

> ИП Жансая Пекарня Бриошь г.
Тараз, ул. Добролюбова 17

БИЗНЕС-ПРОЕКТ

«Производство ремесленного бездрожжевого хлеба на заквасках»

Тұрғанбай Жансая Нұрғалиқызы



2024 год

Содержание

- 1 ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ**
- 2 ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ПРОЕКТА**
- 3 ПЕРСПЕКТИВЫ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ**
- 4 КОМАНДА ПРОЕКТА**
- 5 РЕАЛИЗАЦИЯ ПРОЕКТА**
- 6 ФИНАНСОВАЯ ЧАСТЬ ПРОЕКТА**

Оглавление 1.

ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

- 1.1 Название проекта
- 1.2 Наименование заявителя
- 1.3 Распределение уставного капитала
- 1.4 Сведения о месте нахождения, юридический адрес
- 1.5 Сайт
- 1.6 Наличие основных средств и необходимых площадей для реализации проекта
- 1.7 Предполагаемая к выпуску продукция (товар, услуга) или бизнес-процесс
- 1.8 [Предполагаемый срок запуска проекта с момента получения гранта](#)

2. ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ПРОЕКТА

- 2.1 Основные характеристики продукта, создаваемого в рамках реализации проекта (функциональное назначение, основные потребительские качества и параметры продукта)
- 2.2 Новизна предлагаемых в проекте решений (в том числе информация об актуальности и уникальности проекта; новизна предлагаемых решений реализации бизнес-проекта, т.е. каналы сбыта, построение маркетинговой стратегии, материал/способ производства продукции и т.п.; технологический уровень проекта)
- 2.3 Наличие патентов и иных правоохранных документов по тематике проекта
- 2.4 Описание бизнес-процесса проекта либо создания продукта (в том числе информация о сроке окупаемости бизнес-проекта; конкурентоспособность бизнес-проекта; информация о поставщиках и потребителях; наличие договоров/контрактов на поставку товара/основных средств/сырья и материалов/оказание услуг/работ/приобретение технологий/франшизы/патента и т.д.)
- 2.5 Обеспечение ресурсами (в том числе: наличие помещения и инфраструктуры для реализации бизнес-проекта; наличие рынка сбыта и возможность коммерциализации предлагаемых результатов бизнес-проекта)

3. ПЕРСПЕКТИВЫ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ

- 3.1 Объем и емкость рынка продукта, анализ современного состояния и перспектив развития отрасли, в которой будет реализован проект, перспектива расширения бизнеса.
- 3.2 Конкурентные преимущества создаваемого продукта, сравнение технико-экономических характеристик с аналогами
- 3.3 Стратегия продвижения продукта на рынок

4. КОМАНДА ПРОЕКТА

- 4.1 Количество сотрудников, направление их деятельности и их квалификация с приложением резюме и документов, подтверждающих квалификацию
- 4.2 Опыт участия в программах, роль в проектах, полученные результаты и показатели развития предприятия
- 4.3 Организационная структура управления. Схема привлечения новых специалистов

5. РЕАЛИЗАЦИЯ ПРОЕКТА

- 5.1 Возможные типы и источники рисков, меры по их уменьшению.
- 5.2 План реализации проекта, с указанием этапов, конкретных получаемых результатов, временных интервалов и необходимых средств

6. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

- 6.1 Общий объем финансирования проекта, в том числе объем инвестиций или собственных средств, источники средств и формы их получения
- 6.2 Ранее привлеченное финансирование на реализацию проекта
- 6.3 Основные плановые экономические показатели
- 6.4 Расчет плана-прогноза доходов, расходов, движения денег

1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ.

1.1 Бизнес-план по производству и реализации

1.2 Наименование заявителя.

Инициатором представленного проекта является ИП Жансая (далее - Предприниматель). Предприниматель, в рамках существующих законов Республики Казахстан и принятых на себя обязательств, несет ответственность за успешную реализацию настоящего проекта.

Наименование предприятия	ИП Жансая Пекарня Бриошь
Адрес	г.Тараз, улица Добролюбова, почтовый индекс 080000 дом 17,
Дата регистрации	
БИН	181140002156
Контактное лицо	Тұрғанбай Жансая Нұрғалиқызы
Контактный телефон	8 705 757 44 44/8 702 112 25 85

Бизнес-план разработан с целью обоснования финансово-экономической эффективности и технической реализуемости проекта по реализации.

Руководитель проекта: Тұрғанбай Жансая Нұрғалиқызы

Идея проекта: **реализация**
преследует три цели:

- Создание качественной казахстанской продукции.
- Получение прибыли.
- Удовлетворение потребительского рынка в удовлетворении потребности покупателя.
- Создание рабочих мест.

Финансирование проекта: осуществляется путем получения безвозмездного гранта в размере 10 000 000 тг по государственной программе «Дорожная Карта Бизнеса 2025».

Задачей является решение вопроса финансирования, приобретение необходимого оборудования.

Стоимость проекта: 10 000 000 тг. (грантовые средства). Сроки окупаемости: от 7 до 12 месяцев.

1.3. Распределение уставного капитала.

Таблица №1

№	Наименование	Цена	Кол-во
---	--------------	------	--------

1.	Тұрғанбай Жансая Нұрғалиқызы	0 (малое предприятие)	1
----	------------------------------	-----------------------	---

1.4. Сведения о местонахождении, юридический адрес.

г.Тараз, улица Добролюбова, дом 17, почтовый индекс 080000

1.5. Сайт.

Instagram:

Facebook:

1.6. Наличие основных средств и необходимых площадей для реализации проекта.

Наличие основных средств:

Квартира выведенный из жилфонда 61 кв.м

Мебель для пекарни

Площади для реализации проекта: в данный момент компания имеет помещение квартирного типа, выведенного из жилфонда 61 кв.м.

Проект запущен в 2020 году и на сегодняшний день находится на стадии реализации за счет собственных средств. Все производственные циклы поставлены. Проведен анализ отечественного рынка пекарней. Произведен полный анализ по конкурентам в данном направлении. В настоящее время производятся до 1500 бездрожжевого хлеба на заквасках в месяц. Однако, для увеличения объема производства (до 5000 в месяц) необходимы средства для: оборудования цеха основными средствами.

1.7. Предполагаемая к выпуску продукция (товар, услуга) или бизнес-процесс.

Компания является единственной в своем сегменте в городе Тараз, которая специализируется только на производстве бездрожжевого хлеба на заквасках (гречневый, кукурузный, тыквенный, отрубной, цельнозерновой и т.д).

Производимый хлеб – это строго выдержанная технология, соответствующие международным стандартам качества.

Для нашей продукции мы выбираем только натуральные продукты, в том числе натуральную закваску производимую по секретному рецепту.

1.8. Предполагаемый срок запуска проекта.

Компания зарегистрирована в 2018 году и начала свою деятельность в 2020 году. На сегодняшний день проект находится на стадии реализации за счет собственных средств.

2. ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ПРОЕКТА

2.1. Основные характеристики производства.

Вся наша продукция производится вручную квалифицированными пекарями, которые прошли обучение в Украине.

В штате компании работают 2 пекаря. Условия работы: наем.

Сырье мы приобретаем на местных мельницах по заказу.

Это кукурузная мука, цельнозерновая, отруби, гречневая, пшеничная, ржаная мука.

Упаковочный материал крафт пакет, так как по технологии хлеба строго противопоказан полиэтиленовые пакеты в виду образования отравляющих грибков.

Производится нашими партнерами, полиграфиями, с которыми мы наладили весь производственный процесс, начиная от эскизов до готовой упаковочной продукции.

2.2. Новизна предлагаемых в проекте решений.

На рынке мы предлагаем нашим клиентам бездрожжевой хлеб на заквасках по доступным ценам, которые в зарубежных рынках стоят 3-4 раза дороже.

Ассортимент широкий, так же сопутствующими товарами являются пироги, торты и различная выпечка.

Наш хлеб отвечает всем международным стандартам и требованиям. Мы хотим научить наших людей относиться более ответственно к своему питанию и здоровью, так как на сегодняшний день рынок перенасыщен хлебом с использованием химических добавок в погоне за удешевлением стоимости, что в корне плохо отражается на здоровье населения.

Наша упаковка произведена из высококачественной и дорогостоящей бумаги, которая уже имеет положительный отзыв (feedback) от наших клиентов и подчеркивает индивидуальность.

2.3. Наличие патентов и иных правоохранных документов по тематике проекта.

Регистрация авторского права и товарного знака находится на стадии договоренности и для полной реализации требуются финансовые средства.

В наличии сертификат соответствия РК со сроком до 3-х лет, который является обязательным для ведения бизнеса.

2.4. Описание бизнес-процесса проекта либо создания продукта

1. Приобретение сырья: индивидуальный заказ на мельницах;
2. Оплата за доставку сырья;
3. Проверка на соответствие качества, тары, количества и объема,
4. Обеспечение сырьем пекарей;
5. Заказ фирменной упаковки и ручная сборка продукции;
6. Процесс создания хлеба занимает 3 дня – замес, отстой, брожение, обминка, формовка, выпечка;
7. Фото и видеосъемка продукции;
8. Размещение в социальных сетях;
9. Продвижение и запуск рекламы;
10. Продажа и реализация конечного продукта;

Таблицы – Ассортимент планируемой продукции / услуг

№	Название услуг/продукции месяцев	Объем	Цена за а,	Выручка, тенге	себестоимость	общая себестоимость
1	Кукурузный хлеб	500	400	200000	115	57 500
2	Цельнозерновой хлеб	500	400	200000	110	55 000
3	Хлеб с отрубями	500	400	200000	110	55 000
4	Тыквенный хлеб	480	600	288000	215	103 200

1.

Производитель ASINE, Китай
Подовая печь GL-6A, три яруса, 380 В. габариты: 1225x770x1540. Потребление 19,2 кВт.

Характеристика:

Особенность хлебопекарных подовых печей заключается в том, что с их помощью можно выпекать хлеб, используя пшеничную, ржаную и смешанную муку.

Качество выпечки традиционно на высоком уровне благодаря равномерному распределению температуры: :

5	Гречневый хлеб	550	450	247500	120	66 000
6	Ржаной хлеб	500	500	250000	135	67 500
7	Пироги различные (цена среднем) в	200	2300	460000	1200	240 000
8	Торты (ценв в среднем)	100	5500	550000	2900	290 000
	Всего выручки за месяц, тенге			2395500		934 200

Описание оборудования / услуги

Для обеспечения бесперебойной работы и в целях снижения себестоимости продукции для нашей компании нам необходимо следующее оборудование:

1. Подовая печь GL-6A, три яруса, 380 В. габариты: 1225x770x1540. Потребление 19,2 кВт.

Производитель ASINE, Китай

Подовые печи делятся на три секции. Каждая секция имеет по два листа на уровень. Кроме того, она специально освещена.

2. Расстоечный шкаф

Устройство для расстойки теста используется при окончательном выдерживании заготовок из него, перед тем как приступить к выпечке в духовом либо в пекарном электрошкафу.

Характеристика:

- Число уровней – 10;
- Размеры противней – 435x320x15;
- Диапазон рабочих температур – от 25 до 85 °С;
- Страна-производитель – Китай. -

3. Тестомес, ERGO, Китай

Характеристика:

Тестомес Ergo HS20 предназначен для замеса различных сортов теста. Модель оснащена спиральным тестомесильным органом. Скорость вращения спирального крюка — 185 об/мин. Скорость вращения дежи — 15 об/мин.



4. Ноутбук HP Характеристика:

- Процессор: Intel Core i3
- Модель процессора: i125G4 - Частота процессора, ГГц: 2.0
- Объем оперативной памяти: 8 Гб
- Конфигурация оперативной памяти: 2 x 4 Гб
- Жесткий диск: 1 Тб HDD
- Твердотельный накопитель: SSD нет
- Интегрированная в процессор графика: Intel UHD Graphics
- Диагональ экрана, дюйм: 17.3
- Разрешение экрана: 1920 x 1080 Full HD
- Операционная система: Отсутствует

2.5. Обеспечение ресурсами.

Вся наша деятельность основана на ручном производстве, поэтому самым ценным ресурсом в нашем деле являются квалифицированные пекари, которые выпекают хлеб и другие продукты. Мы проводим качественный отбор персонала.

Также основным ресурсом в нашей деятельности являются поставщики с качественным сырьем. В связи с этим, мы проводим постоянный мониторинг цен на сырье среди поставщиков.

3. ПЕРСПЕКТИВЫ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ

3.1. Объем и емкость рынка продукта, анализ современного состояния и перспектив развития отрасли, в которой будет реализован проект, перспектива расширения бизнеса.

В нашем обществе заложено особое отношение к данному продукту. Хлеб является неотъемлемой частью жизни людей.

По результатам сегментационного анализа, хотим выделить следующее:

- По целевому приобретению, нашу продукцию можно разделить 2 категории:
 1. Покупка для личного собственного употребления;
 2. Покупка в качестве проведения мероприятия (день рождения, мероприятия, свадьбы, праздники, повышение по службе).
- По отраслевым покупателям мы выделяем 3 основные категории:
 1. *Политика* (политические служащие, военные, сотрудники квазигосударственного сектора);
 2. *Бизнес* (бизнесмены отечественных и международных компаний); 3. *Культура и искусство* (музыканты, актеры, художники, телеведущие).
- По возрастным категориям:
 1. от 25 до 45;
 2. от 45 до 63;

Мы фокусируемся на работниках высшего и среднего звена (класс А и Б), поскольку они наиболее платежеспособные, и имеют обязательную потребность в правильном питании.

3.2. Конкурентные преимущества создаваемого продукта, сравнение

техникоэкономических характеристик с аналогами (Таблица 1.)

Наименование показателей	Значение показателей			
	Предлагаемый образец	Аналог №1	Аналог №2	Аналог №3
Хлеб пшеничный	<p>Пекарня «Бриошь»</p> <p>Стандартная цена пшеничного хлеба – 400 тенге</p> <p>Производство: Казахстан</p>	<p>Хлебоперканный завод</p> <p>Стандартная цена пшеничного хлеба – 110 тенге</p> <p>Производство: Казахстан</p>	<p>Пекарня «Хлебный дар»</p> <p>Стандартная цена пшеничного хлеба – 90 тенге</p> <p>Производство: Казахстан</p>	<p>Пекарня «Сдоба»</p> <p>Стандартная цена пшеничного хлеба – 150 тенге</p> <p>Производство: Казахстан</p>

В качестве конкурентных преимуществ, можно выделить наиболее значимые:

- наличие постоянных клиентов;
- наличие высококачественного и востребованного на рынке сырья (мука);
- профессиональные пекари;
- конкурентоспособная цена на продукцию;
- высокий спрос на предлагаемые продукты ПП; эксклюзивная подарочная упаковка;
- Отечественный бренд.

Инициатор проекта планирует расширить клиентскую базу, что позволит в дальнейшем увеличить доход от реализации проекта.

Цены на товары и услуги являются конкурентоспособными и среднерыночными.

С экономической точки зрения проект будет способствовать:

- созданию новых рабочих мест, что позволит работникам получать стабильный доход;
- развитию производства;
- увеличению доли местной локализации (содержания);
- созданию нового предприятия;
- поступлению в бюджет г. Нур-Султан налогов и других отчислений.

Среди социальных воздействий можно выделить:

Основной среднесрочной целью проекта является выполнение планов по реализации продукции и услуг для достижения запланированных инвестиционных показателей.

Приоритетными задачами, успешное решение которых будет способствовать достижению намеченных целей, являются:

- создание современного предприятия;
- совершенствование и строгое соблюдение бизнес-процессов;
- формирование команды профессионалов, обучение и повышение квалификации персонала, создание организационной структуры предприятия;
- формирование положительного имиджа предприятия;
- постоянное повышение качества продукции, оказываемых услуг и уровня лояльности клиентов;
- закрепление на рынке и увеличение объемов предоставляемой продукции.

3.3. Стратегия продвижения продукта на рынок.

1. Для продвижения продукции функционирует инстаграм-страница бренда. На постоянной основе проводятся фото и видеосъемки продукции. Еженедельно запускается таргетированная реклама;
2. Спонсорство в различных мероприятиях;
3. Интервью для СМИ, отечественных телеканалов, участие в выставках.
4. Сарафанное радио (word of mouth marketing), What's app и смс рассылки;

SWOT – анализ.

Для того чтобы получить ясную оценку сил предприятия и ситуации на рынке, существует SWOT-анализ. Аббревиатура SWOT состоит из 4 англоязычных слов: сила - strength, слабость - weakness, возможности - opportunity и угрозы - threat. Прежде всего – это определение сильных и слабых сторон предприятия, а также возможных угроз, исходящих из внешней среды.

Назначение SWOT-анализа – это изучение сильных и слабых сторон в деятельности организации с целью приспособления к изменяющимся возможностям и угрозам внешней среды. Здесь необходимо оценить: обладает ли организация внутренними силами, чтобы реализовать имеющиеся возможности и противостоять угрозам, и какие внутренние слабости могут усложнить ситуацию.

Сильные стороны	Слабые стороны
1. Высокий спрос 2. Эксклюзивность продукции 3. Ручная работа 4. Относится к сегменту ПП	1. Отсутствие высококвалифицированных пекарей 2. Маркетинговая деятельность
Возможности	Угрозы

<ol style="list-style-type: none"> 1. В перспективе открытие франшизы по всему миру (продажа готовой технологии) 2. Расширение ассортимента продукции 3. Увеличение объемов производства 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Выход на рынок нового сильного игрока 2. Валютный риск 3. Пандемия 4. Снижение спроса 5. Ужесточение налогового законодательства
---	---

Общую стратегию маркетинга создаваемого предприятия можно сформулировать как внедрение на рынок с целью удовлетворения потребностей покупателей в высококачественных изделиях в непосредственной близости от мест их проживания. Маркетинговая стратегия на данном этапе заключается в долгосрочном согласовании возможностей производства, с ситуацией на рынке. В основе стратегии маркетинга лежат пять стратегических концепций:

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

Инструментами реализации маркетинговых мероприятий выступают:

1. совершенствование организационной структуры предприятия;
2. разработка и введение на рынок нового товара;
3. изучение рынков с целью формирования спроса и стимулирования сбыта;
4. увеличение и обучение персонала;
5. активное участие в выставках и ярмарках;
6. создание сервиса и повышение эффективности производства;
7. рекламные мероприятия;
8. управление ценами.

План реализации

План необходимых мероприятий для реализации выпускаемой продукции:

1. Использование внутренних потенциальных возможностей для повышения качества продукции.
2. Сохранение отпускных цен на продукцию при стабильной рентабельности.
3. Формирование покупательских предпочтений в сторону продукции предприятия.
4. Расширение клиентурной базы в пределах города и региона.
5. Организация четкой обратной связи с клиентами.
 - формирование клиентской базы в виде сбора номеров телефона, адреса электронных почт для уведомления о новых продукциях, скидках и распродаж.
6. Продвижение товаров предприятия всеми доступными рекламными средствами.

Существует масса способов привлечения клиентов, но наиболее эффективными являются следующими:

- Реклама в социальных сетях (Instagram, Вконтакте, TikTok)

- Реклама в поисковых системах (Google, Yandex)
- Реклама в тематических журналах
- Реклама на телевидении
- Проведение маркетинговых акций у партнеров
- Реклама в 2 ГИС

С помощью данных каналов мы сможем охватить максимальное количество потребителей. Также, активно задействовав менеджера по продажам, который будет обзванивать потенциальную клиентскую базу и предлагать сотрудничество ресторанам.

7. Обеспечение динамики развития конкурентных преимуществ - цены, качества, стабильности на рынке.

4. КОМАНДА ПРОЕКТА

Стоимость проекта, источники финансирования

Общая стоимость проекта по реализации данного проекта 5 500 000 тенге.

Инвестиционный план

Структура инвестиционных вложений	
Государственный грант:	10 000 000 тг

В качестве привлекаемых средств, планируется приобретение безвозмездного гранта по Программе «Дорожная карта бизнеса 2020-2025»

Организационный раздел



Расчет фонда оплаты труда и отчисления

№	Наименование персонала	Колво ед	Оклад, тенге	Сумма, тенге	Соц.отчя, тенге	ОСМС, тенге
1	Менеджер проекта	1	200 000	200 000	7000	4000
2	Ассистент	1	100 000	100 000	3 500	2 000
3	Эксперт 1 по Маркетингу Рекламе	1	100 000	100 000	3 500	2 000
4	SMM 1 + бюджет на таргет	1	100 000	100 000	3 500	2 000
5	Пекарь 1	1	90 000	90 000	3 150	1 800
6	Пекарь 2	1	90 000	90 000	3 150	1 800
7	Пекарь 3	1	90 000	90 000	3 150	1 800
8	Пекарь 4	1	90 000	90 000	3 150	1 800
	Всего	8	860 000	860 000	27 440	15 200

5. РЕАЛИЗАЦИЯ ПРОЕКТА:

5.1. Возможные типы и источники рисков, меры по их уменьшению.

№	Наименование риска	Оценка риска	Способы устранения и минимизации негативных последствий
Внешние риски			
1	Ужесточение налогового и иного законодательства	Высокая	Соответствие всем требованиям, предъявляемым со стороны государства
2	Выход на рынок нового сильного игрока	Высокая	Поддержание на высоком уровне качества. Постоянное обучение персонала.
3	Снижение уровня спроса как результат перенасыщенности рынка	Высокая	Поддержание цены на доступном уровне
4	Снижение рентабельности бизнеса	Высокая	Поддержания объема предоставления услуг на высоком уровне благодаря высокому качеству и низкой цене
5	Валютный риск	Высокая	Заключение форвардных контрактов для фиксации рыночных цен
6	Пандемия	Высокая	Онлайн продажи. Бесконтактная доставка
Внутренние риски			
1	Неправильный выбор маркетинговой стратегии	Высокая	Чёткая привязка маркетинговой стратегии к общей стратегии компании, а также ее пересмотр согласно рыночным реалиям
2	Снижение качества продукции, как результат недостаточного опыта персонала	Высокая	Прием на работу только высококвалифицированного персонала

3	Нехватка собственных средств для финансирования проекта	Средняя	Поддержание минимального запаса денежных средств
4	Выход из строя оборудования	Средняя	Технику использовать согласно инструкции производителя. Заключить договора сервисного обслуживания
5	Риск снижения запасов вспомогательных материалов	Высокая	Поддержание минимально необходимого объема запасов
6	Операционные риски	Средняя	Должная мотивация сотрудников. Выполнение
			плановых объемов продаж, следование скриптам продаж.

5.2. План реализации проекта, с указанием этапов, конкретных получаемых результатов, временных интервалов и необходимых средств (план составляется как на период финансирования проекта, так и после окончания данного периода) (Таблица 2.).

Мероприятия / Месяц	Этап	Стоимость этапа
Разработка бизнес-плана	май	
Сбор документации для получения финансирования	май	Бесплатно
Подача документов для участия в конкурсе	31 мая	Бесплатно
Решение по конкурсу	июнь	Бесплатно
Финансирование проекта	Июнь-июль	Бесплатно
Целевое использование Грантовых средств	Июль-август	
Наем персонала	август	

Пуско-наладочные работы	Август-сентябрь	
Старт проекта	Модернизация проекта: Октябрь- Декабрь	

6. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН:

6.1. Общий объем финансирования проекта, в том числе объем инвестиций или собственных средств, источники средств и формы их получения (Таблица 3.).

№	Наименование	Количество	Цена	Сумма	Источник финансирования
1	Приобретение сырья (мука)	2 000 кг	120	240 000	Грантовые средства
2	Приобретение сырья (масло, добавки, и тд)	1	260 000	260 000	Грантовые средства
3	Подовая печь, Китай	1	2 500 000	2 500 000	Грантовые средства
4	Расстоечный шкаф, секций, Китай	10	1 000 000	1 000 000	Грантовые средства
5	Тестомес на 140 кг, Китай	1	787 200	787 200	Грантовые средства
6	Ноутбук	1	250 000	250 000	Грантовые средства
7	Мойка	2	68 700	137 400	Грантовые средства

8	Кондитерская витрина Вх-Св	2	599200	1 198 400	Грантовые средства
9	Индукционная плита	1	590 000	590 000	Грантовые средства
10	Столы разделочный железные	2	114 800	229 600	Грантовые средства
11	Жарочный шкаф (5ярус,10лист)	1	556 600	556 600	Грантовые средства
12	Стеллажшпилька для пекарских листов КШ-А-1	2	156 020	312 040	Грантовые средства
13	Тестораскаточная машина	1	507 600	507 600	Грантовые средства
14	Промышленный тестоделитель	1	690 300	690 300	Грантовые средства
15	Тележка для ротационной печи	1	442 660	442 660	Грантовые средства
16	Маркетинговое продвижение	Ежемесячное размещение и сопровождение	300 000	300 000	Грантовые средства
	Итого			10 000 000	Грантовые средства
Цены по состоянию на май 2024 года					

6.2. Ранее привлеченное финансирование на реализацию проекта (с указанием этих источников).

На начало реализации проекта было привлечено собственные средства

6.3. Основные плановые экономические показатели (расходы на производство, прибыль, чистая прибыль, рентабельность выпускаемого продукта) к концу реализации проекта, приложить расчет показателей в формате Excel.

№	Статьи затрат	Периодичность затрат, месяцев	Сумма, тенге
1	Арендные платежи	1 раз в месяц	0
2	Затраты на зарплату	1 раз в месяц	860 000
3	ОСМС	1 раз в месяц	17 200
4	Услуги банка и связи	1 раз в месяц	10000
5	Расходы на рекламу	1 раз в месяц	30 000
6	Амортизационные отчисления	1 раз в месяц	83 333
7	Коммунальные платежи	1 раз в месяц	50 000
8	Транспортные расходы	1 раз в месяц	30 000
9	прочие расходы	1 раз в месяц	50 000
	Итоговая сумма		1 159 933

6.4. Расчет плана-прогноза доходов, расходов, движения денег, в разбивке по месяцам, с приложением расчетов в

Показатели	Годы реализации				
	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год
Всего выручки	11105880	17535600	17535600	17535600	17535600
выручка	18205800	28746000	28746000	28746000	28746000
прямые издержки	7099920	11210400	11210400	11210400	11210400
Всего расходов	10439400	13919200	13919200	13919200	13919200
Арендные платежи					
Затраты на зарплату	7740000	10320000	10320000	10320000	10320000
Социальные отчисления	264600	352800	352800	352800	352800
ОСМС	154800	206400	206400	206400	206400
Услуги банка и связи	90000	120000	120000	120000	120000
Расходы на рекламу	270000	360000	360000	360000	360000
Амортизационные отчисления	750000	1000000	1000000	1000000	1000000

табличном виде в формате Excel. Расчеты по доходам с расшифровкой по видам деятельности, по затратам с расшифровкой по статьям затрат.

6.5. Отчет о Доходах и Расходах

Коммунальные платежи	450000	600000	600000	600000	600000
----------------------	--------	--------	--------	--------	--------

гсм	270000	360000	360000	360000	360000
Прочие расходы	450000	600000	600000	600000	600000
Погашение банковских процентов					
Прибыль до налогообложения	666480	3616400	3616400	3616400	3616400
ИПН, 3%			862380	862380	862380
Чистая прибыль	666480	3616400	2754020	2754020	2754020
Рентабельность продаж, %	6	21	21	21	21

6.6. Отчёт о движении денежных средств. тыс. тг.

Статьи	Годы реализации проекта				
	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год
I. Наличность на начало отчетного периода		1866480	7082880	10836900	14590920
II. Движение ДС от операционной деятельности					
Поступление денег					
Доход(выручка)от реализации продукции, работ, услуг	18205800	28746000	28746000	28746000	28746000

Всего приток от операционной деятельности	18205800	28746000	28746000	28746000	28746000
Выбытие денежных средств					
Переменные издержки	7099920	11210400	11210400	11210400	11210400
Постоянные издержки	1080000	1440000	2040000	2040000	2040000
Расчеты по заработной плате	7740000	10320000	10320000	10320000	10320000
Выплаты по налогам и обязательным платежам	419400	559200	1421580	1421580	1421580
Всего отток по операционной деятельности	16339320	23529600	24991980	24991980	24991980
Чистый поток от операционной деятельности	1866480	5216400	3754020	3754020	3754020

III. Движение ДС от инвестиционной деятельности					
Поступление денег					
Реализация нематериальных активов					
Реализация основных средств					

Всего приток от инвестиционной деятельности					
Выбытие денежных средств					
Капитальные затраты					
Приобретение основных средств	10млн				
Приобретение оборотных средств					
Всего отток от инвестиционной деятельности	10млн				
Чистый поток от инвестиционной деятельности					
IV. Движение ДС от финансовой деятельности					
Выпуск акций и других ценных бумаг					
Получение банковских кредитов					
Получение гранта	10млн				
Всего приток от финансовой деятельности					
Выбытие денежных средств					

Погашение банковских кредитов					
Приобретение акций					
Выплата дивидендов					
Возврат инвестиции					
Всего отток от финансовой деятельности					
Чистый поток от финансовой деятельности	10млн				
Чистые потоки денежных средств	2866480	5216400	3754020	3754020	3754020
V.Конечная наличность	2866480	7082880	10836900	14590920	18344940

6.7. Финансовые Коэффициенты Характеризующие Экономическую Эффективность Проекта

Прогнозные показатели эффективности инвестиций	Единицы измерения	Значения
Ставка дисконтирования	%	10
PВ (период окупаемости проекта)	мес.	22
NPV (чистый приведенный доход)	тг	28 680 820
IRR (внутренняя норма рентабельности, в процентах)	%	91,98%

PI (индекс прибыльности проекта)		5,74
----------------------------------	--	------