районе недостаточно, поэтому открытие салона в торговом центре будет очень востребовано. Проходимость салону обеспечена, потому что рядом с торговым центром располагаются высоко стоящие здания, и торговый центр посещают огромное количество людей, не только ближайшие районы, но и приезжие из ближайшего района.

Конкуренция в районе дислокации бизнеса клиента высокая, но учитывая опыт работы, и клиентская база клиента дает приток клиентов в свой салон красоты.

Салон красоты находится в центре города Тараз (возле центральной площади), по улице Абая, одна из главных дорог г. Тараз, месторасположение салона очень удобно: имеется парковка, овощной базарчик, рядом сеть сотовых магазинов, магазинов оргтехники, также рядом имеются на расстоянии 200-500 м школы и детские сады, вокруг жилые дома, также салон клиента привлекателен тем что, находится рядом (на пересечении) улиц, которые объединяют улицу Толе би, Казыбек би, Айтеке би, одним словом месторасположение салона очень конкурентоспособно по отношению к другим салонам.

Ценообразование. При анализе ценообразования учитывается:

себестоимость продукции; цены конкурентов; цену, определяемую спросом на данный вид продукции.

Основные принципы предприятия:

- обеспечение стабильного положения на рынке;
- активизация спроса;
- соблюдение государственных правовых актов.

Цели предприятия:

- завоевание устойчивого положения на рынке;
- достижение максимальной прибыли;
- удержание и расширение круга своих клиентов.

Политика ценообразования направлена на поддержание оптимального сочетания цены и качества барбершопа.

Основными клиентами барбершопа являются жители города.

В целях продвижения бизнеса на рынке, предприятие планирует, проводит широкую рекламную кампанию. В частности, давать рекламные объявления в газетах, изготавливать буклеты для клиентов, проводить рекламные акции. Планируется демонстрация рекламных роликов.

Цена определялась на основе 2-х принципов:

покрытие всех издержек и получение прибыли;

качественное обслуживание, чем в других салонах.

Прейскурант цен на услуги Барбершопа:

№ п/п	Наименование	Барбершоп
		тенге
	<i>Услуги</i>	
1	Стрижка	2 500

2	Окантовка бороды	2 000
3	Скраб лица	500
4	Тонировка бороды	2 000
5	Покраска головы	2 000
6	Комплекс стрижка + окантовка бороды	4 000
7	Стрижка + скраб + окантовка бороды + тонировка бороды	7 000
8	Королевское бритье	3 000
9	Маникюр	1 500
10	Педикюр	2 500

Организационный план. В деятельности будет задействован штат из 7 работников, которые приведены в следующей таблице:

Штатное расписание по проекту.

№ п/п	Наименование должности	Количество по штату, чел.	Оклад рабочих, тенге
1	Администратор	1	30 000 тг. (оклад + 5 % от продажи косметики)
2	Мастера (барберы)	4	Сдельная (40 % от услуги)
3	Мастер маникюра-педикюра	1	Сдельная (40 % от услуги)
4	Техника	1	30 000
Итого рабочих мест по проекту		7	

По мере необходимости в штат будут наниматься дополнительные сотрудники в зависимости от производственной загруженности.

Источник финансирования проекта:

Наименование статей	Сумма, тенге	Доля, %
Грантовое финансирование	3 000 000	90%
Собственные средства	328 880	10%
Итого	3 328 880	100%

Приобретение, доставку и установку оборудования планируется провести в течение 3 недели. Следовательно, реализация проекта начнется через 3-4 недели. При этом на полную мощность предприятие выйдет к началу 2018 года.

Деятельность планируется осуществлять на арендованном помещении. Приобретение необходимого оборудования для барбершопа будет произведено за счет грантовых средств. Персонал салона будет подобран после его оснащения необходимым оборудованием. Расходы, связанные с оформлением салона, будут производиться за счет грантовых средств.

Согласна настоящего проекта, планируется привлечение 3 000 000 тенге и собственных средств 328 880 тг, которые будут направлены на приобретение оборудования, сырья и косметический ремонт.

Структура освоения финансирования прилагается в нижеследующей таблице:

Структура инвестиционных затрат по проекту					
№ п/п	Наименование	Ед.изм.	Кол-во	Цена, тенге	Стоимость, тенге
1	Кресла для барбершопа (гидравлические)	шт.	4	200 000	800 000
2	Мойка	шт.	2	200 000	400 000
3	Тележка парикмахерские	шт.	4	25 000	100 000
4	Зеркало с туалетным столиком	шт.	4	100 000	400 000
5	Шкаф для полотенец и прочих вещей	шт.	1	20 000	20 000
6	Кресло для педикюра	шт.	1	150 000	150 000
7	Рабочее кресло для мастера	шт.	1	15 000	15 000
8	Кресло для клиента	шт.	1	15 000	15 000
9	Маникюрный стол	шт.	1	20 000	20 000
10	Полочный шкаф	шт.	1	10 000	10 000
	Итого				1 930 000
Зона администратора и зона ожидание клиентов					
11	Стойка ресепшн	шт.	1	100 000	100 000
12	Витрина для продажи косметики	шт.	1	85 000	85 000
13	Журнальный столик	шт.	1	30 000	30 000
14	Гардеробный шкаф	шт.	1	85 000	85 000
15	Мягкая мебель с кожаной отделкой	шт.	1	30 000	30 000
16	Полочный шкаф	шт.	1	50 000	50 000
	Итого				380 000
Техника					
17	Кофе машина Philips HD	шт.	1	149 990	149 990
18	Кассовый аппарат	шт.	1	25 000	25 000
19	Стиральная машина Beko WKB-41001	шт.	1	54 990	54 990
20	Телевизор LG	шт.	1	150 000	150 000
	Итого				379 980

Производственные затраты (сырье)					
21	Шампунь для мужчин (для нормальных и жирных волос)	шт.	2	4 200	8 400
22	Шампунь для мужчин (очищает кожу головы и контролирует)	шт.	2	5 500	11 000
23	Средство для контроля кудрявых волос для мужчин	шт.	2	6 000	12 000
24	Кондиционер для мужчин	шт.	3	5 500	16 500
25	Гель для укладки средней фиксации	шт.	3	4 500	13 500
26	Гель для укладки сильная фиксация	шт.	3	7 500	22 500
27	Крем перед бритьем	шт.	4	5 850	23 400
28	Крем для бритья	шт.	4	7 900	31 600
	Итого				138 900
	Ремонтные работы				500 000
Итого затрат на приобретение оборудования и основных средств:					3 328 880

Финансирование проекта планируется осуществить в рамках Первого направления «Поддержка новых бизнес инициатив» программы «Дорожная карта бизнеса 2020».

Финансовый план.

Доходы

Услуги барбера (стрижка). При 15-и клиентах в день и средней цене услуги 2 500 тенге ежемесячная выручка составит 15 человек * 2 500 тенге * 30 дней = 1 125 000 тенге.

Услуги барбера (окантовка бороды). При 5-и клиентах в день и средней цене услуги 2 000 тенге ежемесячная выручка составит 5 человек * 2 000 тенге * 30 дней = 300 000 тенге.

Услуги мастера маникюра-педикюра. При 7 клиентах в день и средней цене услуги 1 500 тенге ежемесячная выручка составит 7 человек * 1 500 тенге * 30 дней = 315 000 тенге.

Покраска головы. При 5-и клиентах в день и средней цене услуги 2 000 тенге ежемесячная выручка составит 5 человек * 2 000 тенге * 30 дней = 300 000 тенге.

Королевское бритье. При 5-и клиентах в день и средней цене услуги 3 000 тенге ежемесячная выручка составит 5 человек * 3 000 тенге * 30 дней = 450 000 тенге.

Итого - 2 490 000 тенге в месяц.

Прогноз отчета о прибыли и убытках по проекту (в разрезе по годам)

Наименование статьи	Годы			Итого за 3 года, тенге
	1 год	2 год	3 год	
Поступления				
Выручка от реализации	29 880 000	29 880 000	29 880 000	89 640 000
Итого выручка	29 880 000	29 880 000	29 880 000	89 640 000
Издержки				
Покупка сырья	660 000	660 000	660 000	1 980 000
Затраты по ФЗП персонала	22 062 857	22 062 857	22 062 857	66 188 571
Отчисления по ФЗП персонала	2 426 914	2 426 914	2 426 914	7 280 742
Коммунальные расходы	360 000	360 000	360 000	1 080 000
Прочие расходы	240 000	240 000	240 000	720 000
Итого производств. издержки	25 749 771	25 749 771	25 749 771	77 249 314
Операционная прибыль	4 130 229	4 130 229	4 130 229	12 390 686
Выплата подоходного налога	896 400	896 400	896 400	2 689 200
Чистая прибыль (остатки)	3 233 829	3 233 829	3 233 829	9 701 486

80. СОЗДАНИЕ ПОДАРОЧНЫХ НАБОРОВ



Анкета проекта:

Цели инвестиционного проекта: создания стильных и оригинальных подарочных наборов.

Стоимость проекта: 2 028 000 тенге.

Срок окупаемости: 2 года.

Концепция проекта. Концепция проекта предусматривает создание сервиса подарков. Это будут готовые подарочные наборы для близких, коллег и друзей. Целью деятельности будет являться создания стильных и оригинальных подарочных наборов.

Планируется разработка корпоративных подарков, детских наборов, подарков на профессиональные праздники, подарков родным.

Сервис подарков будет предоставлять полный комплекс – содержание, наполнение и упаковка. Будет уделяться боль-

шое внимание не только внутреннему содержанию, но и внешнему оформлению. Планируется несколько вариантов оформления подарков: это крафт-коробка, белая коробка, деревянный ящик и плетенная корзина. Также, планируется изготовление открыток в каждый подарочный набор.

Подарочные наборы – это:

- экономия времени при поиске подарка;
- индивидуально подобранный набор;
- оригинально, стильно, красиво;
- подарок доступный каждому;
- собранные вручную;
- умение делать приятные сюрпризы.

Сервис подарков будет предложен всем, и по желанию можно выбрать и подобрать то, что именно нужно.

На начальном этапе продвижение будет проходить в социальных сетях инстаграм-магазин, Фейсбук. Это две наиболее перспективные социальные сети, которые популярны среди наших клиентов. Также в перспективе планируется открытие магазина подарочных наборов.

Описание продукта (услуги). Дарение подарков с древности имеет особый смысл независимо от страны и культуры. Дарили подарки по случаю рождения детей или бракосочетания, при победах в войнах или при занятии высоких государственных должностей.

С детства мы любим праздники, потому что на праздники нам дарят подарки. День рождения, Новый год, 8 марта радовали каждого ребенка, ведь именно в эти дни можно было ждать от родителей и друзей сюрпризов и подарков. Во взрослой жизни оказалось, что поводов дарить и получать подарки гораздо больше.

Разнообразие подарков для любого события с каждым годом увеличивается. И чем больше у людей выбор, тем сильнее ценятся оригинальность и необычность подарка, тем сильнее хочется удивить и порадовать близкого человека.

Сервис подарков призван удовлетворять потребности жителей города в обеспечении подарочных наборов на все случаи жизни. К любому празднику и к разным событиям в жизни сделает вашим близким, коллегам и друзьям стильные подарки. Наполнение каждой коробки продумывается индивидуально.



Рис.1 Корзина для новорожденных



Рис.2. Подарочная коробка на 8 марта



Рис.3. Шкатулка деревянная с наполнением



Рис.4. Подарочный набор на 7 мая



Рис.5. Подарочный набор на день медицинского работника

Таким образом предполагается создание подарочных наборов местному населению и туристам:

- корзина для новорожденных;
- корпоративные наборы;
- подарочные наборы для мужчин;
- подарочные наборы для женщин;
- подарочные наборы на все праздники;
- подарочные наборы туристам.

Маркетинговый план. Основными потребителями предлагаемых подарочных наборов являются жители г.Астаны, а также туристы, посещающие город. Население города Астаны в 2018 году, по данным сайта www.astana.stat.kz, составляет более 1 000 000 человек постоянного населения. Внутренний туризм в Астане развивается с каждым днем. Поток туристов как из Казахстана, так и из зарубежья. В г. Астане функционируют не так много компаний специализирующиеся на подарочных наборах.

Маркетинговая и ценовая политика. Предлагаемый ассортимент продукции должен, по возможности, соответствовать запросам рынка. Расширение ассортимента и повышение качества позволит ИП «Qazaqtar» сформировать устойчивый положительный имидж и обеспечить прочную позицию компании на рынке подарочного бизнеса.

Этой же цели будет способствовать применение сравнительно невысоких цен на подарочные наборы, доступных людям со средним уровнем доходов.

Базовые цены на предлагаемые изделия и количественный прогноз услуг:

Наименование изделия	Объем выпуска в месяц / средняя цена, тенге
Корзины для новорожденных	5
Средняя цена изделия, тенге	15 000,0
Подарочные наборы для мужчин	5
Средняя цена изделия, тенге	10 000,0
Подарочные наборы для женщин	5
Средняя цена изделия, тенге	10 000,0
Подарочные наборы на праздники и коллективу	20
Средняя цена изделия, тенге	5000,0

Стимулирование сбыта и рекламная деятельность.

Реклама и сбыт продукции будет осуществляться следующими путями:

- 1) Рекламная компания через СМИ.
- 2) SMM продвижение (социальные сети).
- 3) Искать заказы через знакомых.
- 4) Изготовить буклеты для рассылки, офисным центрам, компаниям, детским центрам и т.д.
- 5) Создание Интернет магазина.

Немаловажное значение для привлечения внимания потребителей играют также личные контакты с потребителями. Сейчас, основное взаимодействие с клиентами происходит через социальные сети, мобильные приложения и по телефону. Поэтому, будем анонсировать своим клиентам новые товары, отвечать на все их вопросы, используя все возможные каналы: инстаграм, ватсап, смс-сообщения.

Количество средств, затрачиваемых на продвижение услуги (рекламную деятельность), необходимо корректировать ежемесячно на основании сравнения количества потребителей, привлеченных каждым из вышеуказанных способов. Для увеличения потока клиентов потребуются дополнительные усилия и затраты на поиск и привлечение клиентов.

Программа производства. В таблице представлена планируемая программа производства по месяцам проекта. Инвестиционный период длится 2 месяца с августа по сентябрь 2018 года. С октября 2018 года начинается эксплуатационный период, в течение которого предприятие выходит на плановую мощность, начиная с 5 месяца проекта.

План продаж в первый год проекта:

Наименование услуги	09.2018	10.2018	11.2018	12.2018
Корзины для новорожденных	3	4	5	6
Средняя цена изделия, тенге	15 000	15 000	15000	15000
Выручка, тенге	45 000	60000	75000	90000
Подарочные наборы для мужчин	5	5	6	6
Средняя цена изделия, тенге	10000	10000	10000	10000
Выручка, тенге	50 000	50 000	60 000	60 000
Подарочные наборы для женщин	5	5	6	6
Средняя цена изделия, тенге	10 000	10 000	10 000	10 000
Выручка, тенге	50 000	50 000	60 000	60 000
Подарочные наборы на праздники и коллективу	10	15	15	15
Средняя цена изделия, тенге	5000	5000	5000	5000
Выручка, тенге	50000	75000	75000	75000
Всего выручка за период, тенге	195000	235000	270000	285000

План продаж в разрезе на 5 лет:

Наименование услуги	2018	2019	2020	2021	2022
Корзины для новорожденных	18	60	70	75	80
Средняя цена изделия, тенге	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000
Выручка, тенге	270 000	900 000	1 050 000	1125000	1200000
Подарочные наборы для мужчин	22	72	75	80	85
Средняя цена изделия, тенге	10000	10000	10000	10000	10000
Выручка, тенге	220 000	720 000	750 000	800 000	850 000
Подарочные наборы для женщин	22	72	75	80	85
Средняя цена изделия, тенге	10 000	10000	10000	10000	10000
Выручка, тенге	220 000	720 000	750 000	800 000	850 000
Подарочные наборы на праздники и коллективу	55	168	170	175	180
Средняя цена изделия, тенге	5000	5000	5000	5000	5000
Выручка, тенге	275 000	840 000	850000	875000	900000
Всего выручка за период, тенге	985 000	3180000	3400000	3600000	3800000

Организация, управление и персонал. Всего создается 2 рабочих места, наименования должностей и оклады приведены в таблице.

Штатное расписание.

Должность	Кол-во	Оклад, тенге	Сумма за месяц, тенге
Дизайнер	1	50 000	50 000
Итого ФОТ:	1		50 000

Функции директора будет исполнять инициатор и владелец проекта. также выступает как основной работник – составление и сборка подарочного набора. С дизайнером будет заключен индивидуальный трудовой договор, в котором устанавливаются права и обязанности, расписаны внутренний распорядок рабочего дня и оснащение рабочего места. Указываются индивидуальные средства защиты и социальные гарантии. Имеет место система стимулирования и поощрения.

Общий штат сотрудников будет составлять 2 человека, что даст возможность создания 1 нового рабочего места. Организационная структура предприятия линейного типа. Каждый работник подчиняется непосредственно директору.

Общие инвестиционные затраты по проекту включают в себя:

Расходы, тыс.тенге	Сумма, тыс.тенге	Источник
Инвестиции в оборудование	1 828 000	Средства гранта
Приобретение расходных материалов	200 000	Собственные средства
Всего	2 028 000	

Финансирование проекта планируется осуществить как за счет собственных средств инициатора проекта, так и за счет средств гранта в рамках Единой программы поддержки и развития бизнеса «Дорожная карта бизнеса 2020».

Общие инвестиционные затраты составят:

Источник финансирования	Сумма, тыс.тенге	Доля, %
Собственные средства	200 000	10%
Средства гранта	1 828 000	90%
Всего	2 028 000	100%

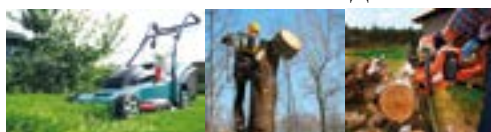
Потребность в оборудовании.

Для изготовления подарочных наборов ИП планирует приобрести следующее оборудование:

№	Наименование оборудования	Стоимость
1	Полноцветное МФУ Konica Minolta bizhub C224e в напольном варианте	1 300 000
2	Системный блок Neo Game (Ci5 6400 2,70 Ghz/8GB/1000GB/120GB/GTX950 2 GB/DVD RW	230 000
3	Монитор Pro ЖК 27» Asus VX279H FHD (90LM00G3-B01470) Black	100 000
4	Гильотинный резак для бумаги	48 000
5	Биговальный аппарат Cyklos 435	150 000
Итого		1 828 000

Финансовый план.**Прогнозный отчет о прибылях и убытках.**

ОТЧЕТ О ПРИБЫЛЯХ И УБЫТКАХ	2 018	2 019	2 020	2 021	2 022	Итого
Выручка (без НДС)	985 000	3 180 000	3 400 000	3 600 000	3 800 000	14 965 000
материалы, комплектующие, товары	395 000	1 272 000	1 360 000	1 440 000	1 520 000	5 987 000
ВАЛОВАЯ ПРИБЫЛЬ	590 000	1 908 000	2 040 000	2 160 000	2 280 000	8 978 000
Зарплата	200 000	600 000	620 000	630 000	650 000	2 700 000
Общие издержки:	20 000	80 000	89 000	100 000	109 000	398 000
административные и офисные издержки	5 000	20 000	22 000	25 000	27 000	99 000
маркетинговые издержки	10 000	40 000	45 000	50 000	55 000	200 000
прочие расходы	5 000	20 000	22 000	25 000	27 000	99 000
ОПЕРАЦИОННАЯ ПРИБЫЛЬ	370 000	1 228 000	1 331 000	1 430 000	1 521 000	5 880 000
Амортизация	275 114	275 114	275 114	275 114	275 114	1 375 570
ПРИБЫЛЬ ДО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ	94 886	952 886	1 055 886	1 154 886	1 245 886	4 504 430
Налог на прибыль	29 550	95 400	102 000	108 000	114 000	448 950
ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ	65 336	857 486	953 886	1 046 886	1 131 886	4 055 480

81. БЛАГОУСТРОЙСТВО ГОРОДА И ОБЛАСТИ

Концепция проекта. Концепция проекта предусматривает создание предприятия по услугам благоустройства улиц города и области, что являются одними из самых востребованных в современных городах. Темпы урбанизации страны растут с каждым годом, а вместе с этим растут и потребности по уборке как внутреннего, так внешнего интерьера заданий и построек, а также жилых зданий.

Уровень благоустройства городов Западно-Казахстанской области, прежде всего, определяет комфортность проживания жителей города. Чистота любого поселения определяет также уровень проживания и культуры населения и работы властей области.

Основными исполнителями являются структуры Департамента жилищно-коммунального хозяйства и благоустройства области, однако в настоящее время мощности хозяйства не позволяют полностью облагораживать улицы города, в частности обрезку деревьев и покос газонов, планы не выполняются, в связи с чем часто выставляется конкурс среди частных предпринимателей на предмет покоса травы и газонов. Так в прошлом году при объявлении конкурса ни одна компания не изъявила желание выполнить заказ государства, так как таких компаний в Западно-Казахстанской области не имеются.

Данный проект нацелен на создание компании, которая бы предоставляла услуги по благоустройству в г. Уральск и области. А именно: услуги по коске травы, газонов, распилов сухих веток и больных деревьев. Целесообразность его реализации подтверждается все большим спросом на такие услуги в связи со следующими причинами:

- рост населения города;
- ростом строительства коммерческих и торговых площадей;
- рост строительства жилых зданий и коттеджных поселков;
- нехваткой мощностей по вывозу мусора;
- желанием властей и жителей обеспечить чистоту своих домов, улиц, скверов и площадей, а также прибрежных зон отдыха.

Целями деятельности предприятия будут

- получение высококачественной, конкурентоспособной продукции для реализации на внутреннем рынке;
- бесперебойное обеспечение услугами по благоустройству улиц, газонов населения ЗКО;
- извлечение прибыли от результатов производства;
- организация и предоставление новых рабочих мест на производствах предприятия для жителей, решение их социальных вопросов.

Общие инвестиционные затраты по проекту включают в себя:

Расходы, тыс.тг.	2 018
Инвестиции в основной капитал	3000,0
Оборотный капитал	0
Всего	3000,0

Финансирование проекта планируется осуществить за счет грантового финансирования, а также за счет собственных средств в размере 10% от запрашиваемой суммы гранта (по условиям программы).

Источники финансирования	2 018
Собственные средства	300,0
Грант	2 700,0
Всего	3 000,0

Перечень необходимого оборудования для компании (тыс.тенге):

Наименование	Марка, фирма	Кол-во	Цена	Стоимость
Травокосилка		8	240,0	1920,0
Бензопила		3	170,0	510,0
Точильный станок		1	120,0	120,0
Полный комплект спецодежды		9	50,0	450,0
Итого:				3000,0

Описание продукта (услуги).

Схема коммерческой деятельности предприятия:



- Оказание услуг по среди частных лиц ЗКО (покос травы и газонов, спил сухих деревьев и деревьев, мешающих инфраструктуре города и области).

- Реализация государственного заказа по услугам благоустройства города и области.

Косьба травы и газонов – это одна из самых трудоемких, но необходимых процедур в весенне-летний период в городе. Поэтому услуги по покосу травы весьма востребованы в Уральске. Газоны возле офисов, лужайки в парках, приусадебные участки трудно себе представить без ухоженной зеленой травы. Впрочем, для того чтобы газон выглядел безупречно, его надо своевременно подстригать.

Что входит в услугу «косьба травы»

На первый взгляд может показаться, что при наличии газонокосилки с покосом травы может справиться любой человек. На самом деле все обстоит гораздо сложнее: создание аккуратного газона требует определенных навыков и знаний. Под услугой покос травы подразумевается – выкашивание газонов при помощи соответствующей техники подстригание газонов в труднодоступных местах, где стандартное оборудование бессильно, уборку скошенной травы.



Развитие системы благоустройства города будет продолжено в направлении повышения качества работ, внедрения достижений высоких технологий, совершенствования организационных форм обслуживания жилого фонда в целом.

Спил деревьев – методы проведения работ.

Удалять деревья, строго следуя национальному законодательству и соблюдая меры предосторожности.

Почему необходимо производить спил сухого дерева?

Ниже перечислены основные причины, по которым необходимо заказать профессиональные услуги удаления аварийных деревьев незамедлительно:

1. Высокий риск падения веток. Хрупкость и повышенная ломкость веток деревьев – это основной фактор повреждений коммуникаций и строений, которые могут иметь место при усилении ветра. Если вовремя не спилить ветки сухих деревьев, они могут стать причиной случайных травм людей и животных.

2. Превращение растения в «аварийный» сухостой. С течением времени процессы засыхания только прогрессируют.

руют, что на фоне гниения и разрушения корневища усугубляет ситуацию. Как известно, дерево, которое находится в аварийном состоянии, требует особого внимания. Стоимость спила «аварийных» деревьев в силу сложности работ всегда выше. Поэтому, вовремя обратившись в нашу компанию, вы сможете сэкономить время и деньги.

3. Пожароопасность. Под воздействием высоких температур в летнее время сухое дерево может самостоятельно возгораться. Если сухостой находится в посадке, лесу или около жилых домов, он может стать причиной крупномасштабного пожара.

4. Источник эпидемии. Если гибели дерева предшествовало его поражение короедом, даже после засыхания такое растение остается источником распространения эпидемии.

5. Эстетическая непривлекательность. Засохшее дерево в окружении зеленых и цветущих растений выглядит не презентабельно. Если привлекательность вашего участка, леса или парка играет для вас большое значение, то спил деревьев специалистами нашей компании поможет обеспечить красоту зеленых насаждений.



В зависимости от того, в каком состоянии находится сухостой, учитывая его габариты и месторасположение, специалисты нашей компании принимают решения по выбору способа его удаления.

Профессиональный спил может быть произведен следующими способами:

1. Валка дерева целиком. Этот способ выбирают для удаления растительности в местах, где свободному падению дерева не мешают стоящие рядом здания и коммуникации. Наши работники производят анализ местности и оценят возможность проведения работ этим методом.

2. Валка дерева целиком с применением оттяжки. Удаление сухостоя таким способом предусматривает использование оттяжек. Это дает возможность контролировать падение дерева и направлять его в нужную сторону. Перед проведением такой валки с целью обеспечения безопасности рекомендуют отпилить ветви.

3. Спил дерева частями со сбросом вниз. Работник производит отпиливание фрагментов ствола и производит их сброс вниз. Для того чтобы уменьшить наносимый газону урон, нашими сотрудниками используется настил из специальной ткани и фанеры.

4. Удаление дерева частями с завешиванием фрагментов на стволе. Используя этот метод спила, сухие деревья можно убрать с участка максимально аккуратно. В результате проведения работ удастся обеспечить полную безопасность имущества, коммуникаций и соседних растений. Процесс удаления деревьев целиком с завешиванием фрагментов на стволе требует наличия специального опыта и навыков.

Окончательное формирование цены услуг зависит от габаритов, которые имеют деревья; месторасположения участка (округ города); степени аварийности растения; необходимости предоставления дополнительных услуг.

Компания может вывезти спиленное дерево с участка, произвести удаление корня из почвы или заготовить дрова. Чтобы не нанести себе увечий и не повредить строения и коммуникации, доверьте процесс профессионалам. Только опыт и квалификация позволят определить потенциальную опасность проведения работ. Необходимо использовать профессиональное снаряжение и оборудование и отработанную годами технологию. Возможно удаление деревьев в труднодоступных местах, в условиях тесноты, при наличии вблизи строений, линий электропередач и т.п.

Основное преимущество использования создаваемого предприятия оперативность и, что самое главное, возможность работать в труднодоступных местах, например, на дачных участках, где зачастую использовать автовышку невозможно из-за затрудненности подъезда непосредственно к дереву. Часто нам приходится удалять деревья среди жилых строений и даже деревья, растущие сквозь дом. В естественных условиях, где невозможно подогнать технику, использование профессионализма – единственный выход.



Специальные технологии позволяют удалять даже такие опасные деревья, на которые нельзя залезать и которые нельзя ронять.

На момент разработки настоящего бизнес-плана проект находится на этапе поиска финансирования. Найденны поставщики оборудования, проводятся переговоры с городскими властями, различными КСК,

организациями и частными лицами г.Уральск и области.

Маркетинговый план. Основные и потенциальные конкуренты.

Согласно информации ЖКХ и ДЭП города и области конкуренты в данной области профессиональных услуг по косью травы и валке сухих деревьев отсутствуют. Открываемая компания будет являться «дополнительным направлением» в помощь ДЭП ЗКО, так как согласно информации ЖКХ г. Уральск, ДЭП ЗКО выполняет заказ по услугам покоса травы и газонов лишь на 40% (траву поперечных улиц вообще не успевают покосить, хотя деньги выделяются), что затрудняет выполнение плана по благоустройству улиц города.

Сравнительные цены по аналогичным услугам в ДЭП ЗКО.

Валка сухостойных и аварийных деревьев на 1 куб. метр

Наименование	Объем работы за 1 час, куб.м	Количество куб. метр в день (среднее)	Цена реализации за 1 куб.м (тг) ИП		Цена реализации за 1 куб.м (тг) ДЭП ЗКО	Отклонение
Валка сухостойных и аварийных деревьев	2	16	15 000	18 335		3 335

Косьба перестойных естественных травостоев, бурьянов, мелкой поросли до 0,5 см механизированным способом на 100 кв.м

Наименование	Площадь за час работы, кв.м	Количество кв.м в день (среднее)	Цена реализации за 1 кв.м	Цена реализации за 1 кв.м (тг) ДЭП ЗКО	Отклонение
Косьба перестойных естественных травостоев, бурьянов, мелкой поросли	150	1 200	1 300	1 700	400

Стратегия маркетинга. Целью маркетинга является создание условий для работы отрасли. В целях продвижения товара на рынке планируется провести широкую рекламную кампанию через средства массовой информации. Будут даны рекламные объявления в местных газетах, реклама на радио. Также будут изготовлены листовки для информации КСК. Формирование спроса и стимулирование сбыта планируется исходя из следующих моментов:

- Относительно низкий уровень цен по сравнению с ДЭП ЗКО.
- Современное оборудование.
- Реализация программ по стимулированию спроса.
- Участие в государственных закупках по косьбе травы и газона, валке сухих и больных деревьев.

Техническое планирование. Техника и инвентарь.

Для начала работ необходим закуп профессионального качественного оборудования. Планируется закуп у компании подрядчика, который поставляет оборудование ДЭП ЗКО, договор-намерение имеется. Техника и инвентарь будет храниться в гараже, на собственном участке у индивидуального предпринимателя. Планируется привлечение бригады из 8 человек.

Таблица - Перечень необходимого оборудования для компании (тыс.тенге).

Наименование	Марка, фирма	Кол-во	Цена	Стоимость
Травокосилка		8	240,0	1 920,0
Бензопила		3	170,0	510,0
Точильный станок		1	120,0	120,0
Полный комплект спецодежды:		9	50,0	450,0
Итого:				3 000,0

Общая стоимость оборудования составит 3 000,0 тыс.тг.

Программа производства.

Расход на технологический процесс услуг по спилу деревьев и покосу травы и газонов.

Переменные расходы на материалы и топливо 1-го часа работы (150 кв.метров или 1,5 сотки). Косьба перестойных естественных травостоев, бурьянов, мелкой поросли до 0,5 см механизированным способом на 100 кв. м.

№	Наименование	Количество единиц измерения	Стоимость един. изм (тг.)	Сумма (тг)
1	Бензин	0,5 литра	140	70
2	Присадка масла	0,02 литра	2500	50
3	Леска	0,5 метр	400	200
	Итого			320

Таким образом, расход материалов одного часа (150 кв.м) работы составляет 320 тенге.

Переменные расходы на материалы и топливо 1-го часа работы (1 куб. метр). Валка сухостойных и аварийных деревьев на 1 куб. метр.

№	Наименование	Количество единиц измерения	Стоимость един. изм (тг.)	Сумма (тг)
1	Бензин	2 литра	140	280
2	Присадка масла	0,1 литра	2500	250
	Итого			530

Затраты на валку сухостойных и аварийных деревьев на 1 куб. метр составляет 530 тенге.

Планируемая программа продаж услуг в месяц (тыс.тг).

Валка сухостойных и аварийных деревьев на 1 куб. метр.

Наименование	Объем работы за 1 час, куб.м	Количество работников, чел	Количество куб. метр в день (среднее)	Цена реализации за 1 куб. м	Выручка в день	Итого Выручка, (месяц)
Валка сухостойных и аварийных деревьев	2	8	16	15,0	240,0	2 400,0
Итого						2 400,0

Косьба перестойных естественных травостоев, бурьянов, мелкой поросли до 0,5 см механизированным способом на 100 кв.м.

Наименование	Площадь за час работы, кв.м	Количество работников, чел	Количество кв.м в день (среднее)	Цена реализации за 1 кв.м	Выручка в день	Итого Выручка, (месяц)
Косьба перестойных естественных травостоев, бурьянов, мелкой поросли	150	8	1200	1,3	124,8	1248,0
Итого						1248,0

При составлении прогнозов выручки использовалась минимальная загрузка мощностей предприятия, а также минимальное количество заказов, в реальности заказы превышают от 5 до 10 раз. Общая выручка от предоставления услуг

составляет 3648,0 тыс. тг. в месяц.

Организация, управление и персонал. Общее руководство предприятием осуществляет индивидуальный предприниматель. Индивидуальный предприниматель подробно изучил работу по услугам, имеет большой опыт работы бригадира по валке сухостойных и больных деревьев и покосу травы. Он будет координировать работу работников (8 человек).

Затраты на персонал предусматривается оклад в размере 80 тыс. тг в месяц (две бригады по 4 человека).

№	Должность	Кол-во, чел.	Оплата труда,
1.	Рабочие	8	640,0

Общие и административные расходы предприятия в месяц (тыс. тг).

Затраты	2018	2019	2020
ФОТ (сдельная, за час работы)	640,0	1000,0	1000,0
Перчатки, респираторы	20,0	30,0	30,0
Реклама	50,0	50,0	50,0
Итого	710,0	1080,0	1080,0

Переменные затраты в месяц, год.

Наименование услуги	Затраты в месяц	2018	2019	2020
Косьба перестойных естественных травостоев, бурьянов, мелкой поросли	1 248,0	9 984,0	14 976,0	14 976,0
Валка сухостойных и аварийных деревьев	2 400,0	19 200,0	28 800,0	28 800,0
Итого	3 648,0	29 184,0	43 776,0	43 776,0

Финансовый план. Анализ денежного потока показывает его положительную динамику по годам проекта.

Расчет сделан в 2017 году за восемь месяцев, в 2018-19 годах за двенадцать, с учетом работы косьба травы в весенне-летне-осенний период, спил деревьев круглогодично.

Прогноз отчет о доходах и расходах.

Наименование	2018									2019	2020
	5	6	7	8	9	10	11	12	Итого	Итого	Итого
Доход от реализации продукции	3 648	3 648	3 648	3 648	3 648	3 648	3 648	3 648	29 184	43 776	43 776
выручка	3 648	3 648	3 648	3 648	3 648	3 648	3 648	3 648	29 184	43 776	43 776
Себестоимость реализ. продукции	722	722	722	722	722	722	722	722	5 779,0	8664,0	8664,0
Прямые затраты	12	12	12	12	12	12	12	12	99	148	148
Косвенные затраты	710	710	710	710	710	710	710	710	5 680,0	12 960	12 960
Валовая прибыль	3 636	3 636	3 636	3 636	3 636	3 636	3 636	3 636	29 085	43 628	43 628
Доход до налогов	3 636	3 636	3 636	3 636	3 636	3 636	3 636	3 636	29 085	43 628	43 628
КПН,10%	365	365	365	365	365	365	365	365	2 920	4 380	4 380
Чистая прибыль	2561,0	2561,0	2561,0	2561,0	2561,0	2561,0	2561,0	2561,0	20488,0	30732,0	30732,0
Кумулятивная чистая прибыль	2561,0	5122,0	7683,0	10244,0	12805,0	13366,0	15927,0	18488,0			

82. ПРИОБРЕТЕНИЕ ВЕНДИНГОВОГО ОБОРУДОВАНИЯ МОЛОКОМАТ



Анкета проекта:

Цели инвестиционного проекта: приобретение вендингового оборудования молокомаат.

Стоимость проекта: 79 500 000 тенге.

Срок окупаемости: 1,6 год.

Концепция проекта. Английское слово «vending» подразумевает продажу товаров при помощи торговых автоматов, и подробный перевод этого слова означает «продажа через автомат сигарет, сэндвичей, напитков при помощи денежных средств». Рынок вендинговых услуг в РК проходит ряд положительных изменений. Если раньше через автоматы осуществлялась только торговля растворимым кофе, то сейчас, благодаря технологиям, появились специальные капсулы с молотым зерновым кофе. Вендинговые автоматы стали более усовершенствованными - с их помощью можно даже почистить обувь, не нагибаясь.

Также бывают вендинг-аппараты по продаже свежего молока от производителя. Что же представляет собой автомат по продаже молока?

Молокомат – торговый автомат по продаже свежего молока, по виду напоминающий холодильник с банкнот- или монетоприемником. Схема работы данного вендингового бизнеса проста: разлив молока осуществляется непосредственно производителем в герметичные сменные кеги, объемом от 100 до 300 литров, которые затем устанавливаются в аппараты. В конце дня оставшееся молоко сливается, и в дальнейшем используется для производства кисломолочной продукции. Кеги снимаются, промываются специальным составом, чтобы завтра снова наполниться свежим, натуральным молоком повышенной жирности.

Именно таким направлением бизнеса будет заниматься наш Инициатор проекта. Для осуществления реализации нашего бизнеса, необходимо закупить вендинговые аппараты. Закуп планируется осуществить за счет кредитных средств.

Предположительно условия кредитования будут следующими:

№	Наименование	Стоимость, тенге
1	Оборудование (15шт.)	79 500 000
2	Собственные средства	26 500 000
3	Кредитные средства	53 000 000
Итого:		79 500 000

Описание услуги. Целью проекта является продажа свежего молока (путем разлива в тару аппарата) через торговые автоматы, расположенные при входе в магазины, в самих магазинах, возле торговых центров, подъездов жилых домов, в спальных и жилых кварталах, или в другом удобном месте, где есть возможность установить автомат и есть потребность в свежем молоке.



Привлекательность данного проекта заключается в современной культуре продажи молока через автоматы нового поколения, имеющие привлекательный дизайн и продающие молоко 24 часа в сутки без продавца.

Принцип ценообразования основывается на затратном методе с учетом средних величин, кроме того, Инициатор ориентируется на ситуацию на рынке, учитывая цены конкурентов.

Производительность одного вендингового аппарата по продаже молока

Продукция	Цена реализации (тг) за 1 литр	Себестоимость, (тг) за 1 литр	Планируемое реализация кол-во в месяц (в литрах)
Молоко	250	100	2 500-6 500

План объема продаж (15 аппаратов)

Период продаж:	1-3 месяца	4-6 месяцев	7-9 месяцев	10-12 месяцев
Количество проданного товара (в месяц)	25 000 литров	30 000 литров	35 000 литров	40 000 литров
Период продаж:	13-15 месяцев	16-18 месяцев	19-21 месяцев	22-24 месяцев
Количество проданного товара (в месяц)	45 000 литров	50 000 литров	55 000 литров	60 000 литров



Основные средства. В рамках осуществления данного проекта, потребуется приобрести необходимое оборудование.

Список необходимого оборудования: аппараты по продаже свежего молока – 15 шт., стоимость одного оборудования 5 300 000 тенге, общая сумма – 79 500 000 тг. Необходимая сумма для приобретения оборудования составляет 79 500 000 тенге.

Описание оборудования по продаже молока (молокомат)

Технические характеристики оборудования
Габариты: 900 х 700 х 1935 мм
Питание: 230В/50Гц
Мощность: 550 Вт
Вместимость: 1 картридж на 230 л
Платежная система: с выдачей сдачи

Схема работы данного вендингового бизнеса проста: разлив молока осуществляется непосредственно производителем в герметичные сменные кеги, объемом от 100 до 300 литров, которые затем устанавливаются в аппараты. В конце дня оставшееся молоко сливается, и в дальнейшем используется для производства кисломолочной продукции. Кеги снимаются, промываются специальным составом, чтобы завтра снова наполниться свежим, натуральным молоком повышенной жирности.

Единственная операция, которой традиционно подвергается молоко, перед отправкой покупателю – гомогенизация. Это способ механической обработки, при которой жировые частицы разбиваются на почти неуловимые частицы, с трудом различимые даже при сильном увеличении микроскопа. Гомогенизация препятствует отстаиванию молока, формированию слоя жира на его поверхности, и предупреждает забивку труб подачи молокомата.

Чтобы запустить проект по продаже молока через молокомат, необходимо найти наиболее подходящее место для установки этого оборудования, и подключить его к электросети. Молокоматы могут устанавливаться как внутри помещений, так и снаружи. Они оснащаются охлаждающими системами, которые поддерживают температуру молока 40С. В таких условиях оно хранится максимально долго – до 72 часов.

Главная заслуга молокоматов для бизнеса – возможность сократить цепочку посредников между производителем и конечным покупателем в виде перерабатывающих заводов и комбинатов. «Молоко – готовый к употреблению продукт», – уверены фермеры, а, значит, зачем покупателю оплачивать пастеризацию или стерилизацию, а производителям соглашаться на демпинговые расценки заводов-заготовителей?!

Именно по этой причине и были созданы первые вендинговые аппараты по продаже молока в начале 2000-х в Швейцарии. Сегодня по всей Европе установлено не менее 6 тысяч торговых автоматов по продаже молока, а во всем мире их насчитывается около 10 тысяч.

Обслуживание минимальное: фактически оно сводится к регулярной промывке кег. Вендинговые аппараты нового поколения комплектуются современными купюро- и монетоприемниками, контроль за работой облегчают технологии GSM. С помощью программируемых функций можно в удаленном доступе получать информацию о срабатывании датчиков (засора, удара), о необходимости инкассации, блокировки автомата, проанализировать статистику продаж.

Маркетинговый план. Анализ рынка.

Рынок аппаратов по продаже свежего молока.

Рынок свежего молока считается перспективным, спрос на нее постоянно растет. Вендинговые автоматы претендуют на существенную долю этой ниши, так как снижают себестоимость литра в 3 раза.

Вендинговый автомат по продаже молока имеет все шансы к тому, чтобы составить серьезную конкуренцию продажам ее в пастеризованных упаковках. По данным маркетинговых исследований, свежее молоко приобретает каждый 5-ый покупатель продовольственного рынка зимой, и каждый 3-ий – летом. Чем оно свежее, натуральнее и доступнее, тем лучше для потребителя.

Сегодня рынок молока является одним из самых быстрорастущих потребительских рынков в Казахстане. Эксперты констатируют, что снижение качества натуральности молока является одним из основных факторов роста потребления упакованного пастеризованного молока. В Казахстане появились аппараты по продаже молока – молокоматы, которые продают непастеризованное, непастеризованное свежее молоко. Оно значительно дешевле магазинного, так как не проходит дополнительную обработку и не фасуется в специальную тару. По стоимости молоко из молокомата значительно дешевле, чем в супермаркете.

Если, к примеру, литр молока в магазинах в регионах стоит 400-500 тенге, то в молокомате можно установить цену 200-250 тенге за литр в зависимости от стоимости молока в конкретном регионе. Соответственно, потребители выбирают молоко из молокомата – более полезный и дешевый продукт. Купить его можно в любое время – автоматы, продающие молоко на розлив, работают круглосуточно, без перерыва на обед и без выходных. Этот вид бизнеса еще не достаточно раскручен, поэтому перспективы у него есть, для реализации этого проекта с нуля потребуются стартовый капитал, который можно довольно быстро окупить, если установить один или несколько таких автоматов в наиболее проходных местах.

Формирование цены на молоко в Казахстане.

Одним из важных пунктов при выборе молока, как и любого другого продукта, является его качество и цена.

На сегодняшний день на прилавках отечественных супермаркетов представлен широкий ассортимент молочных продуктов из Казахстана, Беларуси, России, Кыргызстана, Туркменистана и Украины. Средний ценовой диапазон на питьевое молоко составляет около 250 тенге за литр.

Как пояснили LS в Raimbek Agro, основными составляющими себестоимости производства молочных продуктов в сельхозформированиях являются: корма – 8-29%, зарплата – 5-15%, топливо и энергия – 2-7 %, запчасти и ремонт оборудования – 0,4-2,5 % в зависимости от размера и оснащенности фермы. Структура себестоимости производства готовой молочной продукции значительно колеблется в зависимости от вида используемой технологии.

«Так, при производстве упакованного жидкого молока в структуре себестоимости затраты могут колебаться следующим образом: сырье – 10-25 %, упаковочный материал 10-25%, зарплата – 5-10%, маркетинг 2-20%», – уточняют профессиональные участники рынка.

В производстве пакетированного молока, по данным компании, в настоящее время используются две основные технологии: пастеризация и ультрапастеризация. Это различные технологии термической обработки сырого молока.

Различие процессов заключается в температуре и технологии термической обработки: при пастеризации температура гораздо ниже, чем при ультрапастеризации. Соответственно, это влияет на сроки хранения — пастеризованное молоко может храниться месяц, ультрапастеризованное более полугода.

Ультрапастеризация считается наиболее современным и технологичным способом обработки молока: его нагревают на несколько секунд до температуры 135-144°C и сразу же охлаждают, а затем в стерильных условиях разливают в пакеты. При этом обезвреживаются вредоносные бактерии, присутствующие в сыром молоке, ведь это продукт животного происхождения, и сохраняются все полезные вещества: белки и углеводы, уточняют в Raimbek Agro.

Кроме того, для производства УНТ-молока (ультрапастеризованного молока) требуется молоко с устойчивым белком, то есть используется сырье только первого класса, с минимальным бактериальным обсеменением, в то время как для производства молока короткого срока хранения подойдет молоко сортом ниже».

Согласно данным комитета по статистике, за 11 месяцев текущего года в Казахстане надоеено 4 828,7 тыс. тонн молока, что на 2,3% больше, чем за аналогичный период 2014 года, при увеличении поголовья крупнорогатого скота на 8,2%.

В Raimbek Agro отмечают, что по указанным данным трудно судить о тенденциях на отечественном молочном рынке. Так как непонятно, почему при росте надоев молока уменьшилось производство молочной продукции. В компании предполагают, что часть сырья уходила на экспорт.

Выгодное расположение бизнеса. Наиболее целесообразным кажется установка вендинговых аппаратов по продаже молока там, где наблюдается наибольшая проходимость потенциальных покупателей:

- в торговых центрах и продуктовых магазинах;
- в холлах санаториев и больниц;
- у подземных переходов и станций метро;
- на центральных улицах спальных районов;
- на остановках общественного транспорта;
- в детских развлекательных центрах и кафе;
- на продуктовых рынках;
- в крупных фитнес-клубах

Организационный план.

Одним из плюсов данного вида деятельности является наличие небольшого количества персонала. Технический работник будет при необходимости осуществлять выемки наличности, закладки продуктов и оперативное устранение неполадок, управлять процессом. Инициатор проекта будет вести бухгалтерию и договариваться об установке новых аппаратов.

Расходы по техническому работнику составляют 150 000 тенге в месяц.

Финансовый план. Эксплуатационные расходы.

Ниже приведены ежемесячные расходы на содержание вендинговых аппаратов.

№	Наименование затрат	Цена в месяц, тенге
1	Персонал (2 сотрудник)	300 000
2	аренда помещения (15точек)	750 000
3	Реклама	100 000
4	Транспортные затраты	300 000
	Итого	1 450 000

Отчёт о прибылях и убытках.

	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Выручка	10 392 857	18 300 000	23 250 000	23 400 000	23 400 000	1 950 000
Материалы и комплектующие	3 464 286	6 100 000	7 750 000	7 800 000	7 800 000	650 000
Валовая прибыль	6 928 571	12 200 000	15 500 000	15 600 000	15 600 000	1 300 000
Общехозяйственные и коммерческие расходы	3 300 000	3 600 000	3 600 000	3 600 000	3 600 000	300 000
Амортизация	250 000	300 000	300 000	300 000	300 000	25 000
Расходы на заработную плату	1 875 650	2 042 900	2 042 900	2 042 900	2 042 900	174 750
Финансовые расходы	136 250	130 500	94 500	58 500	22 500	250
Прибыль до налога на прибыль	1 366 671	6 126 600	9 462 600	9 598 600	9 634 600	800 000
Прибыль с учетом убытков прошлых периодов	295 250	698 250	801 250	804 250	807 250	800 000
Налог на прибыль	41 000	183 798	283 878	287 958	289 038	24 000
Чистая прибыль	1 325 671	5 942 802	9 178 722	9 310 642	9 345 562	776 000

83. СОЗДАНИЕ ПРОДУКТОВ ПО ДОПОЛНЕННОЙ РЕАЛЬНОСТИ**Анкета проекта:**

Цели инвестиционного проекта: создание продуктов по дополненной реальности.

Стоимость проекта: 3 980 245 тенге.

Срок окупаемости: 1 год.

Концепция проекта. Настоящий проект предусматривает открытие нового направления с использованием высоких технологий, которое предоставляет новые возможности в изучении наук, частности школьных предметов биологии, истории и т.д. Развитие данного направления предусматривает создание макетов строений в архитектуре и будут интересны не только строительным компаниям, а также частным лицам, занимающимся строительством домов. Также есть масса возможностей при использовании вышеуказанного направления.

Концепция нашего проекта предусматривает создание продуктов по дополненной реальности. Внедрение технологий в образование, при изучении школьных предметов, также в строительстве и других сферах.

Данный спектр услуг будет предложен работодателям сферы образования и науки, специалистам в области проектирования строительства, сотрудникам медицинских учреждений, а также и физическим лицам, заинтересованным в обучении, и по желанию они могут выбрать, что именно нужно им и их детям.

В настоящее время в эпоху постоянного усовершенствования технологических процессов важно идти в ногу со временем, зачастую не успеваем внедрять в и применять высокие технологии. Не секрет, что по внедрению инноваций в деятельность наша страна отстает на многие годы. Необходимо устранять имеющиеся пробелы, чтобы быть конкурентоспособными на рынке.

Сейчас все больше появляется технологических разработок и программных решений для образовательных проектов, и дети с самого раннего возраста начинают работать с компьютером.

Возможность использования яркой запоминающейся визуализации при объяснении сложных тем, а кроме того предоставлять детям возможность самим использовать технологии будущего – это ли не находка для педагога? Разумное применение дополненной реальности в общем или дополнительном образовании на уроке может иметь очень высокий коэффициент полезного действия.

Дополненная реальность позволяет создавать невероятные образовательные проекты по сценариям, которые физически невозможно реализовать в реальной жизни.

Целями деятельности является введение технологий дополненной реальности в активное использование в образовании, при изучении медицины, составление макетов строений и т.д.

Данные технология позволяет показать в динамике, как изменялись границы стран во времени, поверх непонятной схемы в учебнике появится наглядное видео, а сложный опыт, который невозможно провести в школе, можно будет провести в реальном времени своими руками и совершенно безопасно.

Целевой группой потребителей продуктов компании являются предприятия и организации города и области, республики образования, науки, имеющие возможность и намерение развивать и повышать квалификацию, специалисты, изучающие науку, технологии, проектирование разных направлений.

С экономической точки зрения проект будет благодаря внедрению новых технологий позволит получать стабильный доход, способствовать оказанию качественных услуг в области высоких технологий профессионального образования; удовлетворять спрос организаций и предприятий, частных лиц в услугах по дополненной реальности, как современного направление в развитии технологий.

Общие инвестиционные затраты по проекту включают в себя:

Источник финансирования, тенге.	Сумма	Доля
грант	3 980 245	100%
Всего	3 980 245	100%

Инвестиции проекта, тенге

Расходы, тг.	стоимость
Инвестиции в основной капитал	1 635 245
Оборотный капитал	2 345 000
Всего	3 980 245

Так в данном направлении постоянно ведется работа и осуществляется продажа продуктов по данной технологии, имеются в наличии в собственности:

- Компьютеры Windows PC (2шт) и iMac (1шт).
- Игровой движок Unity 5 для Windows.
- Интернет-магазин Play Market.
- Графический редакторы Adobe After effects, Photoshop, Premiere Pro, Illustrator, Autodesk 3ds max.

Описание продукта. Дополненная реальность (augmentedreality, AR) – это технология, которая позволяет человеку на экране смартфона, планшета или компьютера видеть реальный окружающий мир, дополненный любой контекстной информацией: справочными сведениями, видео, аудио или 3D-моделью. Использовать проекты с дополненной реальностью очень просто. Нужно навести камеру мобильного устройства на объект и дождаться появления на экране текстовых комментариев, фото, видео или всего вместе.

Технология дополненной реальности уже несколько лет активно и эффективно используется в образовании в странах дальнего зарубежья. Дополненная реальность – Школа будущего! Представьте, какими увлекательными становятся школьные уроки: карта на стене «оживет» и покажет в динамике, как изменялись границы стран во времени, поверх непонятной схемы в учебнике появится наглядное видео, а сложный опыт, который невозможно провести в школе, можно будет провести в реальном времени своими руками и совершенно безопасно. Для всего этого нужна дополненная реальность.

Мы предлагаем использовать технологию в образовательном процессе максимально эффективно и с максимальной эффективностью. Сейчас все больше появляется технологических разработок и программных решений для образовательных проектов, и дети с самого раннего возраста начинают работать с компьютером. Возможность использования яркой запоминающейся визуализации при объяснении сложных тем, а кроме того предоставлять детям возможность самим использовать технологии будущего – это ли не находка для педагога? Разумеется, не нужно превращать каждый урок в шоу – никто не отменял фундаментальные знания и традиционные форматы обучения. Но разумное применение дополненной реальности в общем или дополнительном образовании на уроке может иметь очень высокий КПД (Коэффициент Полезного Действия).

Дополненная реальность позволяет создавать невероятные образовательные проекты по сценариям, которые физически невозможно реализовать в реальной жизни. С ее помощью можно взять в руки крошечный атом или же, наоборот, гигантскую планету. Она помогает постигать абстрактные понятия, такие как геометрические трехмерные формы, моделировать законы физики, визуализировать сложные химические эксперименты и многое другое. Дополненная реальность дает возможность перемещать, вращать, масштабировать 3D модели буквально руками, рассматривать их под любыми углами, соединять и разъединять виртуальные объекты и изучать полученные результаты.

Она исключительно полезна при развитии пространственного мышления.

Маркетинговый план. Преимущества продукта/услуги: каждая технология имеет свои преимущества и недостатки. Если говорить о дополненной реальности, то она позволяет значительно расширить возможности образовательного процесса. Детям нравится усваивать новую информацию в такой наглядной форме.

Сейчас многие школы практикуют размещение различного интерактивного оборудования. Но для оснащения каждой школой интерактивным комплексом требуются большие вложения. Роль такого дорогостоящего макета, интерактивной доски может выполнять смартфон или планшет. Достоинства методики: экономичность; обучает, развлекает; обеспечивает взаимодействие ученика с объектом на интуитивном уровне; позволяет предоставить информацию здесь и сейчас, для просмотра не требуется специальных навыков и знаний; показывает то, что нельзя показать привычными способами; дает легко изменять размер и текстуры объекта через интерфейс приложения; позволяет примерять виртуальные объекты к реальному окружению не выходя из класса

Основные и потенциальные конкуренты. Данный вид технологии активно и повсеместно используется в странах с развитыми технологиями, как образовании, архитектуре, кинематографии, медицине и др. В настоящее время конкуренты по разработке дополненной реальности в регионах Казахстана отсутствуют. В России программами по дополненной реальности занимаются такие фирмы, как PlayDisplay, ARProduction, Eligovision. Однако, опыт широкого и массового использования в сфере образования отсутствует или развит слабо, чаще встречается в медицине и строительстве.

Стратегия маркетинга. В целях долгосрочного выживания, к вопросу продвижения центра нужно подойти творчески, а само продвижение необходимо осуществлять постоянно. Хороший координатор должен уметь описать все преи-

мущества и недостатки различных курсов и средств передачи информации. Это важный маркетинговый аспект работы координатора, один из способов выявления и привлечения новых клиентов, а также повод для закупки новых программ с целью удовлетворения потребностей.

Для организации разработки и реализации ДР будет применено несколько стратегий:

- стратегия сегментирования, которая позволит выяснить, сколько и какие сегменты рынка необходимо охватить при реализации ДР;
- стратегия развития и продвижения продуктов ДР, которая предполагает решение задач роста за счет привлечения заинтересованных структур (наука, образование, строительство);
- стратегия инноваций, которая предполагает создание новых услуг.

Продвижение услуг на рынок предполагает совокупность различных видов деятельности по доведению информации о достоинствах предлагаемых услуг до потенциальных клиентов и их стимулирование.

Методы продвижения услуг предприятия на рынок включают рекламную деятельность, стимулирование сбыта, связи с общественностью, персональные услуги.

Необходимо отметить, что реклама очень тесно связана с процессом установления имиджа учебного центра. Целями проведения рекламы являются информирование потенциальных клиентов об открытии нового учебного центра, формирование у них положительного мнения о центре, а также привлечение большого числа клиентов. Большая часть продукция будет продвигаться через интернет-магазин (заложен в программе проекта) Рекламный бюджет за первое время работы составит около 10 тыс.тг.

Технологический процесс. Технология создания продукта дополненной реальности



Программа производств и реализации в год.

	Наименование	Описание	Себестоимость продукта	Стоимость продаж	Частота продаж	Стоимость продаж в год
1	Разработка приложения дополненной реальности	Приложение разрабатывается один раз на одну сферу (биология, физика, открытка и т.д.)	400 000	700 000	4 в год	2 800 000
2	Учебные плакаты	Иллюстрация учебных макетов	30 000	50 000	20 штук в год	1 000 000
3	Календарь	Интерактивный календарь с 3Д-контентом	1 500	3 000	40 штук в год	1 200 000
4	Раскраска	Образовательные раскраски до школьных и школьных возрастов с ДР (5 стр)	2000	3 500	20 штук год	70 000
5	Открытка	Открытки со скрытым контентом	500 (1 шт)	900 (1 шт)	50 штук в год	45 000
6	Визитка	Интерактивная визитка с видео контентом	30 (1 шт)	80 (1 шт)	300 штук в год	24 000
7	Футболки	Интерактивный футболка с 3Д-контентом	15000	25000	20 штук в год	500 000
8	Ресторанное меню	Интерактивное меню с 3Д и видеоконтентом	70000	150 000	10 в год	1 500 000
9	Детские книжки	Образовательные книги до школьных возрастов с ДР (5 стр)	3000	6 000	15 в год	90 000
10	3D презентации (учебного комплекса)	Презентации в режиме реального времени	400 000 (1 мин)	900 000 (1 мин)	6 в год	5 400 000
	Итого					12 629 000

Цены за создание продуктов дополнительной реальности приняты на уровне ниже среднерыночных для привлечения населения с целью ознакомления продукцией и обеспечения конкурентоспособности.

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

Затраты на реализацию проекта. Оценка инвестиционных затрат представлена в следующей таблице.

Представленные ниже затраты на оборудование могут приобретаться только США (В Казахстане и ближнем зарубежье некоторое оборудование отсутствует). Цены сформированы согласно информации официальных сайтов разработчиков с учетом доставки оборудования.

Инвестиционные затраты

Наименование	Кол-во	Стоимость за 1 ед.	Стоимость всего (в тенге)
- Компьютеры Windows PC (2шт)	2	180 000	360 000
- Игровой движок Unity 5 для iMac	1	495 000	495 000
- Платформа для создания дополненной реальности Vuforia	1	165 000	165 000

- Интернет-магазин AppStore		33 000	33 000
- Сайт-домен		100000	100 000
- Принтер Canon imagePROGRAF iPF6400SE		572 245	572 245
Итого			1 635 245

Эксплуатационные расходы состоят из переменных расходов:

№	Параметр	период	Сумма, тг	Итого расходы в год
1	Игровой движок Unity 5	год	495000	495000
2	Сайт домен	год	50000	50000
3	бумага рулон	месяц	55000	660 000
4	Краска	месяц	40000	480 000
5	бумага А4150гр	месяц	30000	360 000
6	бумага А3 150гр	месяц	20000	240000
7	тех обслуживание оборудования	Полгода 1 раз	30000	60 000
	Итого			2 345 000

Административные расходы.

Общие и административные расходы предприятия в месяц (в тенге)

Затраты		месяц	год
Офис для разработчиков и цех для печатных станков (аренда в месяц)		50 000	600 000
Интернет, услуги связи	Билайн, Казахтелеком	5 000	60 000
Расходы на рекламу		10 000	120 000
Прочие непредвиденные расходы		10 000	120 000
Итого			900 000

Расчет расходов на оплату труда:

Наименование позиции	ФОТ, в тенге в месяц	Всего ФОТ, в год тенге
- 3d модельер и аниматор	100 000	1 200 000
- Программист C# в Unity 5	100 000	1 200 000
- Художник-иллюстратор	100 000	1200 000
- Маркетолог	90 000	1 080 000
Итого		4 680 000

Финансовый план.

Отчет о доходах и расходах

Наименование	2018	2019	2 020
	Итого	Итого	Итого
Доход от реализации продукции	12 629	18 944	18 944
Выручка	12 629	18 944	18 944
Себестоимость реализ. продукции	6 314	10 716	10 716
Прямые затраты	1 564	2 346	2 346
Косвенные затраты	5 580	8 370	8 370
Валовая прибыль	6 315	8 227	8 227
Доход до налогов	6 315	9 472	9 472
Подоходный, соц. налог ИП	379	308	284
Чистая прибыль	5 936	9 164	9 188
Кумулятивная чистая прибыль	5 936	130 663	240 914

84. ОТКРЫТИЕ КОФЕЙНИ



Анкета проекта:

Цели инвестиционного проекта: открытие кофейни.

Стоимость проекта: 16 655 000 тенге.

Срок окупаемости: 2,2 год.

Концепция проекта.

Концепция проекта предусматривает открытие кофейни, абсолютно нового формата: симбиоз кофейни и книжного магазина.

Целью настоящего проекта является:

1. Привлечение инвестиций для развития бизнеса.
2. Обосновать прибыльность и рентабельность инвестиционного проекта.
3. Получение прибыли для дальнейшего увеличения и расширения услуг.
4. Удовлетворение спроса на данные виды услуг.

Проект предполагает приобретение оборудования для кофейни, ремонт помещения и прочих расходов на открытие кофейни-магазина. Сумма необходимых инвестиций – 16 655 000 тенге. Инвестиции планируется привлечь из внешнего источника в виде банковского кредита в размере 16 655 000 тенге.

Инвестиционный план:

№	Наименование	Стоимость, тенге
1	Инвестиции	16 655 000
	Собственные средства	0
	Кредитные средства	16 655 000
	В % соотношении	
	Собственные средства	0
	Кредитные средства	100%
Итого:		16 655 000

Описание услуги.

Кофейня – симбиоз кофейни и заведения формата «workshop café», пришедшего из Америки. Основной продукцией заведения будут кофейные и чайные напитки, десерты, сэндвичи, супы и салаты. Также для любителей деловой литературы, в заведении будет работать книжный магазин. Это место дружеских, романтических и деловых встреч, место, чтобы поработать, поразмышлять, почитать или просто побыть с самим собой. Посетители кофейни – предприниматели, фрилансеры, студенты, офисные работники. Мы хотим создать «третье место», куда люди могут прийти в свободное от работы или домашних забот, время. Для создания комфортной и продуктивной обстановки, для людей, пришедших поработать, в заведении будет быстрый вайфай и около каждого столика будут установлены розетки.

Цены на продукты. В своей политике ценообразования компания нацелена на оптимальное сочетание цены и качества – как приоритетов проекта.

Цена продукции определена на основе расчета, включающего в себя покрытие всех текущих издержек предприятия и процент ожидаемой прибыли.

Показатель	Период	Цена, тг
Средний чек		4 000

Наименование	Продажная цена
Кофейные напитки	500-1 000тг
Чайные напитки	500-800тг
Другие напитки	300-700тг
Сэндвичи	700-1 000тг
Супы	500-700тг
Салаты	700-1 000тг
Десерты	500-1 200тг
Книги в ассортименте	1 500-6 000тг

Сведения о рынке и конкурентах.

Основная конкуренция наблюдается в сегментах fast-food и free-flow, так как данные типы заведений предоставляют наиболее приемлемые условия для основной массы потребителей, основную массу которых составляют государственные служащие с достатком ниже среднего уровня. Объем же данных сегментов от общего объема рынка составил на конец 2014 года более 17 145 043 000 тг/год.

Сегмент fast-food представлен несколькими сетями такими как: KFC – 9 заведений, Hardee's – 3 заведения, Burger King – 7 заведений и «Пицца Блюз» – 3 заведения, McDonalds – 1 заведение.

Средний чек на человека в кофейнях города Астана достаточно сильно колеблется от 600 тг до 10 000 тг и более.

В данном сегменте также присутствуют сетевые заведения такие как: «Мадлен» – 3 заведения, Brïoché – 2 заведения, Бауырсақoff – 4 заведения, «Сладкая Сказка» – 4 заведения.

Сетевой ресторанный бизнес в г. Астана представлен двумя типами заведений. Первый — это сети быстрого питания, и второй – это разноплановые заведения, связанные либо единой торговой маркой либо принадлежащие одной организации.

Сети быстрого питания представлены разными торговыми марками, но одной компанией, например, Americana Group, которая владеет такими торговыми марками как KFC, Hardee's, Pizza Hut и Costa Coffee. Компания QSR представляет Burger King. Таким образом, в Астане есть две крупные компании, которые представляют 4 брэнда быстрого питания и 19 заведений, расположенных по всему городу.

Заведения более высокого уровня представлены следующими компаниями и торговыми марками:

Americana Group также представлена кофейнями Costa Coffee в количестве 4 заведений. Торговая марка Good Project представлена заведениями – «Бархат», Chivas Lounge, Dim Sum, «На Крыше», Kyoto Bar, «Мясо» и «Запой». Торговая марка Assorti представлена 4 заведениями с одноименным названием. Торговая марка Pucha представлена заведениями – «Хива», «Приют бодливой козы», «Бухара», «Эпоха» и загородный дом отдыха «Разгуляй». Торговая марка АВ представ-

лена заведениями – Del para (3 заведения), «Бочонок», «Клава Давай», Augustin и «Дареджани». ТОО «Арка» представлена следующими заведениями – Tre Kronor, «Фархи», «Сатти» и «Изуми Тай». Торговая марка Coffee Boom представлена 3 одноименными заведениями. Российская торговая марка Traveler's Coffee представлена 3 одноименными заведениями. Российская торговая марка «Шоколадница» представлена 2 заведениями. Таким образом, мы имеем 9 ресторанных сетей представленных 39 заведениями разного направления и уровня. На рынке присутствуют 3 республиканских оператора с 14 заведениями и 3 иностранных оператора с 9 заведениями.

Половозрастная принадлежность. Основными клиентами кафе и ресторанов в Астане являются молодые люди в возрасте от 25 до 34 лет и более взрослые, в возрасте от 35 до 44 лет. Они составляют более 53% всех посетителей ресторанов и кафе. Если же смотреть в целом, то за последние 3 месяца примерно 3/5 населения Астаны проводило время в кафе и ресторанах.

Социальный статус. Половина посетителей ресторанов это женатые/замужние люди, 27% холосты/не замужем, 11% живут вместе со своей половиной. Интересно отметить, что мужчины вдовцы, разведенные или живущие в гражданском браке со своей половиной, посещают рестораны значительно реже, чем женщины с аналогичным семейным положением. Но при этом холостых мужчин, посещающих рестораны, на 12% больше, чем не замужних женщин.

Любители провести время в ресторане в большинстве своем состоявшиеся и уверенные в своем материальном благополучии люди. В основном это всевозможные специалисты (23%), квалифицированные рабочие и служащие (34%), занятые ручным трудом. Как показало исследование, 41% посетителей ресторанов имеют среднемесячный личный доход от 50 до 100 тыс. тенге, а их среднемесячный семейный доход равен от 100 тыс. тенге и выше. При этом подавляющее большинство людей (68%), посещавших рестораны в последнее время, тратят на продукты питания в среднем от 30 до 70 тыс. тенге.

Большинство посетителей (52%) имеют стабильное материальное положение, которое не изменялось за последний год. При этом 64% посетителей уверены, что их материальное положение улучшится в ближайшие 12 месяцев. Эти результаты не удивительны, если взглянуть на профиль образования посетителей ресторанов. Более половины (52%) из них имеют высшее или незаконченное высшее образование. Стоит отметить интересный факт, что посетители ресторанов имеющих одно или более высших образования в большинстве своем женщины, а посетители со средним, средне-специальным, неполным средним образованием это в основном мужчины.

Согласно позиционированию кафе «Андерсон», прямыми конкурентами в г. Астана являются кафе и рестораны семейного типа, в которых есть детская комната, доставка еды, которые помимо основной деятельности (предоставления услуг общественного питания) также занимаются производством кондитерских и хлебобулочных изделий и их розничной реализацией.

Маркетинговая стратегия. Маркетинговый процесс мы начнем с активной рекламной кампании, потому что реклама двигатель торговли. Стимулирование сбыта повышает эффективность рекламы и персональной (личной) продажи:

- интернет-сайты: социальные сети, www.slando.kz, www.olx.kz, www.edimdoma.kz, emenu.kz, kura.kz, edok.kz, myspace.kz, indrivierfood.kz, restoran.kz, бизнес-справочник компаний www.kps.kz;
- ближе к открытию кафе реклама на радио, информационных справочниках аналогично «Выбирай.Астана.Караганда»;
- продвижение сайта и платная контекстная реклама в Интернет (на полгода);
- написание PR-статей с ключевыми словами «покушать в Астане».

В перспективе 1,5 года будет создан информационный сайт, и продвижение сайта будет осуществляться через SMM и SEO.

Основной точкой соприкосновения с целевой аудиторией будут социальные сети. Социальные сети для нас — это доступный способ рассказать о своем продукте, живое общение с целевой аудиторией, а самое главное относительно недорогой контакт с клиентами по сравнению с другими рекламными каналами. Реклама в социальных сетях будет разработана для каждой социальной сети индивидуально, опираясь на социальный и психологический портрет аудитории. На начальном этапе мы выделяем 3 популярные социальные сети это Facebook, Instagram и Вконтакте.

Для увеличения охвата аудитории мы будем использовать показ баннерной рекламы в контекстно-медийных сетях поисковиков Google и Яндекс. Встроенные инструменты поисковых систем позволяют удобно таргетировать рекламу для показа как для мест размещения (выбор определенного сайта или мобильного приложения), так и по интересам пользователей и истории их поисковых запросов.

Регистрация в каталогах поисковых систем таких как: Google, Яндекс.Каталог, Рамблер Top100, каталог DMOZ (AOL), каталог Апорта, каталог Mail.ru, каталог Yahoo и другие.

Обмен ссылками. Существуют несколько способов обмена — прямой, кольцевой, односторонний (покупка ссылок).

Размещение PR-статей в специализированных изданиях, на интернет-сайтах.

Создание маркетинговых групп в социальных сетях facebook.com, vk.com, mail.ru, twitter.ru, whats app, instagram.

Создание и ведение блогов.

Ведение контента сайта, SEO-продвижение сайта.

Презентации перед крупными и средними компаниями, перед всеми желающими.

Участие в отраслевых выставках и форумах, конкурсах старт-апов, на которых будем представлять новинки сферы общественного питания и усовершенствованные действующие новинки. Участие в выставках и конференциях, проводимых и в рамках выставок, и в рамках конференций. Кроме того, участие в качестве докладчика и приглашенного гостя в различных конференциях и форумах, на которых для широкой аудитории будут представлены все текущие новости по развитию сферы общественного питания компании в рамках Астанинского экономического форума, международных и республиканских форумов,

Публикации в прессе — предоставление бесплатного контента журналистам и СМИ. Интервью по рынку, по какой-то проблеме наших клиентов, аналитические отчеты и срезы, статистические данные (многие СМИ любят разные статисти-

ческие подборки), просто интересные публикации «в тему». Предложение ведущему изданию в сфере общественного питания в регионе стать организовать и вести специальную интересную рубрику по продуктам, и предоставление в рубрику актуальной и свежей информации еженедельно.

Отзывы. Отзывы клиентов – это то, что будем собирать с того момента, когда наша компания еще была бизнес-зарождением. На фирменных цветных бланках, с красивой печатью, с подписью первого лица или ключевого топ-менеджера вашего клиента.

«Сарафанное радио». Планируем вовлекать местное население в продвижение нашей компании, мобильных приложений. Ни для кого уже давно не секрет, что «сарафан» – работает лучше всего на рынке услуг. Но для того, чтобы ваш «сарафан» заработал – нужно над этим поработать!

Бесплатные консультации, демонстрации, образцы. Постоянная связь с клиентом, мониторинг потенциального клиента. Предложение ему спецпредложений, сообщение о новинках, акциях, скидках.

Подарочные сертификаты, программы лояльности для корпоративных клиентов. Прекрасный пример – крупные косметические сети, фитнес-клубы, мобильные операторы (как минимум). Мы будем копировать эту уже готовую и прекрасно работающую модель и применять на своем бизнесе.

Описание рынков сбыта. Прежде всего, в подобных заведениях комфорт для клиента – это одно из главных условий, поэтому сделаем все для этого. Наши клиенты – это люди среднего класса, стабильно зарабатывающие, возраст от 22 до 65 лет, соседи, люди, которые любят почитать, спокойно отдохнуть от работы, от городской суеты: жители г. Астана и городов-спутников; мужчины и женщины до 60 лет; отечественные и иностранные компании (интересно в плане продвижения корпоративных мероприятий).

Анализ расположения и инфраструктуры. Предполагаемая деятельность будет осуществляться в арендованном помещении. Стоимость аренды будет составлять 1 000 000 тенге. Помещение будет отвечать производственным условиям: соответствующие освещение, водопровод, канализация, отопление, вытяжка. Общая площадь помещения будет составлять не менее 200 кв.м.

Список приобретаемых активов:

Наименование	Стоимость
Ремонт: 200м2	дизайн проект - 500 000тг
	стройматериалы - 2 500 000тг
	работа - 2 000 000 тг
Оборудование	тепловое - 405 000 тг
	холодильное - 740 000 тг
	барное - 1 245 000 тг
	дополнительное - 1 155 000 тг
	посуда и кухонный инвентарь - 1 500 000 тг
Мебель	барная стойка - 500 000 тг
	барные шкафы/стеллажи - 500 000 тг
	диваны, стулья, кресла - 1 750 000 тг
	столы - 960 000 тг
	стеллажи для книг - 500 000 тг
Декорации	300 000 тг
Освещение	400 000 тг
Санузел	400 000 тг
Первоначальный закуп продуктов	300 000 тг
Книги	1 000 000 тг
Итого:	16 655 000 тг

Персонал.

Штатное расписание выглядит следующим образом:

Должность	Кол-во ед.	Всего
Официанты-бармены	6	720 000
Техперсонал	2	120 000
Администратор	1	160 000
Итого		1 000 000

План производства.

План объема выпуска продукции:

Средний чек 2000тг	1-2 месяц	3-6 месяц	6-12 месяц
Количество людей (один день)	30-40	50-70	100 - 150
Выручка (один день)	40 000 тг – 60 000 тг	100 000тг – 140 000 тг	200 000 тг – 300 000 тг

Список общих издержек:

№	Расходы	Сумма, тенге
1	Аренда	1 000 000
2	Ком.услуги	180 000
3	Реклама	150 000

4	Прочие расходы	75 000
	Итого	1 405 000

Финансовый план.**Отчёт о прибылях и убытках**

	2018	2019	2020	2021	2022
Выручка	44 400 000	72 000 000	72 000 000	72 000 000	72 000 000
Материалы и комплектующие	13 320 000	21 600 000	21 600 000	21 600 000	21 600 000
Валовая прибыль	31 080 000	50 400 000	50 400 000	50 400 000	50 400 000
Общехозяйственные и коммерческие расходы	14 050 000	16 860 000	16 860 000	16 860 000	16 860 000
Амортизация	1 526 708	1 665 500	1 665 500	1 665 500	1 665 500
Расходы на заработную плату	11 135 900	13 355 900	13 355 900	13 355 900	13 355 900
Финансовые расходы	851 415	732 246	525 494	318 742	111 991
Прибыль до налога на прибыль	3 515 977	17 786 354	17 993 106	18 199 858	18 406 609
Прибыль с учетом убытков прошлых периодов	1 475 855	1 493 085	1 510 314	1 527 543	1 544 773
Налог на прибыль	105 479	533 591	539 793	545 996	552 198
Чистая прибыль	3 410 497	17 252 764	17 453 313	17 653 862	17 854 411

85. КЕЙТЕРИНГ. ПРИГОТОВЛЕНИЕ БЛЮД ДЛЯ МЕРОПРИЯТИЙ ПО ЗАКАЗУ**Концепция проекта.**

Концепция проекта предусматривает создание предприятия по приему и исполнению заказов на приготовление главных блюд для мероприятий.

Финансирование проекта планируется осуществить за счет заемных средств.

Предлагаемая схема финансирования:	1 500	100%
Собственные средства	0	0%
Кредит	1 500	100%

Для залога предприниматель планирует использовать денежные средства в сумме 225 000 тенге:

Компания планирует оказывать услуги по предварительным заказам по приготовлению основных блюд для различных крупных и не очень мероприятий семейного и корпоративного толка.

Рынок сбыта продукции является одним из самых широких в сфере общественного питания. Целевой группой предприятия будут являться потребители услуг – семейно-родственные группы и корпоративные группы г.Каражал, пос.Жайрем и др.

Преимущества продукции составляет:

- экологичность;
- демократичные цены.

Суть проекта. Проект «Приготовление блюд для мероприятий по заказу» предусматривает приготовление блюд таких как бешбармак и плов для различных, в том числе ритуальных, мероприятий для мелких (от 10 человек) до крупных (более 100 человек) групп.

Стоимость проекта составляет 1 500,0 тыс.тенге. Сюда входит приобретение строительных материалов, а также оборудования на заемные средства в сумме 1 500 000 тг, а именно

Стройматериалы:

Цемент	шт	1000	20	20 000,00
Профлист	шт	50	8 500	425 000,00
Клей для кафеля	шт	525	100	52 500,00
USB	шт	40	2 500	100 000,00
Кафель	шт	32	4500	144 000,00
Труба (железная) дм 20	шт	10	1000	10 000,00
Дверь (железная)	шт	2	60 000	120 000,00
Шланг (резиновый)	шт	15	1500	22 500,00
Пластиковые окно	шт	4	20 000	80 000,00
Угольники (железные) дм 45	шт	50	2000	100 000,00
Раковина (керамика)	шт	1	20 000	20 000,00
Труба (металлопластик) дм 40	шт	10	1000	10 000,00
				-
				1 104 000,00

Оборудование:

Большой казан (тай казан)	шт	4	70 000	280 000,00
Маленький казан (для риса)		2	40 000	80 000,00
Печка (комфорка)	шт	6	6000	36 000,00

				-
				396 000,00

Распределение инвестиций:

Стоимость капитальных затрат:	1 500	100,0%
Земля, строения, СМР	1 104	73,60%
оборудование	396	26,40%
транспорт	0	0,00%
биоактивы	0	0,00%
прочее	0	0,00%

Использование средств:	1 500	100%
Капитальные затраты	1 500	100%
Пополнение оборотных средств	0	0%
Рефинансирование текущего кредита	-	0%

Приготовление еды для той и поминальных обедов.

Безвредным считается употребление мяса, которое готовят в домашних условиях из качественных продуктов. Например, рис насыщен клетчаткой, витаминами группы В и РР, а также магнием, медью, цинком, фосфором и железом. Что касается мяса, то все его виды содержат ценные белки, очень схожие по своему составу с человеческими. Говядина и телятина лучше усваиваются организмом, а их питательная ценность при варке фактически не уменьшается - почти в полном объеме в них сохраняются и белки, и витамины (Е, С, А, В6, В12, РР), и минералы (калий, кобальт, магний, цинк). Поэтому, занявшись организацией по приготовлению блюд для мероприятий (той, поминальные обеды), обязательно заняться безупречным соблюдением рецептуры. Кроме того, важно быть честным с клиентами, поэтому будем указывать истинный состав того продукта, который они приобретают.

Описание продукта

В ассортименте предприятия будут иметься:

- бешбармак,
- плов.

Бешбармак – одно из самых популярных в нашей стране блюд, его любят и готовят многие ценители восточной кухни. Как приготовить вкусный бешбармак, каковы особенности и тонкости этого блюда.

Бешбармак не относится к кухне какой-то одной страны, можно сказать, что это национальное мусульманское блюдо в целом. Если же быть более точными, то бешбармак придумали кочевники, к которым относятся татары, башкиры, казахи и другие народы. Название этого блюда происходит от двух казахских слов: «беш» – пять и «бармак» – палец, то есть дословно название переводится, как «пять пальцев». Оно объясняется тем, что столовыми приборами для еды восточные народы Средней Азии не пользовались, и часто не пользуются даже сегодня – это одна из особенностей их питания, а берется кушанье руками – так и появилось название бешбармак.

В странах, где бешбармак очень популярен, его готовят к разным праздникам, без него праздничный стол не считается таковым. Подают блюдо на большой общей тарелке, красиво выкладывая лапшу, мясо и бульон в небольших пиалах.

Так что же представляет собой бешбармак? По сути, это мясное горячее блюдо, в составе которого присутствует отварное мясо и лапша. Сегодня бешбармаком могут называть и суп, а готовят его не только из мяса и лапши, но и из картофеля с курицей, и даже с рыбой – но все это, по сути, вариации, дополнения, а настоящий бешбармак не относят ни к первому, ни ко второму блюду.

Бешбармак имеет особый вкус, присущий только ему, а добиться его позволяют особенности в технологии его приготовления и подачи. Освоить эти нюансы может каждый – нужно лишь желание.

Сварившееся мясо достать из бульона, процедить, а мясо отделить от костей и руками разделить на мелкие и средние кусочки по волокнам.

Нарезать кольцами лук, половину выложить на сковороду со снятым с бульона при варке мяса жиром, подсолить и до мягкости обжарить. Оставшийся лук выложить в дуршлаг, опустить на 1 мин в кипящий бульон. Достать лук из бульона, обсушить и хорошо посыпать свежемолотым перцем.

В отдельную кастрюлю влить 4 черпака бульона, добавить воды, соль, довести до кипения и бросить рис, отварить их до готовности – как макароны, до степени «аль денте», не переваривая. Откинуть отваренный рис на дуршлаг и перемешать с обжаренным луком – рис не должны склеиться.

Маркетинговый план.

Описание рынка продукции (услуг). Данный бизнес тесно связан с традициями казахского народа. На сегодняшний день практически любое крупное мероприятие где бы оно не проходило не обходится без застолья, где подают главное блюдо – бешбармак. При этом стоит заметить, что в последние 10-15 лет все больше людей не хотят заниматься столь хлопотным и достаточно специфическим делом как приготовление главного блюда. Отсюда получается, что услуги по приготовлению бешбармака становятся вполне востребованными в настоящее время. Клиентам проще доставить исполнителю все необходимые ингредиенты, договориться о количестве табаков на выходе, времени выхода и заплатить за услуги. Мероприятия, где требуется большое количество табаков бешбармака, это дни рождения-юбилеи, рождение детей (тұсау кесер, шілдехан), поминки, свадьбы и другие тематические мероприятия. Также в тренде заказывать бешбармак на корпоративные мероприятия.

В городе с населением порядка чуть более 19,0 тыс. человек, а также в поселке Жайрем порядка 10,0 тыс жителей действует более 100 субъектов бизнеса, то есть потенциальных частных и корпоративных клиентов.

Рынок поставщиков. Как таковой предприниматель не нуждается в постоянных поставщиках. На ближайшее время потенциальных постоянных крупных поставщиков нет.

Рынок конкурентов. Данный вид бизнеса набирает обороты и становится востребованным не только в крупных населенных пунктах. Этот вид бизнеса некий укороченный кейтеринг находит свое место и в таких городах и поселках, как Каражал и Жайрем.

Стратегия маркетинга. Ценовая политика на данную услугу формируется рынком. Ключевыми игроками рынка выступают в первую очередь рестораны и кафе, а также и отчасти население.

Основным аргументом при определении цены является временные ограничения. Клиентам нужна услуга к конкретному времени в конкретном количестве. В этой связи предприниматель имеет серьезный аргумент в определении цены. Если же предприниматель будет качественно и ответственно исполнять свои обязательства, то может рассчитывать и на бонусы как максимум, а как минимум расширение перечня клиентов за счет сарафанного радио.

Этапы стимулирования сбыта:

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

В целом, компания планирует изготовление баннеров, визиток и другой рекламной продукции. На эти цели каждые полгода планируется направлять 40 000 тенге.

Программа производства.

Для обеспечения выпуска продукции заявитель намеревается произвести небольшие ремонтные работы для адаптации места оказания услуг под бизнес-проект в связи с чем потратит более миллиона тенге на стройматериалы, а также непосредственно закупит оборудование на котором будет производить продукцию на сумму почти 400 000 тыс. тенге. Общая сумма закупа составляет 1 500 000 тенге.

Объем производства и реализации. Планируется приготовление и реализация в зависимости от сезона:

	единица измерения	сезон	количество реализации в месяц
рис для бешбармака	блюдо	лето	267
рис для бешбармака	блюдо	осень	167
рис для бешбармака	блюдо	зима	260
рис для бешбармака	блюдо	весна	260

Планируемые цены на продукцию, тенге

	единица измерения	цена реализации, тг
рис для бешбармака	блюдо	1 200

При расчете выручки был применен ежемесячный коэффициент потери равный 10%, который снижает абсолютную выручку для учета возможных потерь либо объемов реализации продукции, либо порчи готовой продукции.

Обеспеченность зданием, электро- и водоснабжением.

ИП организует производство в собственном помещении. Электроснабжение, водоснабжение, газоснабжение, канализация подключены.

Персонал. Организационная структура и управление.

Общее руководство предприятием осуществляет руководитель. Он же является работником, ведущим учет, которому подчиняется повар. Кроме того, руководитель ведет документооборот самостоятельно, пока его объем позволяет обходиться минимальным коллективом.

№ п/п	Штатные единицы	Количество штатных единиц	Оклад, тенге	ФЗП в месяц, тенге	ФЗП в год, тенге
	Руководство и специалисты (Административно-управленческий персонал)				
1	руководитель	1		0	0
	Итого АУП:	1		0	0
	Производственный и обслуживающий персонал				
1	повар	1	50 000	50 000	600 000
	Итого производственный персонал	1		50 000	600 000
	Итого персонал	2		50 000	600 000

Финансовый раздел.

Расходы. Расходы на сырье, в месяц.

Компания планирует закупать различные материалы для поддержания деятельности на высоком уровне. На эти цели выделяется 13 000 тенге ежемесячно.

	ед. изм.	цена	количество в месяц	сумма в месяц
СМС и другое	шт	4000	1	4000
Fairy		2400	1	2400
прочее для мытья посуды		3600	1	3600
другое		3000	1	3000
всего				13 000,0

Прочие расходы. Постоянные расходы по проекту.

Статьи расходов	мес	год	Периодичность
холодная вода	5000		ежемесячно
электроэнергия	20000		ежемесячно
отопление	5000	60000	1 раз в год
газ	16000		ежемесячно
прочие расходы	20000		ежемесячно
вывоз ТБО	5000		ежемесячно
реклама	40000	80000	2 раза в год
текущий ремонт	10000		ежемесячно
ФОТ	58414,20		
	179414,20		

В среднем ежемесячные расходы составляют 179 414,2 тенге.

Расчет доходов и расходов по месяцам за 2018 г.

Операционная деятельность. Приток денег от операционной деятельности.

	янв.18	фев.18	мар.18	апр.18	май.18	июн.18	июл.18	авг.18	сен.18	окт.18	ноя.18	дек.18
общая выручка	312	312	312	312	312	320	320	320	200	200	200	312
Выполнение плана	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Факт	312	312	312	312	312	320	320	320	200	200	200	312
Потери	31	31	31	31	31	32	32	32	20	20	20	31
Общий приток	281	281	281	281	281	288	288	288	180	180	180	281

Отток денег от операционной деятельности

Закуп сырья	13,0	13,0	13,0	13,0	13,0	13,0	13,0	13,0	13,0	13,0	13,0	13,0
холодная вода	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0
электроэнергия	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0
отопление	-	-	-	-	-	-	-	-	60,0	-	-	-
газ	16,0	16,0	16,0	16,0	16,0	16,0	16,0	16,0	16,0	16,0	16,0	16,0
прочие расходы	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0
вывоз ТБО	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0
реклама	40,0	40,0	40,0	40,0	40,0	40,0	40,0	40,0	40,0	40,0	40,0	40,0
текущий ремонт	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0
ОСМС	2,2	2,2	2,2	2,2	2,2	2,2	2,2	2,2	2,2	2,2	2,2	2,2
Страхование персонала	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8
Фонд оплаты труда	50,0	50,0	50,0	50,0	50,0	50,0	50,0	50,0	50,0	50,0	50,0	50,0
соц.налог к уплате	5,5	5,5	5,5	5,5	5,5	5,5	5,5	5,5	5,5	5,5	5,5	5,5
налог на имущество	-	-	1,2	-	-	1,8	-	-	1,8	-	-	1,8
НДС к уплате	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
КПН к уплате	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	92,7
Итого отток	187,4	187,4	188,7	187,4	187,4	189,2	187,4	187,4	249,2	187,4	187,4	281,9
Чистый поток денег от операционной деятельности	93,4	93,4	92,1	93,4	93,4	99,1	100,9	100,9	(68,8)	(7,1)	(7,1)	(1,1)

86. ОТКРЫТИЕ ПРАЧЕЧНОЙ



Анкета проекта:

Цели инвестиционного проекта: открытие прачечной.

Стоимость проекта: 8 400 000 тенге.

Срок окупаемости: 9 месяцев.

Концепция проекта.

Концепция проекта предусматривает открытие прачечной в г.Астана.

Цели проекта:

Эффективное использование инвестиционных средств для открытия прачечной.

Удовлетворение коммерческих организаций, а также частных лиц в качественных услугах.

Виды деятельности предприятия: стирка белья, глажка белья.

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

Основными потребителями услуг будут являться как частные лица, так и рестораны, косметические салоны, парикмахерские, больницы и т.д.

Общие инвестиционные затраты по проекту включают в себя:

Инвестиции, тг.	Сумма	Доля, %
Инвестиции в основной капитал	8 400 000	100%

Финансирование проекта планируется осуществить за счет заемного капитала.

Описание продукта (услуги). Прачечное производство считается очень прибыльной и актуальной сферой, ведь пока существуют многочисленные санатории, рестораны, гостиницы, а также частные клиенты, данное заведение будет процветать.

Во всем мире «прачечный бизнес» считается одним из самых доходных. Залогом успеха на местном рынке является его актуальность – современный прачечный салон-автомат. Спрос на его услуги гарантированно высок во всем мире. Одним из плюсов данного вида бизнеса – он не подвержен сезонным колебаниям. И летом, и зимой в прачечной можно наблюдать одинаковый наплыв клиентов, меняются только виды одежды.

Прачечная – предприятие бытового обслуживания, производящее стирку и последующую обработку белья. Услугами прачечных пользуются, как правило, предприятия и организации, которым требуется большое количество чистого белья – больницы, гостиницы и т. п. Прачечная будет предоставлять услуги традиционно качественной стирки и глажки прямого, фасонного белья и спецодежды по доступным ценам. Прачечная будет оказывать весь спектр услуг по обработке белья, в который входит:

- стирка (с крахмалом и без);
- глажка (обработка на специальных гладильных комплексах);
- дезинфекция белья.

Программа производства.

В следующей таблице представлена планируемая программа производства по годам проекта.

Планируемая программа производства по годам, тенге

Показатель	2018	2019	2020	2021	2022
% загрузки	86%	98%	100%	100%	100%
Стирка и глажка белья	2 811 900	3 203 200	3 276 000	3 276 000	3 276 000

Общая производительность в день (максимальная) составляет 360 кг исходя из 6 загрузок в день (объем загружаемого белья – 35 кг).

В следующей таблице представлены цены на услуги.

Цены на услуги, тенге за кг

Наименование услуг	Цена, тг
Услуги стирки	350

Цены на услуги рассчитаны исходя из среднерыночных цен в г.Астана.

Маркетинговый план. Описание рынка продукции (услуг).

Сложившаяся ситуация на рынке бытовых услуг в Казахстане во многом отличается от западной модели. Потребность в услугах у населения низкая. Если за рубежом развитие происходит за счет предприятий малого бизнеса, то в Казахстане на первый план выходят сетевые предприятия. Оценивая рынок прачечных казахстанских областей, в – целом, можно отметить, что он находится в зачаточном состоянии и содержит определенные перспективы. При этом рынок будет развиваться в сторону предоставления комплексных услуг, когда помимо основной услуги по стирке и глажке белья, потребитель сможет получить набор дополнительных услуг. В немалой степени увеличению емкости рынка будет способствовать рост доходов населения и уровня культуры потребления. С января 2017 года при построении индекса потребительских цен доля продовольственных товаров составляет 37,6%, непродовольственных – 30,2%, платных услуг – 32,2%.

По данным МНЭ РК на первое декабря 2017 года численность населения г.Астана составила 1 029 556 человек, что на 5,85% выше численности на начало этого же года. Средняя цена на услуги прачечной в г. Астана составляет 350 тенге за килограмм белья. Сегмент потребителей услуг достаточно развит.

Основные и потенциальные конкуренты. Конкурентами предприятия являются компании г. Астаны, занимающиеся аналогичными услугами. В г. Астана имеется множество предприятий, оказывающих услуги прачечной.

Основными преимуществами создаваемого предприятия являются:

- справедливая и взаимовыгодная сбытовая политика;
- конкурентные цены, выгодная политика скидок;
- профессионализм персонала предприятия;
- постоянное развитие.

Прогнозные оценки развития рынка, ожидаемые изменения.

Объем услуг, оказываемых прачечными и химчистками, постоянно увеличивается, что во многом можно объяснить внедрением новых технологий в процесс чистки и стирки одежды, а также высокой потребностью в них со стороны бытового и социального сектора.

Оценивая рынок прачечных казахстанских областей, в – целом, можно отметить, что он находится в зачаточном состоянии и содержит определенные перспективы. При этом рынок будет развиваться в сторону предоставления комплексных услуг, когда помимо основной услуги по стирке и глажке белья, потребитель сможет получить набор дополнительных услуг. В немалой степени увеличению емкости рынка будет способствовать рост доходов населения и уровня культуры потребления.

Организацию услуг на предприятии предполагается осуществлять с учетом следующих принципов: постоянный мониторинг конкурентоспособности услуг; использование комплекса мер по формированию спроса, формированию имиджа и закреплению постоянных клиентов.

Маркетинговая стратегия заключается в организации сбыта оказываемых услуг.

Техническое планирование. Технологический процесс.

Технология обработки белья в прачечной. Поступившее в стирку бельё проходит несколько обязательных этапов обработки: сортировка по виду ткани, фасону, степени загрязнения; стирка; сушка; глажка; сортировка, формирование и упаковка заказов.

Стирка белья производится в промышленных стиральных машинах, которые имеют повышенный запас прочности по сравнению с бытовыми. Такое оборудование может работать до 20 часов подряд и имеет срок службы до 25 лет. Если в таком режиме будет использоваться бытовая стиральная машина, она прослужит не более года. К тому же, у профессиональных машин рабочий цикл составляет всего 40-60 минут.

Профессиональное стиральное оборудование имеет гарантию от производителя до 3-х лет, в том числе 1 год полной гарантии (детали и ремонт бесплатно). Такие стиральные машины оборудованы микропроцессорами и дозаторами моющих средств, что даёт существенную экономию расходных материалов, электроэнергии и воды. Если же прачечная использует бытовую стиральную технику, гарантия на неё не распространяется.

Промышленные сушильные машины также имеют более короткий рабочий цикл, чем бытовые, и срок службы до 25 лет. Всё профессиональное стиральное оборудование имеет конструкции с повышенным запасом прочности и изготавливается из нержавеющей стали высокого качества.

Монтируется такое оборудование мягко, на ровный пол, необходимости в фундаменте нет. То, что все машины имеют барабаны с подрессоренной подвеской и двигатели с системой автобаланса, позволяет существенно снизить вибрацию. Стиральные машины имеют электронагревательные элементы, но возможна и подача горячей воды, что позволяет экономить электроэнергию. Отжим высокоскоростной – до 1 000 об/мин. Бельё имеет остаточную влажность 50%. Это сокращает время сушки и расход электроэнергии. Скорость отжима регулируется.

Программируемый микропроцессор, которым оснащены стиральные машины, позволяет использовать различные программы для белья с разной степенью загрязнения. В сочетании с дозатором моющих средств это также помогает существенно экономить расходные материалы, воду и электроэнергию. Все машины просты и удобны в управлении.

Короткий цикл стирки позволяет делать в смену 8-9 загрузок. Зависит продолжительность цикла от степени загрязнённости белья, от режима температуры (с кипячением – до 1,5 часов) и от загрузки самой машины.

Сушильная машина производит сушку выстиранного белья с помощью циркуляции горячего воздуха. Продолжительность цикла может быть разной в зависимости от исходной влажности и плотности белья: до 1 часа. По окончании цикла бельё охлаждается.

Для глажки – финишной обработки фасонного белья, требуется гладильная доска и пресс, а также пароманекен. Прямое бельё обрабатывается гладильным или сушильно-гладильным катком. Во втором случае бельё подают на каландр влажным, сразу же после стирки, и качество такой обработки существенно выше.

Здания и сооружения. В рамках проекта предусмотрена аренда помещения в г. Астана, пр-т Республики, 58 стоимостью 200 000 тг. ежемесячно. Имеется вся необходимая коммуникационная инфраструктура.

Оборудование и инвентарь.

Наименование	Цена, тенге	Количество, шт.	Итого, тг.
Стирально-отжимная машина Вязьма, 35 кг	2 950 000	2	5 900 000
Сушильная машина Вязьма, 40 кг	2 500 000	1	2 500 000
ИТОГО		3	8 400 000



Общая стоимость необходимого оборудования составляет 8 400 000 тенге.

Организация, управление и персонал. Общее руководство предприятием осуществляет индивидуальный предприниматель. Организационная структура предприятия имеет следующий вид:

Приведенную структуру управления можно отнести к линейной.

Общие и административные расходы.

В таблице представлены общие и административные расходы предприятия в месяц:

Наименование	Сумма, тг.
Моющие средства	150 000
Реклама	20 000
Коммунальные услуги	150 000
ГСМ	60 000
Аренда	200 000
Итого	580 000

Расходы на оплату труда:

Должность	Оклад, тг/мес	Кол-во человек	Оклад, тг/мес
Работник прачечной	80 000	2	160 000

Водитель	60 000	1	60 000
Итого:		3	000

Финансовый план.**Прогноз прибылей и убытков:**

	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Выручка	22 113 000	33 742 800	38 438 400	38 729 600	39 312 000	3 276 000
Материалы и комплектующие	0	0	0	0	0	0
Сдельная зарплата	0	0	0	0	0	0
Валовая прибыль	22 113 000	33 742 800	38 438 400	38 729 600	39 312 000	3 276 000
Общехозяйственные и коммерческие расходы	6 380 000	6 960 000	6 960 000	6 960 000	6 960 000	580 000
Инвестиционные расходы	0	0	0	0	0	0
Амортизация	567 500	756 667	756 667	756 667	756 667	63 056
Расходы на заработную плату	3 116 444	3 378 546	3 378 546	3 378 546	3 378 546	286 000
Финансовые расходы	398 975	393 038	292 910	186 607	73 747	836
Налог на имущество	0	0	0	0	0	0
Прочие доходы	0	0	0	0	0	0
Прибыль до налога на прибыль	11 650 081	22 254 550	27 050 277	27 447 781	28 143 041	2 346 108
Прибыль с учетом убытков прошлых периодов	1 514 696	1 877 731	2 277 606	2 286 709	2 369 175	2 346 108
Налог на прибыль	349 502	667 636	811 508	823 433	844 291	70 383
Чистая прибыль	11 300 579	21 586 913	26 238 769	26 624 347	27 298 749	275 725

87. ОТКРЫТИЕ АРХИТЕКТУРНОГО БЮРО**Анкета проекта:**

Цели инвестиционного проекта: открытие архитектурного бюро.

Стоимость проекта: 1 499 350 тенге.

Срок окупаемости: 7 месяцев.

Концепция проекта.

Одним из приоритетных направлений по развитию Республики Казахстан является сохранение здоровья населения, экологическая чистота воздуха, воды и земли. Современные промышленные производства, производящие выброс в атмосферу огромного количества вредных вещества (запах газа, шум, задымленность) для организма человека делятся на 5 классов. Санитарные полосы из зеленых насаждений должны разделять промышленные объекты от населенных пунктов согласно нормам по СНиПу по 1 классу на расстоянии 1000 метров, по 2 и 3 классу на 500 метров, по 4 и 5 классу более чем на 100 метров.

По утверждению австралийского ученого Гриффито, вредность шума сокращает жизнь человека на 7 лет и приводит к старению жизни на 30%. Распространение болезни ботулизма, гельминтоза происходит от сильного ветра, который поднимает верхние слои грунта в атмосферу. Новые машины, выпущенные с завода выделяют 40 граммов вредного газа для организма человека на расстоянии 1 км.

Зеленые насаждения, занимающие площадь 1 га очищают воздух в объеме 18 млн. м³, а также увеличивают на 10 лет продолжительность жизни человека, противодействуя появлению 21-ой болезни, таких как рак, сердечная недостаточность, изменение давления кровеносной системы и др. При этом поглощается 1/3 часть шума. Увеличение зеленых насаждений приводит к повышению работоспособности человека, к росту эстетического кругозора и т.д. Поэтому при проектировании промышленных и гражданских объектов необходимо соблюдать нормы санитарных полос, а также использовать по возможности чистые экологические строительные материалы. В настоящее время при проектировании жилых домов необходимо предусматривать внедрение «зеленых комнат», а также максимально озеленять дворовые участки.

Применяемые при производстве автодорог асфальтовые покрытия в Мангыстауской области в летний период выделяют канцерогенные газы, вредные для организма человека, а в зимнее время приводят к гололеду. При этом срок службы асфальтовых дорог не превышает 15-20 лет. Поэтому желательно вместо асфальтовых покрытий использовать бетонные плиты или покрытия не выделяющие вредные вещества в атмосферу и сроком службы более 40 лет.

При увеличении нормы площади с 10 кв. м до 14 кв. м на одного человека происходит рост работоспособности человека на 2,5% и сокращение продолжительности болезни на 1,7 суток.

В последние годы активно применяемые при строительстве зданий полимерные материалы и конструкций (пластиковые окна и двери, линолеумы, водо-тепло канализационные трубы и др.), содержащие нефтехимические вредные примеси, такие как этиловый спирт, стиролы, изофены, бутанолы, бензолы и другие, выделяют в атмосферу вредные вещества, которые составляют 35% объема воздуха в жилом помещении и таким образом в 10 раз превышают допустимые санитарно-гигиенические нормы.

Согласно политике РК до 2020 года, предусмотрено увеличить продолжительность жизни человека до 73 лет. В связи с этим ТОО «Орта-Еспе» стремится при проектировании применять по возможности только экологические строительные материалы и планировать озеленения на благо народа Казахстана.

Цели и задачи современной экологии

Одной из главных целей современной экологии как науки является изучение основных закономерностей и развитие теории рационального взаимодействия в системе «человек-общество-природа», человеческое общество рассматривают как неотъемлемую часть биосферы.

Главнейшая цель современной экологии на данном этапе развития человеческого общества -- вывести Человечество из глобального экологического кризиса на путь устойчивого развития, при котором будет достигнуто удовлетворение жизненных потребностей нынешнего поколения без лишения такой возможности будущих поколений. Для достижения этих целей экологической науке предстоит решить ряд разнообразных и сложных задач, в том числе:

- разработать теории и методы оценивания устойчивости экологических систем на всех уровнях;
- исследовать механизмы регуляции численности популяций и биотического разнообразия, роли биоты (флоры и фауны) как регулятора устойчивости биосферы;
- изучить и создать прогнозы изменений биосферы под влиянием естественных и антропогенных факторов;
- оценивать состояния и динамики природных ресурсов и экологических последствий их потребления;
- разрабатывать методы управления качеством окружающей среды;
- формировать понимание проблем биосферы и экологическую культуру общества.

Окружающая нас живая среда не является беспорядочным и случайным сочетанием живых существ. Она представляет собой устойчивую и организованную систему, сложившуюся в процессе эволюции органического мира. Любые системы поддаются моделированию, т.е. можно предсказать, как та или иная система отреагирует на внешнее воздействие. Системный подход - основа изучения проблем экологии.

Структура современной экологии.

В настоящее время экология разделилась на ряд научных отраслей и дисциплин, подчас далеких от первоначального понимания экологии как биологической науки об отношениях живых организмов с окружающей средой. Однако в основе всех современных направлений экологии лежат фундаментальные идеи биоэкологии, которая сегодня представляет собой совокупность различных научных направлений. Так, например, выделяют аутоэкологию, исследующую индивидуальные связи отдельного организма со средой; популяционную экологию, занимающуюся отношениями между организмами, которые относятся к одному виду и живут на одной территории; синэкологию, комплексно изучающую группы, сообщества организмов и их взаимосвязи в природных системах (экосистемах).

Современная экология представляет собой комплекс научных дисциплин. Базовой является общая экология, изучающая основные закономерности взаимоотношений организмов и условий среды. Теоретическая экология исследует общие закономерности организации жизни, в том числе в связи с антропогенным воздействием на природные системы.

Прикладная экология изучает механизмы разрушения биосферы человеком и способы предотвращения этого процесса, а также разрабатывает принципы рационального использования природных ресурсов. Прикладная экология базируется на системе законов правил и принципов теоретической экологии. Из прикладной экологии выделяются следующие научные направления.

Экология биосферы, изучающая глобальные изменения, происходящие на нашей планете в результате воздействия хозяйственной деятельности человека на природные явления.

Промышленная экология, изучающая влияние выбросов предприятий на окружающую среду и возможности уменьшения этого влияния путем совершенствования технологий и очистных сооружений.

Инженерная экология – сравнительно новое направление экологической науки, изучает взаимодействия техники и природы, закономерности формирования региональных и локальных природно-технических систем и способы управления ими в целях защиты природной среды и обеспечения экологической безопасности. Она обеспечивает соответствие техники и технологии промышленных объектов экологическим требованиям.

Описание проекта

В нашем мире, где строительство идет постоянно, очень важно обратиться к специалистам, способным сделать из вашей задумки что-то особенное. Услуги архитектурного бюро пользуются особым спросом, так как данный бизнес не настолько развит, поэтому спрос на услуги превышает предложение.

Архитектурное бюро может выполнять множество различных услуг, среди которых такие услуги как разработка проектов с последующим документальным сопровождением, разработка эскизов проектов, инженерных чертежей, осуществление перепланировки и ее согласования, ремонтные работы, надзор за исполнением проектов. Очень часто заказчики обращаются в архитектурное бюро с просьбой о создании дизайна интерьера здания. Данная услуга находится в комплексе с другими сопутствующими услугами.

Инвестиционные затраты:

№	Наименование расходов	Сумма, тенге
I.	Основные средства:	
1	Покупка компьютеров, оргтехники	1 232 710
2	Покупка программного обеспечения	266 640
	Итого	1 499 350

Показатели эффективности деятельности предприятия за 3 года проекта:

Показатели	Значения
Ожидаемая чистая прибыль проекта, тенге	1 077 482
Чистый приведенный доход (NPV), тенге	716 047
Внутренняя норма рентабельности (IRR), % в год	71,91
Модифицированная внутренняя норма доходности (MIRR), % в год	21,80
Индекс рентабельности (PI)	0,48
Простая рентабельность инвестиций (ARR)	0,72
Простой срок окупаемости (PP), месяцы	6,98
Дисконтированный срок окупаемости (DPP), месяцы	7,18

Реализация данного проекта позволит:

- создать бизнес, постоянно приносящий чистую прибыль в размере 1,1 млн. тенге ежегодно (в среднем);
- создать 4 новых рабочих места в селе Шетпе;
- увеличить налоговые поступления в местный бюджет;
- удовлетворить спрос населения на услуги архитектурного бюро (за год проекта будет реализовано услуг на сумму 13,3 млн. тенге).

Маркетинговый план.

Анализ рынка. Объем услуг в области архитектуры, инженерных изысканий, технических испытаний и анализа по видам. На долю услуг в области архитектуры, инженерных изысканий, технических испытаний и анализа приходится 13,1% (или 468,9 млрд. тенге) от всех услуг в РК, предоставленными предприятиями и индивидуальными предпринимателями. 64,1% или 300,5 млрд. тенге объема данного вида услуг выполнено предприятиями частной формы собственности, 28,8% или 135,2 млрд. тенге – предприятиями, находящимися в иностранной собственности, остальное 7,1% или 33,2 млрд. тенге – государственными предприятиями. В 2012г. в объемах этих услуг значительную долю (41,4%) занимает объем, выполненный малыми предприятиями, 37,3% – средними и 21,3% – крупными.

В настоящее время в Казахстане активно развивается бизнес частных архитектурных бюро. Многие частные инвесторы заинтересованы во вложении свободных средств в перспективную отрасль, профессиональные архитекторы стремятся расширить свою деятельность, строительные компании диверсифицируют спектр оказываемых услуг. При этом подобных бюро в нашей стране значительно меньше, чем, например, в странах Восточной Европы. В ближайшие годы этот бизнес будет активно развиваться, что связано с ростом строительства практически во всех регионах РК, а также с ростом доходов, как населения, так и компаний. Эта тенденция нашла свое отражение и на рынке готового бизнеса: спрос на архитектурные бюро сейчас превосходит предложение в десятки раз.

В настоящее время в Мангыстауской области насчитывается около 60 населенных пунктов, а генеральный план строительства разработан всего на 40%. Это говорит о том, что для архитектурного бюро имеется большой фронт работы.

Определение целевых групп. Основными клиентами архитектурного бюро – районные акиматы, юридические и физические лица, а также частные и государственные учреждения.

Основные и потенциальные конкуренты. На сегодня специализированные архитектурные бюро сосредоточены только в городе Актау, в районах их нет.

Что должно привлекать наших клиентов: близость к клиентам; умеренные цены; качественный сервис; широкий ассортимент услуг.

Ценообразование. Ценообразование на предлагаемые услуги формируется исходя из анализа существующих расценок, корректируется в зависимости от спроса и ситуации на рынке. При этом цены на услуги должны быть минимально достаточными, чтобы обеспечить предприятию запланированную прибыль с учетом себестоимости и конкурентоспособности. Таким образом, средняя цена на услуги будет установлена на 48 % ниже среднерыночных цен. Устанавливаемые на этом уровне цены обеспечат ТОО «Орта-Еспе» достаточную конкурентоспособность и рентабельность по получению запланированной чистой прибыли и дальнейшего расширения предоставляемых услуг бюро.

Привлечение потребителей. Для успешного продвижения своего товара на рынке необходимо организовать, прежде всего, рекламу. Это объявления в газетах, на радио и телевидении (бегущая строка). Для данных мероприятий предусмотрено выделение ежегодного бюджета в размере 180 тыс. тенге.

Описание продукта

На первоначальном этапе своего развития архитектурного бюро предполагает предложить потенциальным клиентам два пакета услуг:

Пакет 1. Разработка Рабочего проекта без сметной документации.

Стоимость работ – 90 000 тенге.

Срок исполнения – 1 неделя.

Объем проекта – 12 страниц.

В месяц планируется выполнять 4 заказа на общую сумму 360 000 тенге.

Пакет 2. Разработка Рабочего проекта со сметной документацией.

Стоимость работ – 1 500 000 тенге.

Срок исполнения – 2 месяца.

Объем проекта – 300 страниц.

Каждые два месяца планируется выполнять 1 заказ.

В дальнейшем по мере развития предприятия ассортимент предлагаемых услуг будет расширяться:

- дизайн интерьеров;
- разработка проектов фасада зданий;
- перепланировка квартир и частных домов;
- разработка ландшафтной архитектуры;
- услуги по авторскому надзору;
- строительные услуги по малой архитектурной форме.

Производственный план

Помещения и оборудование. Офис, площадью 15 кв. м. под планируемое архитектурное бюро предполагается арендовать. Ежемесячная оплата составляет – 25 000 тенге.

Перечень приобретаемого оборудования:

№	Наименование	Кол-во, штук	Цена, тенге	Стоимость, тенге
1	Плоттер HP CH 336A	1	517 000	517 000
2	Ламинатор Rexelt 6550	1	350 000	350 000
3	Ноутбук Acer Packard Bell ENTEW11HC	1	141 990	141 990
4	Переплетная машина GBC TAB	1	59 000	59 000
5	МФУ лазерный A3 Toshiba 2006 e-St/база (A3, копир/принтер/цветной сканер)	1	140 000	140 000
6	Факс-телефон	1	24 720	24 720
7	Программное обеспечение ABC-4	1	86 000	86 000
8	Программное обеспечение АВТО-КАД	1	120 000	120 000
9	Программное обеспечение Office 2013	1	50 650	101 300
10	Антивирус Касперский	1	9 990	9 990
	ИТОГО			1 499 350

Весь перечень оборудования и программного обеспечения приобретается в г.Актау.

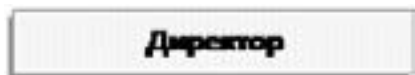
Организационный план

Персонал и график работы.

Для эффективного функционирования архитектурного бюро понадобится следующий кадровый состав:

№	Должность	Кол-во человек	Оклад, тенге
1	Директор / архитектор	1	100 000
2	Бухгалтер	1	56 000
3	Главный инженер проекта	1	70 000
4	Инженер-сметчик	1	60 000
	Итого	4	286 000

Все взаимоотношения между работодателем и наемным персоналом определены законодательством (КЗОТ РК) и будут закреплены в индивидуальном договоре.



Организационная структура предприятия

Все штатные сотрудники будут приняты на постоянную работу.

График работы архитектурного бюро с 830 до 1800. Обеденный перерыв с 1230 до 1400.

Финансовый план

Экономическое обоснование и расчеты по проекту.

Инвестиции. Для реализации проекта требуются инвестиции в размере 1 499 350 тенге.

Источники финансирования проекта:

кредитные средства – 1 499 350 тенге.

Аккумуляированные, таким образом, денежные средства будут направлены на финансирование настоящего проекта.

Инвестиционные расходы:

№	Наименование расходов	Кол-во, штук	Цена, тенге	Стоимость, тенге
	Оборудование и программное обеспечение			
1	Плоттер HP CH 336A	1	517 000	517 000
2	Ламинатор Rexelt 6550	1	350 000	350 000
3	Ноутбук Acer Packard Bell ENTEW11HC	1	141 990	141 990
4	Переплетная машина GBC TAB	1	59 000	59 000
5	МФУ лазерный A3 Toshiba 2006 e-St/база (A3, копир/принтер/цв.сканер)	1	140 000	140 000
6	Факс-телефон	1	24 720	24 720
7	Программное обеспечение Office 2013	1	50 650	50 650
8	Программное обеспечение АВТО-КАД	1	120 000	120 000
9	Программное обеспечение ABC-4	1	86 000	86 000
10	Антивирус Касперский	1	9 990	9 990
	Итого			1 499 350

Бюджет проекта на 2018 год (тенге)

	Ед. изм.	2018	Итого
ДОХОД			
От разработки Рабочих проектов			
- без сметной документации	тенге	4 320 000	4 320 000
- со сметной документацией	тенге	9 000 000	9 000 000
Итого доход	тенге	13 320 000	13 320 000
РАСХОД			
Переменные расходы			
Расходы на бумагу и картридж	тенге	66 433	66 433
Ст-ть эл/эн для оборудования и освещения	тенге	208 100	208 100
Итого перемен. расходы	тенге	274 533	274 533
Постоянные расходы			
Накладные расходы	тенге	1 274 838	1 274 838
Общие и админ. расходы	тенге	6 529 148	6 529 148
Итого постоян. расходы	тенге	7 803 986	7 803 986
Всего РАСХОДЫ	тенге	8 078 518	8 078 518
Налог (КПН)	тенге	2 664 000	2 664 000
Чистая прибыль	тенге	2 577 482	2 577 482
Погашение основного долга	тенге	1 500 000	1 500 000
ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ ИП	тенге	1 077 482	1 077 482
- с нарастанием	тенге	1 077 482	1 077 482

План доходов на 2018 год

		Среднее		(тенге)
		в месяц	2018	Итого
Кол-во рабочих месяцев в году	месяцы	1	12	12
Кол-во рабочих дней в месяце	дни	20	20	
РАБОЧИЙ ПРОЕКТ без сметной документации				
- время изготовления 1 проекта	дни	5	5	
- количество проектов	проект	4	48	48
- цена 1 проекта	тенге	90 000	90 000	
Доход	тенге	360 000	4 320 000	4 320 000
РАБОЧИЙ ПРОЕКТ со сметной документацией				
- время изготовления 1 проекта	месяц	2	2	
- количество проектов	проект	0,50	6,00	6
- цена 1 проекта	тенге	1 500 000	1 500 000	
Доход	тенге	750 000	9 000 000	9 000 000
ВСЕГО доходов	тенге	1 110 000	13 320 000	13 320 000

Переменные расходы на 2018 год

		Среднее	2018	(тенге)
Кол-во рабочих месяцев в году	месяцы	1	12	12
Кол-во рабочих дней в месяце	дни	20	20	
Расходы на бумагу и картридж				
Рабочий проект без сметной документации				
- количество проектов	проект	4	48	48
- кол-во листов на 1 проект	лист	12	12	
- цена 1 листа бумаги	тенге	0,83	0,83	
- цена картриджа 1 лист бумаги	тенге	1,50	1,50	
Расход	тенге	112	16 105	16 105
Рабочий проект со сметной документацией				
- количество проектов	проект	0,50	6,00	6
- кол-во листов на 1 проект	лист	300	300	
- цена 1 листа бумаги	тенге	0,83	0,83	
- цена картриджа 1 лист бумаги	тенге	1,50	1,50	

	Расход	тенге	350	50 328	50 328
Расходы на эл/энергию					
Цена эл/эн за 1 кВт/час		тенге	11,73	11,73	12
Продолжительность рабочего дня		часы	8,0	8,0	8
Мощность оборудования и освещение		кВт	9,2	9,2	9
	Расход	тенге	17 342	208 100	208 100
ПЕРЕМЕННЫЕ расходы		тенге	17 803	274 533	274 533

Ежемесячный фонд оплаты труда

Должность	Кол-во, чел.	Оклад	Тариф	ЗП	Премия	Итого ЗП к начислению	Пенсионные отчисления	ИПН	Соц. отчисления
Директор	1	100 000		100 000	25 000	125 000	12 500	9 384	5 625
Бухгалтер	1	56 000		56 000	14 000	70 000	7 000	4 434	3 150
Гл. инженер проекта	1	70 000		70 000	17 500	87 500	8 750	6 009	3 938
Инженер-сметчик	1	60 000		60 000	15 000	75 000	7 500	4 884	3 375
Итого	4	286 000		286 000	71 500	357 500	35 750	24 711	16 088
ВСЕГО	4			286 000	71 500	357 500	35 750	24 711	16 088

Расходы на эл/энергию

№		Площадь, кв.	Кол-во ламп, ед.	Потребляемая эл/энергия, кВт/сутки	Стоимость потребляемой эл/энергии в сутки, тенге
Освещение:					
1	Офисное помещение	40,00	11	8,64	101
Итого расход эл/эн. на освещение		40,00		9	101

№		Площадь, кв.	Кол-во ламп, ед.	Потребляемая эл/энергия, кВт/час	Стоимость потребляемой эл/энергии в сутки, тенге
Бытовая техника:					
1	Компьютеры		1	0,60	7
Итого расход эл/эн. на быт/технику					7
Всего расход на оборудование, освещение и быт/технику				9,24	108

Приложение 6

Постоянные расходы на 2018 год

	Ед. изм.	Среднее в месяц	2018	(тенге) Итого
Кол-во рабочих месяцев в году	месяцы	1	12	12
Кол-во рабочих дней в месяце	дни	20	20	
Постоянные расходы				
Накладные расходы				
- амортизация ОС и НМА	тенге	31 236	374 838	374 838
- аренда офиса	тенге	25 000	300 000	300 000
- командировочные	тенге	50 000	600 000	600 000
Итого наклад. расходы	тенге	106 236	1 274 838	1 274 838
Общие и админ. расходы				
- оплата труда АУП	тенге	297 039	3 564 468	3 564 468
- премия АУП	тенге	1 430 000	1 430 000	1 430 000
- соц/налог	тенге	5 792	69 498	69 498
- соц/отчисл.	тенге	16 088	193 050	193 050
- ИПН	тенге	24 711	296 532	296 532
- ОПВ	тенге	35 750	429 000	429 000
- коммунальные услуги	тенге	25 000	300 000	300 000
- услуги банка	тенге	5 550	66 600	66 600
- услуги связи	тенге	8 000	96 000	96 000
- другие расходы	тенге	7 000	84 000	84 000
Итого общие и АУП расходы	тенге	1 854 929	6 529 148	6 529 148
ПОСТОЯННЫЕ расходы	тенге	1 961 165	7 803 986	7 803 986

№	Расшифровка расходов на рекламу	Стоимость, тенге
ЕЖЕМЕСЯЧНЫЕ РАСХОДЫ		
1	Реклама на телевидении и радио	50 000
2	PR-статьи в газетах	30 000

3	Объявления в газетах	
4	Поддержка сайта с 01.05.2014г.	30 000
5	Визитки	15 000
	Итого	125 000

Годовые расходы

1	Участие в ярмарках, выставках и других мероприятиях	1 000 000
	Итого	1 000 000

Разовые расходы

1	Разработка сайта и начало его работы в 01.05.2014г.	150 000
	Итого	150 000
	ВСЕГО расходы	1 275 000
		1 500 000
		2 650 000

88. МНОГОФАКТОРНОЕ ТЕСТИРОВАНИЕ ЧЕЛОВЕКА GENETIC-TEST**Анкета проекта:**

Цели инвестиционного проекта: многофакторное тестирование человека Genetic-test.

Стоимость проекта: 3 289 405 тенге.

Срок окупаемости: 3 года.

Концепция проекта.

За последние десятилетия значение услуг в экономике постоянно возрастает. Инновационные услуги создают новые рынки, а их компании получают за счет этого сверхприбыль. Они предлагают потребителям услуги, от которых сложно или вообще невозможно отказаться в наше время.

Но многие инновационные компании за счет специфичности и новизны своих продуктов существуют на несформированных рынках. Это означает, что потребители не осознают и не замечают важность существующих товаров или услуг, которые на самом деле способны решить их проблемы.

Малое инновационное предпринимательство имеет свои отличительные особенности. Производимый инновационным предприятием продукт должен всегда быть востребованным на рынке. Но многие молодые компании забывают о продуктовом планировании и добившись успеха в продажах своего продукта не задумываются о том, что будет, когда этот продукт устареет или надоеет потребителю. Именно поэтому в течении времени, пока продукт успешно продается на рынке, компании необходимо создавать платформу для развития продуктового предложения и ценности для потребителя. Инновационный продукт следует постоянно развивать, совершенствовать для того, что удивить и заинтересовать потребителя, который чаще всего придерживается консервативности мышления и осторожно относится к любым инновациям.

Целью настоящего проекта является внедрения нового прогресса в научно-исследовательской деятельности по определению и развития человеческого потенциала.

Сайт «Генетик тест» необходим для определения особенностей характера и психотипа человека. Тест помогает, как можно раньше определить природные способности ребенка и начать их развивать. Воспитатели и родители могут уделить больше внимание сильным сторонам малыша и с пониманием относиться к тому, что не дано. После тестирования родителями и детям легче ориентироваться в выборе направления развития в учебе, спорте и творчестве.

Данная методика помогает:

- Родителям: узнать об особенностях нервной системы и скрытых способностях ребенка, определиться с выбором кружка или спортивной секции, повысить интерес к учебе и успеваемость, помочь в общении со сверстниками, выстроить на будущее эффективную тактику воспитания, найти с ребенком общий язык.

- Школьникам: определиться с выбором профессии и вуза, узнать свои сильные стороны, эффективно готовиться к экзаменам и легко сдавать их, добиваться успехов в спорте, понять и полюбить себя.

- Студентам: эффективно готовиться к экзаменам и легко сдавать их, определиться с направлением развития своих сильных сторон, понять, куда пойти после вуза, узнать, какие качества помогут в личном и профессиональном росте.

- Взрослым: не тратить время зря на пробы и ошибки, найти или сменить работу, руководствоваться знанием своих сильных и слабых сторон в принятии решений, выбрать вид спорта, который будет приносить удовольствие, открыть новые направления для развития, вспомнить детские мечты и набраться смелости их воплотить.

- Тренерам: учитывать индивидуальные особенности при составлении программы тренировок и формировании команд.

- Учителям: понимать и учитывать особенности нервной системы учеников, формировать индивидуальный подход в обучении, повышать мотивацию учащихся, помогать ученикам развивать свои сильные стороны и достигать нужного результата, вовлечь родителей в воспитательный процесс.

• Психологам: легко провести знакомство с клиентом, получить дополнительную методику для первичной оценки клиента, учитывать природные особенности и способности при работе.

Непосредственно финансирование проекта планируется осуществить в рамках реализации Первого направления Единой Программы поддержки и развития бизнеса «Дорожная карта бизнеса 2020». Реализация предлагаемого проекта полностью соответствует приоритетам государственной политики в области индустриально-инновационного развития страны, разработанной на период 2011-2014 годы.

На целевые средства планируется приобрести основные средства: оборудования и комплектующие, сопутствующие инструменты и материалы.

Финансирование: Финансирование проекта планируется осуществить в рамках первого направления Единой программы поддержки и развития бизнеса «Дорожная карта бизнеса 2020» по инструменту «Предоставление государственных грантов».

Суть проекта: Определять и развивать природные способности человека с помощью многофакторного тестирования человека на оборудование Genetic-test.

Целесообразность реализации проекта: Genetic-test использует опыт дерматоглифики для определения особенностей характера и психотипа человека. Тестирование не является ДНК-анализом, результаты несут информационный характер. Отчет помогает понять себя, раскрыть свой потенциал, обнаружить талант и расставить приоритеты в развитии

Описание продукции (услуг)

Genetic-test – это биометрическое тестирование, которое позволяет быстро получить персональный отчет о своем природном потенциале. Полученная информация поможет добиться максимальных результатов в учебе и спорте, личностном и профессиональном развитии.

Познание себя — один из трендов нашего века. В психологии и социологии и немало способов «классифицировать» людей: от уровня IQ до темперамента. Дерматоглифика — тоже один из научных способов определения особенностей и склонностей конкретного человека. Радикальное отличие дерматоглифики от психологических тестов заключается в статичности исходных данных: отпечатки пальцев не меняются в течение жизни и не зависят от ситуации и настроения.

Дерматоглифика — один из научных способов определения особенностей и склонностей конкретного человека. Радикальное отличие от психологических тестов заключается в статичности исходных данных: отпечатки пальцев остаются неизменными с рождения, не меняются в зависимости от ситуации и настроения.

История науки. Интерес к особенностям рисунка на ладонях и пальцах человека возник в XVII веке. Научные описания кожных узоров встречаются в работах анатома и эмбриолога Марчелло Мальпиги (1686). В 1823 г. один из крупнейших биологов своего времени Ян Пуркинье предложил классификацию пальцевых узоров, которая походит на современную. Сам термин «дерматоглифика» появился XX веке и в переводе на русский язык означает «гравировка кожи».

В Россию дерматоглифика пришла в начале XX века. Одним из первых специалистов по дерматоглифике был сотрудник Института антропологии МГУ Михаил Волоцкой. Он занимался этнической и наследственной изменчивостью кожных узоров. Именно ему принадлежит закрепившийся в дерматоглифике термин «дельтовый индекс».

В XX веке серия исследований в разных научных областях доказала, что отпечатки пальцев связаны с особенностями физиологии, психики и телосложения человека. Уникальность отпечатков используется в криминалистике. В 1880 году англичане Фулдс и Гершель опубликовали в журнале «Nature» свои мысли о возможностях идентификации личности по пальцевым отпечаткам — так появилась дактилоскопия. Со временем накопленный опыт и базы отпечатков пальцев помогли ученым проследить связь между типами узоров и поведением людей. Теперь дерматоглифика применяется не только для установления личности, но и для диагностики психологических особенностей и поведенческого портрета человека.

Изучение узоров на пальцах применяется и в медицине. Уже в 1930-х гг. велись исследования по использованию отпечатков пальцев для постановки диагнозов. Например, дерматоглифика может служить маркером предрасположенности к шизофрении и эпилепсии. Также врачи при помощи дерматоглифики проводили исследования по определению предрасположенностей к онкологическим заболеваниям: лейкозу и раку молочной железы. Ученые установили, что дерматоглифика может быть использована и при изучении индивидуальных особенностей строения центральной нервной системы.

Еще одна область применения — спорт. В лаборатории спортивной антропологии Всероссийского института физической культуры уже 40 лет изучают дерматоглифику спортсменов высшей квалификации. Как выяснилось, представители разных видов спорта отличаются по отпечаткам пальцев. По сложности пальцевых узоров можно выявить предрасположенность к определенному уровню физической выносливости человека, тому или иному типу энергообеспечения организма, скорости реакции и многое другое. Кроме того, дерматоглифика позволяет оценить склонность человека к командным или одиночным видам спорта.

Одно из традиционных направлений дерматоглифики — этническая антропология. Наука располагает множеством сведений о частоте встречаемости тех или иных дерматоглифических признаков у разных народов. Так, кожные узоры на ладонях и пальцах усложняются по мере удаления от Европы усложняются к востоку и упрощаются к югу. Это во многом определяет и особенности характера представителей той или иной расы.

Дерматоглифика в отчетах Genetic-test. Благодаря исследованиям из разных сфер науки накопился большой объем экспериментальных данных о взаимосвязи отпечатков пальцев с психологическими и физическими качествами человека. Собранные вместе научные исследования позволили создать программу для биометрического тестирования Genetic-test.

Genetic-test использует опыт дерматоглифики для определения особенностей характера и психотипа человека. Отчет Genetic-test — информация, которая помогает понять себя, раскрыть свой потенциал, обнаружить талант и расставить



приоритеты в развитии, выбрать профессию, вид спорта или хобби. Тест не ставит диагноз, но отражает сильные и слабые стороны человека, знание которых может открыть новые горизонты для роста и образования.



Что такое генетик-тест?

Научная группа Генетик-тест создала революционную технологию, позволяющую раскрыть потенциальные возможности человека, заложенные на генетическом уровне.

В ходе многолетних исследований было выяснено, что узоры на кончиках пальцев являются генетическими маркерами и неразрывно связаны с физическими, конституциональными и психологическими признаками человека.

✓ система генетик-тест считывает генетические маркеры

- ✓ анализирует полученную информацию
- ✓ выдает уникальный биометрический отчет

Для чего необходимо биометрическое тестирование?

Миллионы людей в мире испытывают разочарование от жизни, поскольку занимаются не своим делом и более того -- идут не по своему пути. Как понять какими данными вас наградила природа? Как обнаружить и раскрыть свой талант? Каким образом реализовать свои достоинства и добиться успеха?

Пройдя тестирование, через несколько минут, вы получаете персональный биометрический отчет о ваших индивидуальных способностях и одновременно получаете ключ к своему успеху!

Вы узнаете, в каком виде спорта вы добьетесь наивысшего результата, пройдя спортивный отбор.

Сможете выбрать нужную специальность в учебе и определить свои профессиональные предпочтения. Узнаете, какой у вас темперамент и выявите склонность к тем или иным заболеваниям.

Тысячи людей прошли тестирование способностей по отпечаткам пальцев и получили ключ к своему успеху!

Пройди тестирование и ты! Узнай, о чем говорят твои гены!

Как проходит тестирование?

Отпечатки пальцев человека неизменны в течение жизни, поэтому биометрическое тестирование можно проходить в любом возрасте.

Для того чтобы получить результат, необходимо отсканировать все 10 пальцев обеих рук и ввести данные в программу. В течение нескольких минут программа обрабатывает данные и формирует ваш персональный отчет.

Процесс биометрического тестирования очень прост и занимает не больше 15 минут.

шаг первый. Определение типов узоров

Для формирования биометрического отчета нужна пальцевая формула: типы узоров на всех пальцах рук. Она определяется оператором при помощи сканера, или специалистом по загруженным бланкам при прохождении тестирования онлайн.

шаг второй. Обработка данных

Формула обрабатывается алгоритмами, написанными на основе данных исследований в области дерматоглифики. Обработка пальцевой формулы занимает от нескольких минут (для отчета GT Standart) до трех дней (для отчетов GT-X и GT-S).

шаг третий. Отчёт готов



Как только мы закончим обработку, твой отчет появится в личном кабинете. Каждый блок отчета содержит графики и подробные комментарии. К отчету можно будет вернуться в любой момент.

На основании чего работает методика?

В основе нашей методики лежит наука дерматоглифика, которая является разделом генетики и антропологии. Компания Genetic-test собрала большое количество информации и создала единую целостную базу данных, которая позволяет получить точный и информативный отчет о потенциале человека, заложенном на генетическом уровне.

Благодаря этой методике результаты тестирования имеют высокий процент достоверности. Прошедшие тестирование люди утверждают, что информация совпадает на 90%.

Почему отпечатки связаны с характером?

Отпечатки пальцев человека формируются во внутриутробном состоянии на 13 неделе беременности и остаются неизменными на протяжении всей жизни.

Отпечатки формируются одновременно с нервной системой из одних и тех же зародышевых листков, что говорит о целостности организма.

Отпечатки пальцев являются генетическими маркерами и неразрывно связаны с физическими, конституциональными и психологическими признаками человека.

Безопасность. Программа не сохраняет и не обрабатывает изображение отпечатков пальцев. Для полноценного анализа программе достаточно знать только тип узора отпечатка пальца, по которому невозможно идентифицировать личность. Сканер используется исключительно для передачи изображения на дисплей компьютера. Оператор определяет тип узора и вводит уже обезличенные данные.

Согласно настоящему проекту, планируется привлечение 2 393 465 тенге, которые будут направлены на софинансирование инвестиционных затрат. Структура освоения финансирования прилагается в нижеследующей таблице:

Основная смета затрат по проекту

№ п/п	Наименование статей	Сумма, тенге	Доля, %
1	Затраты на приобретение оборудования и основных средств	3 289 405	100%
Всего по проекту		3 289 405	100%

Источник финансирования проекта

№ п/п	Наименование статей	Сумма, тенге	Доля, %
1	Грантовые средства	2 960 465	90%
2	Собственные средства	328 941	10%
Итого		3 289 405	100%

Реализация настоящего проекта, позволит заявителю получить следующие результаты:

- ✓ организовать новую деятельность;
- ✓ приобрести инновационное оборудование;
- ✓ увеличить доходность предприятия.

Интересная методика, достоверные результаты, научная обоснованность, доказано и подтверждено специалистами, помогает определиться с профессией, хобби, спортом, занятием, родителям разобраться в поведении детей.

Маркетинговый план.**Компания «Genetic-test» и проблемы ее развития на рынке биометрического тестирования.**

Компания «Genetic-test» была создана в 2011 году. Из малого стартапа ей удалось вырасти до успешной инновационной компании, которая существует на рынке уже более шести лет. Уже через два года в мае компания получила золотую медаль всероссийского выставочного центра в категории «Лучший инновационный проект».

На данный момент в компании работают около 30 человек. «Genetic-test» имеет более 1000 представителей в разных городах России, Украины, Казахстана и других странах СНГ. У компании имеются продажи и на зарубежных рынках Бразилии, Болгарии, Турции и Нью-Йорка.

Ее продуктом является услуга проведения биометрического тестирования с помощью отпечатка пальцев. Тестирование основывается на исследованиях и разработках в области науки дерматоглифики. Это сравнительно молодая наука, которая изучает рельеф на коже ладоней и стоп человека. Все узоры на ладонях и стопах разные и сохраняются у человека в одном виде на протяжении всей жизни. «Genetic-test» утверждает, что существуют достоверные факты, доказывающие, что физические, психофизические и другие признаки человека связаны с его отпечатками пальцев, а достоверность их тестов находится на уровне 90-95%. Компания сотрудничает с лучшими экспертами в области дерматоглифики, которые проводят экспертные оценки и курируют разработки «Genetic-test».

В 2012 году на Международном Форуме «Интерпра» компания представила франшизу «Genetic-test». В основу этой франшизы входит программно-аппаратный комплекс - это сканер отпечатков пальцев, который подключается к компьютеру и с помощью программы «Genetic-test» анализирует полученные данные. Сканер производится и упаковывается у поставщиков «Genetic-test» в Китае. Одна из методик, лежащих в основе тестирования, и свидетельство на программу, которая генерирует отчет, запатентованы компанией.

Всего у компании «Genetic-test» четыре вида пакетов франшиз, которые отличаются друг от друга ценой и стартовым набором продуктов. Помимо сканера отпечатков пальцев, в пакет франшизы входят пакеты запросов на сервер компании, которые позволяют проводить анализ полученных данных из сканера, система обучения Light Push, маркетинговые шаблоны для рекламы, мобильные стенды и другое.

«Genetic-test» не только продает франшизу, но и сама предоставляет услуги биометрического тестирования в школах, детских садах, вузах, спортивных секциях, НК, агентствах. Тестирование проходит за считанные минуты. Сканер отпечатков пальцев определяет типы узоров на их кончиках, затем передает информацию в персональный компьютер человека, который проводит тестирование. Информация об узорах передается на сервер компании «Genetic-test», после чего обрабатывается и анализируется. Через несколько секунд компьютер генерирует персональный отчет о природном потенциале клиента, который проходил тестирование. Данный отчет состоит из 17 страниц и описывает тип узоров на руке клиента, рекомендуемые сферы профессиональной деятельности, его роли в социуме и темперамент, типы поведенческой адаптации, рекомендованные виды спорта, факторы риска для здоровья, потенциал нервной системы и другое.

Главная целевая аудитория компании «Genetic-test» -- родители. «Как правильно воспитать ребенка? В какую спортивную секцию его отдать? Как найти к нему правильный подход?» -- актуальные вопросы для всех молодых родителей. Все ответы на эти вопросы «Genetic-test» предлагает родителям в виде персонального биометрического отчета об индивидуальных способностях их ребенка. Потенциал ребенка также стремится узнать руководство детских садов, школ и вузов. Они приглашают команду специалистов «Genetic-test» в учебные учреждения и проводят тестирование всех детей в группах, чтобы узнать, какой лучше учебной программы им придерживаться, как формировать классы и спортивные секции и как помочь ребенку адаптироваться в обществе. Для абитуриента «Genetic-test» -- хорошая возможность выбрать образование, соответствующее его потенциалу. Кадровые агентства и центры занятости населения определяют способности своих кандидатов и выявляют, с какой работой человек сможет справиться, а с какой нет. Для психологов биометрический тест -- это первичная оценка клиента. А для детей - это способ познать себя, свои способности и таланты. Так как «Genetic-test» продает свою франшизу, которая приносит основной доход компании, ее важной целевой аудиторией также являются предприниматели.

Основной канал привлечения клиентов компании «Genetic-test» -- таргетированная реклама в «Яндекс.Директ». Это инструмент для размещения контекстной рекламы на сайте «Яндекса», которую будет видеть только потенциальный клиент компании. «Яндекс.Директ» также предоставляет полную статистику поисковых запросов целевой аудитории «Genetic-test». Есть и второстепенные каналы привлечения клиентов - это различные мероприятия и выставки франшиз, размещение на сайтах, которые предлагают франшизы, социальные сети и рассылки в них.

Современные биометрические технологии распознают не только отпечатки пальцев, но и голос человека, радужку его глаза, форму ладони и многое другое. Согласно исследовательским данным компании Tractica, рынок биометрического распознавания в 2015 году составил 2 млрд долларов, а к 2024 году ожидается рост до 14,9 млрд долларов. Продажи

на рынке ежегодно вырастают на 25,3% в год. Биометрические распознавания особенно часто используются в органах здравоохранения, государственных структурах и финансовой сфере. Распознавание информации с помощью отпечатка пальца, радужки глаза и голоса являются лидирующими на рынке биометрии.

Похожие исследования проводили компании Grand View Research, Gartnet и Goode Intelligence. Все они говорят о стремительном росте продаж на мировом рынке биометрии, который и не думает уменьшаться.

Российская компания BioLink Solutions подтверждает положительные тенденции развития и российской биометрии. Согласно их прогнозам, среднегодовые темпы роста данного рынка в 2015 - 2019 гг. составят 15%, а в 2019 году объем рынка биометрии в России может превысить 300 млн долларов.

Рынок биометрической диагностики еще совсем молод. На российском рынке присутствуют лишь два его крупных представителя - компания «Genetic-test» и ирландская компания «InfoLife». Компания «InfoLife» имеет два филиала в Кирове и в Москве. Она занимается продажей франшизы биометрического исследования не только с помощью отпечатков пальцев, но и радужки глаза. В остальном компании очень похожи.

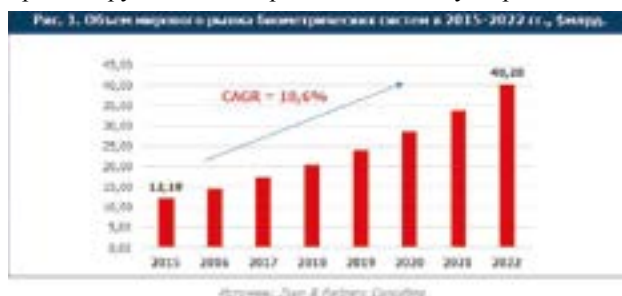
«Genetic-test» называет лишь одного своего конкурента на мировом рынке -- это индийская компания «Thumbrule Dermatoglyphics». Эта компания проводила много исследований в Китае, Сингапуре, Индонезии, Тайване, Таиланде и разработала собственную методику Б.М.И.Т. (Dermatoglyphics Multiple Intelligence Test), которая основана на знаниях генетики, эмбриологии, дерматоглифики, психологии и нейробиологии. «Thumbrule Dermatoglyphics» первая создала биометрическое тестирование с помощью отпечатка пальцев, результаты отчета которого рассказывают о потенциале человека, стиле обучения, который ему подходит, о его способностях, возможных достижениях в будущем. Но ее разработки, исследования и методика, лежащая в основе тестирования, отличается от методики компании «Genetic-test». «Thumbrule Dermatoglyphics» не занимается продажей франшиз, а лишь предоставляет услуги проведения биометрических тестирований.

J'son&Partners Consulting представляет краткие результаты исследования мирового рынка биометрических систем. Уже сейчас системы биометрической идентификации стали зрелым технологическим направлением развития с большим количеством успешно реализованных проектов по всему миру. В связи с этим анализ как общих тенденций и перспектив, так и детальной информации о динамике развития ключевых сегментов в разрезе, отраслей применения и регионов, представляется актуальным.

Мировой рынок биометрических решений вступил в фазу активных инноваций и интенсификации применения как в правительственных, силовых, правоохранительных и оборонных структурах, так и в коммерческом сегменте, высокими темпами, интегрируясь в банковский сектор, ритейл, мобильные приложения, Интернет вещей, здравоохранение, образование и т.д.

Важнейшие направления применения биометрии в мире.

Согласно оценкам J'son&Partners Consulting, объем мирового рынка биометрических систем достигнет более \$14 млрд. на конец 2016 года. На ближайшие 6 лет средние темпы роста CAGR для биометрического рынка составит 18,6%, а прогнозируемый объем рынка к 2022 году вырастет до \$40 млрд.



Приведенные оценки объема биометрического рынка основаны на показателях выручки ключевых игроков в зависимости от сегментов и учитывают оборудование, программное обеспечение и интеграцию, при этом не учитывались расходы, связанные с дальнейшим обслуживанием систем, если таковое предполагается проектом.

Стратегия маркетинга. Предпринимательская деятельность предприятия во многом зависит от выбранной и успешно реализуемой маркетинговой стратегии. Стратегия маркетинга ИП «Жумахан» предполагает в себе следующие основные элементы:

- ✓ оптимизацию ценообразования;
- ✓ продвижению оказываемых услуг.

При этом достижение обозначенных целей возможно только при эффективном использовании и профессиональном сочетании всех инструментов маркетинга.

Важным направлением маркетинга является разработка гибкой системы ценообразования, которая будет способствовать увеличению объемов продаж.

Значительная роль в этом деле принадлежит упорядочиванию торговых наценок.

Стимулирование сбыта будет осуществляться, исходя из следующих моментов:

- ✓ размещение и рассылка рекламы в интернет ресурсах;
- ✓ выездное предоставление услуг.

Ценообразование. Наряду с качеством основным показателем конкурентоспособности оказываемых услуг является их цена. Особое значение цена на услуги биометрического тестирования человека, предоставляемого в рамках проекта, не имеет в обеспечении конкурентоспособности с услугами аналогичных объектов.

Ценообразование основано на 3-х основополагающих принципах:

- ✓ покрытие всех издержек предприятия;
- ✓ поддержание цены на конкурентоспособном уровне;
- ✓ обеспечение дохода предприятия.

Конкуренция среди существующих фирм:

Прямой конкурент - «InfoLife».

Косвенный конкурент - «Thumbrule Dermatoglyphics».

Рынок биометрической диагностики еще совсем молод на данном этапе и находится на стадии формирования.

Угроза появления новых конкурентов. Хотя барьеры входа на рынок биометрии высоки, но угроза появления конкурентов существует. Но так как все методики, которые лежат в основе тестирования, у существующих фирм уже запатентованы, новым игрокам на рынке придется тратить большие средства на исследования, разработки и сбор данных, а также искать хороших ученых, которые будут курировать их разработки.

Угроза появления товаров-заменителей. О товарах-заменителях продукта «Genetic Test» сложно сказать. Показатели здоровья можно проверить с помощью анализов в медицинских учреждениях, но о том, с какими задачами человек лучше справится на работе, о его предрасположенностях к определенному виду спорта и о других характеристиках, узнать другими способами пока нельзя. Рост интереса к инновациям, развитие инновационной и исследовательской деятельности может привести к появлению товаров-заменителей биометрическим тестированиям в будущем, но на данный момент их появление маловероятно.

Но если говорить о товарах-заменителях конкретного вида биометрического исследования -- тестирования по отпечатку пальца, то существуют и другие уникальные особенности человека, такие как радужная оболочка глаза, тембр голоса, форма руки, характеристика лица и другие. Но информация, полученная с помощью разных физиологических характеристик человека, может отличаться.

Рыночная власть потребителей. Существуют покупатели франшизы, которые интенсивно развивают свой бизнес и постоянно закупают у «Genetic Test» запросы на сервер компании для осуществления биометрических тестирований. Также, некоторые кадровые агентства и центр занятости населения делают крупные заказы на эти тестирования. Данные группы потребителей имеют сильную рыночную власть.

Рыночная власть поставщиков. Китайский поставщик сканера для отпечатков пальцев «Genetic Test» не имеет сильного влияния на компанию. Компания имеет всю информацию о технологии сбора этого сканера и может в любой момент перейти на альтернативного поставщика, если ей это будет выгодно.

Выводы. Анализ показал, что рынок предоставления биометрических тестирований по отпечатку пальцев находится в стадии формирования и конкурирующих фирм на этом рынке мало, но они могут появиться, так как рынок новый и перспективный. Компании пока не стоит опасаться угрозы появления товаров-заменителей, а стоит уделить внимание своим потребителям и удерживать их от перехода к прямому конкуренту.

Организационный план

В деятельности предприятия будет задействован штат из 4 работника, которые приведены в следующей таблице:

Штатное расписание по проекту

№ п/п	Наименование должности	Количество по штату, чел.	Оклад рабочих, тенге
1	Предприниматель	1	Чистая прибыль
2	Работник	3	50 000
Итого рабочих мест по проекту		4	-

По мере необходимости в штат будут наниматься дополнительные сотрудники в зависимости от производственной загруженности.

Финансовый план.

Основные затраты по проекту.

№ п/п	Наименование статьи затрат	Ед. изм.	Кол-во ед.	Цена за ед., тенге	Итого сумма, тенге
Грантовые и собственные средства					
Оборудования и основные средства					
1	Оборудование Genetic-test с комплектующими	шт.	1	2 379 405	2 379 405
2	Ноутбук марки ACER	шт.	3	250 000	750 000
3	Многофункциональное устройство (МФУ)	шт.	2	80 000	160 000
Итого			6	2 709 405	3 289 405
Итоговая сумма по проекту					3 289 405

Сводная смета затрат за период.

№ п/п	Наименование	Сумма в месяц, тенге		Итого в год, тенге	
1	Запрос и обработка данных	216 000		2 592 000	
2	Коммунальные услуги	1 989		23 868	
3	Аренда помещения	35 000		420 000	
4	Расходы на услуги связи	10 000		120 000	
5	Затраты по ФЗП персонала	150 000		1 800 000	
6	Отчисления по ФЗП персонала	16 500		198 000	
7	Выплата подоходного налога	16 200		194 400	
8	Прочие расходы	10 000		120 000	
Итого затрат		455 689		5 468 268	

Прогноз отчета о прибылях и убытках по проекту (в разрезе по годам)

Наименование статьи	Годы					Итого за 5 лет, тенге
	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	
Поступления						
Выручка от предоставления услуг	5 832 000	6 480 000	6 480 000	6 480 000	6 480 000	31 752 000
Итого выручка	5 832 000	6 480 000	6 480 000	6 480 000	6 480 000	31 752 000

Издержки						
Запрос и обработка данных	1 252 800	2 592 000	2 592 000	2 592 000	2 592 000	11 620 800
Коммунальные услуги	23 868	23 868	23 868	23 868	23 868	119 340
Аренда помещения	420 000	420 000	420 000	420 000	420 000	2 100 000
Расходы на услуги связи	120 000	120 000	120 000	120 000	120 000	600 000
Прочие расходы	120 000	120 000	120 000	120 000	120 000	600 000
Итого производств. издержки	1 936 668	3 275 868	3 275 868	3 275 868	3 275 868	15 040 140
Затраты по ФЭП						
Затраты по ФЭП персонала	1 800 000	1 800 000	1 800 000	1 800 000	1 800 000	9 000 000
Отчисления по ФЭП персонала	198 000	198 000	198 000	198 000	198 000	990 000
Итого затраты по ФЭП	1 998 000	1 998 000	1 998 000	1 998 000	1 998 000	9 990 000
Операционная прибыль	1 897 332	1 206 132	1 206 132	1 206 132	1 206 132	6 721 860
Выплата подоходного налога	174 960	194 400	194 400	194 400	194 400	952 560
Чистая прибыль (остатки)	1 722 372	1 011 732	1 011 732	1 011 732	1 011 732	5 769 300

89. ВЕНДИНГ – АППАРАТЫ ПО ОЧИСТКЕ И ПРОДАЖЕ ВОДЫ



Анкета проекта:

Цели инвестиционного проекта: приобретение вендинг – аппаратов по очистке и продаже воды

Стоимость проекта: 3,0 млн. тенге

Срок окупаемости: 9 месяцев.

Концепция проекта

Концепция проекта предусматривает приобретение вендинговых аппаратов в г. Астана. Проект предполагается осуществить в рамках Продукта «Программа развития продуктивной занятости и массового предпринимательства на 2017-2021 года» со ставкой кредитования 6% годовых.

Английское слово «vending» подразумевает продажу товаров при помощи торговых автоматов, и подробный перевод этого слова означает «продажа через автомат сигарет, сэндвичей, напитков при помощи денежных средств». Рынок вендинговых услуг в РК проходит ряд положительных изменений. Если раньше через автоматы осуществлялась только торговля растворимым кофе, то сейчас, благодаря технологиям, появились специальные капсулы с молотым зерновым кофе. Вендинговые автоматы стали более усовершенствованными — с их помощью можно даже почистить обувь, не нагибаясь.

Также бывают вендинг – аппараты по очистке и продаже воды. Что же представляет собой автомат по продаже воды? Это аппарат, подключаемый к городскому водопроводу, с которого благодаря нескольким ступеням очистки мы получаем качественную воду.

Именно таким направление бизнес будет заниматься наш Инициатор проекта. Для осуществления реализации нашего бизнеса, необходимо закупить вендинговые аппараты. Закуп планируется осуществить за счет кредитных средств.

Описание товара и ценообразование.

Целью проекта является продажа питьевой воды через торговые автоматы в тару потребителя, расположенных при входе в магазины, в самих магазинах, возле подъездов жилых домов, в спальных и жилых кварталах, или в другом удобном месте, где есть возможность установить автомат и есть потребность в чистой питьевой воде.



Привлекательность данного проекта заключается в современной культуре продажи воды через автоматы нового поколения, имеющие привлекательный дизайн и продающие воду 24 часа в сутки без продавца.

Принцип ценообразования основывается на затратном методе с учетом средних величин, кроме того, Инициатор ориентируется на ситуацию на рынке, учитывая цены конкурентов.

	цена реализации	Себестоимость, тенге	планируемое реализ. кол-во в месяц
Вода 1 аппарат	10	1,05	10 000
Вода 5 аппаратов	10	1,05	50 000

Основные средства

В рамках осуществления данного проекта, потребуются приобрести необходимое оборудование.

Список необходимого оборудования:

- аппарат по очистке воды 5 шт., стоимость оборудования 600 000 тенге*5=3 000 000 тенге

Итого необходимая сумма для приобретения оборудования составляет 3 000 000 тенге.

Описание оборудования по очистке воды.

Система фильтрации включает 8 степеней очистки. Она основана на обратноосмотическом принципе: вода под давлением последовательно проходит через специальные мембраны, освобождающие ее от минеральных примесей, солей, ржавчины, и поступает в накопительную емкость. С помощью насоса она подается в нишу для выдачи, которая рассчи-

тана на использование тары любого объема: от стакана до бутылки объемом 19 литров. При обработке из нее удаляются вредные вещества: нитриты, кадмий, ртуть, хлор, нейтрализуются посторонние запахи.

Обслуживание минимальное: фактически оно сводится к регулярной замене фильтров. Вендинговые аппараты нового поколения комплектуются современными купюро- и монетоприемниками, контроль за работой облегчают технологии GSM. С помощью программируемых функций можно в удаленном доступе получать информацию о срабатывании датчиков (засора, удара), о необходимости инкассации, блокировки автомата, проанализировать статистику продаж.

Персонал. Одним из плюсов данного вида деятельности является наличие небольшого количества персонала. Это 1 технический оператор, вызывать которого будут при необходимости для осуществления выемки наличности, закладки продуктов и оперативное устранение неполадок и сам Инициатор проекта, который будет управлять процессом, вести бухгалтерию и договариваться об установке новых аппаратов.

Расходы по техническому работнику составляют 30 000 тенге в месяц.

Маркетинговый план.

Анализ рынка. Рынок аппаратов по очистке воды.

Рынок чистой питьевой воды считается перспективным, спрос на нее постоянно растет. Вендинговые автоматы претендуют на существенную долю этой ниши, так как снижают себестоимость литра в 4 раза.

Вендинговый автомат по продаже и очистке воды имеет все шансы к тому, чтобы составить серьезную конкуренцию продажам ее в бутылках, и фирмам по доставке на дом. По данным маркетинговых исследований, чистую питьевую воду приобретает каждый 10-ый покупатель супермаркета зимой, и каждый 5-ый - летом. Чем она дешевле, и чем проще сделать покупку, тем лучше для потребителя.

Сегодня рынок питьевой воды является одним из самых быстрорастущих потребительских рынков в Казахстане. Эксперты констатируют, что снижение качества водопроводной воды является одним из основных факторов роста потребления бутилированной питьевой воды. На долю рынка питьевой воды по разным оценкам приходится от 40 до 60% всего рынка безалкогольных напитков по объему. Ежегодный прирост продаж воды в год по различным данным составляет от 10 до 25%. Такая ситуация вполне объяснима: на фоне улучшения благосостояния населения и пропаганды здорового образа жизни потребительские предпочтения смещаются в сторону более «натуральных» альтернатив напитков - к воде и сокам. При этом среднестатистическое потребление воды в РК все еще остается невысоким - около 24 литров на душу населения, тогда как в Европе этот показатель в несколько раз выше. Сейчас рынок питьевой воды подошел к стадии структурных изменений. Вероятнее всего, как показывают маркетинговые исследования, они будут связаны с увеличением доли премиальной продукции и ростом популярности воды в оригинальной упаковке и крупной таре, а также с ростом популярности «спортивной» воды. Кроме того, перспективным рынком для отечественных производителей может стать Китай, где ощущается особенно сильная нехватка воды - там проживает около 1/5 от всего мирового населения, на которое приходится лишь 7% всех мировых запасов воды. В регионах же возможно перераспределение рыночных долей между компаниями-производителями. Рынок питьевой воды характеризуется следующими основными особенностями: вытеснение импортной продукции, активность региональных производителей питьевой воды, интенсивный рост рынка на 15-25% ежегодно.

В магазинах редко продается вода в упаковках больше 5 литров. Покупать 1,5 литровые бутылки неудобно, да и выходит дорого. Ведь она используется не только для питья, а и для приготовления пищи - что, кстати, практикуется все чаще. Поэтому сервисы по доставке 19 литровых бутылок на дом - довольно прибыльное дело. Однако автомат по очистке воды - еще удобнее для покупателей, потому что не надо заранее делать заказ, ждать доставку в установленное время, хранить пустую тару для обмена. Для предпринимателя - это выгодно вдвойне. Организация и содержание транспортной службы, штата диспетчеров, грузчиков обходится дорого.

Доход вендингового аппарата прямо зависит от удачного расположения. Где их обычно устанавливают:

- во дворах, в центре жилого блока на 3-5 домов;
- в точках «съезда» с магистрали в спальный район;
- в местах массового прохода от остановок к жилому массиву;
- в активно посещаемых магазинах, аптеках, на рынках.

Эксплуатационные расходы. Ниже приведены ежемесячные расходы на содержание вендинговых аппаратов.

№	Наименование затрат	Цена в месяц, тенге
1	вызов тех.работника	30 000
2	аренда помещения, в т.ч. с учетом 5 точек	50 000
3	замена запчастей и т.д.	10 500
	Итого	90 500

Доходы проекта.

Отчёт о прибылях и убытках:

	2018	2019	2020	2021	2022
Выручка	6 600 000	7 200 000	7 200 000	7 200 000	7 200 000
Материалы и комплектующие	577 500	630 000	630 000	630 000	630 000
Валовая прибыль	6 022 500	6 570 000	6 570 000	6 570 000	6 570 000
Общехозяйственные и коммерческие расходы	995 500	1 086 000	1 086 000	1 086 000	1 086 000
Амортизация	183 333	200 000	200 000	200 000	200 000
Расходы на заработную плату	382 800	417 600	417 600	417 600	417 600
Финансовые расходы	151 017	129 661	93 051	56 441	19 831
Прибыль до налога на прибыль	4 309 850	4 736 739	4 773 349	4 809 959	4 846 569

Прибыль с учетом убытков прошлых периодов	393 076	396 127	399 177	402 228	405 279
Налог на прибыль	129 295	142 102	143 200	144 299	145 397
Чистая прибыль	4 180 554	4 594 637	4 630 149	4 665 661	4 701 172

90. БУРЕНИЕ ВОДЯНЫХ СКВАЖИН

Концепция проекта.

Концепция проекта предусматривает создания производственной базы по предоставлению услуг «бурение водяных скважин» («Услуги») с целью создания условий для доступа к воде в отдаленных районах на пастбищах, что позволит удовлетворить потребности местного населения. Организовать бизнес по оказанию услуг бурения скважин под воду в частных секторах и загородных участках, для установки водопровода, насосной станции и колонок.

Проект будет способствовать в реализации государственных программ, что позволит фермерам обводнить пастбища. Это поможет решить проблемы сельского хозяйства, связанные с орошением пастбищ для выращивания скота.

На первом этапе проекта планируется организация деятельности, включая установление/создание условий для развития бизнеса, а именно приобретение оборудования и наем работников.

В следующем планируется расширить бизнес и привлечь новых клиентов, путем расширения спектра услуг и планируется закуп дополнительного оборудования для бурения.

Финансирование проекта:

- Стоимость проекта 18 950 000 тг.

Срок окупаемости проекта 18,5 месяцев.

Планируемая прибыль за первый год работы 8 900 000тг.

Полученные деньги будут использованы для образования оборотного капитала, финансирования маркетинга.

Описание услуги (товара, работ). Основные виды деятельности при организации данного бизнеса:

1. Бурение скважин под воду до 600 м.
2. Подключение насосных станций бойлеров.
3. Подвод холодной воды с прокладыванием труб.
4. Установка и заменатруб

Основными клиентами будут крестьянские хозяйства, владельцы ферм и кошар, лица, живущие в частных секторах населенных пунктов, а так же те кто имеет загородные и дачные участки и т.д.

Планируемая стоимость оказания услуг:

1. Бурение скважин под воду с обустройством насосной станции 50 000 тг. за 1 погонный метр по программе обводнение пастбищ.

Организовать бизнес по оказанию услуг бурения скважин под воду по программе обводнения пастбищ крестьянским хозяйствам и индивидуальным предпринимателям, а также оказания услуг по бурению скважин в частных секторах и загородных домах.

Бурение есть технологический процесс, направленный на получения отверстия в земных недрах. В отличие от любого отверстия, скважина имеет весьма малую величину соотношения диаметра и глубины. Общее представление о бурении можно получить от сравнения сверления отверстия с помощью ручной дрели на конце которой сверло, что в бурении называется буровое долото или буровая коронка. Скважины при бурении могут достигать нескольких десятков и даже сотнях метров, а диаметр отверстия при этом совсем не велик от 5 до 50см, поэтому приходится применять специальные разъемные колонны труб. Их называют бурильные трубы, а отдельные составные части колонны - свечами. На забое скважины при бурении находится долото, соединенное с бурильными трубами. В верхней части скважины на поверхности земли (на устье) бурильные трубы зажимаются в специальном механизме для передачи им и долоту вращения. Этот механизм называется ротором, а в некоторых бурильных установках - вращателем. При сверлении дерева или металла разрушенный материал извлекается наружу по специальным канавкам сверла. Такой же способ применяется и при бурении скважин. Такой способ бурения называется шнековым, а инструмент - шенк. Он применяется при проходе не глубоких скважин - до нескольких десятком метров.

«Добыча воды». Доступ человека к воде является необходимым фактором для нормальной жизни! Недаром все цивилизации начали свое существование, там, где был источник пресной воды. Очень многие люди сейчас начали строить свои дома, облагораживать дачные и загородные участки. И обустроить свою жизнь не в панельных домах, а в своем собственном доме с большим участком и свободным строительством гаража, теплицы, бани, что в свою очередь не может позволить себе человек живущий в панельном доме. А в период весны и по конец осени, большинство горожан большую часть времени проводят на даче и некоторые даже там живут.

В большинстве случаев встает вопрос обустройства и снабжения своего участка электричеством и водой. Прежде всего, данная услуга бесспорно принесет положительный эффект и отклик со стороны потребителей, потому что это необходимо. Мы постараемся удовлетворить потребности каждого клиента.

Уникальность свойств данной услуги в том, что человек сможет получить отлично проделанную работу при наименьших затратах сил и времени, а также профессионально в любом месте, используя свое транспортное средство. Большинство людей просто не имеют в собственности необходимое оборудование (бурильная установка), а также опыт в бурении подобных скважин. Поэтому они вынуждены искать подходящих специалистов для выполнения данной работы. Гидробурение буровой установкой -- возможно абсолютно в любом месте и на любом участке! Это обусловлено тем, что установка для гидробурения является мобильной.

Преимущества:

Низкая себестоимость готовой скважины данным бурильным оборудованием перед традиционными бурильными машинами.

Простота транспортировки.

Описание проекта и целесообразность его реализации.

В настоящее время, на территории Казахстана, включая Жамбылскую область есть много селений/аулов, пастбищ, которые не имеют собственного колодца и скважины с водой. Государство пытается решать данную проблему путем принятия различных программ по оснащению водой отдаленные населенные пункты, такие программы как «Правила по возмещению части расходов, понесенных субъектом агропромышленного комплекса при инвестиционных вложениях «Обводнение пастбищ», утвержденная постановлением Правительства Республики Казахстан от 29 апреля 2014 года №421 и программой «Питьевая вода», утвержденной постановлением Правительства Республики Казахстан от 23 января 2002 года, которые реализуются на всей территории Казахстана, но ввиду объективных и субъективных обстоятельств, многие отдаленные районы все еще ждут воду.

Организационная структура и управленческая команда. **Организационная структура компании на стадии запуска производства является линейной и состоит из основных ключевых должностей:**

1. Буровой мастер, -- общее контроль и обеспечение производственного процесса.
2. Помощник бурового мастера, - обеспечение производственного процесса и бурение скважины.
3. Водитель, - доставка до адреса проводимых работ и прочая помощь мастеру.

Сопутствующие товары и услуги. **В процессе развития предприятия будут реализовано следующие маркетинговые направления. Анализ потребностей клиента и определение сопутствующих товаров для более полного удовлетворения его запросов. Таким образом, работая над совершенствованием предложений компании, будут повышаться показатели среднего чека продаж. В настоящее время, т.е. на этапе вывода компании и ее продукции на рынок, главными приоритетами являются соблюдение технологии производства для обеспечения качественных характеристик изделий.**

Сведения о рынке и конкурентах. Текущее состояние рынка.

Климатические условия нашего региона позволяют проводить буровые работы с апреля по ноябрь. С ноября по апрель (5 месяцев) бурить методом гидробурения на открытом воздухе не получится вовсе, вода попросту замерзает. То есть в это время надо либо прекратить оказывать услуги по бурению скважин на открытом воздухе, либо заниматься бурением внутри помещения, а также собирать заказы на бурение на следующий год.

Планируемое количество клиентов и прибыль с каждого вида деятельности:

«Бурение скважины»

Проведя анализ рынка, можем определить примерное количество клиентов за месяц, на которое можно рассчитывать. Оно составляет примерно 2 человека. Если брать в расчет 2 человека в месяц, каждый из которых воспользуется услугой по бурению скважины по программе обводнения пастбищ в среднем на 120 метров, стоимостью 50 тыс. тг. за метр глубины, следовательно, планируемый средний объем продаж в месяц составит 12 000 000 тг. из них 80% субсидируемые средства и 20% от суммы оплачивает заказчик «Подключение насосных станций».

Описание нынешних и потенциальных клиентов. Будущие потенциальные клиенты:

- + **Крестьянские хозяйства**, занимающиеся животноводством.
- + **Индивидуальные предприниматели**, занимающиеся животноводством на пастбищах.
- + **Дачники**. Начало сезона резко увеличивает спрос на скважины;
- + **Строители**. Одна из первоочередных задач на стройплощадке - наличие воды;
- + **Владельцы частных домов**. Причины типовые: отсутствие воды или перебои в водоснабжении;
- + **Производственники**. Малому бизнесу необходимо автономное водоснабжение, которое имеется далеко не везде.

Для этого мне понадобится провести рекламную кампанию. Я считаю, что наиболее действенный и продуктивный способ найти потенциальных заказчиков - это размещение информации в СМИ «Вовремя» (еженедельная газета). Я сделаю акцент на использовании относительно простых и дешевых способов продвижения. Кроме этого, информацию о кампании я размещу в справочной товаров и услуг.

Приоритеты в работе - оперативность, аккуратность, ответственность. Я сделаю все, чтобы воспользовавшись нашими услугами однажды, клиенту захотелось бы обратиться к нам снова, порекомендовать нас своим друзьям и близким.

Для работы мне не требуется снимать офисное или торговое помещение.

Описание компаний-конкурентов. **Конкурентов в данном бизнесе в нашем городе пока не достаточно. Для того, чтобы выжить в конкурентной борьбе, будут предприняты следующие маркетинговые меры:**

- ✓ Скидки постоянным клиентам.
- ✓ Скидки пенсионерам и инвалидам.
- ✓ Высокое качество обслуживания.
- ✓ Низкая стоимость услуг.

Основные барьеры и риски входа на рынок. Отсутствие достаточных объемов денежных средств, производственных мощностей и налаженной системы сбыта продукции. Большая доля издержек в стартовый период из-за наличия заемных средств для начала деятельности. Риски минимизированы с помощью АО «Фонд развития предпринимательства «Даму» в части снижения процентной ставки предпринимателя до 10%, путем применения инструмента субсидирования процентной ставки по кредиту.

Ценообразование.

Ценообразование - один из главнейших вопросов, на которые нужно ответить при организации бизнеса. Для определения цен на все предлагаемые мною услуги я провел исследования рынка, выяснил оценки экспертов и сравнил цены на данные услуги различных фирм. Поэтому в организации моего проекта на начальном этапе я буду использовать средние цены на все виды услуг. Кроме этого для определенного вида населения (пенсионеры и инвалиды) у меня будут предлагаться постоянные скидки. Скидки также смогут получить те, кто часто пользуется моими услугами.

Маркетинговая стратегия

Для создания животноводческого комплекса необходима чистая питьевая вода для разведения и откорма животных. Подземные водоносные слои почвы несут чистую воду, поэтому задачей владельца каждой животноводческой базы является только обеспечить доступ к этой воде.

Одним из наиболее эффективных путей получения собственного источника воды является бурение индивидуальной скважины на воду. Преимуществом бурения скважины перед копкой колодца является более чистая вода в скважине, что обеспечивается изоляцией водоносного горизонта от грунтовых вод, отсутствие замерзания воды в зимнее время, так как водозабор происходит ниже уровня промерзания грунта, возможность устроить систему водоснабжения «под ключ», имея в базе до трех точек водопользования (кранов) с одной глубокой скважины.

Для осуществления бурения скважин на воду существуют различные машины - от многотонных на базе грузовых автомобилей, до малогабаритных буровых установок. Мы будем осуществлять бурение скважин на многотонных грузовых автомобилях с буровой установкой. Такой подход имеет свое преимущество.

Преимущества нашего бурения: возможность работы в труднодоступных местах.

Данные виды услуг имеют достаточно большую популярность среди владельцев ферм, животноводческих комплексов и т. д.

Характер спроса на данные виды услуг говорит, что в зимнее время спрос будет немного меньше, нежели в летнее время года. В связи с организацией данного бизнеса, я предполагаю повышенный интерес со стороны предпринимателей, крестьянских хозяйств и граждан, имеющих загородные животноводческие комплексы фермы и т. д.

С увеличением прибыли я планирую увеличивать количество предлагаемых услуг и штат работников, что позволит мне увеличить объем заказов и количество новых клиентов.

Эксперты говорят, что масштабная рекламная кампания для данного вида услуг с малым количеством конкурентов просто не нужна. Но на начальном этапе развития бизнеса и вхождения на рынок, необходимо использовать все рекламные возможности.

Для небольшой кампании нужна небольшая реклама, но бьющая точно в цель. Т.е. основная маркетинговая задача выбрать оповещения, определить ценовую политику, рекламу и продвижение услуги на рынок, методы стимулирования продаж, формирования спроса и организацию послепродажного сервиса.



Производственный план.

Конструкция установки для бурения состоит из рамы, мотора-редуктора, вертлюга с муфтами, подводящего канала с запорной арматурой, штанг различного диаметра по желанию заказчика, буров, системы электрооборудования с реверсом, лебедки для отпускания и подъема рабочих органов.

Принцип работы основан на гидробурении скважин оборотной водой. При помощи насоса осуществляется подача воды из резервуара или ямы. Вода проходит по вращающимся буровым штангам и через отверстия в буре входит в контакт с почвой, вымывая её и вытесняя на поверхность. Ограничением является невозможность бурения в условиях каменистого грунта.

Технические характеристики:

Количество работающих 2 человек

Питание от сети переменного тока 220 В

Мощность 2,2 кВт

Глубина бурения до 150 м. Диаметр бурения до 100 мм. Обороты бурения 60-70 об/мин Скорость бурения разведочным буром до 20 м/час. Скорость бурения основным буром до 10 м/час.

Дополнительно буровая установка может комплектоваться специальным шнеком, что позволяет осуществлять шнековое бурение (без оборотной воды) ям **глубиной до 600 метров и диаметром до 250 мм** для установки опор при строительстве, фундаментах, монтажа и демонтажа опор линий электропередачи, радиотрансляционных и коммуникационных сетей, опор мостов и переходов, столбов ограждений, бурение под сваи.

Установки для гидробурения предназначены для бурения на глубину до 120 метров некаменистых почв. Скорость бурения значительно больше чем у канатно-ударной установки. Возможна комплектация блоком для прохождения каменистых почв. Принцип работы буровой установки основан на бурении оборотной водой. При помощи насоса (не входит в комплект) осуществляется подача воды из резервуара или ямы. Вода проходит по вращающимся буровым штангам и через отверстия в буре входит в контакт с почвой, вымывая её и вытесняя на поверхность. Конструкция буровой установки состоит из разборной рамы, мотора-редуктора, вертлюга, буровых штанг с держателем, комплекта буров, системы электрооборудования с реверсом, лебедки для отпускания и подъема рабочих органов.

Сборка и разборка бурового инструмента. Указания по применению норм.

Нормами предусмотрено, что свертывание бурового инструмента производят трещеткой, обращая при этом внимание на натяжку резьбовых соединений. Предусматривается, чтобы при натяжке соединений опорные поверхности свертываемых деталей плотно прилегали друг к другу. Если из-за неточности резьбы нельзя получить плотного прилегания поверхностей, необходимо ставить соответствующей толщины шайбу из листового железа.

Состав работы. 1. Установка и снятие ключей, постановка прокладок. **2.** Навертывание переходника, долота, ножниц и канатного замка.

Извлечение фильтровой колонны из скважины с помощью лебедки буровой установки. Указания по приме-

нению норм. Нормами предусматривается перед обработкой скважины раствором хлорной извести производить промывку скважины до полного осветления воды.

Состав работы. 1. Приготовление раствора хлорной извести (в специальной емкости из расчета 100 мг на 1 л воды). 2. Спуск бурильных труб. 3. Промывка скважины водой. 4. Закачка в скважину раствора хлорной извести (при помощи бурового насоса). 5. Подъем бурильных труб.

Спуск и подъем бурового снаряда. Состав работ.

При спуске бурового снаряда

1. Надевание элеватора или навинчивание вертлюжной пробки на свечу (трубу). 2. Подъем свечи (трубы) из подсвечника или с мостков, очистка и смазка резьбового соединения, навинчивание свечи (трубы) на ранее спущенную бурильную колонну, приподнимание и освобождение колонны от подкладной вилки или штангодержателя (элеватора). 3. Спуск очередной свечи (трубы) в скважину и установка колонны на подкладную вилку или закрепление ее в штангодержателе. 4. Снятие элеватора или отвертывание вертлюжной пробки, подъем свободного элеватора или вертлюжной пробки.

При подъеме бурового снаряда

1. Надевание элеватора или завинчивание вертлюжной пробки, освобождение колонны от подкладной вилки или штангодержателя. 2. Подъем колонны на длину свечи (трубы) и установка ее на подкладную вилку или штангодержатель, отвинчивание свечи (трубы) с отводкой ее от устья скважины и установкой на подсвечник или укладкой на мостки. 3. Снятие элеватора или отвинчивание вертлюжной пробки, спуск вертлюжной пробки или элеватора.

Подготовительно-заключительные работы, связанные с подъемом и спуском бурового снаряда. Состав работ.

При подъеме бурового снаряда

1. Остановка вращения ротора и выключение насоса. 2. Подъем бурового снаряда на длину ведущей трубы или квадрата, установка снаряда на подкладную вилку или штангодержатель, отвинчивание и отвод от устья скважины ведущей трубы (квадрата). 3. Освобождение талевого блока от вертлюга-сальника и спуск его к устью скважины. 4. Извлечение породоразрушающего инструмента (колонкового набора или долота с переводником) из скважины и укладка его на мостки.

При спуске бурового снаряда

1. Подготовка и спуск в скважину породоразрушающего инструмента (колонкового набора или долота с переводником). 2. Навинчивание однотрубки (при спуске бурильной колонны свечами), соединение талевого блока с вертлюгом-сальником. 3. Навинчивание ведущей трубы на спущенную бурильную колонну, выключение насоса, снятие колонны с подкладной вилки или штангодержателя, включение вращения ротора и постановка бурового снаряда на забой.

Наращивание бурового снаряда. Состав работы

1. Выключение бурового насоса, остановка вращения ротора, подъем бурильной колонны до первого соединения (на длину рабочей штанги). 2. Установка колонны на элеватор или подкладную вилку, отвинчивание ведущей трубы (квадрата) и отвод ее в сторону или опускание в шурф. 3. Нарастивание заранее подготовленной и проверенной трубы. 4. Спуск колонны в скважину на длину наращиваемой трубы с постановкой на элеватор или подкладную вилку. 5. Навинчивание ведущей трубы, включение насоса и вращение ротора, постановка бурового снаряда на забой с восстановлением циркуляции.

Описание требуемых ресурсов. Анализ расположения и инфраструктуры.

Предприятие располагается в собственных производственных помещениях, общей площадью 100 кв.м. Управление находится в административных помещениях площадью 90 кв.м. Общая площадь местонахождения предприятия составляет - 1 га.

Вся необходимая инфраструктура для деятельности предприятия имеется. Есть подъездные пути и погрузочно-разгрузочная площадка для завоза и отгрузки оборудования.

Финансовый план.

Прогноз отчета о прибыли и убытках по проекту (в разрезе 5 лет)

Наименование статьи	Годы					Итого за 5 лет, тенге
	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	
Поступления						
Валовая прибыль	84 000 000	84 000 000	84 000 000	84 000 000	84 000 000	420 000 000
Итого выручка	84 000 000	84 000 000	84 000 000	84 000 000	84 000 000	420 000 000
Себестоимость	39 340 000	39 340 000	39 340 000	39 340 000	39 340 000	196 700 000
Издержки						
Коммунальные услуги	134 000	134 000	134 000	134 000	134 000	670 000
Связь	60 000	60 000	60 000	60 000	60 000	300 000
Услуги банка	36 000	36 000	36 000	36 000	36 000	180 000
Подходный налог	2 520 000	2 520 000	2 520 000	2 520 000	2 520 000	12 600 000
Реклама	120 000	120 000	120 000	120 000	120 000	600 000
Прочие затраты	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000	2 000 000
Итого производств. издержки	3 270 000	3 270 000	3 270 000	3 270 000	3 270 000	16 350 000
Затраты по ФЭП						
Отчисления по ФЭП персонала	311 850	311 850	311 850	311 850	311 850	935 550
Итого затраты по ФЭП	311 850	311 850	311 850	311 850	311 850	935 550
Операционная прибыль	41 078 150	41 078 150	41 078 150	41 078 150	41 078 150	205 390 750
Выплата процентов по займу	2 630 096	2 273 904	1 797 377	1 244 247	602 199	8 547 823
Выплата основного долга по займу	1 612 278	3 539 958	4 016 485	4 569 615	5 211 664	18 950 000
Чистая прибыль (остатки)	36 835 776	35 264 288	35 264 288	35 264 288	35 264 288	177 892 927

91. ОТКРЫТИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ ПО УСЛУГАМ ДЕЗИНФЕКЦИИ, ДЕРАТИЗАЦИИ И ДЕЗИНСЕКЦИИ.

Анкета проекта:

Цели инвестиционного проекта: открытие предприятия по услугам дезинфекции, дератизации и дезинсекции.

Стоимость проекта: 10 650 000 тенге.

Срок окупаемости: 3,82 лет.

Концепция проекта.

Концепция проекта предусматривает организацию деятельности предприятия по оказанию услуг дезинфекции, дератизации и дезинсекции в Мангистауской области.

Цели проекта:

1. Эффективное использование инвестиционных средств для организации предприятия.
2. Обеспечение организаций и местного населения качественной услугой (дезинфекции, дератизации и дезинсекции).
3. Использование безопасных для людей ядохимикатов.
4. Изучение и внедрение передового опыта дезинфекции.

Для достижения поставленных целей требуется решить следующие задачи:

- Получение лицензии.
- Привлечение инвестиций.
- Приобретение необходимого оборудования и оборотных средств.

С экономической точки зрения проект будет способствовать:

- созданию новых рабочих мест, что позволит работникам получать стабильный доход;
- поступлениям в бюджет г.Актау налогов и других отчислений.

Целевой группой планируемого предприятия будут являться потребители услуг – юридические и физические лица Мангистауской области.

Инвестиционные затраты и источники финансирования:

№	Наименование расходов	Источники финансирования, тенге	
		Кредит	Собственные средства
1	Основные средства	9 650 000,00	0,00
2	Оборотные средства	0,00	1 000 000,00
	Итого	9 650 000,00	1 000 000,00

Описание предприятия. Организуемое предприятие планирует расположиться в арендуемом помещении общей площадью 42 кв.м. из них 30 кв.м. складское помещение и 12 кв.м. помещение для офиса с ежемесячными платежами равными в 150 000(возможно уменьшение суммы) тенге. Выбор данного помещения основан на требования хранения и использования ядохимикатов согласно санитарно эпидемиологическим требованиям.

Предприятие планирует закупить коммерческие автомобили с разделенными пассажирскими и грузовыми отсеками. Выбор такого типажа автомобилей также связан с нормами и требованиями перевозок ядохимикатов.

Для реализации проекта планируется получение лицензии согласно требованиям о «Лицензирование деятельности в сфере оборота ядовитых веществ».

Планируемый общий штат персонала – 3 ед.

Описание услуги. Дезинфекция - это комплекс мероприятий, направленный на уничтожение возбудителей инфекционных заболеваний и разрушение токсинов на объектах внешней среды. Является одним из видов обеззараживания. Для проведения дезинфекции обычно используются химические дезинфицирующие средства, например, формальдегид или гипохлорит натрия, растворы органических веществ, обладающих дезинфицирующими свойствами: хлоргексидин, четвертичные аммонийные соединения, надуксусная кислота. Дезинфекция уменьшает количество микроорганизмов до приемлемого уровня, но полностью может их и не уничтожить. Различают профилактическую, текущую и заключительную дезинфекцию:

- *профилактическая* (плановая; внеплановая) проводится постоянно, независимо от эпидемической обстановки: мытьё рук, окружающих предметов с использованием моющих и чистящих средств, содержащих бактерицидные добавки.
- *текущая* - проводится у постели больного, в изоляторах медицинских пунктов, лечебных учреждениях с целью предупреждения распространения инфекционных заболеваний за пределы очага.
- *заключительная* - проводится после изоляции, госпитализации, выздоровления или смерти больного с целью освобождения эпидемического очага от возбудителей, рассеянных больным.

Методы дезинфекции:

1. Механический - предусматривает удаление заражённого слоя грунта или устройство настилов.
2. Физический - обработка лампами, излучающими ультрафиолет, или источниками гамма-излучения, кипячение белья, посуды, уборочного материала, предметов ухода за больными и др. В основном применяется при кишечных инфекциях. Кипячение используется для обработки белья (кипятят в мыльно-содовом растворе в течение 2 часов), посуды (в 2 % содовом растворе в течение 15 минут), питьевой воды, игрушек, пищи. Паровоздушная смесь является действующим началом в пароформалиновой дезинфекционной камере; в дезинфекционных камерах обеззараживают вещи больного и постельные принадлежности. Ультрафиолетовое облучение используется для обеззараживания воздуха помещений в лечебных и других учреждениях (лампа БУВ-15 или БУВ-30).
3. Химический (основной способ) заключается в уничтожении болезнетворных микроорганизмов и разрушении токсинов антисептиками и дезинфицирующими веществами.

4. Комбинированный - основан на сочетании нескольких из перечисленных методов (например, влажная уборка с последующим ультрафиолетовым облучением)

5. Биологический - основан на антагонистическом действии между различными микроорганизмами, действии средств биологической природы. Применяется на биологических станциях, при очистке сточных вод.

Дератизация (фр. *dératisation* - дословно «уничтожение крыс») - комплексные меры по уничтожению грызунов (крыс, мышей, полёвок и др.). Существует несколько различных способов: пищевые ядохимикаты (в виде приманок), капканы, газообразные яды, электронные ловушки, ультразвуковые установки для отпугивания, а также электрический метод дератизации ОЗДС. Иногда в целях дератизации используются биологические (народные) методы - кошки, собаки. Проблема дератизации против крыс остро встает по окончании лета, когда расплодившаяся популяция животных ищет места для зимовки.

Химический метод борьбы с грызунами подразумевает уничтожение крыс и избавление от мышей посредством препаратов, являющихся ядами для грызунов. Препараты, как правило, размещаются на чердаках и подвалах, возле мусорных контейнеров, в темных углах производственных помещений. Особенно эффективен химический способ борьбы с грызунами против обычных домашних мышей и полёвок.

Дезинсекция (фр. *dés-*, означающая уничтожение, удаление + лат. *insectum* - насекомое) - один из видов обеззараживания, представляющий собой уничтожение насекомых, способных переносить трансмиссивные инфекции, с помощью специальных химических средств, путём воздействия горячей воды с паром или с помощью биологических средств.

Под дезинсекцией также понимается процедура уничтожения любых насекомых, чьё соседство с человеком считается нежелательным: мухи, комары, тараканы, муравьи, постельные клопы и т.д.

Методы дезинсекции:

- Механические средства, как правило, малоэффективный способ борьбы с членистоногими. Он предусматривает использование москитных сеток на окнах, защитных костюмов, электрических мухоловок, липкой ленты и бумаги.

- Физические средства дезинсекции предусматривают использование специального оборудования, с помощью которого проводится распыление холодного тумана, горячего тумана, а также дезинсекция теплом. Генераторы туманов и нагревательные печи классифицируются в зависимости от возможной площади обработки и делятся на стационарные и мобильные. Помимо данных более современных способов физической дезинсекции, в очагах воспаления чесотки и педикулеза проводится кипячение постельного белья, одежды и обуви.

- Биологический способ зачастую применяется для уничтожения личинок мух и комаров. С этой целью используются микробиологические инсектициды, которые являют собой споры энтомопатогенных микроорганизмов и токсины. Наиболее часто биологический метод дезинсекции проводится в небольших водоемах, подвалах и складских помещениях.

- Химический способ подразумевает использование специальных препаратов, которые для каждого вида членистоногих отличаются своим химическим составом. Для уничтожения насекомых применяют инсектициды, клещей – акарициды, личинок – ларвициды, яиц насекомых – овициды. По способу воздействия на вредителей данные средства также отличаются.

Анализ рынка и маркетинговая стратегия.

Во всём мире клининг - это сфера бизнеса, которая занимает одно из ведущих мест по количеству занятых в ней людей. И в нашей стране в данном сегменте рынка сегодня занято большое количество профессиональных работников. Но, в отличие от многих стран Европы, отечественный рынок клининговых услуг находится в настоящий момент не просто на стадии бурного развития, но и, в известном смысле, на стадии становления, так как многие его направления ещё только формируются и являются для нашей страны относительно новыми. В то же время, клининг в Казахстане уже достаточно прочно вошёл в самые разные структуры нашей экономики, а экономическое развитие Казахстана привело к значительному увеличению спроса на клининговые услуги

Бурное развитие, наметившееся в последнее время в строительной индустрии, привело к созданию большого количества новых современных отделочных материалов, требующих специального ухода. А бурное нашествие транспортных средств привело к образованию в наших городах большого количества специфических загрязнений, оказывающих отрицательное воздействие, как на окружающую среду, так и на современные покрытия, особенно, содержащие в своем составе полимерные материалы, также способствует развитию индустрии чистоты.

Несмотря на то, что отечественный клининговый рынок в настоящий момент переживает период интенсивного роста, при этом у него имеется очень большой потенциал и для дальнейшего роста, так как клининговые компании пока обслуживают незначительный объем всей нежилой недвижимости.

Основными потребителями услуг по уборке являются торговые центры, но с ростом популярности клининговых услуг круг их потребителей значительно расширяется (рестораны, аэропорты и т.д.). Поэтому основной объем работ для клининговых компаний предоставляют: предприятия крупного и малого бизнеса различных сфер деятельности, государственный и частный сектор, объекты городской инфраструктуры, торговые центры. Поднять уровень рентабельности индустрии чистоты возможно при условии увеличения сегмента рынка данного бизнеса.

Несмотря на то, что в сфере клининговых услуг отмечается высокий уровень конкуренции, но, достойная репутация, имидж и оказание широкого ассортимента услуг высокого качества позволяет большинству компаний занять свою нишу на рынке и спокойно конкурировать с другими аналогичными предприятиями.

Ключевым фактором, влияющим на развитие данного рынка, является активное строительство объектов коммерческой недвижимости различных видов: офисной, торговой и т.д.

Если сравнивать по организации по уборке по их масштабам и размерам, то можно отметить, что крупные клининговые компании, которые работают на рынке по долгосрочным контрактам, в том числе и государственным, как правило, имеют стабильную рентабельность. Они обслуживают огромные территории как промышленных, так и торговых пред-

приятый, и офисов. Предприятия же малого и среднего бизнеса, осуществляющие специализированные и часто одноразовые, но высокооплачиваемые работы, имеют большую долю чистой прибыли.

Что касается регионов, то там развитие рынка коммерческой недвижимости стало катализатором развития рынка клининговых услуг, ёмкость которого пропорциональна развитию коммерческого сектора, поэтому рынок данных услуг представлен достаточно неравномерно в региональном разрезе. Основной объём потребляемых клининговых услуг приходится, прежде всего, на столицы - Астану и Алматы. Именно в этих регионах сосредоточена большая часть обслуживаемых профессионалами клининговых компаний жилых и нежилых объектов.

Перспективными направлениями развития рынка клининговых услуг можно назвать выход на обслуживание медицинских учреждений и систему ЖКХ, потенциал которых полностью ещё не раскрыт.

Отдельные наиболее успешные отечественные компании начинают активно осваивать смежные сегменты клинингового рынка. Они не только занимаются уборкой, но и открывают обучающие центры для подготовки профессиональных клинеров. В последние годы активно развиваются такие относительно новые направления клининга как промышленный альпинизм и инженерная эксплуатация зданий, включающая управление автоматикой, содержание и обслуживание стен, вентиляции, электроснабжения и водоснабжения.

В процессе своего развития клининг в нашей стране постепенно превращается в высокотехнологичную сферу услуг, в которой используется новейшее оборудование, современная организация труда, разрабатываются и внедряются инновационные технологии, что может способствовать созданию новых предприятий по изготовлению биологических и химических средств и созданию новых рабочих мест.

Бизнес по уборке в Казахстане, даже находясь на стадии становления, является весьма привлекательным, так как имеет все предпосылки для активного развития на ближайшую перспективу: достаточно высокий уровень доходов населения, стремительное развитие коммерческой недвижимости и благополучное экономическое развитие государства.

Стратегия ценообразования. При формировании ценовой политики, предприятие учитывает все основные факторы, влияющие на цену своих услуг. **Исходным фактором цены являются собственные издержки, 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.

Также цены на реализуемую услугу будут варьироваться от общей площади обрабатываемого помещения, согласно которому цены будут понижаться с увеличением площади обработки.

Цены на услуги

№	Наименование	ед. изм	Стоимость работ (зависит от площади)		
			от 3 000 м.кв. до 6 000 м.кв.	от 6 000 м.кв. до 8 000 м.кв..	от 8 000 м.кв. и выше
1	Дератизация несплошная систематическая	1 м.кв.	18	15	8
2	Дератизация открытых территорий	1 м.кв.	28	25	15
3	Дератизация открытых территорий(сплошная)	1 м.кв.	23	20	10
4	Дератизация разовая	1 м.кв.	56	55	45
5	Дезинсекция против бытовых насекомых в помещениях	1 м.кв.	25	20	10
6	Дезинсекция комаров в помещениях	1 м.кв.	30	25	15
7	Дезинсекция мух в помещениях	1 м.кв.	20	18	10
8	Дезинсекция комаров на открытых территориях	1 м.кв.	40	35	20
9	Дезинсекция санитарно- надворных установок	1 м.кв.	235	230	200
10	Дезинсекция разовая	1 м.кв.	85	80	60
11	Дезинфекция (кроме водопроводных сетей и сооружений)	1 м.кв.	270	265	250
12	Дезинфекция помещений	1 м.кв.	65	60	40

Производственный план.

Оборудование и автотранспорт. Планируется закупить следующее оборудование:

№	Наименование	кол-во	цена	сумма
1	Автотранспорт Лада Ларгус (новая)	1	3 600 000	3 600 000
2	Автотранспорт Пикап (б/у)	1	5 000 000	5 000 000
3	Генератор горячего тумана	1	800 000	800 000
4	Компьютер	1	150 000	150 000
5	Мебель для офиса (комплект)	1	100 000	100 000
6	Оборотные средства		1 000 000	1 000 000
	Сумма			10 650 000

Объем производства и реализации

Согласно плану производств, планируется оказывать три вида услуг:

Услуги дезинфекции.

Услуги дератизации.

Услуги дезинсекции.

Ожидаемый объем реализации услуг по всем видам услуг равен на 1 987 237,33 тенге или 14 000 кв.м. обработанных помещений в среднем.

Организационный план.

Штатное расписание. Управление персоналом будет передано на контроль администратора.

Приведенную структуру управления персоналом можно отнести к линейной. Она позволяет администратору оперативно управлять работой предприятия и находиться в курсе событий.

Персонал	Кол-во	Оклад	Месячный фонд,	Годовой фонд,
	человек		тенге	тенге
Бухгалтер	1	60 000,00	60 000,00	720 000,00
Дезинфектор	2	40 000,00	80 000,00	960 000,00
Общий фонд заработной платы:	3	100000,0	140000,0	1680000,0

Оплата труда у всех работников является фиксированной.

Предприятие будет функционировать на полную мощность по следующему графику: 5/7 с 09-00 до 18-00. С возможностью оказания услуг в выходные дни.

Финансовый план.

Инвестиционный план. **Общие инвестиционные затраты по проекту включают в себя:**

№	Наименование	Сумма
1	Основные средства	9 650 000,00
2	Оборотные средства	1 000 000,00
	Итого	10 650 000,00

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

№	Наименование	Сумма	доля
1	Собственные средства	1 000 000,00	9,38%
2	Заемные средства	9 650 000,00	91,62%
	Итого	10 650 000,00	100%

Целевое назначение займа:

№	Наименование	кол-во	цена	сумма
1	Автотранспорт Лада Ларгус (новая)	1	3600000	3600000
2	Автотранспорт Пикап (б/у)	1	5000000	5000000
3	Генератор горячего тумана	1	800000	800000
4	Компьютер	1	150000	150000
5	Мебель для офиса(комплект)	1	100000	100000
	сумма			9650000

План доходов

№	Наименование	Объем производства в кв.м. в месяц	Ожидаемый суммарный доход в месяц	Ожидаемый суммарный доход в год
1	Дезинфекция	4600	633266,67	7599200
2	Дезинсекция	4100	213118,00	2557416
3	Дератизация	5300	147234,00	1766808
	Всего	14000	993618,67	11923424

Расходы предприятия

В данном разделе описаны все переменные и постоянные расходы на основе исторических данных.

№	Показатели	Кол-во обслуж-женных кв.	Расходы в месяц в расчете на 1 кв.м.	Кол-во месяцев	Сумма в месяц, тенге	Сумма в год на 1 услугу	Сумма расходов за год, тенге	Доля в общей сумме расходов, в %
I	Текущие расходы - всего	14000,0	2,01	12	857 082	1	8 916 980	97,89%
1	Фонд оплаты труда персонала (основная и дополнительная)	14000,0	0,45	12	192 780	0	1 360 800	14,94%
2	Отчисления на оплату труда (19%)	14000,0	0,11	12	45 220	0	319 200	3,50%
3	Закуп ТМЗ и оплата услуг	14000,0	0,27	12	113 000	0	1 356 000	14,89%
4	Аренда	14000,0	0,35	12	150 000	0	1 800 000	19,76%
5	Коммунальные услуги	14000,0	0,05	12	19 300	0	231 600	2,54%

6	Налоги	14000,0	0,14	12	61 377	0	736 520	8,09%
7	Оплата по будущему кредиту	14000,0	0,61	12	259 405	1	3 112 860	34,17%
8	Прочие непредвиденные расходы	14000,0	0,04	12	16 000	0	192 000	2%
II	Накопления на восстановление основных средств	14000,0	0,00	12	0	0	0	0,00%
	Итого расходов	14000,0	2,01	108	857 082	2	9 108 980	100%

Ожидаемые расходы предприятия на прогнозируемый период

№ п	Статьи затрат	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	6 год	7 год	Всего на прогнозный период
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
I	Текущие расходы:	4836000	2356032	2638756	2955407	3310055	3707262	4152133	23955645
1.	Оплата труда персонала	1680000	1881600	2107392	2360279	2643513	2960734	3316022	16949540
1.1	В том числе:								
1.1.1.	Основной оклад	1360800	1524096	1706988	1911826	2141245	2398195	2685978	13729127
1.1.3.	Начисления на оплату труда	319200	357504	400404	448453	502267	562539	630044	3220413
2.	Закупки товаров и оплат услуг	3156000	474432	531364	595128	666543	746528	836111	7006105
2.2	Оплата коммунальных услуг	231600	259392	290519	325381	364427	408158	457137	2336615
2.3	Прочие текущие расходы на закупку товаров и оплату услуг	192000	215040	240845	269746	302116	338370	378974	1937090
V	Капитальные затраты	9650000	0	0	0	0	0	0	9650000
	Итого расходов	14 486 000	2 356 032	2 638 756	2 955 407	3 310 055	3 707 262	4 152 133	33 605 645

Расчет доходов и расходов

Наименование статей:	На прогнозный период, тыс. тенге							Всего за период
	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	6 год	7 год	
Выручка от реализации	11 923 424,00	13 354 234,88	14 956 743,07	16 751 552,23	18 761 738,50	21 013 147,12	23 534 724,78	120 295 564,58
Валовой доход	11 923 424,00	13 354 234,88	14 956 743,07	16 751 552,23	18 761 738,50	21 013 147,12	23 534 724,78	120 295 564,58
Переменные расходы	3 579 600,00	4 009 152,00	4 490 250,24	5 029 080,27	5 632 569,90	6 308 478,29	7 065 495,68	36 114 626,38
Постоянные издержки	1 680 000,00	1 881 600,00	2 107 392,00	2 360 279,04	2 643 512,52	2 960 734,03	3 316 022,11	16 949 539,70
Выплата по кредитам	3 112 860,00	3 112 860,00	3 112 860,00	3 112 860,00	3 112 860,00	0,00	0,00	15 564 300,00
Чистый доход до налогообложения	3 550 964,00	4 350 622,88	5 246 240,83	6 249 332,92	7 372 796,08	11 743 934,80	13 153 206,98	51 667 098,49
Налоги и отчисления	736 519,84	824 902,22	923 890,49	1 034 757,35	1 158 928,23	1 297 999,61	1 453 759,57	7 430 757,30
Чистая прибыль	2 814 444,16	3 525 720,66	4 322 350,34	5 214 575,58	6 213 867,85	10 445 935,19	11 699 447,41	44 236 341,19
Рентабельность, %	24%	26%	29%	31%	33%	50%	50%	35%

92. АРЕНДА АВТОМОБИЛЕЙ



Анкета проекта:

Цели инвестиционного проекта: аренда автомобилей.

Стоимость проекта: 15,0 млн. тенге.

Срок окупаемости: 28 месяцев

Концепция проекта.

Бизнес-идея предусматривает организацию деятельности услуг по предоставлению машины в аренду (для проезда по городу).

Проект предполагается осуществить в рамках Продукта «Программа развития продуктивной занятости и массового предпринимательства на 2017-2021 года» со ставкой кредитования 6% годовых. Концепция проекта предусматривает приобретение легковых автомобилей в г. Астана.

Данная идея основана на стремлении человека к независимости, желании быть всегда у руля и управлять не только автомобилем, но и своим временем. Ведь отнюдь не у всех есть возможность отправиться в поездку на своем автомобиле. А в случае поломки или других непредвиденных обстоятельств без автомобиля и в своем городе обойтись довольно сложно. Выходом из такой ситуации будет визит в службу проката автомобилей.

Для осуществления реализации нашего бизнеса, необходимо закупить легковые автомобили. Закуп планируется осуществить за счет кредитных средств.

Анализ рынка

По итогам минувшего года официальными дилерами было реализовано 46 377 автомобилей, что на 5,8% выше аналогичного показателя 2016 года. В отчетный период казахстанцы потратили на приобретение новых автомобилей \$1,12 млрд, что на 28,6% выше уровня годичной давности.

Сбыт по итогам декабря 2017 года (4 679 единиц) превзошел прошлогоднее значение на 4,2%. Объем рынка, в стоимостном выражении по результатам декабря, достиг \$119,3 млн, превысив показатель годичной давности на 15,6%.

30 484 автомобиля (65,7%), реализованных по итогам 2017 года, пришлось на импорт: 15 893 покупателей (34,3%) остановили выбор на продукции казахстанских автозаводов.

Рейтинг наиболее востребованных казахстанцами брендов по итогам прошедшего года возглавляет Toyota: за отчетный период на территории республики продано 9 252 автомобиля японской марки. Сбыт моделей Lada составил 8 729 единиц. Третью позицию занял Ravon с показателем 4 6231 реализованный автомобиль. Пятерку лидеров замыкают Hyundai (3 624 ед.) и GAZ (2 611 ед.).

Основную активность в приобретении легковых автомобилей в 2017 году продемонстрировали жители городов Алматы (11 928 реализованных автомобилей), Астана (8 383 ед.), Костанай (2 893 ед.), Караганда (2 762 ед.), Уральск (2 437 ед.), Усть-Каменогорск (2 224 ед.), Актау (1 763 ед.) и Актобе (1 734 ед.).

Отмечается, что в перспективе трех лет ожидается рост продаж новых автомобилей. Но это при условии роста цены на нефть в соответствии с прогнозами международных организаций, отсутствии значительных изменений курса валют, девальвации, увеличении стоимости от брендодержателей и других значительных факторов. Позитивными факторами для рынка в АКАБ называют поэтапное снижение импортных пошлин в рамках утвержденных тарифов ВТО; понижение стоимости автомобилей импортного происхождения; выдачу сертификатов, возмещающих часть расходов на покупку нового автомобиля при сдаче старого на утилизацию, стимулирует продажи машин казахстанского производства.

«Рынок и новых, и поддержанных авто сохранит текущие показатели, поскольку перспектив на удешевление пока нет. Для удешевления стоимости новых машин, произведенных в Казахстане, необходимо наращивать уровень локализации, кроме этого, значительную долю рынка составляет импорт. Поскольку курс стабилизировался, и значительных колебаний на рынке не ожидается, то цены этого года на автомобили продержатся и в 2017 году», -- сообщили в АКАБ. Кроме того, наблюдается увеличение сегмента внедорожников - тренд сохранится в 2017 году. Увеличение доли в структуре официальных продаж связано со значительными продажами автомобилей Toyota LC Prado, Toyota LC200, Toyota RAV4, KIA Sportage, Nissan Qashqai, Hyundai Santa Fe, JAC S3 др. Продажи автомобилей Toyota простимулировала программой облегченного кредитования от 4%.

Анализ сбыта.

В основном потребителями услуг аренды автомобилей являются автолюбители. В связи со сложившимися обстоятельствами владельцы автомобилей часто остаются без своего транспорта: либо машина в ремонте, либо человек в командировке, либо уехал на отдых с семьей — причин может быть множество. И в силу своих привычек и преимуществ от перемещения на своем транспорте, мало кто соглашается пересаживаться на общественный транспорт, а такси обойдется намного дороже, чем прокат автомобиля. Вот именно такие люди и являются потенциальными клиентами автопрокатного салона.

Еще одной категорией людей, которые заинтересованы в прокате автомобилей, являются те, которым автомобиль нужен для создания нужного впечатления, поддержания репутации. Такие люди берут автомобили бизнес-класса, когда едут на важную встречу либо на переговоры.

Также существуют клиенты, которые берут автомобили в аренду не на сутки, а на несколько часов. Чаще всего это какие-либо торжества: свадьба, выпускной, день рождения и т.д. В таком случае автомобиль дается в прокат с водителем.

Кроме того, встречаются и корпоративные клиенты: многие компании не хотят заниматься обслуживанием своего автопарка, поэтому прибегают к прокату автомобилей.

За месяц «корпоративный» автомобиль принесет больше, чем «обычный», потому что он застрахован от простоя.

Описание товара и ценообразование.

Для осуществления данного вида услуги, необходимо закупить недорогие автомашины, но в очень хорошем техническом состоянии. Средняя стоимость такого автомобиля составляет примерно 3 000 000 тенге.

Прокат автомобилей (аренда транспортных средств) — сдача автомобиля без водителя на определённый период времени (от нескольких часов до нескольких месяцев и даже лет). Существует краткосрочная аренда автомобиля и аренда автомобилей на продолжительный срок.

Краткосрочная аренда автомобиля называется carsharing – каршейринг. Это вид аренды автомобиля, подразумевающий поминутную или почасовую оплату. Он удобен для краткосрочных поездок в черте города. Часто к данной услуге прибегают туристы.

В настоящее время долгосрочная аренда авто крайне актуальна для представителей малого и среднего бизнеса. Предпринимателям невыгодно держать на балансе компании дополнительные единицы техники и транспорта, поскольку это зачастую приводит к значительному увеличению расходов. При этом долгосрочная аренда автомобилей может оказаться более экономичной и удобной по сравнению с лизингом и кредитованием.

Срок аренды оговаривается с потенциальным арендатором, в среднем срок определяется от 6 до 12 месяцев. В наших же расчетах мы возьмем ежедневный платеж в размере 6 000 тенге.

Наименование	Срок аренды	Арендная плата в день	Арендная плата в месяц (26 дней)	Арендная плата в год
Транспортное средство 1 ед	1 день	6 000	156 000	1 872 000
Транспортное средство 5 ед	1 день	30 000	780 000	9 360 000

В рамках осуществления данного проекта, потребуется приобрести автотранспортные средства.

Наименование	Стоимость, тг	Кол-во, ед.	Общая стоимость
Автотранспортные средства	3 000 000	5	15 000 000

Итого необходимая сумма для приобретения автомашин составляет 15 000 000 тенге.

Персонал. В связи с тем, что особенность бизнес сдача в аренду автомашин, наличие персонала не предусматривается. Соответственно нет расходов на оплату труда.

Описание процесса. Каждая компания, предоставляющая услуги по аренде автомобилей, имеет свои условия аренды. Среди требований, предъявляемых к арендаторам, может быть обязательное достижение им определенного возраста, который может варьироваться, наличие стажа вождения хотя бы год, а так же арендодателю может понадобиться наличие водительского удостоверения международного образца. Иногда договор аренды может предусматривать ограничение суточного пробега автомобиля или же возможность передвижения только в пределах определенной территории, например, в границах области. Могут быть наложены штрафные санкции, если машина клиентом сдается грязной, имеются повреждения кузова или салона.

Для того чтобы обеспечить пункт проката большим количеством клиентов и наработать достойную клиентскую базу, сдаваемые в аренду автомобили будут сдаваться в аренду без залога. Также, Инициатор будет нести расходы по обязательному страхованию, что позволяет защитить сдаваемый в аренду авто от множества угроз – от небольших царапин до угона – и придаст уверенность за собственный автомобиль.

Описание издержек. Ниже предоставлен список затрат по данному бизнесу, для полноценного оказания планируемых услуг:

№	Наименование затрат, один авто-ль	В квартал, тенге	в год, тенге
1	Обязательное страхование	-	26 000
2	Техобслуживание	27 000	108 000
	Итого		134 000

№	Наименование затрат, 5 авто	В квартал, тенге	в год, тенге
1	Обязательное страхование	-	130 000
2	Техобслуживание	135 000	540 000
	Итого		670 000

Отчёт о прибылях и убытках

	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Выручка	7 020 000	9 360 000	9 360 000	9 360 000	9 360 000	780 000
Валовая прибыль	7 020 000	9 360 000	9 360 000	9 360 000	9 360 000	780 000
Расходы по страхованию и тех. обслуживанию	504 000	672 000	672 000	672 000	672 000	56 000
Амортизация	1 125 000	1 500 000	1 500 000	1 500 000	1 500 000	125 000
Финансовые расходы	678 191	603 191	373 404	143 617	1 596	0
Прибыль до налога на прибыль	4 712 809	6 584 809	6 814 596	7 044 383	7 186 404	599 000
Прибыль с учетом убытков прошлых периодов	538 362	557 511	576 660	595 809	599 000	599 000
Налог на прибыль	141 384	197 544	204 438	211 331	215 592	17 970
Чистая прибыль	4 571 424	6 387 264	6 610 158	6 833 051	6 970 812	581 030

93. ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ СПЕЦТЕХНИКИ В АРЕНДУ

**Анкета проекта:**

Цели инвестиционного проекта: предоставление спецтехники в аренду.

Стоимость проекта: 920 747 000 тенге.

Срок окупаемости: 33 месяцев.

Концепция проекта.

Проект предполагается осуществить по программе лизингового финансирования. Концепция проекта предусматривает приобретение подъемной техники.

Цель приобретения техники -- предоставление в аренду спецтехники. Потребители услуг предприятия, нуждающиеся в постоянном техническом обслуживании, а также частные лица и организации. Аренда строительной техники становится все популярнее среди строительных организаций. Не каждый производитель на рынке строительных услуг, способен выложить единовременно порядка 30 000 000 тенге за погрузчик. Оптимальное решение: взять строительную технику в аренду в период проведения работ. Это выгоднее чем, сразу вложить огромную сумму в машины и механизмы. Поэтому многие владельцы строительных компаний предпочитают брать технику в аренду, что гораздо удобнее для их бизнеса.

Для расширения оказываемых услуг по аренде спецтехники, Компания намеревается 18 единиц техники. Закуп планируется осуществить за счет кредитных средств. Предположительно условия кредитования будут следующими:

Источник финансирования:

Источник финансирования	Сумма	Доля
Заемные средства	920 747 000	100%
Собственные средства	0	0%
Всего	920 747 000	100%

Описание товара и ценообразование.

Компания Haulotte – в числе лучших производителей подъемного оборудования в мире, которое является продуктом труда специалистов и инженеров, понимающих потребности современного рынка и потребителей.

Самоходный коленчатые подъемники Haulotte HA, охарактеризовать можно тремя словами: мощность, надежность, простота.

Они предназначены для обеспечения работ на открытой стройплощадке со сложными конструкциями и непредсказуемым рельефом.

Преимущества подъемников

- Способность менять местоположение.
- Мобильность (малая потеря времени на спуск-подъем, перемещение).
- Доступ к ограниченному и малодоступному пространству.
- Удобное размещение на месте работы.
- Безопасное устройство механизмов, Конструкция подъемника предусматривает защиту от всех критических ситуаций.
- Ценообразование-подъемник арендуется по суточной цене, за использование АГП в 2 смены за сутки ведется двойная оплата.
- Нет необходимости в операторе управляющему с земли, пульт в корзине, дает возможность любому рабочему управлять подъемником, и устанавливать корзину в нужном положении.
- Экономия ГСМ.
- Широкий ассортимент - различные виды подъемника ножничные, коленчатые телескопические, с различной высотой.

Область применения

- Электромонтажные работы.
- Изоляционные работы.
- Пескоструйная обработка и покраска.
- Монтаж металлоконструкций.
- Вентиляционные работы.
- Кровельные работы.
- Графические работы.
- Промышленная уборка.
- Все виды фасадных работ.

Все виды монтажа/демонтажа и т.д.

С потенциальным арендатором заключается договор намерения о сотрудничестве на определенный срок. Цена аренды будет зависеть от срока, на который данная техника будет сдаваться. Стоимость аренды составляет от 15 000 до 127 000 тенге в день.

Технические характеристики.



Имеющееся оборудование. Подъемники от Haulotte Group - это лучшее соотношение цены/качества/безопасности/долговечности



Основные средства.

В рамках осуществления данного проекта, потребуется приобрести следующее оборудование:

№	Наименование:	Количество единиц
1	Подъемник Haulotte HA 16 RTJ PRO, 2017 г.в.	2
2	Подъемник Haulotte HA 20 RTJ PRO, 2017 г.в.	1
3	Телескопический погрузчик Haulotte HTL4017, 2017 г.в.	1
4	Подъемник Haulotte HA 26 RTJ PRO, 2017 г.в.	2
5	Подъемник Haulotte HA 32 RTJ PRO, 2017 г.в.	3
6	Подъемник Haulotte HA 41 RTJ PRO, 2017 г.в.	3
7	Подъемник Haulotte HT 23 RTJ PRO, 2017 г.в.	2
8	Подъемник Haulotte HT 28 RTJ PRO, 2017 г.в.	2
9	Подъемник Haulotte HT 43 RTJ PRO, 2017 г.в.	1
10	Телескопический погрузчик Haulotte HTL5210, 2017 г.в.	1
	ИТОГО	18
	Всего НДС (18%)	

Маркетинговый план.

Аренда спецтехники – достаточно популярная услуга, но при этом имеющая характерную сезонность. В весенне-летний период времени спрос на услугу максимальный, так как активен и строительный рынок.

В основном открытию бизнес предшествует проведение обширной рекламной кампании:

Публикация информации об услугах в интернете, на досках объявлений, специализированных порталах. Контекстная реклама в Яндекс-Директ.

Размещение информации в СМИ, газетах и на радио.

Наружная реклама, баннеры на трассах.

Прямое обращение к потенциальным клиентам – строительным организациям, коммунальным службам, крупным фирмам.

Однако в нашем случае имеется договор намерения о сотрудничестве на оказание услуг аренды, и вопрос сбыта услуги решен.

Издержки. Покупка спецтехники не единственные затраты, которые предстоят для арендного бизнеса. Расходы на ежемесячной основе выглядят следующим образом:

№	Расходы	Сумма, тенге
1	Оплата труда	3 807 003
2	Командировочные	295 394

3	Аренда (жилья, офиса и техники)	18 223 862
4	Услуги связи	90 877
5	Транспортные	986 308
6	Услуги почты	32 022
7	Услуги банка	194 997
	Итого:	23 630 463

Персонал. В компании трудоустроено 25 человек. Также имеется 2 филиала в городах Алматы и Атырау.

Отчёт о прибылях и убытках:

	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Выручка	642 857	857 143	857 143	857 143	285 714	0
Валовая прибыль	642 857	857 143	857 143	857 143	285 714	0
Общехозяйственные и коммерческие расходы	249 265	332 354	332 354	332 354	110 785	0
Амортизация	41 841	55 789	55 789	55 789	55 789	9 298
Расходы на заработную плату	38 239	50 974	50 974	50 974	17 015	0
Финансовые расходы	93 156	92 625	67 447	37 344	5 585	0
Прибыль до налога на прибыль	220 356	325 402	350 580	380 684	96 541	-9 298
Прибыль с учетом убытков прошлых периодов	26 118	28 020	30 294	33 013	-38 006	-47 304
Налог на прибыль	44 071	65 080	70 116	76 137	26 909	0
Чистая прибыль	176 285	260 321	280 464	304 547	69 631	-9 298

94. ОТКРЫТИЕ АВТОКЕМПИНГА



Анкета проекта:

Цели инвестиционного проекта: открытие автокемпинга

Стоимость проекта: 41,8 млн. тенге.

Срок окупаемости: 4,25 лет.

Концепция проекта.

Концепция проекта предусматривает организацию пункта придорожного сервиса на трассе Караганда-Темиртау-Астана, проходящей через Карагандинскую область. Пункт придорожного сервиса будет включать в себя мотель с одноместными и двухместными номерами, кафе, магазин, автостоянку для легковых и грузовых автомобилей и шиномонтажную мастерскую.

Одним из приоритетных направлений развития государства на современном этапе развития является строительство и капитальный ремонт автомобильных дорог. Данный проект будет реализовываться по Государственной программе развития и интеграции инфраструктуры транспортной системы Республики Казахстан до 2020 года по созданию благоприятной институциональной среды для развития и повышения качества придорожного сервиса.

Ввиду низкой плотности населения в Казахстане и большой отдаленности соседних населенных пунктов, создание пункта придорожного сервиса на трассе станет дополнительной возможностью для отдыха, питания и ремонта транспортных средств для водителей и пассажиров, преодолевающих дальние расстояния.

Такой вид бизнеса широко распространен в странах Западной Европы и, как правило, совмещен с автозаправочными станциями. Поэтому создание подобного рода пунктов на трассе, имеющей международное значение, является очень актуальной тенденцией.

Реализацию данного проекта можно порекомендовать владельцам автозаправочных станций, для которых возможность оказывать побочные услуги автовладельцам принесет дополнительный источник дохода.

Выбор правильного месторасположения придорожного сервиса станет залогом его эффективности.

Пункт придорожного сервиса будет включать в себя мотель с одноместными и двухместными номерами, кафе, магазин, автомойку, автостоянку для легковых и грузовых автомобилей и шиномонтажную мастерскую.

Пункт будет создан недалеко от одного из населенных пунктов с целью более удобного подведения коммуникаций и обеспечения рабочей силой, но на удаленном расстоянии от городов, чтобы таким образом привлечь пассажиров маршрутных автобусов в качестве клиентов.

По возможности рекомендуется расположить пункт придорожного сервиса неподалеку от автозаправочной станции или при самой АЗС.

Целевой группой выступают водители грузовых автомобилей, а также водители и пассажиры легковых автомобилей и маршрутных автобусов, проезжающих по трассе Караганда-Темиртау-Астана. Ввиду того, что в данное время реализу-

ется проект по созданию трассы, соединяющей Западную Европу с Западным Китаем, автомобильный трафик на данном направлении увеличится, а значит, увеличится и количество потенциальных клиентов пункта придорожного сервиса.

Территория придорожного сервиса будет обеспечена необходимой инфраструктурой: электро- и водоснабжение, сотовой телефонной связью.

Подготовка проекта к реализации займет период с октября 2017 по октябрь 2018 года. Общие инвестиционные затраты по проекту включают в себя:

Расходы	2017-2018
Предпроизводственные расходы, тыс. тенге	5.000
Инвестиции в основной капитал, тыс тенге	30.350
Оборотный капитал, тыс. тенге	5.560
Всего, тыс. тенге	41.800

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

Описание продукта (услуги)

Пункт придорожного сервиса, расположенный на трассе Караганда-Темиртау-Астана, будет включать в себя мотель, кафе, магазин, стоянку для грузовых и легковых автомобилей, а также шиномонтажную мастерскую.

В качестве мест размещения клиентам будут предложены

- 5 двухместных номеров;
- 5 одноместных номеров.

Ввиду того, что наличие сантехнического узла в стандартных номерах не предусмотрено, при мотеле будет организован платный душ и прачечная, которыми смогут воспользоваться не только постояльцы мотеля, но и просто проезжие пассажиры.

Для размещения автотранспорта будет организована охраняемая стоянка, имеющая ограждение и видеонаблюдение, на 15 грузовых автомобилей и 15 легковых автомобилей, также будет построена автомойка, состоящая из двух боксов, которая будет обслуживать автотранспорт, заезжающий в город.

Кафе будет обслуживать не только постояльцев мотеля, но и проезжих водителей и пассажиров, следующих как на частном транспорте, так и на маршрутных автобусах на далекие расстояния.

Магазин при кафе будет реализовывать продукты питания, напитки и товары народного потребления.

Кроме того, будет организована шиномонтажная мастерская, оказывающая услуги по ремонту шин грузовых и легковых автомобилей.

Программа продаж

Программа продаж была рассчитана исходя из минимальной экономической эффективности проекта:

В натуральном выражении программа выглядит следующим образом:

Программа продаж в натуральном выражении по годам проекта:

Год / Наименование	2018	2019	2020-2022
Проживание			
Двухместный номер (номер)	192	1104	1.194
Одноместный номер			
Кафе			
Питание постояльцев (человек)	704	4.048	4.378
Питание проезжих (человек)	2.100	8.400	8.400
Стоянка			
Легковой автомобиль	480	2.760	2.985
Грузовой автомобиль	384	2.208	2.388
Сервисные услуги			
Ремонт колес (легковой автомобиль)	180	960	960
Ремонт колес (грузовой автомобиль)	90	600	600
Магазин			
Поступления от магазина (за вычетом себе-стоимости) (человек)	1.275	7.347	8.129
Автомойка			

В денежном выражении программа продаж представлена в следующей таблице

Планируемая выручка по годам проекта, тыс. тенге:

Год / Наименование	2018	2019	2020-2022
Проживание	2.244	12.240	13.158
Двухместный номер	1.056	5.760	6.192

Одноместный номер			
Кафе	1.170	5.316	5.494
Питание постояльцев	435	2.376	2.554
Питание проезжих	735	2.940	2.940
Стоянка	257	1.404	1.509
Легковой автомобиль	99	540	580
Грузовой автомобиль	158	864	929
Сервисные услуги	180	1.080	1.080
ремонт колес (легковой автомобиль)	90	480	480
ремонт колес (грузовой автомобиль)	90	600	600
Магазин	382	2.204	2.438
поступления от магазина (за вычетом себе- стоимости)	382	2.204	2.438
Всего	4.695	24.764	26.388

Указанные в таблице поступления от кафе и магазина включают в себя только чистую выручку от данного вида услуг за вычетом затрат на их производство и приобретение. Проектом предусмотрена последовательная загрузка мотеля и его сервиса.

При расчете поступлений во внимание принималась следующая стоимость услуг пункта придорожного сервиса:

Планируемые цены на услуги пункта придорожного сервиса

Наименование услуги	Стоимость
Проживание	
Двухместный номер	4.000 тенге/ сутки
Одноместный номер	
Кафе	
Завтрак	300 тенге
Обед	500 тенге
Ужин	500 тенге
Стоянка	
Легковой автомобиль	150 тенге/ ночь
Грузовой автомобиль	300 тенге/ ночь
Сервисные услуги	
Ремонт колес (легковой автомобиль)	500 тенге/ колесо
Ремонт колес (грузовой автомобиль)	1.000 тенге/ колесо

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

Техническое планирование.

Месторасположение. Предполагаемый пункт придорожного сервиса планируется расположить недалеко от одного из населенных пунктов Карагандинской области с целью более удобного подведения коммуникаций и обеспечения рабочей силой, но на удаленном расстоянии от городов, чтобы таким образом привлечь пассажиров маршрутных автобусов в качестве клиентов. По возможности рекомендуется расположить пункт придорожного сервиса неподалеку от автозаправочной станции или при самой АЗС. Площадь земельного участка, отводимая под пункт придорожного сервиса, составит порядка 3.000 кв. м. Земля под строительство пункта придорожного сервиса будет либо приобретена, либо взята в аренду на долгосрочное пользование.

Здания и сооружения. В структуру пункта придорожного сервиса будут входить следующие объекты:

Мотель: 10 номеров.

Кафе, в меню которого будет завтрак, обед и ужин.

Магазин, реализующий продукты питания, напитки и товары народного потребления

Огражденная стоянка под видеонаблюдением для 15 легковых и 15 грузовых автомобилей.

Шиномонтаж.

Автомойка.

Оборудование и инвентарь. Перед строительством зданий и оборудованием территории пункта придорожного сервиса предполагается осуществить предварительную подготовку и очистку места под строительство.

Коммуникационная инфраструктура. Электроснабжение. Территория пункта придорожного сервиса будет обеспечена электроэнергией от центральной системы электроснабжения. Водоснабжение. На территории пункта придорожного сервиса будет вырыта скважина, вода из которой будет подаваться к местам потребления с помощью водяного насоса. Связь. Для обеспечения связью достаточно того, чтобы пункт придорожного сервиса находился в зоне действия операторов мобильной связи Beeline или Kcell.

Организация, управление и персонал

Организационная структура предприятия будет состоять из следующих основных организационных единиц:

- Директор
- Администратор, в его функции будет входить встреча гостей, размещение в номерах мотеля, прием заявок на дополнительные услуги мотеля (душ, прачечная и т.п.), контроль работы обслуживающего персонала.
- Бухгалтер, будет осуществлять ведение бухгалтерского и налогового учета предприятия.
- Повар (2 ед.)
- Охранник (4 ед.), в его функции будет входить охрана автостоянки, территории придорожного сервиса, а в зимнее время поддержание работоспособности системы отопления
- Горничные (2 ед.): уборка комнат и мотеля, уборка территории.
- Продавец (2 ед.)
- Работник шиномонтажа (2 ед.)
- Автомойщик (2 ед.)
- Водитель
- Электрик

Оценка затрат на персонал. Проект штатного расписания представлен в Таблице.

Необходимый персонал и месячные оклады, тыс. тнг.

Наименование	Кол-во, чел.	Оклад	Итого в год
Администрация			
Директор	1		
Администратор	1	50	1.440
Бухгалтер	1	80	720
Обслуживающий персонал			
Повар	2	60	1.080
Охранник	4	50	960
Автомойщик	2		
Продавец	2	40	480
Уборщица	2	40	840
Работник шиномонтажной мастерской	2	50	480
Водитель	1		
Электрик	1		
Итого	11		6.000

Проектом предусмотрено, что пункт придорожного сервиса цех будет осуществлять свою работу в рамках ТОО. В соответствии с этим, в проекте принимается в учет заработная плата Директора. Персонал для работы в пункте придорожного сервиса будет привлекаться среди населения близлежащего поселка

Затраты на реализацию проекта

Предпроизводственные расходы. Оценка предпроизводственных затрат в 2018 и 2019 годах представлена в Таблице.

Предпроизводственные затраты в 2018 году

Статья затрат	Всего затрат, тыс. тенге	Затраты в месяц, тыс. тенге		
		октябрь	ноябрь	декабрь
Подготовка ТЭО	150	75	75	
Подготовка проектно-сметной документации	1.200	400	400	400
Итого	1.350	475	475	400

В 2018 году на покрытие предпроизводственных затрат будут использованы собственные средства.

Предпроизводственные затраты в 2019 году

Статья затрат	Всего затрат, тыс. тенге	Затраты в месяц, тыс. тенге								
		1	2	3	4	5	6	7	8	9
Приобретение земли	500		500							
Подготовка и облагораживание территории	100		50							50
Строительство зданий и сооружений	23.650			4.000	4.000	4.000	4.000	2.500	2.500	2.650
Оснащение зданий и сооружений	6.700								3.300	3.400
Доставка материалов и оснащения	500			80	80	80	80	80	50	50
Коммуникационная инфраструктура	250							150	100	
Изготовление баннера	150									150
Непредвиденные расходы (около 10%)	3.040	200	200	360	360	360	360	400	400	400
Проценты по кредиту	3.500	391	391	391	391	391	391	391	384	379
Итого	38.390	591	1.141	4.831	4.831	4.831	4.831	3.521	6.734	7.079

Затраты на создание, оборудование и оснащение пункта придорожного сервиса

Наименование	Цена, тыс. тенге	Кол-во, штук	Стоимость, тыс. тенге
Здания и сооружения			23650
Мотель и кафе	23000	1	23000
Пункт шиномонтажа	450	1	450
Пункт охраны стоянки	200	1	200
Оснащение мотеля			3385
Комплект мебели для номера люкс	50	3	150
Комплект мебели для двухместного номера	40	6	240
Комплект мебели для одноместного номера	30	4	120
Постельные принадлежности	3	40	120
Телевизор	25	3	75
Сантехника для номера люкс (комплект)	100	3	300
Сантехника для санузла общего пользования (комплект)	65	2	130
Душевая кабина	100	1	100
Стиральная машина	70	1	70
Уличный туалет	25	1	25
Рабочее место администратора	130	1	130
Автономная система отопления с горячим водоснабжением	2000	1	2000
Оснащение кафе и магазина			850
Оснащение кухни (газ. плиты, мойки, холодильник, мебель, посуда и т.п.)	250		250
Телевизор	25	1	25
Оснащение кафе (мебель, посуда, декорация и т.п.)	300	1	300
Оснащение магазина (прилавок, холодильник для напитков и т.п.)	200		200
Оснащение пункта охраны стоянки			300
Шлагбаум и ограждение стоянки	150	1	150
Камера видеонаблюдения с регистратором	150	1	150
Оснащение пункта шиномонтажа			2165
Станок для монтажа/ демонтажа колес легковых автомобилей	200	1	200
Станок для монтажа/ демонтажа колес грузовых автомобилей	800	1	800
Компрессор	100	1	100
Домкрат	20	2	40
Вулканизатор	75	1	75
Станок для балансировки колес легковых автомобилей	200	1	200
Станок для балансировки колес грузовых автомобилей	750	1	750
Коммуникационная инфраструктура			250
Холодное водоснабжение	200	1	200
Электрокабели	50		50
ИТОГО			30600
Непредвиденные расходы (ок. 10%)			3040
ВСЕГО			33640

Расчет планируемой прибыли предприятия по годам проекта, тыс. тенге.

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Выручка от реализации, всего										
Выручка от продаж	4 696,4	24 764,0	26 389,3	26 389,3	26 389,3	26 389,3	26 389,3	26 389,3	26 389,3	26 389,3
Производственные затраты										
Сырье и материалы	400,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Затраты на оплату труда производственного персонала	1 500,0	6 000,0	6 000,0	6 000,0	6 000,0	6 000,0	6 000,0	6 000,0	6 000,0	6 000,0
Электроэнергия	90,0	360,0	360,0	360,0	360,0	360,0	360,0	360,0	360,0	360,0
Вывоз мусора и жидких отходов	66,0	264,0	264,0	264,0	264,0	264,0	264,0	264,0	264,0	264,0

Топливо для отопления	150,0	150,0	150,0	150,0	150,0	150,0	150,0	150,0	150,0	150,0
ИТОГО:	2 206,0	6 774,0	6 774,0	6 774,0	6 774,0	6 774,0	6 774,0	6 774,0	6 774,0	6 774,0
Операционные издержки										
Амортизация	724,3	2 897,0	2 897,0	2 897,0	2 897,0	2 897,0	2 897,0	2 310,8	1 892,0	1 892,0
Налог на имущество	30,0	116,0	106,4	97,0	87,5	78,0	68,6	59,1	49,7	40,2
Налог на землю	5,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0
Текущий ремонт	0,0	0,0	900,0	900,0	900,0	900,0	900,0	900,0	900,0	900,0
Общехозяйственные и административные расход	100,0	300,0	300,0	300,0	300,0	300,0	300,0	300,0	300,0	300,0
Непредвиденные расходы	3 040,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Реклама	150,0	150,0	150,0	150,0	150,0	150,0	150,0	150,0	150,0	150,0
Проценты по кредиту	4 573,7	3 849,7	3 002,0	2 154,4	1 306,8	459,1	0,0	0,0	0,0	0,0
Погашение кредита	3 027,3	6 054,5	6 054,5	6 054,5	6 054,5	6 054,5	0,0	0,0	0,0	0,0
ИТОГО:	11 650,2	13 387,2	13 430,0	12 572,9	11 715,8	10 858,7	4 335,6	3 739,9	3 311,7	3 302,2
ВСЕГО:	13 856,2	20 161,2	20 204,0	19 346,9	18 489,8	17 632,7	11 109,6	10 513,9	10 085,7	10 076,2
Прибыль до налогов	-9 159,8	4 602,8	6 185,3	7 042,4	7 899,5	8 756,6	15 279,7	15 875,4	16 303,6	16 313,1
Налог подоходный и социальный (3%)	140,9	742,9	791,7	791,7	791,7	791,7	791,7	791,7	791,7	791,7

V. ТУРИЗМ, ОТДЫХ, РАЗВЛЕЧЕНИЯ

95. РАСШИРЕНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ БАЗЫ ОТДЫХА НА БЕРЕГУ ОЗЕРА БАЛХАШ

Анкета проекта:

Цели инвестиционного проекта: Расширение туристической базы отдыха на берегу озера Балхаш

Стоимость проекта: 25 714, 2 тыс. тенге.

Срок окупаемости: 1,5 лет.

Концепция проекта.

Проект «Расширение туристической базы отдыха на берегу озера Балхаш» отражает комплекс инвестиционных мероприятий по расширению базы отдыха, путем возведения трехэтажного строения из деревянного сруба с 24 номерами, для увеличения размещения прибывающих туристов. Инфраструктура базы отдыха включает в себя, три дома гостиничного типа с 35 номерами, столовую для обслуживания клиентов и дом для проживания персонала, игровой площадки, пляжа и беседок для отдыхающих. Обслуживания проводится для туристов, прибывающих без бронирования номеров, так и с бронированием, включая корпоративное обслуживание частных и государственных организаций. Работа базы выстроена как круглосуточное функционирование объекта с посменным графиком работы и полным спектром услуг. Комплексом проводилось обслуживание 100 человек. С расширением число отдыхающих возрастает до 160 человек. Кроме того, предусматривается программа культурно-развлекательных мероприятий, проводимых администрацией с привлечением event-агентств, артистов, танцевальных групп и т.д.

Деятельность данного направления бизнеса относится к сфере оказания услуг.

Цель проекта – увеличение прибыльности проекта и удовлетворение спроса на услуги туристических баз:

- обоснование экономической эффективности расширения базы отдыха в курортном районе Карагандинской области;
- разработка поэтапного плана создания и дальнейшего развития туристической базы отдыха.

Развитие данного направления бизнеса на туристическом рынке является неотъемлемой частью сервисных услуг и сферой деятельности с относительно стабильным, средним уровнем доходности.

В настоящее время ИП имеет в собственности зону отдыха стоимостью 83 млн. тенге, а именно 2 двухэтажных дома на 28 койкомест, здание столовой.

Проект предполагает расширение туристической базы отдыха, рассчитанной на 100 человек до 160 человек, площадью 0,5 га, включающей в себя прибрежную зону, домов гостиничного типа, столовой, игровой площадки для детей, площадку для развлечения

Структура финансирования, тыс.тенге:

Мероприятия	сумма
Основные средства	22 874,2
Приобретение домов	6 000
Строительство домов	12 374,2
Покупка оборудования, мебели	4 500
Оборотные средства	2 840
Приобретение продуктов питания	800
Приобретение постельного белья, приборов	1 600
Оплата комуслуг 1 месяц	140
Прочие непредвиденные расходы	300

ИТОГО, в т.ч.	25 714, 2
кредит	18 000
Собственные средства	7 714,2

Описание услуги. Проект «Расширение туристической базы отдыха на берегу озера Балхаш» отражает комплекс инвестиционных мероприятий по расширению базы отдыха, путем возведения трехэтажного строения из деревянного сруба с 24 номерами, для увеличения размещения прибывающих туристов. Инфраструктура базы отдыха включает в себя, три дома гостиничного типа с 35 номерами, столовую для обслуживания клиентов и дом для проживания персонала, игровой площадки, пляжа и беседок для отдыхающих. Обслуживаются как туристы, прибывающие без бронирования номеров, так и с бронированием, включая корпоративное обслуживание частных и государственных организаций.

Маркетинговый план.

Анализ рынка. Экономический потенциал туризма в Казахстане практически неограничен, однако для его становления и развития потребуются значительные капиталовложения и затраты. Создание необходимой инфраструктуры для туризма позволят обеспечить доступность уникальных уголков природы для туристов. Планируется создать условия для привлечения инвестиций и частного капитала с целью реализации инвестиционных проектов по объектам экологического туризма, таких, как строительство туристского комплекса на берегу озера Балхаш.

Активизация этого процесса станет возможной при принятии определенных мер:

- корректировка технико-экономических обоснований государственных национальных природных парков и государственных природных резерватов в части разработки генеральных планов развития инфраструктуры в целях формирования инфраструктуры экологического туризма на особо охраняемых природных территориях;
- развитие международного сотрудничества Казахстана в части экологического туризма;
- выполнение обязательств по ратифицированным Казахстаном конвенциям в части сохранения биологического разнообразия и охраны памятников всемирного природного и культурного наследия.

Также планируется обеспечение реализации рекомендаций Квебекской декларации по вопросам развития экологического туризма, принятой на Всемирном экологическом саммите в мае 2002 года:

- выработка национальной, региональной и местной политики по развитию экотуризма с учетом мер по охране природы, местной культуры и сохранению национальных традиций и генетических ресурсов в партнерстве с местным населением, частным сектором, неправительственными организациями;
- разработка действенных механизмов для предотвращения негативного воздействия на природную среду;
- обеспечение поддержки развития технических, финансовых и человеческих ресурсов для представителей малого и среднего бизнеса;

- осуществление сотрудничества с правительственными и неправительственными организациями в области охраны окружающей среды.

По данным Агентства Республики Казахстан по статистике, в 2015 году на территории Республики Казахстан было 915 туристских объектов, в том числе: гостиниц – 685, кемпингов – 17, санаториев – 36, санаториев-профилакториев – 15, профилакториев – 12, лечебно-профилактических центров – 5, пансионатов – 4, зон отдыха – 29, домов отдыха – 27, туристских баз – 24, оздоровительных лагерей – 35, горнолыжных баз – 4, гостевых домов – 13, охотничьих домов – 9, центров детско-юношеского туризма – 1, оздоровительных комплексов – 7, музеев – 6, мавзолеев – 2, государственных предприятий по туризму – 1, прочих (клубы, городки ремесленников) - 5.

Из действовавших в 2015 году 685 гостиниц и прочих мест размещения 640 имели частную форму собственности, 22 принадлежали государству и 23 находились в собственности других государств.

В стране действуют 78 четырех- и пятизвездочных гостиниц, остальные гостиницы относятся к другим категориям.

В специализированных объектах размещения: в 106 санаториях, пансионатах, санаториях-профилакториях – в 2015 году лечебно-оздоровительными услугами воспользовались 257,4 тыс. человек; в 13 домах и базах отдыха, пансионатах – отдохнули 32 686 человек. К наиболее популярным лечебницам относятся: «Сары-Агаш» (ЮКО), «Арасан-Капал» (Алматинская область), «Моялды», «Баянаул» (Павлодарская область), «Жанакорган» (Кызылординская область), Щучинско-Боровская зона (Акмолинская область), «Каспий» (Мангыстауская область) и другие.

Однако материальная база объектов размещения, включая гостиницы, пансионаты, дома и базы отдыха, а также санаторно-курортные учреждения, характеризуется высокой степенью морального и физического износа. Сервис на уровне международных стандартов могут обеспечить лишь отдельные высококласные отели в Алматы и Астане: 5-звездочные гостиницы «Риджент Алматы» и «Хайят Ридженси», «Риксос», «Рэдиссон», Интеротель «Достык», высокогорный VIP-Отель «Кумбель», расположенный в одном из живописнейших ущелий – Алмаарасан, а также 5-звездочный отель Астаны – «Рамада Плаза».

Так проектом предусмотрено место реализации – Карагандинская область, Актогайский район, Торангалыкский сельский округ, село Торангалык, берег озера Балхаш.

Балхаш - бессточное полупресноводное озеро в Балхаш-Алакольской котловине на юго-востоке Казахстана, второе по величине непересыхающее солёное озеро (после Каспийского моря) и 13-е в списке крупнейших озёр мира. Уникальность озера состоит в том, что оно разделено узким проливом на две части с различными химическими характеристиками воды - в западной части она практически пресная, а в восточной - солоноватая.

Озеро относится к Балхаш-Алакольскому водохозяйственному бассейну и расположено сразу в трёх областях Казахстана: Алматинской, Жамбылской и Карагандинской. К северу от озера раскинулся обширный Казахский мелкосопочник, к западу простирается Бетпак-Дала, а к югу располагаются Чу-Илийские горы, пески Таукум и Сарыесик-Атырау.

Площадь озера Балхаш составляет примерно 16,4 тыс. км² (2000 год), что делает его самым крупным из озёр, целиком расположенных на территории Казахстана. Балхаш лежит на высоте примерно 340 м над уровнем моря имеет форму по-

лумесяца. Его длина составляет примерно 600 км, ширина изменяется от 9-19 км в восточной части до 74 км в западной. Длина береговой линии составляет 2385 км. Полуостров Сарыесик, расположенный примерно посередине озера, гидрографически делит его на две сильно отличающиеся части. Западная часть относительно мелководная и почти пресная, а восточная имеет большую глубину и солёную воду. Через формируемый полуостровом пролив Узынарал шириной 3,5 км вода из западной части пополняет восточную. Глубина пролива составляет около 6 м.

Озеро Балхаш относят к полупресноводным озёрам – химический состав воды зависит от гидрографических особенностей водоёма. Вода западной части озера почти пресная, (минерализация составляет 0,74 г/л) и более мутная (прозрачность – 1 м), используется для питьевого и промышленного снабжения. Восточная часть имеет большую солёность (от 3,5 до 6 г/л) и прозрачность (5,5 м). Общая средняя минерализация по Балхашу – 2,94 г/л. Многолетний (1931-1970) средний осадок солей в Балхаше составляет 7,53 млн т, запасы растворённой соли в озере – около 312 млн. т. Вода в западной части имеет желтовато-серый оттенок, а в восточной цвет меняется от голубоватого до изумрудно-голубого, что заметно на спутниковых снимках.

Климат в районе озера является пустынным. Средняя максимальная температура июля составляет около 30 °С, января – около -9 °С. Осадков в среднем выпадает 131 мм в год. Относительная влажность воздуха составляет 55% -60%.

Число солнечных дней составляет 110-130 в год, энергетическая освещённость – 15,9 МДж на м² в день. Балхаш принадлежит к числу тёплых, хорошо прогреваемых озёр. Температура воды на поверхности озера изменяется от 0°С в декабре до 28°С в июле. Среднегодовая температура западной части озера составляет 10°С, восточной – 9°С. Озеро ежегодно замерзает, и лёд обычно держится с ноября до начала апреля, причём сход оледенения с восточной части происходит с задержкой на 10-15 дней.

Село Торангалык находится в 390 км от областного центра г. Караганда и в 20-и километрах от г. Балхаш, города с развитой индустрией, вдоль международной трассы Алматы-Екатеринбург.

Туристический поток на прибрежные базы отдыха Балхаша с каждым годом увеличивается. С созданием Евразийского экономического союза многократно увеличился туристический поток из России.

Маркетинговая стратегия. Одной из основных возможностей является предоставление услуг туристической базы для государственных и негосударственных учреждений, коммерческих организаций на основе заключения корпоративных договоров. Данные мероприятия будут обеспечивать стабильный клиентопоток, определенную норму доходности, а также независимость предприятия от сезонных колебаний спроса.

Кроме того, планируется проведение различных рекламных акций, промо мероприятий, системы дисконтирования для постоянных клиентов.

Для завоевания доли рынка разработан план мероприятий по стимулированию клиентопотока с перечислением льготных предложений и сроков их действий. В течение сезона по мере возникновения новых проблем и появления новых возможностей в плане мероприятий будут вноситься корректировки.

Чтобы добиться успеха в своей области необходимо расширить ассортимент предлагаемых продуктов и услуг, привлечь новых клиентов, необходимо создать положительный имидж, который будет основываться на соотношении цены и качестве продукции.

Целями маркетингового плана являются:

- качественное и своевременное обслуживание клиентов;
- удовлетворение существующего спроса на производимую услугу;
- конкурентоспособная цена на производимую продукцию;
- получение прибыли от реализации проекта.

Особым преимуществом данного проекта является возведение гостиниц из экологически чистого материала – из бревна. Известно, что многие строительные материалы могут вызывать аллергическую реакцию, особенно у детей. И только древесина, являясь абсолютно экологически чистым природным материалом, не оказывает никакого вредного воздействия на организм человека. Наоборот! Известно, что тёплый «солнечный» цвет натурального дерева благотворно влияет на наше психологическое состояние, успокаивает нервную систему и способствует полноценному отдыху.

Данный бизнес предполагает значительную часть расходов на начальном этапе реализации проекта. Последующие мероприятия по содержанию проекта не являются затратными. Оборотный капитал включает в себя в основном расходы на провиант, сервисное обслуживание комплекса, воды, электроэнергии. Туристическая стратегия развития остается нормальным вариантом для современного Казахстана. Правда, все положительные достижения в туристическом бизнесе за годы независимости – результат спонтанного развития отрасли, но никак не государственной политики или помощи.

В Казахстане, который занимает девятое место в мире по территории, уже хотя бы в силу этого есть на что посмотреть. Для республики наиболее перспективными видами туризма представляются: сафари (охота на диких животных и птиц, попутно и рыбалка), по лицензиям; спортивный туризм (особенно горные виды спорта), маршрутный туризм (например, сплав на плыв средствах по реке Или), отдых на курортах (включая лечебные) и посещение археологических памятников. В мировом туристическом бизнесе для Казахстана есть свободная ниша, главным образом благодаря специфике природного ландшафта и высокой степени дикости природы. Вдобавок она слабо освоена в сравнении с сегментом «пляж и пальма».

В Венгрии главным магнитом для туристов является самое крупное озеро Центральной Европы – Балатон, его площадь 596 км, а наибольшая глубина 11 м. Площадь озера Балхаш составляет 18 300 км, максимальная глубина – 26 м, плюс уникальная полупресность – полусоленость этого водоема. Сильные ветры на Балхаше дают широкие возможности любителям парусного спорта, так что потенциал просто огромный.

Ценовая политика. В своей политике ценообразования компания нацелена на оптимальное сочетание цены и качества – как приоритетов начинаемого проекта. Цена услуги определена на основе расчета, включающего в себя покрытие всех текущих издержек предприятия и процент ожидаемой прибыли. Цена выпускаемой продукции приемлема как для

инициатора проекта, так и для потенциального клиента. Стоимость проживания в июне месяце – 4 000 тенге на одного человека в будние дни, 6 000 тенге – в выходные дни. В июле и августе 5 000 тенге – в будние дни и 7 000 тенге – в выходные дни. Опыт показывает, что клиентопоток увеличивается с конца июня месяца.

В соответствии с данным принципом инициатор проекта планирует установить цены на оказываемую услугу на уровне имеющихся на рынке конкурентов. Питание трехразовое в сутки на одного человека будет стоить 3 500 тенге.

Инвестиции в проект напрямую зависят от количества койко-мест, спектра услуг, площади турбазы, а также дополнительных услуг, планируемых к оказанию (спортивный инвентарь). Единообразие услуг обеспечивает узнаваемость компании и является своеобразным маркетинговым инструментом.

Основные конкуренты, их сильные и слабые стороны

Основные конкуренты	Доля рынка в %	Цена на 1 чел/сутки в тенге	Сильные стороны	Слабые стороны
База отдыха «Пегас»	25	5 000	- уютные номера; - 8 лет на рынке	- далекое место нахождение от озера; - слабая подготовка персонала
База отдыха «Найзатас»	25	5 000	- высокий сервис; - есть система поощрения постоянных клиентов; - корпоративные клиенты	- далекое место нахождение от озера; - неудобные номера
База отдыха «Фортуна»	10	3 000 – 5 000	- первая линия, свой пляж; - удобства в номере	- не всегда понятное ценообразование; - проблемы с питанием
База отдыха «Шанырак»	15	2 500 – 5 000	- первая линия, свой пляж; - 10 лет на рынке	- неудобные номера; - слабая подготовка персонала
База отдыха «Фламинго»	25	3 000 – 6 000	- уютные номера; - предоставление дополнительных услуг	- далекое место нахождение от озера; - не всегда понятное ценообразование

Организационный план.

Общая площадь земельного участка составляет 0,5 Га. Общая площадь строений составит 1370 кв.м. Кроме того, территорию приобретенного участка используется для размещения специальных строений, где размещены столовая, дом для персонала, игровая площадка и бассейн для детей. Прилегающую территорию используется для простоя автотранспортных средств (автостоянка).

Дополнительное строение будет изготовлено из дерева (сруб), как и предыдущие строения. Так, планируется произвести полный закуп всех необходимых средств, для осуществления деятельности данного туристического комплекса. Водоснабжение скважинное. Канализация септик. Электроснабжение обеспечено.

Организация, управление и персонал.

Отметим, что в данном проекте качество услуги зависит также от сотрудников комплекса (управляющего, тех персонала). Начиная с общения с клиентом в момент приема заказа и заканчивая его доставкой до места назначения, необходимо четко понимать, что вся ответственность за удовлетворенность клиента лежит на персонале. Так в этой связи персонал компании администратором проекта набран среди опытных и квалифицированных работников.

Штатное расписание:

Наименование должности	Зар. Плата в мес/тенге	Количество	Зар. Плата за сезон тиг
Администратор	80 000	1	240 000
Бухгалтер	65 000	1	195 000
Горничные	60 000	5	900 000
Повар	100 000	2	600 000
Официант	50 000	3	450 000
Электрик	50 000	1	150 000
Охранник	50 000	4	600 000
Итого		17	3 135 000

Управляющий также будет ответственен за привлечение новых клиентов, работу над имиджем компании, а также прочие вспомогательные вопросы, касающиеся функционирования бизнеса. Общее количество персонала составит 17 человек. Общий фонд заработной платы составит 3 135 тыс. тенге.

Производственная программа.

Планируемый доход. Сезон открывается в июне. Комплексом проводилось обслуживание 100 человек с учетом вместимости зданий. С расширением число отдыхающих возрастает до 160 человек.

Цена услуги определена на основе расчета, включающего в себя покрытие всех текущих издержек предприятия и процент ожидаемой прибыли. Цена выпускаемой продукции приемлема как для инициатора проекта, так и для потенциального клиента. Стоимость проживания в июне месяце – 4 000 тенге на одного человека в будние дни, 6 000 тенге – в выходные дни. В июле и августе – 5000 тенге в будние дни и 7000 тенге в выходные дни. Опыт показывает, что клиентопоток увеличивается с конца июня месяца.

В соответствии с данным принципом инициатор проекта планирует установить цены на оказываемую услугу на уровне имеющихся на рынке конкурентов. Питание трехразовое в сутки на одного человека будет стоить 3500 тенге.

Планируемые доходы приведены в следующей таблице.

В 2018 году зона отдыха работает в режиме 2017 года, 35 мест:

	Цена в будни	Кол-во койкомест	Цена в выходные	Кол-во койкомест	Итого в год
Июнь	4000	462	6 000	280	3 528 000
Июль	5000	462	7 000	280	4 270 000
Август	5000	462	7 000	280	4 270 000
Итого		1 386		840	12 068 000

Загрузка зоны отдыха в будни – 60%, в выходные дни – 100%

В 2019-2023 году 56 койкомест.

	Цена в будни	Кол-во койкомест	Цена в выходные	Кол-во койкомест	Итого в год
Июнь	4 000	740	6 000	448	5 648 000
Июль	5 000	740	7 000	448	6 836 000
Август	5 000	740	7 000	448	6 836 000
итого		2 220		1344	19 320 000

Загрузка зоны отдыха в будни – 60%, в выходные дни – 100%.

Доход от предоставления услуг питания.

Принимая во внимание, только 40% посетителей будут пользоваться услугами столовой и бара, то в 2017 году доход составит 2 226 чел. x 3 500 тенге = 7 791 000 тенге, в 2018 году и далее составит 3 564 чел. x 3 500 тенге = 12 474 000 тенге.

Расходы на продукты питания при цене реализации 3500 тенге составят 1700 тенге

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

Планируемые расходы приведены в следующей таблице:

Статья расхода	В сезон
Расходы на продукты питания	3 784 200
Расходы на электроэнергию	500 000
Транспортные расходы	120 000
Хозрасходы, стирка, приобретения белья	70 000
Заработная плата	3 135 000
Связь	60 000
Прочее (в т. реклама и сервисное обслуживание)	300 000
Итого	

Финансовый план.

Отчет о прибылях и убытках

ОТЧЕТ О ПРИБЫЛЯХ И УБЫТКАХ	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	итого
Выручка (без НДС)	19 859 000	31 794 000	31 794 000	31 794 000	31 794 000	31 794 000	31 794 000	147 035 000
номера по 4000	1 848 000	2 960 000	2 960 000	2 960 000	2 960 000	2 960 000	2 960 000	13 688 000
номера по 5 000	4 620 000	7 400 000	7 400 000	7 400 000	7 400 000	7 400 000	7 400 000	34 220 000
номера по 6 000	1 680 000	2 688 000	2 688 000	2 688 000	2 688 000	2 688 000	2 688 000	12 432 000
номера по 7 000	3 920 000	6 272 000	6 272 000	6 272 000	6 272 000	6 272 000	6 272 000	29 008 000
услуги столовой	7 791 000	12 474 000	12 474 000	12 474 000	12 474 000	12 474 000	12 474 000	57 687 000
Себестоимость продукции	8 178 085	10 721 710	10 721 710	10 721 710	10 721 710	10 721 710	10 721 710	51 064 925
Прямые издержки	3 784 200	6 058 800	6 058 800	6 058 800	6 058 800	6 058 800	6 058 800	28 019 400
услуги столовой	3 784 200	6 058 800	6 058 800	6 058 800	6 058 800	6 058 800	6 058 800	28 019 400
Оплата труда (производство)	3 135 000	3 135 000	3 135 000	3 135 000	3 135 000	3 135 000	3 135 000	15 675 000
Социальные отчисления	297 885	476 910	476 910	476 910	476 910	476 910	476 910	2 205 525
электроэнергия	500 000	500 000	500 000	500 000	500 000	500 000	500 000	2 500 000
Транспортные расходы	120 000	120 000	120 000	120 000	120 000	120 000	120 000	600 000
налоги местные	341 000	431 000	431 000	431 000	431 000	431 000	431 000	2 065 000
ВАЛОВАЯ ПРИБЫЛЬ	11 680 915	21 072 290	21 072 290	21 072 290	21 072 290	21 072 290	21 072 290	95 970 075
Административные расходы	478 000	478 000	478 000	478 000	478 000	478 000	478 000	2 390 000
Хозяйственные расходы	70 000	70 000	70 000	70 000	70 000	70 000	70 000	350 000

Связь	60 000	60 000	60 000	60 000	60 000	60 000	60 000	300 000
Реклама и PR	48 000	48 000	48 000	48 000	48 000	48 000	48 000	240 000
Прочие расходы	300 000	300 000	300 000	300 000	300 000	300 000	300 000	1 500 000
ОПЕРАЦИОННАЯ ПРИБЫЛЬ	11 382 915	20 594 290	20 594 290	20 594 290	20 594 290	20 594 290	20 594 290	93 580 075
Амортизация	8 925 000	10 394 936	10 394 936	10 394 936	10 394 936	10 394 936	9 019 936	51 974 680
здания и сооружения	4 800 000	6 269 936	6 269 936	6 269 936	6 269 936	6 269 936	6 269 936	31 349 680
оборудование	4 125 000	4 125 000	4 125 000	4 125 000	4 125 000	4 125 000	2 750 000	20 625 000
Расходы по процентам	981 000	765 000	549 000	333 000	117 000	333 000	117 000	2 745 000
ПРИБЫЛЬ ДО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ	1 476 915	9 434 354	9 650 354	9 866 354	10 082 354	9 866 354	11 457 354	40 510 331
Налог на прибыль	297 885	476 910	476 910	476 910	476 910	476 910	476 910	2 205 525
ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ	1 179 030	8 957 444	9 173 444	9 389 444	9 605 444	9 389 444	10 980 444	38 304 806

96. ОТКРЫТИЕ БАССЕЙНА ДЛЯ ДЕТЕЙ ОТ 0 ДО 7 ЛЕТ



Анкета проекта:

Цели инвестиционного проекта: открытие бассейна для детей от 0 до 7 лет.

Стоимость проекта: 20 млн. тенге.

Срок окупаемости: 16 месяцев.

Концепция проекта.

Концепция проекта предусматривает открытие бассейна для детей от 0 до 7 лет. Для реализации проекта планируется привлечение кредитных средств на ремонт помещения и приобретения оборудования.

Проект предполагает приобретение оборудования и прочих основных средств, ремонт помещения и пополнение оборотных средств. Сумма необходимых инвестиций – 20 000 000 тенге. Инвестиции планируется привлечь из внешнего источника в виде банковского кредита в размере 20 000 000 тенге.

Описание услуги. В последнее время стало очень популярно приучать младенцев к воде с рождения. Ведь бассейн – это очень полезно, а уже через несколько занятий ваш новорожденный малыш сможет нырять под воду и держаться на ее поверхности с помощью надувного круга. Бассейн для грудничков, а также детей постарше, поможет вашему ребенку преодолеть боязнь воды и уверенно чувствовать себя в новой среде. Но несмотря на большой спрос, сейчас существует очень мало компаний, которые имеют данный бизнес и предоставляют бассейн для детей. Поэтому, Инициатор проекта нацелен на развитие данного направления.

Предполагается, арендовать помещение под бассейн, осуществить необходимый ремонт, закупить оборудование. Оборудование включает в себя современную систему фильтрации воды, гидроизоляции, качественную подсветку и мощный подогрев. Сам бассейн будет включать 3 чаши.

Предполагается оказывать населению следующие услуги:

- Разовые занятия с инструктором.
- Систематические занятия по абонементу.
- Услуги детского массажиста.
- Комната для детей.

Занятия будут проходить под руководством специально обученных тренеров.

Маркетинговая стратегия.

Для планируемого бассейна в качестве целевой аудитории выберем женщин 23-40 лет с детьми младшего возраста и готовящихся к материнству, при этом ориентированных на здоровый образ жизни, занятия спортом и активный отдых. На мужскую аудиторию мы не будем ориентироваться, так как в большинстве случаев о развитии малыша и подборе для него дополнительных занятий думают матери, а не отцы.

Бассейн для детей предполагается продвигать с помощью рекламы в интернете и соцсетях, тематических группах и форумах для родителей и будущих мам, уличной рекламы и раздачи листовок в спальном районе, где находится бассейн, и объявлений на радио и в интернет-изданиях. Заведение также планируется занести на интерактивные карты и сервисы по подбору мест досуга и развития детей.

Для повышения лояльности аудитории предполагается проводить акции, разыгрывать пробные занятия, давать скидки от партнеров: магазины детской одежды и товары для беременных, детские кафе, клубы, садики, школы, торговые центры. В этих местах, а также в женских консультациях и поликлиниках планируется размещение рекламы. Кроме того,

предполагается проведение экскурсий и дней открытых дверей в комплексе, распространение скидочных купонов через сайты-агрегаторы.

Цены на продукты

№	Наименование услуги	Продажная цена, тг
1	Плавание до 2-х лет	35 000
2	Плавание с 2-х до 6 лет	25 000

Абонемент 10 посещений в месяц.

Рынок бассейнов в целом можно охарактеризовать как развивающийся. Крупные комплексы позволяют взрослым заниматься не только любительским плаванием, но и обучаться у тренеров, играть в водные виды спорта, посещать групповые занятия. Часть этих мест существует на базе построенных в советские годы сооружений. В СССР предписывалось, что на один бассейн должно приходиться 30 тыс. человек. В последние 5-6 лет количество бассейнов, как самостоятельных, так и при фитнес-центрах, выросло на 15%, отмечают эксперты.

Однако в крупных городах по-прежнему существует дефицит подобных заведений, а качественных предложений в несколько раз меньше спроса. Мода на здоровый образ жизни, в том числе на плавание как на полезный и доступный формат занятий, только развивается. До показателей Европы и Америки, где на один бассейн приходится 15 тыс. человек нам еще далеко, поэтому вложения в организацию бассейна довольно перспективные.

Наиболее актуальным направлением можно назвать бассейны для детей младшего возраста, а также для грудничков, так как большинство стандартных бассейнов ориентируются на взрослую аудиторию. Они имеют большую глубину, не имеют специальных поручней и специалистов, которые могут заниматься с детьми персонально или в группах. Имеющихся заведений мало, часто туда трудно попасть, некоторые имеют перебои в работе, плохую систему очистки воды или неграмотных специалистов.

Объемы продаж

№	Наименование услуг	Продажная цена, тг	Объем сбыта услуг, абонементов
1	До 2-х лет абонемент	35 000	150
2	С 2-х до 6 лет	25 000	108

Объемы оказываемых услуг в первый год реализации проекта:

период	%	тенге	%	тенге
		1 группа: до 2 лет	2 группа: 2-6 лет	
	100%	5 250 000	100%	2 700 000
май	40%	2 100 000	40%	1 080 000
июнь	50%	2 625 000	50%	1 350 000
июль	70%	3 675 000	70%	1 890 000
август	85%	4 462 500	85%	2 295 000
сентябрь	85%	4 462 500	85%	2 295 000
октябрь	85%	4 462 500	85%	2 295 000
ноябрь	85%	4 462 500	85%	2 295 000
декабрь	85%	4 462 500	85%	2 295 000
Итого 2018 год		30 712 500		15 795 000
2019	85%	53 550 000	85%	27 540 000
2020 и далее				

Таким образом, учитывая специфику бизнеса, дети не обеспечивают 100% посещаемость, за расчет мы приняли 85% посещаемость, где общая выручка за первый год реализации проекта составит 46 507 500 тенге. Последующие годы составит 81 090 000 тенге.

Анализ расположения и инфраструктуры.

Предполагается осуществление деятельности в арендованном помещении. Стоимость аренды будет составлять 500 000 тенге. Помещение должно отвечать необходимым условиям: соответствующие освещение, водопровод, канализация, отопление, вытяжка.

Основные требования:

1) Общая площадь – не меньше 250 кв.м.

2) Организация 3 плавательных чаш.

3) Помещение будет включать зоны для непосредственного купания, раздевалки (шкафчики для вещей, скамейки), кабинет для массажа, стойка для администратора, зона для родителей

Список приобретаемых активов

Наименование движимого имущества	Дата приобретения	Срок эксплуатации	Количество единиц	Стоимость приобретения
Ремонт помещения	февраль 2018	-	-	10 000 000
Оборудование	март 2018	10 лет	-	9 000 000
Пополнение оборотных средств*	март			1 000 000
Итого необходимо средств				20 000 000 тенге

* - денежные средства необходимы для покрытия расходов аренды за первые 2 месяца.

Персонал. Для поддержания бесперебойной работы бассейна и высокого уровня сервиса потребуется подобрать квалифицированных специалистов, ведь во многом от работы тренеров будет зависеть востребованность услуги. Родители, выбирая инструктора по плаванию или для занятий с грудничками, а также массажиста, очень строго относятся к их профессионализму, часто смотрят на рекомендации других клиентов. Поэтому ставка будет делаться на опытных работников с хорошими отзывами.

Оплата тренеров в кол-ве 9 человек будет напрямую зависеть от оказываемых услуг. Стоимость их услуг будет составлять 33% от общей выручки. Помимо тренеров, в штат будут приняты сотрудники с фиксированной оплатой.

Штатное расписание выглядит следующим образом:

№	Должность	оклад	кол-во	итого
1	Администратор	150 000	1	150 000
2	Уборщица	100 000	1	100 000
3	Ресепшн	100 000	1	100 000
4	Помощники (няньки)	60 000	2	120 000
	Итого ФОТ			470 000

Список общих издержек:

№	Расходы	Сумма, тенге
1	Аренда	500 000
2	Ком.услуги	250 000
3	Реклама	100 000
4	Прочие расходы	200 000
	Итого	1 050 000

Финансовый план.

Отчёт о прибылях и убытках

	2018	2019	2020	2021	2022
Выручка	46 507 500	81 090 000	81 090 000	81 090 000	81 090 000
Сдельная зарплата	15 347 475	26 759 700	26 759 700	26 759 700	26 759 700
Валовая прибыль	31 160 025	54 330 300	54 330 300	54 330 300	54 330 300
Общехозяйственные и коммерческие расходы	8 400 000	12 600 000	12 600 000	12 600 000	12 600 000
Амортизация	1 666 667	2 000 000	2 000 000	2 000 000	2 000 000
Расходы на заработную плату	4 228 300	6 324 500	6 324 500	6 324 500	6 324 500
Финансовые расходы	950 000	910 714	653 571	396 429	139 286
Прибыль до налога на прибыль	15 915 058	32 495 086	32 752 229	33 009 371	33 266 514
Прибыль с учетом убытков прошлых периодов	2 699 308	2 720 737	2 742 165	2 763 594	2 785 023
Налог на прибыль	477 452	974 853	982 567	990 281	997 995
Чистая прибыль	15 437 607	31 520 233	31 769 662	32 019 090	32 268 519

97. ОТКРЫТИЕ ФИТНЕС-ЗАЛА ЭМС-ТРЕНИРОВОК



Анкета проекта:

Цели инвестиционного проекта: Открытие фитнес-зала ЭМС-тренировок.

Стоимость проекта: 18 281 000 тенге.

Срок окупаемости: 1 год.

Концепция проекта. Концепция проекта предусматривает открытие фитнес-зала ЭМС-тренировок.

Проект предполагает приобретение помещения, оборудования и приобретение оборотных средств. Сумма необходимых инвестиций – 18 281 000 тенге. Инвестиции планируется привлечь из внешнего источника в виде банковского кредита в размере 18 000 000 тенге и собственных средств Инициатора проекта в разрезе 281 000 тенге.

Описание услуги. Технология ЭМС тренировки является лидером на рынке в области технологии электро-фитнеса во всех областях фитнеса, развлекательных мероприятий, реабилитации и медицинских применений. Уникальная характеристика электро-фитнеса заключается в себе сочетание ЭМС (электростимуляция мышц) и специальный метод тренировки на самом современном устройстве. Устройство является единственными, у которых одежда для тренировки была специально разработана для выполнения высокоактивных движений, которая делает ее совершенной и подходящей для упражнений, начиная от простых гимнастических упражнений до динамических движений с боевыми спортивными

элементами. Основная идея метода состоит в том, что через оборудование подается импульс в прорядке их присоединения к движению через специально разработанную техническую одежду, он может управлять такими рефлексам, которые улучшают качество мышечных волокон, используемых для данного движения и такую интенсивность мощности. Таким образом, спортсмен учится использовать мышцы правильно и с правильной интенсивностью, после короткого периода тренировок один-два месяца для данного метода движения и если используется правильный метод, затем он приводит к значительным и эффективным улучшениям.

В суетливом и стрессовом мире сегодня у людей мало времени для сохранения своего здоровья и сохранения своих форм, хотя многие хотели бы их сохранить. Адаптация технологии ЭМС для успешной тренировки поможет разнообразить жизни многих людей, помогая им развивать здоровый образ жизни, как часть своей повседневной жизни. Каждый может выделить себе 20 минут 3 раза в неделю. Впрочем, тренировка предлагается не только для людей, страдающих от недостатка времени, но и для тех, кто часто посещает тренажерный зал или регулярно занимается спортом. Она может быть использована в качестве терапевтического лечения или реабилитационных упражнений. Благодаря своим универсальным программам каждый может достичь своей поставленной цели, будь то, чтобы сбросить лишний вес, устранить целлюлит, построить мышцы и т.д.



ЭМС – это электромиостимуляция. Главным условием достижения результатов является то, что во время ЭМС-тренировки Вы с персональным тренером выполняете различные упражнения, которые подобраны, исходя из Ваших пожеланий с учетом проблемных зон. Тренировки проходят в специальном костюме, который обеспечивает максимально эффективное проведение импульсов к Вашим мышцам.

Поверх костюма надевается жилет, через который электроды проводят импульсы к мышцам живота, груди, спины, при этом отдельные электроды крепятся на руки, ноги и ягодичные мышцы. Неоспоримым преимуществом является то, что за 20 минут тренировки начинают работать 90% мышц тела, в том числе мышцы антагонисты, которые невозможно одновременно тренировать в традиционном фитнес-зале.

Весь секрет в биометрических импульсах, которые усиливают природное сокращение мышц при выполнении упражнений. Такое воздействие позволяет сделать тренировку в 18 раз эффективнее, если сравнивать с нагрузкой в обычном спортзале, и при этом для полноценной тренировки хватает 20 минут, что позволит существенно сэкономить время, которое Вы обычно тратите на занятия фитнесом.

После первой тренировки Вы сможете оценить полученные результаты, и они абсолютно точно удивят. После третьей тренировки Вы сможете визуально заметить приятные изменения в своем теле, а после 6-7-ой Вы начнете собирать комплименты. За 20 минут Вы получаете полноценную тренировку, сопоставимую с 2-3 часами в спортзале. Если Вы все еще не верите в успех, то просто запишитесь на первую тренировку.

Анализ рынка. В предкризисный период мода на здоровый образ жизни, давно прижившаяся в западном обществе, добралась и до нашей страны. Несколько утолив потребительский голод, наши соотечественники, прежде всего представители формировавшегося среднего класса и люди с достатком выше среднего, начали осознавать выгоды и преимущества инвестиций в заботу о своем самочувствии и физической форме. Одним из символов бодрости, красоты, физической активности стал фитнес. По оценкам специалистов одной из казахстанских сетей фитнес-клубов, средние темпы роста индустрии фитнеса составляли 15-20% в год, а в наиболее удачные для отрасли годы доходили до 30%. Причастность сотрудника к кругу людей, регулярно посещающих спортивные залы, стала одним из весомых аргументов в пользу зачисления сотрудника в штат компании или назначения его на ту или иную должность. Получило распространение убеждение, что человек, который не способен поддерживать хорошую физическую форму, не обладает силой воли, а значит, вряд ли сможет в должной мере проявить свои лидерские качества. Ну а что касается представительниц прекрасной половины человечества, то регулярно работать до седьмого пота в тренажерном зале или на занятиях по аэробике их зачастую заставляет вовсе не стремление к карьерному росту, но понятное желание избавиться от лишних килограммов и выглядеть стройными, подтянутыми.

Как отмечают эксперты, по темпам развития фитнес-индустрия находится на втором месте после отрасли высоких технологий. Инвестиции в здоровье и красоту являются одними из самых серьезных и окупаемых, их мировой оборот достигает сотен миллиардов долларов. Даже в кризисный период, как показывают результаты исследований, многие из тех, кто привык регулярно посещать фитнес-клубы, скорее соглашаются экономить на других статьях расходов. В значительной мере данное утверждение справедливо и по отношению к отечественной фитнес-индустрии.

Тем не менее, масштабы отечественной индустрии фитнеса пока нельзя сравнивать с показателями, которых удалось добиться странам, занимающим лидирующие позиции в этой области. Первые фитнес-клубы появились в Казахстане 10-15 лет назад. Как правило, они представляли собой небольшие тренажерные залы, оборудованные в полуподвальных помещениях спальных районов и оснащенные нехитрыми самодельными тренажерами, либо залы для занятий шейпингом и аэробикой. О дополнительных атрибутах вроде сауны или массажного кабинета не было и речи, да и наличие душа порой считалось верхом комфорта. По данным Национальной ассоциации профессионалов физической культуры и спорта, на сегодняшний день в республике насчитывается около 3 500 спортивных центров – в это число входят как крупные фитнес-клубы, работающие в верхнем ценовом сегменте и располагающие большими площадями, так и бюджетные клубы, рассчитанные на посетителей скромного достатка. Наиболее интенсивное развитие фитнес-индустрия получила в Алматы – самом крупном городе республики, активно подхватывающем актуальные тенденции в различных сферах жизни обще-

ства; в южной столице на сегодняшний день действует около 200 фитнес-клубов. В областных центрах количество таких заведений, как правило, ограничивается парой десятков. Тем не менее, даже в Алматы, где спортивных залов больше, чем в каком-либо другом городе республики, число людей, посещающих их, не превышает 1,5% от общего количества жителей. Таким образом, потенциал роста у данного сегмента рынка довольно большой. По данным Национальной ассоциации профессионалов физической культуры и спорта, емкость отечественного рынка фитнеса оценивается более чем в \$200 млн в год. В настоящее время казахстанская фитнес-индустрия представлена клубами премиум-класса, эконом-класса, а также клубами самого низкого ценового сегмента; характерно, что практически во всех сегментах, от самого демократичного до наиболее респектабельного, предложение не поспевает за спросом.

Одним из основных критериев, определяющих принадлежность клуба к тому или иному сегменту, является стоимость абонемента, однако было бы не совсем верно сбрасывать со счетов другие признаки принадлежности к рядам «элиты» или, напротив, к масс-маркету. Уровень того или иного клуба определяется качеством спортивного инвентаря, квалификацией персонала, спектром дополнительных услуг, уровнем сервиса. И, как правило, чем в более высоком сегменте позиционирует себя заведение, тем выше требования к качеству сопутствующих услуг со стороны имеющих и потенциальных клиентов. Если завсегдатаи недорогих фитнес-клубов или даже клубов эконом-сегмента, возможно, снисходительно отнесутся к тому, что в душевой кабинке подтекает кран, а в зале барахлит кондиционер, то те, кто тренируется в клубе премиум-сегмента, скорее всего, не оставят неполадки без внимания.

Фитнес-индустрия сегмента премиум в г.Астане представлена такими клубами как:

- Life Fitness Astana, г.Астана, ул.Туркестан, 2;
- Word Class, г.Астана, ул. Ирченко;
- Фитнес клуб Fitness Palace, г.Астана, ул.Туран, 30;
- FitnessBlitz, г.Астана, ул. Кенесары, 40, БЦ «7 Континент», 4 этаж.

Стоимость посещения клуба премиум-сегмента может составлять около 30-50 тыс. тенге в месяц в зависимости от выбранного клиентом вида клубной карты, в сегменте эконом-класса же цены колеблются в пределах 10-30 тыс. тенге. Однако, как правило, в фитнес-клубах такого уровня не предусмотрена продажа абонементов на месяц, три месяца или полгода, и клиент обычно заключает с клубом годовой договор. По мнению участников рынка, такой подход позволяет свести к минимуму проблемы, связанные с несоблюдением санитарных норм, а также создать для завсегдатаев достаточно комфортную обстановку, сняв с повестки дня критические замечания по поводу переполненных раздевалок и помещений для тренировок. С другой стороны, приобретая карту на длительный срок, клиент невольно обретает стимул к регулярным занятиям спортом, ведь деньги уплачены вперед и будет жалко, если они пропадут. Клубные карты, выдаваемые на год, как правило, позволяют пользоваться широким спектром дополнительных услуг (сауна, турецкая баня, бассейн) при неограниченном количестве занятий либо на протяжении всего дня, либо в отведенные в соответствии с условиями контракта часы. На территории фитнес-клубов премиум- и эконом-сегментов, как правило, действуют собственные солярии, SPA-салоны, медицинские центры, салоны красоты, цены на услуги которых для членов клуба, как правило, ниже, чем для посетителей, пришедших «с улицы».

Тем не менее, сегодня в расписании практически всех клубов ведущего эшелона присутствуют как силовые, так и танцевальные программы, программы по классической и степ-аэробике, йоге и пилатес, водные программы. Несмотря на то, что стоимость клубной карты в фитнес-клубах сегментов премиум- и эконом-класса трудно назвать демократичной (особенно принимая во внимание необходимость внесения оплаты за год), спрос на их услуги велик, и спрос по-прежнему превышает предложение. И это при том, что за последние годы количество клубов, работающих в данной ценовой нише, не только не уменьшилось, но и выросло.

Маркетинговая стратегия.

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. Разработка интернет сайта.
2. Написание статей в бесплатные электронные или печатные журналы по профилю бизнеса, где в подписи к ней будут стоять ссылка на сайт или E-mail. Так о нас узнают все читатели этих СМИ.
3. Раскрутка сайта через Google Adwords либо через Яндекс Директ.
4. SEO-оптимизация.
5. SMM-продвижение (социальные сети).
6. Кросс-маркетинговые акции с партнерами. Организовывать совместные акции с коллегами и партнерами, с которыми наши услуги могут дополнять друг друга для одной и той же целевой аудитории.
7. Подарочные сертификаты, программы лояльности, то есть сделать так, чтобы клиенту захотелось к нам не только прийти еще раз, но привести еще кого-то с собой в следующий раз.

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).

Цены на услуги:

№	Наименование товара	Продажная цена
1	Абонемент на месяц	25 000
2	Абонемент на три месяца	55 000
3	Абонемент на полгода	120 000
4	Абонемент на год	220 000

Описание рынков сбыта.

Портрет потенциального покупателя: в большинстве своем это будут молодые женщины (18-34 лет) со средним достатком, имеющие какое-либо образование; их главной целью будет эстетическая составляющая. Также это будут примерно такого же возраста мужчины, которые заинтересованы в своем здоровье и увеличении физических возможностей.

Объемы продаж и условия оплаты услуги:

№	Наименование товара	Продажная цена	Кол-во услуг
1	Абонемент на месяц	25 000	40
2	Абонемент на три месяца	55 000	12
3	Абонемент на полгода	120 000	3
4	Абонемент на год	220 000	1

Анализ расположения и инфраструктуры.

Планируется приобрести помещение, которое отвечает всем необходимыми условиям: соответствующие освещение, водопровод, канализация, отопление, вытяжка. Стоимость приобретения будет составлять 10 000 000 тенге.

Список приобретаемых активов:

Наименование недвижимого/ движимого имущества	Дата приобретения	Срок эксплуатации	Количество единиц	Стоимость приобретения
Помещение	Январь 2018	30 лет	1 ед.	10 000 000 тенге
Оборудование	Февраль 2018	5 лет	-	8 000 000 тенге
Прочие оборотные средства*	Февраль 2018	-	-	281 000
Итого необходимо средств				18 281 000 тенге

* - Данные расходы включают расходы на приобретение бумажных полотенец, одноразового белья, и прочие. Также расходы на заработную плату на первый месяц и прочие расходы (вода и пр.). Эти расходы будут покрытия за счет собственных средств Инициатора проекта.

Персонал.

Штатное расписание выглядит следующим образом:

№	Наименование должности	Оклад	Кол-во ед.	Всего
1	Администратор	100 000	1	100 000
2	Тренер	140 000	1	140 000
	Итого			240 000

План производства.**План объема оказываемых услуг в % отношении:**

	2018	2019	2020	2021	2022
январь		100%	100%	100%	100%
февраль					
март	50%				
апрель	70%				
май	85%				
июнь	100%				
июль	100%				
август	100%				
сентябрь	100%				
октябрь	100%				
ноябрь	100%				
декабрь	100%				

В денежном выражении:

	2018	2019	2020	2021	2022
Январь	0	1 300 000	1 300 000	1 300 000	1 300 000
Февраль	0	1 300 000	1 300 000	1 300 000	1 300 000
Март	650 000	1 300 000	1 300 000	1 300 000	1 300 000
Апрель	910 000	1 300 000	1 300 000	1 300 000	1 300 000
Май	1 105 000	1 300 000	1 300 000	1 300 000	1 300 000
Июнь	1 300 000	1 300 000	1 300 000	1 300 000	1 300 000
Июль	1 300 000	1 300 000	1 300 000	1 300 000	1 300 000
Август	1 300 000	1 300 000	1 300 000	1 300 000	1 300 000
Сентябрь	1 300 000	1 300 000	1 300 000	1 300 000	1 300 000
Октябрь	1 300 000	1 300 000	1 300 000	1 300 000	1 300 000

Ноябрь	1 300 000	1 300 000	1 300 000	1 300 000	1 300 000
Декабрь	1 300 000	1 300 000	1 300 000	1 300 000	1 300 000
Сумма / Среднее:	11 765 000 / 1 176 500	15 600 000 / 1 300 000	15 600 000 / 1 300 000	15 600 000 / 1 300 000	15 600 000 / 1 300 000

Список общих издержек:

№	Расходы	Сумма, тенге
1	Охрана	15 000
2	Ком.услуги	30 000
3	Реклама	200 000
4	Прочие расходы	20 000
	Итого	265 000

Финансовый план.

Отчёт о прибылях и убытках.

	2018	2019	2020	2021	2022
Выручка	11 765 000	15 600 000	15 600 000	15 600 000	15 600 000
Валовая прибыль	11 765 000	15 600 000	15 600 000	15 600 000	15 600 000
Общехозяйственные и коммерческие расходы	2 650 000	3 180 000	3 180 000	3 180 000	3 180 000
Амортизация	837 879	914 050	914 050	914 050	914 050
Расходы на заработную плату	2 699 900	3 232 700	0	0	0
Финансовые расходы	920 172	791 379	567 931	344 483	121 034
Прибыль до налога на прибыль	4 657 048	7 481 871	10 938 019	11 161 467	11 384 916
Прибыль с учетом убытков прошлых периодов	616 395	635 015	920 036	938 657	957 277
Налог на прибыль	139 711	224 456	328 141	334 844	341 547
Чистая прибыль	4 517 337	7 257 415	10 609 878	10 826 623	11 043 368

98. ОТКРЫТИЕ ЦЕНТРА ЗДОРОВЬЯ И ЭСТЕТИКИ ДЛЯ НАСЕЛЕНИЯ



Анкета проекта:

Цели инвестиционного проекта: открытие центра здоровья и эстетики для населения.

Стоимость проекта: 12 млн. тенге.

Срок окупаемости: 3,2 года.

Концепция проекта.

Меняются эпохи, проходят года, но стремление к совершенству никогда не покидает человека. Желание быть красивыми, привлекательными и востребованными остается неизменным. Ухоженный внешний вид, роскошные волосы и сияющая здоровьем кожа, стройная фигура и аккуратный изящный маникюр дают не только уверенность в себе, но и позволяют стать успешными и восхитительными.

Современная косметология и эстетическая медицина владеют огромным арсеналом программ, технологий и методов, используя которые, стало возможным не только выгодно подчеркнуть естественную красоту, но и существенно замедлить процессы старения, скрыть недостатки кожи, стереть следы времени, которые оно неумолимо оставляет на нашем лице. Благодаря наличию огромного ассортимента косметических средств, уход за собой становится доступным и воспринимается уже не только как сугубо женское дело.

В Центрах здоровья и эстетики можно встретить мужчин, желающих подчеркнуть свою стать, и подростков, решающих проблемы, связанные с кожей переходного возраста. В такой ситуации важно не ошибиться и довериться профессионалам, способным качественно, быстро и с пользой для здоровья преобразить внешность.

Основная задача Центров – сохранение красоты человека, молодости и обаяния. Посещая специалистов таких Центров, можно улучшить здоровье кожи, повысить жизненный тонус и получить заряд бодрости. Постоянный контроль качества используемых препаратов, инновационное техническое оснащение, новейшие разработки и методики в отрасли эстетической косметологии и медицины обеспечивают высокую эффективность предоставляемых Центрами услуг.

Основные виды производимой продукции/предоставляемых услуг.

В настоящем Проекте предусматривается следующий перечень производимой продукции/оказываемых услуг. Состав, объемы и цены реализации производимой продукции приведены в таблице

Перечень производимой продукции/оказываемых услуг.

№ п/п	Наименование продукции/услуг.	Количество/оказываемых услуг в месяц.	Размерность количества производимой продукции/оказываемых услуг.	Цены за единицу производимой продукции/оказываемых услуг, тенге	Коэффициент реализации услуг в течении месяца, %.	Средняя выручка в месяц, тенге.
Отдельные виды услуг.						
1	Аппаратная диагностика.	24,00	процедур/месяц.	30 000,00	65,00%	468 000
2	Услуги диетолога.	24,00	прием/месяц.	5 000,00	65,00%	78 000
3	Разработка индивидуального режима правильного питания (программа 10 дней).	24,00	программа/месяц	40 000,00	65,00%	624 000
4	Аппаратный массаж стоп (30 посещений в месяц).	24,00	процедур/месяц.	30 000,00	65,00%	468 000
5	Аппаратный массаж шейно-воротниковой зоны (15 посещений в месяц).	24,00	процедур/месяц.	20 000,00	65,00%	312 000
6	Йога «Хатха» (12 посещений в месяц).	48,00	программа/месяц	10 000,00	65,00%	312 000
7	Йога «Кундалини» (12 посещений в месяц).	48,00	программа/месяц	10 000,00	65,00%	312 000
8	Фитнес «Зумба» (12 посещений в месяц).	48,00	программа/месяц	10 000,00	65,00%	312 000
9	Танцы «Сальса» (12 посещений в месяц).	48,00	программа/месяц	8 000,00	65,00%	249 600
10	Функциональный тренинг (12 посещений в месяц).	12,00	программа/месяц	24 000,00	65,00%	187 200
11	Скайл-аэробика (12 посещений в месяц).	48,00	программа/месяц	24 000,00	65,00%	748 800
12	Аппаратная косметология (одна процедура 8 000,00 ÷ 30 000,00 тенге)	12,00	процедур/месяц.	19 000,00	65,00%	148 200
13	Ручной массаж разных видов (одно посещение 5 000,00 ÷ 25 000,00 тенге).	24,00	процедур/месяц.	15 000,00	65,00%	234 000
Комплексные услуги.						
1	Абонемент с 09:00 до 21:00 на 1 месяц (входят: 2 процедуры аппаратной диагностики, не входят: косметология, разработка индивидуального режима правильного питания).	32,00	абонементов/месяц.	100 000,00	65,00%	2 080 000
2	Абонемент с 09:00 до 21:00 на 3 месяца (входят: 2 процедуры аппаратной диагностики, не входят: косметология, разработка индивидуального режима правильного питания).	2,00	абонементов/месяц.	200 000,00	65,00%	260 000
3	Абонемент с 11:00 до 18:00 на 6 месяцев (входят: 3 процедуры аппаратной диагностики, не входят: косметология, разработка индивидуального режима правильного питания).	1,00	абонементов/месяц.	300 000,00	65,00%	195 000
4	Абонемент на год. Безлимитный (VIP).	0,25	абонементов/месяц.	450 000,00	65,00%	73 125
Итого		443,25				7 061 925

Перечень приобретаемого оборудования, а также общая смета на проведение строительно-монтажных работ по ремонту и реконструкции материальных активов приведены в таблицах.

Приобретаемое оборудование.

№ п/п.	Наименование оборудования.	Количество.	Сумма с учетом скидки, тенге.	Поставщик.	Сроки, месяцев.	Источник финансирования.
1	Комплекс для функционального тренинга Syngry 360T Versa.	1,00	3 905 920,00	Компания «Life Fitness».	1,00	Заемные средства.
	Набор аксессуаров для Syngry 360T Versa.	1,00	770 100,00	Компания «Life Fitness».	1,00	Заемные средства.
2	Велотренажер для зала групповых занятий Life Fitness IC4.	5,00	3 223 540,00	Компания «Life Fitness».	1,00	Заемные средства.
Итого.			7 899 560,00			

Строительно-монтажные работы (СМР) по ремонту и реконструкции активов.

№ п/п.	Наименование оборудования.	Объем работ (количество).	Цена за единицу базового объема работ, тенге.	Сумма, тенге.	Сроки реализации, месяцев.	Источник финансирования.
1	Ремонт помещения.	1	2 100 440	2 100 440	2	Заемные средства.
Итого.				2 100 440		

Инвестиционный план проекта представлен в таблице.

№ п/п	Наименование.	Сумма, тенге	Доля, %	Примечание
I.	Инвестиции всего.	12 000 000,00	100,00%	Общие инвестиционные затраты.

I.1.	Собственные средства.	2 000 000,00	16,67%	Собственные средства направляемые: 1) На пополнение оборотных средств (приобретение материалов (бытовая химия и т.д.), погашение части заработной платы) в размере: 2 000 000,00 тенге.
I.2.	Заемные средства.	10 000 000,00	83,33%	Заемные средства направляемые: 1) На приобретение технологического оборудования в размере: 7 899 560,00 тенге; 2) На проведение ремонтных работ помещений в объеме: 2 100 440,00 тенге.
1)	Капитальные затраты:	10 000 000,00	83,33%	
	Приобретение и доставка оборудования.	7 899 560,00	65,83%	
	СМР/Реконструкция.	2 100 440,00	17,50%	
2)	Пополнение оборотных средств.	2 000 000,00	16,67%	
	Оборотные средства на стартовый период производства.	2 000 000,00	16,67%	

Для реализации настоящего Проекта предполагается привлечь собственные средства в объеме: 2 000 000,00 тенге, а также заемные средства банков второго уровня (БВУ) в размере: 10 000 000,00 тенге.

Технологический процесс Центра здоровья и эстетики.

Технологический процесс функционирования Центра здоровья и эстетики включает в себя комплекс компьютерных (аппаратных) исследований на уровне генетики организма, исследований реального функционального состояния организма человека, формирования комплексного заключения по данным расшифровки компьютерных исследований. С помощью предлагаемой технологии устанавливаются все возможности и способности, закладываемые к 13-й неделе внутриутробного развития организма человека, и, которые остаются неизменными на протяжении всей его жизни. Кроме того, по данной технологии специалистами Центра определяются причины заболевания и все наследственные пороки. Эти результаты получаются в ходе сопоставления картины состояния жизненно важных органов клиента и их функционирования на момент исследования.

Предлагаемая технология функционирования Центра здоровья и эстетики дает возможность контролировать показатели функционального состояния клиента, прогнозировать их изменения, оценивать резервы организма и определить эффективность проводимого оздоровления.

Этапы технологического процесса функционирования Центра:

Регистрация посетителя (клиента).

Консультация администратора по видам предоставляемых услуг.

Компьютерное исследование на генетику клиента.

Комплексное исследование функционального состояния органов клиента.

Формирование комплексного заключения, расшифровка, документирование и распечатка результатов обследования.

По назначению специалиста клиент направляется для получения оздоровительных услуг и приема оздоровительной продукции.

Оказание оздоровительных услуг.

Выписка стоимости оказанных услуг и приобретенных продуктов.

Оплата предоставленных услуг и приобретенных продуктов (производится в кассе Центра).

Производство записи на следующие и очередные процедуры, а также на дополнительное исследование для контроля динамики изменений.

После приема процедур: отдых, релаксация.

Аппаратная и компьютерная диагностика. Компьютерное (аппаратное) исследование организма – это диагностика, включающая:

Общую диагностику организма, в которой дается оценка функционирования состояния целостного организма; проводится ранняя диагностика различных предпатологических нарушений в органах и тканях на доклиническом этапе развития болезни, когда её симптомы не выражены или отсутствуют; проводится синдромная диагностика (выявление ведущего); определяются скрытые (латентные) очаги инфекций и устанавливается их влияние на иммунную систему человека.

Диагностику системы организма (углубленную диагностику отдельного органа), в которой определяется стадия и глубина патологического процесса; имеется возможность выявления отклонений в генетическом коде человека; определяется степень поражения на уровне гистологического среза.

Определение вирусных, бактериальных и микотических отягощений, в которых с помощью тестирования различных бактериальных, вирусных и др. инфекционных антигенов определяется этиологический фактор болезни;

Исследования на недостаток витаминов, микро- и макроэлементов, гормонов, в которых определяется недостающие гормоны, витамины, минералы; выявляется негативное воздействие на организм различных патогенных агентов пестицидов, гербицидов, радионуклидов и т. д.

Определение аллергии и аллергенов.

Тестирование (подбор) препаратов: при прохождении диагностики.

Составление индивидуальной оздоровительной программы.

Повторную диагностику, в которой осуществляется контроль за эффективностью проводимого оздоровления; выявляется динамика изменений.

Исследования проводятся на цифровых анализаторах.



Оздоровительные и специализированные массажи. Упоминание о массаже прослеживается в трудах Гиппократ (460-377 гг. до н.э.): «Во многих вещах врач должен быть опытным, и не менее в массаже, ибо массаж может связать сустав слишком расслабленный и размягчить сустав очень тугой. Растирание вызывает стягивание или расслабление тканей, ведет к полноте или исхуданию, мягкое, нежное и умеренное растирание утолщает ткани, а сухое и частое растирание стягивает их».

Условно массаж можно разделить на два вида: оздоровительный и специализированный (лечебный, спортивный) массаж.

Оздоровительный массаж – прежде всего, необходим здоровым людям для предупреждения развития различных заболеваний, а также для их профилактики. Кроме того, он значительно улучшает самочувствие человека. Массаж – это один из самых эффективных методов оздоровления. По популярности среди пациентов – едва ли не на первом месте. Умелые руки опытного массажиста способны творить чудеса. Применяется этот метод на протяжении столетий и используется во всем мире. Существуют некоторые противопоказания для выполнения массажа – это повышенная температура тела и все воспалительные процессы, протекающие в организме; заболевания кожи и ногтей; различные новообразования; тяжелое состояние, сопровождающее заболевания и травмы.

Массаж бывает общим, когда массажу подвергается всё тело, или локальным, когда массаж используется для отдельной зоны организма. Во время сеанса могут использоваться разные методы – ручной или аппаратный, или их комбинация. Использование аппаратов для массажа иногда даёт такой эффект, которого невозможно достичь только ручным массажем.



Массаж способен улучшить кровообращение и благотворно повлиять на сердечно-сосудистую и нервную систему. Он восстанавливает работоспособность отдельных суставов, а также опорно-двигательного аппарата в целом, и, кроме того, способствует нормализации обмена веществ.

Специализированный массаж улучшает приток крови, облегчает боли, а также избавляет от симптомов гриппа. Массаж и легкие поглаживания ушей всего лишь один раз в день, улучшают иммунную систему. При массаже убирается отечность, нормализуется сон. Массаж стимулирует и придает тонус тканям и мышцам;

вызывает расширение кровеносных сосудов кожи и организма в целом, что способствует активизации процесса кровообращения, обмена веществ, снижению веса. 60 минут массажа сравнимы с 7-8-часовым сном. Массаж повышает уровень эндорфинов (гормоны счастья). Профессиональное прикосновение массажиста может замедлить сердцебиение, а также понизить кровяное давление. Массаж способствует быстрому рассасыванию кровоизлияний, ускоряет восстановительные процессы.



Оздоровительная гимнастика (фитнес, аэробика, йога и др.). Современная система гимнастики представляет собой совокупность различных видов, важнейшими из которых в связи с проблемой оздоровления нации становятся оздоровительные виды гимнастики.

Оздоровительная гимнастика включает в себя комплекс упражнений, относящихся к современным направлениям специальных физических нагрузок – Пилатес, Пауэрстрейч, Лоу Импэкт, Йога, Фитнес «Зумба», Скайл-аэробика, Стрейчинг, Каланетика, а также работу с отягощениями. Она необходима для укрепления собственных мышц и мышечного корсета позвоночника,

повышения эластичности связок, сокращающие способности мышц, общей и силовой выносливости. Также для тренировки дыхательной и сердечнососудистой систем. Регулярные занятия оздоровительной гимнастикой позволяют провести профилактику многих заболеваний, реже обращаться к врачам, быстрее восстановить организм после травм и перенесенных заболеваний.

Оздоровительная гимнастика имеет два направления: оздоровительно-развивающее и спортивное. Выделение их в определенной мере условно, однако в аналитическом аспекте для лучшего понимания проблемы вполне оправданно. При этом предполагается, что в спортивной направленности гимнастики наиболее доступным и оправданным, с точки зрения последующей востребованности, является профессиональная подготовленность (т. е. обладание соответствующими знаниями, умениями и навыками) на уровне упражнений классификационных программ, упражнений по спортивной гимнастике и акробатике, а также подобных им базовых упражнений спортивно-художественной гимнастики.

Второе направление гимнастики решает задачи развития и сохранения психофизических способностей человека в зависимости от ряда факторов (подготовленности, возраста, состояния здоровья на данный момент, мотивации и др.). В определенной мере они перекликаются с направлением спортивным. Однако в силу целого ряда причин обеспечиваются особыми видами упражнений.



По степени влияния на организм все виды оздоровительной физической культуры, в зависимости от структуры движений, можно разделить на две большие группы: упражнения циклического и ациклического характера. Циклические упражнения – это такие двигательные акты, в которых длительное время постоянно повторяется один и тот же законченный двигательный цикл. К ним относятся ходьба, бег, ходьба на лыжах, езда на велосипеде, плавание, гребля. В ациклических упражнениях структура движений не имеет стереотипного цикла и изменяется в ходе их выполнения. К ним относятся гимнастические и силовые упражнения, прыжки, метания, спортивные игры, единоборства. Ациклические упражнения оказывают преимущественное влияние на функции опорно-двигательного аппарата, в результате чего повышаются сила мышц, быстрота реакции, гибкость и подвижность в

суставах, лабильность нервно-мышечного аппарата. К видам с преимущественным использованием ациклических упражнений можно отнести гигиеническую и производственную гимнастику, занятия в группах здоровья и общей физической подготовки (ОФП), ритмическую и атлетическую гимнастику, гимнастику по системе «хатха-йога». Существует 31 вид оздоровительной гимнастики, исторически признанных традиционными или получивших распространение в последнее время. Они условно разделяются на три группы. В первую входят виды, включающие танцевальные движения. Это ритмическая гимнастика, женская гимнастика, аэробика и другие, содержащие в названии конкретный танцевальный стиль (джаз-гимнастика, диско-гимнастика, модерн-гимнастика). Во вторую группу входят виды, предназначенные для целенаправленного развития форм тела или преимущественного развития определенных функций организма. Это атлетическая гимнастика, фитнес, калланетика, шейпинг, стретчинг, различные дыхательные, косметические виды гимнастики. В третью группу объединяются виды гимнастики, образовавшиеся на основе восточных философских систем, важнейшей частью которых всегда было совершенствование тела посредством специальных гимнастических упражнений. Это йога, тайцзицзюань, цигун и др.

Таблица 1. Структурная таблица оздоровительной гимнастики.

Элементы структурной таблицы оздоровительной гимнастики.	Варианты элементов структурной таблицы оздоровительной гимнастики.
Принципы.	В оздоровительной гимнастике используются общепедагогические принципы занятий оздоровительной направленности (принцип индивидуальности, сознательности, необходимости, постепенности, систематичности, цикличности, системности, комплексности воздействия, новизны и разнообразия, умеренности, стимулирование интереса), а также специфические принципы адаптивной и оздоровительной физической культуры (принцип повторно-прогрессирующего воздействия, стандартно-вариативного воздействия, повторно-уменьшающего воздействия, чередование объекта воздействия, согласование видов нагрузок, согласование координационной сложности воздействия и физической трудности, физического затруднения упражнения).
Методы.	В оздоровительной гимнастике используются методы обучения (словесные методы, методы наглядного восприятия, практические методы обучения) и методы специальной направленности адаптивной и оздоровительной физической культуры (методы стандартно-повторного, стандартно-непрерывного, стандартно-интервального упражнения, методы переменного-непрерывного, переменного-интервального, метод повторно-интервального и повторно-прогрессирующего упражнения, методы совершенствования двигательных действий, круговой метод).
Средства.	аэробные; статические (изометрические); статодинамические (изотонические); дыхательные; релаксационные; растягивающие упражнения; корректирующие.
Этапность.	Этапы: подготовительный; основной; поддерживающий. Каждый этап разделен на подэтапы: подготовительный: ознакомительный; втягивающий; восстановительный; основной: обще-подготовительный; специально-подготовительный; развивающий; восстановительный поддерживающий: специально-подготовительный; развивающий; закрепляющий; восстановительный. Каждый подэтап состоит из 12-14 занятий продолжительностью 30-35 дней. В неделю проводится три занятия продолжительностью от 40 до 90 минут. При трехразовых занятиях в неделю два из них должны проводиться с интервалом 48 часов и одно – через 72 часа. Каждое занятие включает в себя вводную часть – аэробную гимнастику (дополнительно: дыхательные упражнения); основную часть – статическую и статодинамическую гимнастику (дополнительно: дыхательные и корректирующие упражнения); заключительную часть – релаксационные и растягивающие упражнения (дополнительно: дыхательные упражнения).
Дозирование физической нагрузки.	Вводная часть занятия – 10-25 минут разминка, аэробные упражнения: от 10 до 30 упражнений по 1-2 серии по 20-60 секунд, порог комфортности (ЧСС – 110-150 уд/мин). Упражнения выполняются под музыкальное сопровождение из различных исходных положений: лежа на животе, спине, правом и левом боку, из коленно-локтевого положения, из упора лежа и других. Основная часть занятия – упражнения общей и специальной направленности, продолжительностью 20-45 минут. Выполняется комплекс упражнений статического и статодинамического характера: статические упражнения – от 6 до 18 упражнений по 1-4 серии, максимальное напряжение в пиковой фазе движения в течение 5-30 секунд; статодинамические упражнения

	<p>– от 6 до 18 упражнений по 1-4 серии, 30-60 % от максимального напряжения, упражнения выполняется «до отказа», то есть невозможности продолжать из-за боли в мышцах или неспособности преодолеть сопротивление, этот момент должен наступать строго в диапазоне 40-70 секунд после начала упражнения. Отдых между сериями от 30 секунд до 3 минут заполняется дыхательными и корригирующими упражнениями (между лопаток подкладывается ортопедический валик). Упражнения выполняются из различных исходных положений с использованием всевозможных отягощений (гантели весом от 0,5 до 15 кг, атлетические блины весом от 1,25 до 20 кг, резиновые эспандеры, утяжеленная гимнастическая палка весом от 2 до 10 кг и другой инвентарь), также использовались лавки разной конфигурации, шведская стенка, гимнастические коврики. Заключительная часть занятия – релаксационные, растягивающие упражнения (пассивная гибкость) – от 6 до 18 упражнений по 1-2 серии, удержание позы от 15 секунд до 2 мин, в течение 10-20 мин.</p> <p>Темп движений в аэробных упражнениях соответствует темпу музыки (от 100 до 125 бит в минуту), в статодинамических упражнениях темп был одинаковый в фазе напряжения и расслабления (по два бита на каждую фазу). Статические и растягивающие упражнения выполняются под музыкальное сопровождение (не более 100 бит в минуту) плавно с концентрацией внимания на движении.</p> <p>Дыхание:</p> <p>в аэробных упражнениях дыхание непрерывное, через каждые 3-5 минут выполняется восстановительное дыхание;</p> <p>в статических упражнениях в фазе напряжения – вдох, потом сохраняя положение на задержке дыхания и в фазе расслабления – выдох, в статодинамических упражнениях дыхание непрерывное, в зависимости от утомляемости проводится мероприятия по восстановлению дыхания;</p> <p>в растягивающих упражнениях в фазе напряжения и расслабления выполняется выдох, выполняя упражнение, дыхание не задерживается.</p>
Контроль.	<p>Инструктором-методистом проводятся следующие виды контроля:</p> <p>предварительный:</p> <p>тестирование исследуемых перед началом педагогического эксперимента;</p> <p>текущий:</p> <p>частота посещения занятий;</p> <p>правильность выполнения упражнений;</p> <p>нормирование физической нагрузки;</p> <p>контроль реакции организма после физической нагрузки и другие данные)</p> <p>итоговый контроль:</p> <p>тестирование исследуемых после педагогического эксперимента.</p> <p>В начале и в конце каждого этапа осуществляется индивидуальный осмотр исследуемых врачом, контролируются показатели частоты сердечных сокращений, артериального давления, состояние опорно-двигательного аппарата.</p>

Применение физических упражнений в оздоровительных целях являются средством сознательного и действенного вмешательства в процесс нормализации функций организма.

Занятия по приобщению к правильному (восстановительному) питанию. Одним из основных направлений правильного питания является раздельное питание и его режим.

Что такое раздельное питание? Это научная концепция, которая существует, как минимум, последние 100 лет. Великий популяризатор идеи раздельного питания – американский диетолог Герберт Шелтон, погиб в возрасте 98 лет в автомобильной катастрофе. Однако идеи его не погибли, а получили новое развитие и новое подтверждение в тысячах последователей Шелтона по всему миру. Его «Школа здоровья» в Калифорнии существует и по сей день.

Суть концепции раздельного питания состоит в том, что каждый пищевой продукт употребляется отдельно от другого, а различные их виды – в разное время суток. Цель подобной системы употребления пищи – максимально уменьшить гнилостные и бродильные процессы в кишечнике человека, а в идеале – полностью свести их на нет при одновременном повышении переваривающей способности желудочно-кишечного тракта.

Желудочно-кишечный тракт человека не зря так называется. Он очень длинный, большой и на всем его протяжении происходит много интересных и удивительных вещей.

Начнем с того, что пища, которую мы съедаем, переваривается не полностью. Если 50% ее усвоится, будем считать это хорошим результатом. Причины здесь разные. Во-первых, слишком быстрое продвижение пищи по желудочно-кишечному тракту. Во-вторых, недостаточная переваривающая способность желудочно-кишечного тракта в силу каких-либо скрыто протекающих заболеваний, либо наследственной предрасположенности. В-третьих, это употребление пищи недобоваримой, которая даже в самом здоровом организме переваривается очень плохо.



Если бы пища только плохо усваивалась, было бы еще полбеды. Это было бы по нашему карману, но не по здоровью. Настоящая проблема в том, что не переваренная пища в желудочно-кишечном тракте начинает разлагаться. Белки гниют, углеводы бродят, жиры прогорают (окисляются). Недаром ведь среди практических врачей бытует поговорка, что «непереваренная пища переваривает того, кто ее съел». Продукты гнилостного и бродильного распада всасываются в кровь и отравляют весь организм, начиная от головного мозга и кончая печенью, которая вынуждена эти гнилостные и бродильные продукты нейтрализовать, на что уходит масса энергии.

Принцип раздельного питания гласит: белковую и углеводную пищу нужно есть в разное время!

В самом деле, если мясо должно находиться в желудке как минимум 7 часов, а хлеб не более двух часов, то, что будет после поедания бутербродов? Если мы съедем большой кусок хлеба или каши с маленьким кусочком мяса, то мясо покинет желудок вместе с хлебом через 2 часа полупереваренным и в дальнейшем начнет гнить в толстом кишечнике. Если же мы, к примеру, съедем большой кусок мяса с маленьким кусочком хлеба, то хлеб задержится в желудке вместе с мясом. Пищеварительные ферменты желудка расщепляют крахмал до глюкозы, но всосаться эта глюкоза должна в 12-перстной кишке и в тонком кишечнике. Оставаясь в желудке, глюкоза почти не всасывается и начинает бродить с образованием токсичных продуктов и, в частности, метилового спирта.

Когда человек переходит на раздельное питание, его самочувствие меняется не сильно. Он не чувствует ни стимулирующего, ни успокаивающего эффекта, но странное дело: у него появляется ощущение того, что раньше он носил в себе какую-то тяжесть, а теперь вдруг от нее избавился.

Маркетинговый раздел.

Анализ рынка, Конкуренция. Деятельность, организуемая в рамках настоящего Проекта относится к деятельности в области здравоохранения, касающейся общего оздоровления организма и профилактики. К ним в основном относятся Центры здоровья. Это направление деятельности является вспомогательным и предупреждающим в области сохранения здоровья в целом.

Конечно, безотлагательные мероприятия, связанные со здоровьем проводятся в заведениях практической медицины и реабилитации. Однако в целом рассмотрение корневых оздоровительных проблем наиболее удобно и без спешки проводить в Центрах здоровья. На основании этого узконаправленные медицинские организации (больницы, поликлиники и т. д.) не будут оказывать серьезной конкуренции организуемому предприятию.

Предприятий, подобных рассматриваемому Центру здоровья и эстетики, на территории областного центра г. Усть-Каменогорска нет.

В качестве конкурентов данному предприятию могут выступать ряд СПА-салонов, действующих в Усть-Каменогорске. К наиболее крупным и разветвленным СПА-салонам в г. Усть-Каменогорске относятся такие СПА-салоны, как Центр эстетики «Capre Diem», «Эстетик Клуб», ИП «Центр Косметики и Эстетики «BeautyTime»», «Центр эстетической медицины». Рассматривая деятельность таких Центров нужно отметить их узкую направленность на оказание в основном косметических и эстетических услуг. Все они специализируются на оказании таких видов услуг, как уход за волосами;

уход за руками и ногами; уход за лицом; уход за телом; наращивание ресниц; микроблейдинг бд; макияж; перманентный макияж; фитобочка; ароматный пилинг; обертывание тела розовой глиной; шоколадное обертывание (для влюбленных); алмазный пилинг; радиочастотный лифтинг; массаж головы и всего тела; гидромассаж; стоунтерапия; фиточай; ароматерапия; спа-педикюр.

Исходя из представленного набора оказываемых этими организациями услуг, можно сделать вывод, что услуги направлены в основном на изменение внешних показателей тела клиента без обязательного анализа особенностей организма. Несмотря на то, что такие услуги оказывают определенное положительное воздействие на организм, улучшают самочувствие за счет высококлассной релаксации, они не могут удовлетворить все потребности человека в восстановлении и оздоровлении.

Напротив, предлагаемый к реализации Проект нацелен на разрешение корневых проблем, незапущенных, со здоровьем, так как квалифицированное устранение причин и внутренних негативных факторов, действующих в организме клиента в разы увеличивают шансы на оздоровление и восстановление жизненного тонуса.

Выявление внутренних проблем в организме по настоящему Проекту планируется осуществлять за счет аппаратной диагностики. И только после выявления негативных факторов будет составляться индивидуальная программа по восстановлению здоровья или профилактике (здоровое питание, оздоровительная гимнастика). Для создания же соответствующего духовного и физического микроклимата будет оказываться основной спектр услуг, характерных для СПА-салонов.

Основная потребительская группа данной продукции и (или) услуги. Основной потребительской группой предлагаемых услуг будет население г. Усть-Каменогорска без возрастного ограничения.

Сильными сторонами организуемого Центра здоровья и эстетики являются:

- ✓ Главная ценность Центра – посетители.
- ✓ Строго индивидуальный подход к каждому посетителю, создание индивидуальных программ по уходу за собой и восстановлению жизненных сил.
- ✓ Входной медицинский контроль и тестирование новых посетителей на предмет противопоказаний к тем или иным процедурам.
- ✓ Комплексное воздействие на человека, как на целостную систему, то есть одновременное воздействие на все органы чувств – зрение, слух, обоняние, осязание и вкус, в результате которого человек расслабляется и восстанавливается.
- ✓ Специализация по одному или нескольким направлениям и программам, таким как диетология, холистика, веллнесс, традиционные целительские практики (йога, аюрведа, цигун), элементы фитнеса, лечение минеральными водами, борьба с лишним весом, профилактическая медицина.
- ✓ Особая планировка рабочих помещений, позволяющая обеспечить максимальный комфорт во время всего посещения и процедур в частности.
- ✓ Со стороны сотрудников четкая организация времени пребывания посетителя в Центре.
- ✓ Высокий профессионализм специалистов Центра.
- ✓ Дружный коллектив, доброжелательная атмосфера, предупредительность, максимальное внимание к посетителям.
- ✓ Проведение одного или нескольких видов профессионального массажа и использование мануальных техник.
- ✓ Возможно наличие в структуре Центра диетического бара или кафе, предлагающего оздоровительное меню.
- ✓ Использование альтернативных целительских методов (ароматерапия, акупунктуры, суджок-терапии, аюрведы, музыкотерапии, цветотерапии).
- ✓ Продажи различных средств и препаратов для домашнего ухода.
- ✓ Организация и проведение дополнительных услуг и занятий (аутотренинги, психологические консультации).
- ✓ Гибкая система скидок на предоставляемые услуги.
- ✓ Удобное расположение.
- ✓ Наличие сети общественного транспорта.
- ✓ Доступная парковка.

В организуемом Центре здоровья и эстетики для каждого клиента разрабатываются индивидуальные программы омоложения, исключающие возможные противопоказания и учитывающие физические и возрастные особенности организма.

Основной лозунг организуемого Центра: «Здоровье, красота и молодость – это легко и достижимо!».

Стратегия маркетинга. Маркетинговая стратегия Проекта «Открытие нового Центра здоровья и эстетики для населения» заключается в долгосрочном согласовании возможностей предприятия с ситуацией на региональном рынке оздоровительных, профилактических и косметологических услуг.

Основными инструментами реализации маркетинговых мероприятий выступают:

- ✓ Совершенствование организационной структуры предприятия.
- ✓ Управление ценами на оказываемые услуги.
- ✓ Создание собственного Интернет-сайта.
- ✓ Промоакции по городу, участие в разных телевизионных программах.
- ✓ Реклама в социальных сетях, на телевидении, видео-презентации на экранах города, афиши, билборды.

В целях следования стратегии развития предприятия и привлечения более широких слоев потребителей к оказываемым предприятием услугам тактический план необходимых мероприятий выглядит следующим образом:

- ✓ Использование внутренних потенциальных возможностей для повышения качества выпускаемой продукции/оказываемых услуг.
- ✓ В современных экономических условиях сохранение цен на продукцию/услуги при стабильной рентабельности.
- ✓ Обеспечение динамики развития конкурентных преимуществ – цены, качества, стабильности на рынке.

Для успешной реализации Проекта предполагается постоянный контроль за качеством реализуемой продукции/оказываемых услуг.

Организационный план.

План по персоналу. Согласно штатному расписанию общее количество работников предприятия в рамках настоящего Проекта составляет 31 человек. Штатные единицы приведены в нижеследующей таблице. В Приложении «Штатное расписание с фондом оплаты труда (ФОТ)» данное штатное расписание представлено расширено.

№ п/п.	Должность. Штатная единица.	Доля выполнения плана.	Количество (явочное).	Количество (спичное).	Месячный оклад, тенге.	Итого месячный ФОТ, тенге.
Административный персонал.						
1	Директор/руководитель.	100,00%	1	1	220 000,00	220 000,00
2	Заместитель директора/руководителя.		1	1	180 000,00	180 000,00
3	Бухгалтер.		1	1	150 000,00	150 000,00
4	Финансист.		1	1	100 000,00	100 000,00
5	Менеджер по маркетингу.		1	1	80 000,00	80 000,00
6	Менеджер по продажам.		4	4	60 000,00	240 000,00
7	Офис-менеджер.		2	2	60 000,00	120 000,00
8	Специалист по ТБ.		1	1	40 000,00	40 000,00
	Всего по категории работников административного блока.		12	12		1 130 000,00
Производственный персонал.						
1	Диетолог.	100,00%	1	1	140 000,00	140 000,00
2	Инструктор по йоге.		2	2	55 000,00	110 000,00
3	Инструктор по Зумбе.		2	2	60 000,00	120 000,00
4	Инструктор по танцам.		1	1	50 000,00	50 000,00
5	Инструктор по фитнесу.		2	2	70 000,00	140 000,00
6	Инструктор по скайл-аэробике.		2	2	70 000,00	140 000,00
7	Косметолог.		4	4	90 000,00	360 000,00
8	Массажист.		3	3	85 000,00	255 000,00
	Всего по категории работников производственного блока.		17	17		1 315 000,00
Обслуживающий персонал.						
1	Уборщица.	100,00%	2	2	50 000,00	100 000,00
	Всего по категории работников обслуживающего блока.		2	2		100 000,00
	Итого по предприятию.		31	31		2 545 000,00

Финансовый план.

Свод производственных затрат:

Статьи затрат	Номинальная стоимость в месяц.	Годы реализации проекта.							Итого
		2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	
Загрузочная мощность %.	Уровень накопленной инфляции, %.	100,00%	104,32%	108,83%	113,53%	118,43%	123,55%		

Отопление.	23 150,00	0,00	277 800,00	289 800,96	302 320,36	315 380,60	329 005,04	343 218,06	1 857 525,03
Водоснабжение и канализация.	18 230,00	0,00	218 760,00	228 210,43	238 069,12	248 353,71	259 082,59	270 274,96	1 462 750,81
Электроэнергия (освещение).	10 433,33	0,00	125 200,00	130 608,64	136 250,93	142 136,97	148 277,29	154 682,87	837 156,71
Зарплата ППП.	1 415 000,00	0,00	16 980 000,00	16 980 000,00	16 980 000,00	16 980 000,00	16 980 000,00	16 980 000,00	101 880 000,00
Социальный налог ППП.	80 380,50	0,00	964 566,00	964 566,00	964 566,00	964 566,00	964 566,00	964 566,00	5 787 396,00
Социальные отчисления ППП.	59 704,50	0,00	716 454,00	716 454,00	716 454,00	716 454,00	716 454,00	716 454,00	4 298 724,00
Затраты на сырье, материалы и технологические среды.	442 197,60	0,00	5 306 371,20	5 535 606,44	5 774 744,63	6 024 213,60	6 284 459,63	6 555 948,29	35 481 343,79
Итого в год		0,00	24 589 151,20	24 845 246,47	25 112 405,05	25 391 104,89	25 681 844,55	25 985 144,17	151 604 896,33

Свод административно-управленческих затрат.

Статьи затрат.	Номинальная стоимость в месяц.	2018	Годы реализации проекта.						Итого
			2019	2020	2021	2022	2023	2024	
Загрузочная мощность %.	Уровень накопленной инфляции, %.		100,00%	104,32%	108,83%	113,53%	118,43%	123,55%	
Зарплата АУП.	1 130 000,00	0,00	13 560 000,00	13 560 000,00	13 560 000,00	13 560 000,00	13 560 000,00	13 560 000,00	81 360 000,00
Социальный налог АУП.	61 020,00	0,00	732 240,00	732 240,00	732 240,00	732 240,00	732 240,00	732 240,00	4 393 440,00
Социальные отчисления АУП.	50 850,00	0,00	610 200,00	610 200,00	610 200,00	610 200,00	610 200,00	610 200,00	3 661 200,00
Аренда помещения.	580 000,00	0,00	6 960 000,00	6 960 000,00	6 960 000,00	6 960 000,00	6 960 000,00	6 960 000,00	41 760 000,00
Канцелярские расходы	12 500,00	0,00	150 000,00	156 480,00	163 239,94	170 291,90	177 648,51	185 322,93	1 002 983,28
Расходы на ремонт.	25 000,00	0,00	300 000,00	312 960,00	326 479,87	340 583,80	355 297,02	370 645,85	2 005 966,55
Абонентная плата за телефон, Интернет.	12 800,00	0,00	153 600,00	160 235,52	167 157,69	174 378,91	181 912,08	189 770,68	1 027 054,87
Услуги банка, комиссия за открытие кредитной линии	9 800,00	0,00	117 600,00	122 680,32	127 980,11	133 508,85	139 276,43	145 293,17	786 338,89
Амортизация.	65 829,67	0,00	789 956,00	789 956,00	789 956,00	789 956,00	789 956,00	789 956,00	4 739 736,00
Отчисления на рекламу.	18 500,00	0,00	222 000,00	231 590,40	241 595,11	252 032,01	262 919,80	274 277,93	1 484 415,25
Хозяйственные расходы.	125 000,00	0,00	1 500 000,00	1 564 800,00	1 632 399,36	1 702 919,01	1 776 485,11	1 853 229,27	10 029 832,76
Итого (без учета налогов и отчислений)	1 979 429,67		25 095 596,00	25 201 142,24	25 311 248,08	25 426 110,49	25 545 934,95	25 670 935,84	152 250 967,59

Прогноз Отчета о прибылях и убытках.

Показатели	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Итого
	Всего	Всего	Всего	Всего	Всего	Всего	Всего	
ДОХОДЫ								
Выручка от реализации продукции.	0,00	84 743 100,00	87 793 851,60	90 954 430,26	94 228 789,75	97 621 026,18	101 135 383,12	556 476 580,90
Субсидии АО Даму	115 677,97	611 016,95	468 644,07	326 271,19	183 898,31	44 491,53	0,00	1 750 000,00
Итого. Выручка с НДС.	115 677,97	85 354 116,95	88 262 495,67	91 280 701,44	94 412 688,05	97 665 517,70	101 135 383,12	558 226 580,90
Итого. Выручка без НДС.	115 677,97	76 843 038,86	79 449 112,26	82 154 306,56	84 962 197,75	87 879 457,00	91 001 872,25	558 226 580,90
Производственные затраты								
Отопление.	0,00	277 800,00	289 800,96	302 320,36	315 380,60	329 005,04	343 218,06	1 857 525,03
Водоснабжение и канализация.	0,00	218 760,00	228 210,43	238 069,12	248 353,71	259 082,59	270 274,96	1 462 750,81

Электроэнергия.	0,00	125 200,00	130 608,64	136 250,93	142 136,97	148 277,29	154 682,87	837 156,71
Зарплата ППП.	0,00	16 980 000,00	16 980 000,00	16 980 000,00	16 980 000,00	16 980 000,00	16 980 000,00	101 880 000,00
Социальный налог ППП.	0,00	964 566,00	964 566,00	964 566,00	964 566,00	964 566,00	964 566,00	5 787 396,00
Социальные отчисления ППП.	0,00	716 454,00	716 454,00	716 454,00	716 454,00	716 454,00	716 454,00	4 298 724,00
Затраты на сырье, материалы и технологические среды.	0,00	5 306 371,20	5 535 606,44	5 774 744,63	6 024 213,60	6 284 459,63	6 555 948,29	35 481 343,79
Итого прямых производственных затрат	0,00	24 589 151,20	24 845 246,47	25 112 405,05	25 391 104,89	25 681 844,55	25 985 144,17	151 604 896,33
Валовая прибыль.	115 677,97	52 253 887,66	54 603 865,79	57 041 901,50	59 571 092,87	62 197 612,45	65 016 728,07	350 800 766,31
Операционные издержки								
Административно-хозяйственные расходы	0,00	23 753 156,00	23 858 702,24	23 968 808,08	24 083 670,49	24 203 494,95	24 328 495,84	144 196 327,59
Социальный налог АУП.	0,00	732 240,00	732 240,00	732 240,00	732 240,00	732 240,00	732 240,00	4 393 440,00
Социальные отчисления АУП.	0,00	610 200,00	610 200,00	610 200,00	610 200,00	610 200,00	610 200,00	3 661 200,00
Итого операционных затрат, без НДС	0,00	25 095 596,00	25 201 142,24	25 311 248,08	25 426 110,49	25 545 934,95	25 670 935,84	152 250 967,59
Операционная прибыль.	115 677,97	27 158 291,66	29 402 723,55	31 730 653,43	34 144 982,38	36 651 677,50	39 345 792,24	198 549 798,72
Погашение по процентам вознаграждения банковского кредита.	231 355,93	1 222 033,90	937 288,14	652 542,37	367 796,61	88 983,05	0,00	3 500 000,00
Прибыль до уплаты налогов.	-115 677,97	25 936 257,77	28 465 435,41	31 078 111,05	33 777 185,77	36 562 694,45	39 345 792,24	195 049 798,72
Налоги								
НДС.	0,00	8 511 078,09	8 813 383,41	9 126 394,89	9 450 490,30	9 786 060,70	10 133 510,88	55 820 918,26
Налог от дохода (КПН).	0,00	5 187 251,55	5 693 087,08	6 215 622,21	6 755 437,15	7 312 538,89	7 869 158,45	39 033 095,34
Имущественный налог.	0,00	7 500,00	7 500,00	7 500,00	7 500,00	7 500,00	7 500,00	45 000,00
Земельный налог.	0,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	12 000,00
Плата за загрязнение окружающей среды (экология).	0,00	9 500,00	9 500,00	9 500,00	9 500,00	9 500,00	9 500,00	57 000,00
Итого по налогам.	0,00	13 717 329,64	14 525 470,49	15 361 017,10	16 224 927,45	17 117 599,59	18 021 669,32	94 968 013,60
Чистая прибыль	-115 677,97	12 218 928,13	13 939 964,92	15 717 093,96	17 552 258,31	19 445 094,85	21 324 122,91	100 081 785,12
Уровень рентабельности %	-100,00%	15,90%	17,55%	19,13%	20,66%	22,13%	23,43%	17,93%

99. ОТКРЫТИЕ ФИЗКУЛЬТУРНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ЦЕНТРА

Анкета проекта:

Цели инвестиционного проекта: открытие физкультурно-оздоровительного центра.

Стоимость проекта: 10 180 395 тенге.

Срок окупаемости: 1,4 год.

Концепция проекта.

Концепция проекта предусматривает открытие физкультурно-оздоровительного центра. Целью деятельности предприятия будет являться оказание качественных и профессиональных услуг в сфере физической культуры и спорта, в частности фитнес-услуг. Целевой группой планируемого предприятия будут являться жители города, начиная от самых маленьких детей и заканчивая людьми преклонного возраста.

Кредитные средства. Предполагается получить кредит по программе развития продуктивной занятости и массового предпринимательства на сумму 10 180 395 тенге на 5 лет под 6% годовых.

В соответствии с программой предоставляется льготный период по погашению основного долга сроком не более одной трети продолжительности срока кредитования, в нашем проекте планируется отсрочка на 6 мес.

Описание услуг. Цели создания предприятия:

Эффективное использование инвестиционных средств для организации деятельности по обучению физической культуры, построение эстетической формы, повышения здоровья населения.

Удовлетворение населения в качественных услугах по обучению физической культуры.

Оказание услуг по следующим направлениям: бодибилдинг, пауэрлифтинг, женский фитнес, армлифтинг, армрестлинг, уличный воркаут, услуги фитнес-бара.

Целью деятельности предприятия будет являться оказание качественных и профессиональных услуг в сфере культуры и спорта, в частности фитнес-услуг. Целевой группой планируемого предприятия будут являться жители города, начиная от самых маленьких детей и заканчивая людьми преклонного возраста.

Предполагается оказание услуг с помощью абонементов на месяц

	Кол-во в мес	цена	Общий доход
Утренние	70	5 000	350 000
Вечерние	130	7 000	910 000
Студенческий	25	5 000	125 000
Школьный	25	5 000	125 000
Пенсионный	10	5 000	50 000
Корпоративный	20	5 000	100 000
Разовое	50	500	25 000
Фитнес бар	1	50 00	50 000

График работы ФОЦ: с 9.00 до 20.00, перерыв на обед: с 13.00 до 14.00.

В неделю 6 дней, выходной день в понедельник.

Учитывая во внимание ряд факторов на этапе становления и популяризации ФОЦ среди населения, на предварительном моменте запуска, для расчета итоговой суммы кассового сбора за месяц применяем поправочный коэффициент 0,5 в течение 3-х месяцев.

Маркетинговый план.

В последние годы в Казахстане подтянутая фигура и ухоженная внешность стали признаками успеха для большинства жителей. Спрос на услуги казахстанских фитнес-клубов устойчиво опережает предложение. Даже в кризисный период, как показывают результаты исследований, многие из тех алматинцев, кто привык регулярно посещать фитнес-клубы, скорее соглашаются экономить на других статьях расходов.

Для современного горожанина посещение фитнес-клуба часто не только способ поддержания физической формы, но способ общения и самовыражения. Многие из поклонников фитнеса считают, что посещение хорошего клуба также подчеркивает статус человека и его активную жизненную позицию, что является положительным фактором во всех сферах жизни.

Как свидетельствует практика, для индустрии фитнеса тоже характерны всплески моды на отдельные направления, и в соответствии с актуальными тенденциями формируются предпочтения потребителей. В связи с серьезным ростом популярности групповых занятий в последнее время современные фитнес-центры стремятся расширить список данных занятий, регулярно внедряя новинки в свое расписание. По-прежнему большим успехом пользуются групповые велосипедные тренировки и outdoor-программы. Также растет популярность силовых тренировок и разнообразных танцевальных классов.

Помимо этого, специалисты фитнес-индустрии отмечают невиданный спрос на танцевальную аэробику, которая была на пике популярности еще в 80-е годы. Кроме того, набирают популярность комбинированные занятия, сочетающие в себе элементы йоги, пилатеса, балета, танцев и даже серфинга. Пользуются все большим спросом йога для детей и йога для беременных.

Также некоторая часть женского населения начала увлекаться боксом. Более того, появилось даже такое направление, как «оздоровительный бокс», который не исключает спарринги, но делает упор на упражнения с тренажерами, подвесными мешками и имитационные бои. Еще одним новым направлением в фитнесе стал фейсбилдинг (гимнастика мышц лица, позволяющая восстановить их тонус).

В последнее время популярностью пользуются не индивидуальные, а коллективные персональные тренировки в малых группах (SGPT - small group personal training). Причины роста популярности SGPT просты. Во-первых, такая форма занятий сохраняет все преимущества персонального тренинга. Во-вторых, соревновательный аспект групповых тренировок дополнительно мотивирует клиента на достижение результата. В-третьих, стоимость таких занятий существенно меньше. Особую популярность получил детский фитнес и фитнес для будущих мам. В теплое время года растет число желающих посещать аквааэробику, поскольку эти занятия, в отличие от традиционной аэробики в зале, позволяют уменьшить нагрузку на позвоночник и вместе с тем позволяют добиться хороших результатов тем, кто хочет сбросить лишний вес или подтянуть мышцы. Сейчас популярен аквафитнес, поскольку многие люди имеют проблемы с позвоночником.

В последнее время наметился рост спроса на «радикальные» силовые программы, такие как кроссфит программы и комбат-фитнес, а также кардиопрограммы, рассчитанные в первую очередь на изначально достаточно здоровых людей, отличающихся к тому же достаточно высоким уровнем подготовки.

Статистика говорит нам, что 80% клиентов фитнес-центров начинают посещение занятий с одной лишь целью похудеть. Однако, тот факт, что многие из них продолжают регулярно приходить на тренировки уже после того, как вес сброшен и, казалось бы, цель достигнута, говорит, о том, что ими движет уже что-то другое. Они признают, что тренировки становятся для них потребностью, а не необходимостью. Кроме того, фитнес-центр - это прекрасное место для общения. Современный фитнес-центр представляет собой идеальное сочетание различных программ, услуг и тренажерного зала, которые позволяют человеку прийти и отлично провести время на тренировке, не только укрепляя свой организм, но и оздоравливая его. Если клиент предпочитает заниматься в тренажерном зале, то ему следует обратить внимание на его осна-

щение, на тренажеры кардио-зоны, а также на специализированные тренажеры, которые позволяют проработать отдельно даже самые маленькие группы мышц. Если же клиент предпочитает групповые занятия степом, степ-аэробикой, танцами, йогой и т.д. то в современном фитнес клубе он может записаться в такую группу. Так же большим спросом у посещающих фитнес-клуб людей пользуются бассейны. При этом очень часто люди желают заниматься аквааэробикой, совмещая при этом приятное с полезным. К востребованным услугам фитнес-центра можно отнести также солярий, сауну или парную, кабинет массажа, спа-салон и другие услуги, которые укрепляют здоровье. Современный фитнес-клуб обладает хорошими тренерами, которые смогут проконсультировать всех посетителей, как в индивидуальном порядке, так и в общем.

Рынок фитнес-услуг развивается в четырех ценовых сегментах: премиум, люкс, средний класс, эконом (или демократический).

По мнению специалистов, степень наполнения рынка следующая: категория VIP-клубов заполнена на 89-90%; категория клубов среднего класса насыщена лишь на 40%; кроме того, рентабельность фитнес-клубов в премиум-сегменте – 20–25%, в отличие от 15–20%, которые зарабатывают клубы демократического класса. Поэтому исторически сложилось так, что основной доход фитнес-центры получали с клиентов, имеющих доход выше среднего.

На средний класс ориентированы фитнес-клубы, рассчитанные на массовый спрос, и, следовательно, имеют соответствующим образом подобраны программы. Из-за стремительного развития фитнес-индустрии в среднем классе эта группа бурно растет, ее пополняют клубы, недавно выполнившие модернизацию и повысившие уровень обслуживания и качества программ. Как правило, небольшие по площади.

Основными критериями выбора фитнес-клуба являются (в порядке убывания значимости): цена; близость к дому; набор программ; приветливый и профессиональный штат сотрудников; наличие бассейна; современные тренажеры; отсутствие тесноты. Эти данные весьма показательны, поскольку определяют направления развития фитнес-индустрии: рост количества клубов среднего ценового сегмента, приближение фитнеса к дому клиента, разнообразие программ и пр.

Производственный раздел.

Потребность в спортивном оборудовании:

Вид оборудования	Цена
Силовые тренажеры	2 995 000
Кардио-зона	3 209 740
Блины	1 113 205
Грифы	440 000
Гантели	509 600
Фитнес зона (девушки)	473 420
Доставка оборудования	100 000
итого	8 840 965

Прочее оборудование:

Вид оборудования	цена
Оборудование душевой	500 000
Зеркала	100 000
ноутбук	76 000
помост	129 260
	805 260

Приобретение тренажеров планируется в сети салонов FitExpert, которые действуют с 2000 года. Условия поставки: доставка и установка в непосредственное место использования; своевременное и безупречное выполнение гарантийных обязательств; послегарантийный сервис; экологически нейтральная утилизация отработавших свой ресурс тренажеров.

Потребность в оборотных средствах: 534 170 тенге.

Заработная плата на 1 мес: 250 000 тенге.

Хозяйственные расходы: 20 000 тенге.

Выплата процентов на 3 месяца.

Персонал фитнес-клуба:

2 администратора по 50 000 тенге = 100 000 тенге.

4 инструктора по 25 000 тенге = 100 000 тенге.

2 единицы тех. персонал по 25 000 тенге = 50 000 тенге.

Расходы в месяц:

Вид расходов	цена
Переменные расходы	
Заработная плата	250 000

электроэнергия	10 000
водоснабжение	15 000
Вывоз мусора	1 400
Постоянные расходы	
реклама	5 000
хозрасходы	15 000
Аренда помещения	250 000
связь	10 000
Прочие расходы	10 000

Объем услуг

услуги	ед.	2018	2019-2021
утренний абонемент	чел	630	840
вечерний абонемент	чел	1 170	1 560
студенческий абонемент	чел	225	300
школьный абонемент	чел	225	300
пенсионный абонемент	чел	90	120
корпоративный абонемент	чел	180	240
разовое посещение	посещение	180	240
услуги фитнес-бара	мес	8	12

Финансовый план.**Отчет о прибылях и убытках:**

ОТЧЕТ О ПРИБЫЛЯХ И УБЫТКАХ	2018	2019	2020	2021	2022	ИТОГО
Выручка (без НДС)	15 430 000	20 640 000	20 640 000	20 640 000	20 640 000	97 990 000
<i>утренний абонемент</i>	3 150 000	4 200 000	4 200 000	4 200 000	4 200 000	19 950 000
<i>вечерний абонемент</i>	8 190 000	10 920 000	10 920 000	10 920 000	10 920 000	51 870 000
<i>студенческий абонемент</i>	1 125 000	1 500 000	1 500 000	1 500 000	1 500 000	7 125 000
<i>школьный абонемент</i>	1 125 000	1 500 000	1 500 000	1 500 000	1 500 000	7 125 000
<i>пенсионный абонемент</i>	450 000	600 000	600 000	600 000	600 000	2 850 000
<i>корпоративный абонемент</i>	900 000	1 200 000	1 200 000	1 200 000	1 200 000	5 700 000
<i>разовое посещение</i>	90 000	120 000	120 000	120 000	120 000	570 000
<i>услуги фитнес-бара</i>	400 000	600 000	600 000	600 000	600 000	2 800 000
Себестоимость продукции	2 879 050	3 866 400	3 866 400	3 866 400	3 866 400	18 344 650
<i>Прямые издержки</i>	160 000	240 000	240 000	240 000	240 000	1 120 000
<i>услуги фитнес-бара</i>	160 000	240 000	240 000	240 000	240 000	1 120 000
<i>Оплата труда (производство)</i>	2 250 000	3 000 000	3 000 000	3 000 000	3 000 000	14 250 000
<i>Социальные отчисления</i>	231 450	309 600	309 600	309 600	309 600	1 469 850
<i>ком.услуги</i>	237 600	316 800	316 800	316 800	316 800	1 504 800
ВАЛОВАЯ ПРИБЫЛЬ	12 550 950	16 773 600	16 773 600	16 773 600	16 773 600	79 645 350
Общие & Административные расходы	2 841 450	3 551 352	3 551 352	3 551 352	3 551 352	17 046 858
<i>хозрасходы</i>	135 000	180 000	180 000	180 000	180 000	855 000
<i>аренда зала</i>	2 250 000	3 000 000	3 000 000	3 000 000	3 000 000	14 250 000
<i>Связь</i>	90 000	120 000	120 000	120 000	120 000	570 000
<i>Реклама и PR</i>	45 000	60 000	60 000	60 000	60 000	285 000
<i>Прочие расходы</i>	90 000	120 000	120 000	120 000	120 000	570 000
ОПЕРАЦИОННАЯ ПРИБЫЛЬ	9 940 950	13 293 600	13 293 600	13 293 600	13 293 600	63 115 350
<i>Амортизация</i>	99 060	99 060	99 060	99 060	99 060	495 300
<i>оборудование</i>	99 060	99 060	99 060	99 060	99 060	495 300
<i>Расходы по процентам</i>	596 674	480 741	345 002	209 263	73 524	1 705 204
ПРИБЫЛЬ ДО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ	9 245 216	12 713 799	12 849 538	12 985 277	13 121 016	60 914 846
<i>Налог на прибыль</i>	231 450	309 600	309 600	309 600	309 600	1 469 850
ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ	9 013 766	12 404 199	12 539 938	12 675 677	12 811 416	59 444 996

100. УСЛУГИ ТУРИСТИЧЕСКИХ ГИДОВ И ПРОКАТ АВТОТРАНСПОРТНЫХ СРЕДСТВ

**Анкета проекта:**

Цели инвестиционного проекта: услуги туристических гидов и прокат автотранспортных средств.

Стоимость проекта: 2,9 млн. тенге.

Срок окупаемости: 6 месяцев.

Концепция проекта.

Концепция проекта предусматривает развитие компании по предоставлению туристических гидов и проката автотранспортных средств.

Предприятие предоставляет услуги, которые позволяют удовлетворить интерес людей познакомиться с образом жизни, менталитетом и культурой другой страны, в частности Казахстана. Предоставляемые услуги ориентированы, главным образом, на индивидуальных туристов или группы, состоящие из трех-четырех и более человек, которые заинтересованы в том, чтобы получить более глубокое представление о реальной жизни в Казахстане. Как правило, клиентам предлагается традиционный туристический набор представлений о Казахстане, не имеющих ничего общего с тем, чем в действительности живут казахские люди.

Предприятие стремится выполнить все пожелания своих клиентов, в первую очередь она предлагает помощь в достижении более детального знакомства с казахской культурой, традициями и уделяет внимание всем деталям и «мелочам».

Проект предполагает приобретение оборудования, мебели и прочее. Сумма необходимых инвестиций – 2 900 000 тенге. Инвестиции планируется привлечь из внешнего источника в виде банковского кредита в размере 2 900 000 тенге.

Инвестиционный план:

№	Наименование	Стоимость, тенге
1	Инвестиции	2 900 000
	Собственные средства	0
	Кредитные средства	2 900 000
	В % соотношении	
	Собственные средства	0
	Кредитные средства	100%
Итого:		2 900 000

Описание услуги (продукта).

На начальном этапе своего развития компания представляет собой небольшую компанию, занимающуюся приемом иностранных делегатов, туристов в Астану. Группы проводят свой отпуск в казахских семьях или, если они того пожелают, в отелях, гостиницах, апартаментах. Опытные гиды, переводчики проводят экскурсии по основным историко-архитектурным памятникам, музеям и его окрестностям, предлагая индивидуальные/групповые экскурсии, туры, составленные по темам, заказанным клиентом, сопровождение переводчиками групп на встречах, а также гарантирует высококачественное, безопасное транспортное обслуживание и организацию питания.

Дополнительными задачами, которые выполняет наша компания для клиента, следующие:

• Поиск и подбор наиболее выгодных туров из числа предложенных туроператорами, что значительно экономит время обратившегося туриста.

- Оформление документов.
- Планирование маршрутов туриста.
- Описание инфраструктуры местности.

Цены на услуги (продукты)

Астана, Акмолинская обл.:

Астана-Боровое (260 км.) - Астана (260 км):**

Наименование	Астана-Боровое 260км	Астана-Боровое-Астана 390 км.	Трансфер (встреча/проводы)
Легковые бизнес класс	42,000	39,000	7,000
Mercedes Viano 5 п/м	60,000	80,000	10,000
Toyota Hiace 11-12 п/м	60,000	80,000	10,000
Mercedes Sprinter 18 п/м	70,000	80,000	10,000
Setra, Volvo, Van-Hool 50 п/м	150,000	150,000	20,000

* тарифы указаны без НДС

** проживание водителя 15,000тг/сутки (в случае ожидания в ночь)

Астана-Коргалжынский заповедник (160 км):

Наименование	Астана-Коргалжын 160 км	Астана-Коргалжын-Астана 240 км.	Стоимость 1 час
Легковые бизнес класс	30,000	40,000	4,500
MercedesViana 5 п/м	50,000	50,000	7,000
Toyota Hiace 11-12 п/м	50,000	50,000	5,000
Mercedes Sprinter 18 п/м	50,000	50,000	5,500
Setra, Volvo, Van-Hool 50 п/м	90,000	100,000	14,000

Тургиды и переводчики:

Услуги переводчиков	Астана/час	Алматы/час
Английский, турецкий	10 000	8 000
Китайский, польский, японский	10 000	10 000
Немецкий	12 000	10 000
Русский, Казахский	8 000	8 000
Испанский, Итальянский, Французский, Японский	15 000	15 000

Анализ рынка и маркетинговый план

Анализ рынка.

Эхо произошедшего в 2015 году обесценивания национальной валюты давало о себе знать и на протяжении всего прошлого года. Связанное с этим падение доходов населения в купе с ростом террористических угроз в некоторых популярных зарубежных туристических направлениях стали причинами резкого сокращения количества выезжающих туристов.

Но, не всё так плохо. Все те, кто не уехал отдыхать за границу, нашли варианты внутри Казахстана. Многие игроки рынка переключились на внутренний продукт и довольно успешно его продавали. В прошлом году выросло количество «внутренних туристов». Согласно статистике, за первое полугодие 2016 г. рост составил порядка 6% по сравнению с аналогичным периодом 2015 г. Популярными направлениями по-прежнему были Алматы, Алаколь, Бухтарма, Боровое. Кстати, на озере Алаколь в 2016 г. наблюдался настоящий бум. В пик сезона невозможно было забронировать места в отелях, расположенных на побережье озера. Прошлым летом там отдохнули около 300 000 человек, тогда как в 2015 г. – около 200 000 человек.

Выросло и число авианаправлений внутри страны. Запущены авиарейсы в города Балхаш, Урджар, Зайсан. Наблюдались позитивные изменения и в гостиничном бизнесе: За 9 месяцев 2016 года гостиничные предприятия РК приняли порядка 3,2 млн постояльцев, или на 328 тыс. человек больше, чем годом ранее. Основной вклад в увеличение притока клиентов в отрасли обеспечили hostels – они приняли на 162 тыс. человек больше, чем за аналогичный период прошлого года (источник-finprom.kz). Нужно отметить возросшую роль современных технологий в отечественной туристической 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.

Растет, развивается в стране и рынок онлайн. Одним из драйверов роста стала, конечно же, онлайн-продажа авиа- и ж/д-билетов. Доля онлайн-покупок авиабилетов, по оценкам специалистов, в прошлом году составили чуть более 10%, в 2015 г – около 8%, а в 2014 г – не более 4%. То есть, рост на лицо, рынок меняется. Жёсткая конкуренция, рыночные тренды, связанные с техническим прогрессом и молодое поколение туристов являются движущей силой этих изменений.

Началось развитие въездного туризма. Казахстан посетили первые группы китайских туристов, за которых по всему миру идёт самая настоящая борьба и которые стали главной движущей силой развития мирового туризма. И первая же группа из 100 человек, по данным СМИ, на продукты и сувениры потратила в Восточно-Казахстанской области 2,5 миллиона тенге. Это радует и вселяет огромный оптимизм. Тем более 2017 год объявлен годом туризма Китая в Казахстане. Кстати, туристы из Поднебесной – технологически довольно «подкованы» и для их качественного обслуживания отечественным игрокам туристического рынка необходимо более активно использовать современные технические решения для удовлетворения их потребностей.

Обслужено посетителей местами размещения по внутреннему туризму (резиденты), человек

	2010 год*	2011 год*	2012 год*	2013 год*	2014 год*	2015 год*	2016 год	2017 год*
	январь-декабрь	январь-декабрь	январь-декабрь	январь-декабрь	январь-декабрь	январь-декабрь	январь-декабрь	январь-сентябрь
Республика Казахстан	1 954 707	2 261 529	2 507 005	2 721 714	3 125 429	3 110 012	3 495 267	3 422 862
Акмолинская	127 184	159 940	174 463	240 189	238 263	218 165	287 830	250 435

Актюбинская	53 395	78 900	71 009	75 738	74 956	74 178	74 421	69 770
Алматинская	151 582	134 585	109 162	115 477	195 970	264 084	433 325	612 485
Атырауская	72 569	74 866	99 352	110 209	89 477	141 084	141 943	94 812
Западно-Казахстанская	38 268	41 391	41 958	57 791	61 117	79 283	72 783	62 789
Жамбылская	53 007	61 551	69 462	85 138	95 171	91 685	88 231	74 567
Карагандинская	186 801	207 065	198 965	199 065	243 086	243 963	223 751	206 024
Костанайская	83 933	118 656	147 711	175 016	178 701	152 834	134 479	128 668
Кызылординская	30 395	28 675	30 407	37 423	39 733	37 631	46 546	41 652
Мангыстауская	108 662	102 800	144 617	147 136	144 616	128 228	163 967	143 281
Южно-Казахстанская	84 948	73 830	93 865	103 147	122 556	132 910	185 470	189 457
Павлодарская	82 672	99 006	89 203	86 339	98 422	99 057	105 492	102 343
Северо-Казахстанская	49 201	48 363	64 717	62 051	61 064	64 771	85 958	85 168
Восточно-Казахстанская	271 896	336 025	357 093	368 184	433 784	403 749	438 415	369 860
г.Астана	326 566	393 091	453 326	498 365	575 486	558 055	527 576	546 977
г.Алматы	233 628	302 785	361 696	360 446	473 027	420 335	485 080	444 574

Обслужено посетителей местами размещения по въездному туризму (нерезиденты), человек

	2010 год*	2011 год*	2012 год*	2013 год*	2014 год*	2015 год*	2016 год*	2017 год*
	январь-де-кабрь	январь-де-кабрь	январь-де-кабрь	январь-де-кабрь	январь-де-кабрь	январь-де-кабрь	январь-де-кабрь	январь-сен-тябрь
Республика Казахстан	594 161	584 303	519 222	586 038	679 018	692 213	722 515	685 045
Акмолинская	3 043	2 850	3 616	9 260	13 678	8 025	12 609	15 225
Актюбинская	8 633	8 979	9 327	8 520	10 061	9 411	10 323	7 530
Алматинская	858	1 013	1 342	1 065	748	735	1 914	1 928
Атырауская	226 332	138 713	110 362	122 074	99 688	70 672	58 060	40 686
Западно-Казахстанская	15 743	11 491	7 698	13 241	11 813	15 178	14 085	10 606
Жамбылская	1 581	2 052	1 155	1 290	1 905	1 984	2 545	1 997
Карагандинская	13 866	15 319	13 691	15 918	17 832	14 952	17 509	15 228
Костанайская	4 454	5 358	5 947	6 820	7 516	8 425	12 111	12 882
Кызылординская	1 685	1 576	1 450	1 262	1 754	1 742	2 939	2 391
Мангыстауская	48 855	43 833	32 835	29 162	29 870	47 840	28 114	22 683
Южно-Казахстанская	7 700	7 160	8 012	14 638	10 750	11 650	13 045	15 028
Павлодарская	2 552	3 482	8 082	7 835	7 122	11 399	8 565	7 447
Северо-Казахстанская	3 031	3 686	3 982	3 145	3 459	3 442	5 058	7 296
Восточно-Казахстанская	15 892	19 588	18 317	18 846	19 279	20 587	22 463	15 991
г.Астана	95 922	119 734	103 305	109 952	155 327	164 777	205 188	243 908
г.Алматы	144 014	199 469	190 101	223 010	288 216	301 394	307 987	264 219

С учетом ЭКСПО именно в Астане, ожидаемо, заметнее всего выросло за год количество комнат и номеров, готовых принять гостей столицы - сразу +43,8%, до 8,96 тыс. в I полугодии 2017. Также столица вошла в тройку лидеров по росту числа гостиниц, отелей, и прочих мест размещения: +28,2%, до 209.

Кроме Астаны в топ-3 вошли ЮКО (+30,9%, до 195 мест размещения) и Алматинская область (+25,3%, до 431 места).

Согласно новой Концепции развития туристской отрасли Республики Казахстан до 2023 года, принятой 30 июня 2017 года, Южно-Казахстанская область входит в туристский кластер «Возрождение Великого Шелкового пути» включающий в себя также центральные и восточные части Кызылординской области, и юго-западную часть Жамбылской области. Ключевые места туристского интереса в ЮКО - Туркестан, мавзолей Ходжа Ахмеда Яссауи (объект ЮНЕСКО), археологические объекты средневекового городища Отрар и отрарского оазиса, включенные в предварительный список ЮНЕСКО, и прочее.

Алматинская область, как и сама южная столица, попадает в кластер «Алматы - свободная культурная зона Казахстана». Здесь туристов могут привлечь археологические петроглифы Тамгалы (объект ЮНЕСКО), государственный национальный природный парк «Алтын-Эмель», Чарынский каньон, водохранилище Капчагай, международный туристский центр «Акбулак» и многое другое.

Всего, согласно концепции, в РК будут развиваться 6 региональных культурно-туристских кластеров: «Астана - сердце Евразии», «Алматы - свободная культурная зона Казахстана», «Жемчужина Алтая», «Возрождение Великого Шелкового пути», «Каспийские ворота», «Единство природы и кочевой культуры».

Маркетинговая стратегия.

Наиболее существенным направлением деятельности любой турфирмы должна явиться разработка маркетинговой стратегии. Туристическое предприятие-основное звено реализации концепции маркетинга.

Как известно, маркетинговая концепция, предложенная в 1978 г. Марком Карти, получило название «4-х П» и больше подходит к производственной сфере, так как содержит четыре классических элемента: продукт, цену, продвижение и место.

Несколько позже появилось концепция «4П+1П», в которой к основным четырем элементам добавился еще один – люди, подразумеваемый персонал и покупателей или потребителей. В 1981г. Бумсом и Битнером было доказано, что для сферы услуг больше подходит концепция «4П+3П», где к 4«П» производственной сферы добавляется еще 3«П»: люди, физические признаки и процесс, так как в этом случае в индустрии туризма учитывается человеческий фактор.

Процесс маркетинговой стратегии начинается с анализа рыночных возможностей. Эта задача решается проведением комплекса маркетинговых исследований. Их результатом является анализ исходной ситуации и конкретных рекомендаций по определению перспектив деятельности турфирмы с учетом наиболее привлекательных направлений вложения капитала. На основе сопоставления выявленных рыночных возможностей с целями и ресурсами предприятия выделяются его маркетинговые возможности. Определение маркетинговых возможностей позволяет осуществить выбор наиболее перспективных целевых рынков туристической фирмы. Такой подход позволяет не распылять маркетинговые исследования, работая на весь рынок, а сосредоточиться на удовлетворении потребностей избранных групп клиентов, обслуживать которых предприятие в состоянии и ему выгодно.

Разработку маркетинговой стратегии турфирме необходимо начать с тщательного анализа элементов маркетингового комплекса, существующего на турфирме. Прежде всего анализируется продукт, т.е. сама туруслуга и сопутствующие ей товары и услуги, по таким направлениям, как вид туров, вид туризма, классы обслуживания, набор услуг, качество, торговая марка, после продажное обслуживание. Вторым объектом является цена. В этом случае рассматривается уровень, скидки, комиссионные, условия оплаты, зависимость цены от качества, разнообразие и покупательское восприятие. После этого анализируется место, где реализуется турпродукт. Успех ведь во многом зависит от месторасположения турфирмы, доступности к клиенту, налаженных дистрибьюторских каналов и т.п. Следующим объектом анализа является продвижение. Очень важное место занимает здесь реклама. Исследуются также персональные продажи и продвижение продаж.

Особое место занимает такой элемент, как люди. В этом случае подвергаются анализу, во-первых, персонал по таким параметрам, как образование, обучаемость, благоразумие, мотивация, инициатива, поведенческий аспект, взгляд, корпоративная культура, во-вторых, анализу подвергаются покупатели. Рассматривается их поведение, уровень вовлечения, контактность, исследуется клиент с точки зрения «горячий» или «холодный».

Немаловажное значение имеет анализ так называемых физических признаков, которые во многом могут способствовать успешной работе турфирмы. Анализируется: окружающая среда, внутренняя обстановка, атмосфера, оформление офиса, физические составления туруслуги, уровень шума, удобства предлагаемой услуги и т.п.

После проведенного анализа элементов маркетингового комплекса турфирмы необходимо выработать антикризисные меры, которые помогут предотвратить ее банкротство, обойтись без сильных потрясений, не допускающих наступления кризисной ситуации.

Для уменьшения степени неопределенности и риска туристическое предприятие должно располагать надежной, объемной и своевременной информацией, обеспечивающей проведение маркетинговых исследований. Грамотное и профессиональное проведение маркетинговых исследований позволяет данному туристическому предприятию объективно оценить свои рыночные возможности и выбрать направление деятельности, где достижение поставленных целей становится возможным с минимальной степенью риска и с большей определенностью.

Основные барьеры и риски входа на рынок. Ключевыми барьерами входа на рынок в рамках реализации проекта выдвигаются следующие:

- Доступ к источникам финансирования.
- Долгосрочные контракты и деловые связи.
- Активный маркетинг
- Административные барьеры

Описание рынков сбыта. Целевую аудиторию компании составляют люди в возрасте от 18-70 лет с доходом средним и выше среднего:

- Семьи. Потребителями семейного отдыха становятся родители с детьми. Основная концепция их отдыха – комфорт для детей, поэтому вы должны предложить максимально проверенные направления и отели.
- Пары без детей. Эта категория клиентов выбирает абсолютно разные виды отдыха: от спокойного и пляжного до экстремального.
- Компании молодежи. Таким клиентам чаще всего подходит развлекательный отдых с необходимой инфраструктурой (ночные клубы, бары, рестораны).
- Пенсионеры предпочитают спокойные путешествия, часто обращаются в турагентства за лечебными направлениями;
- Корпоративные клиенты, которые посещают другие города или страны по работе.

Описание требуемых ресурсов.

Анализ расположения и инфраструктуры.

Вся деятельность осуществляется в арендованном помещении, расположенном по адресу: г.Астана, ул. Бигельдинова, 6, БЦ «Гринвич». Стоимость аренды составляет 39 600 тенге. Помещение отвечает производственным условиям: соответствующие освещение, водопровод, канализация, отопление, вытяжка.

Список приобретаемых активов.

Наименование движимого имущества	Дата приобретения	Срок эксплуатации	Количество единиц	Стоимость приобретения
Оборудование, оргтехника, мебель	Февраль 2018	5 лет	-	800 000 тенге
Программное обеспечение	Февраль 2018	5 лет	-	1 000 000 тенге
Пополнение оборотных средств*	Февраль 2018			1 100 000
Итого необходимо средств				2 900 000 тенге

* - данные расходы включает в себя расходы по обучению персонала, рекламы, аренды офиса на первый период времени и пр.

Целью данных расходов является расширение текущей деятельности, а именно, масштабирование компании и преобразование в туристическую фирму.

Персонал. Расходы на оплату труда работников составляет 90 000 тенге.

Список общих издержек

№	Расходы	Сумма, тенге
1	Аренда	39 600
2	Ком.услуги	0
3	Реклама	0
4	Прочие расходы	100 000
5	Расходы на мобильную связь	3 500
	Итого	143 100

Финансовый план.**Отчёт о прибылях и убытках:**

	2018	2019	2020	2021	2022
Выручка	17 211 000	19 235 000	19 235 000	19 235 000	19 235 000
Материалы и комплектующие	6 884 400	7 694 000	7 694 000	7 694 000	7 694 000
Валовая прибыль	10 326 600	11 541 000	11 541 000	11 541 000	11 541 000
Общехозяйственные и коммерческие расходы	1 431 000	1 717 200	1 717 200	1 717 200	1 717 200
Амортизация	241 667	290 000	290 000	290 000	290 000
Расходы на заработную плату	1 039 400	1 240 100	1 240 100	1 240 100	1 240 100
Финансовые расходы	133 750	127 500	91 500	55 500	19 500
Прибыль до налога на прибыль	7 480 783	8 166 200	8 202 200	8 238 200	8 274 200
Прибыль с учетом убытков прошлых периодов	327 333	330 333	333 333	336 333	339 333
Налог на прибыль	224 424	244 986	246 066	247 146	248 226
Чистая прибыль	7 256 360	7 921 214	7 956 134	7 991 054	8 025 974