

**Бизнес-план  
проекта организации тематического  
средневекового парка (комплекса) и  
города мастеров  
«ЦИТАДЕЛЬ»**

**Примеры  
Канадский проект «Vicolline»  
Французский и Испанский «Pu De Feu»  
Австрийский «Battle of nations»**

Автор: Сарсембаев Ерлан Тусназарович

**Алматы 2023**

*Примечание: 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 всей структуры ведения бизнеса, так и ассортимента предлагаемых услуг.*

## ***ЗАЯВЛЕНИЕ О КОММЕРЧЕСКОЙ ТАЙНЕ***

Настоящий бизнес-план подготовлен мной Сарсембаевым Ерланом Тусназаровичем и содержит информацию, характеризующую финансово-экономическую, организационную и маркетинговую стороны проекта.

Информация, представленная в настоящем документе, носит конфиденциальный характер и является собственностью Сарсембаева Ерлана Тусназаровича. Данный документ предназначен только для лиц, получивших его с согласия владельца информации. Передача, копирование или разглашение содержащейся в данном бизнес-плане информации без письменного согласия владельца запрещается.

## ***1. РЕЗЮМЕ***

В текущем году, учитывая сложившиеся тенденции развития рынка услуг социального-культурного характера, я Сарсембаев Ерлан Тусназарович, автор проекта, предлагаю построить тематический средневековый парк и города мастеров «ЦИТАДЕЛЬ» (далее просто парк или комплекс), с целью организации досуга населения и гостей города, а также проведения культурно-массовых мероприятий на коммерческой основе.

В настоящее время всё большее число успешно работающих людей стало уделять своё внимание отдыху. Можно сказать, что отдых для людей становится теперь привычным.

На фоне постоянно растущего числа людей, способных оплачивать свои развлечения, и загруженности уже существующих мест отдыха привлекательным становится создание места, в котором бы сочетались как культурные мероприятия, так и развлекательные услуги. Одним из таких мест и является исторический культурно-развлекательный комплекс.

Основное направление деятельности исторического культурно-развлекательного комплекса – предлагать своим клиентам культурно-массовый отдых, а также показательные программы по исторической реконструкции материальной культуры Европы, Востока, России и Азии 4 - 17 веков (описано ниже).

Данный комплекс будет в себя включать следующий спектр развлекательных, культурно-массовых мероприятий и услуг, общее количество, которое будет составлять 54 вида различных развлечений.

Деятельность комплекса будет направлена на показ различных шоу-программ, воссоздание вооружения, одежд, украшений, предметов быта, еды, прочих вещей и в меру своих возможностей отношений, существовавших в то время на территориях Европы, России, Востока и Азии, а также занятиям исторической реконструкции и фехтования и продажами товаров и услуг.

Все, чем комплекс будет заниматься, способствует более глубокому пониманию данных эпох. По сути, я и мои будущие коллеги, будем создавать для наших клиентов те события, ту или иную обстановку, которые вполне могли бы происходить в далеком прошлом.

Откуда пошло движение:

Историческая реконструкция — довольно молодой вид молодёжного досуга. В России он появился в начале 90-х годов и сразу получил распространение в кругу людей, увлекающихся историей, романтическим духом средневековья и искусством. В исторической реконструкции есть множество направлений, в том числе и спортивное. В России существует несколько федераций исторического фехтования. Регулярно проводятся спортивные турниры. Фестивали и массовые постановки сражений проводятся, в основном, клубами исторического фехтования и реконструкции при поддержке администрации областей и городов, где проводится мероприятие. Также существуют мероприятия государственного значения (например, реконструкция Куликовского сражения или Бородинской битвы в России или реконструкция Грюнвальдской битвы за границей).

Историческая реконструкция — воссоздание материальной и духовной культуры той или иной исторической эпохи и региона с использованием археологических, изобразительных и письменных источников.

Историческая реконструкция — это движение, ставящее перед собой научные цели и использующее метод ролевой игры и научного эксперимента для решения проблем и более глубокого изучения исследуемого вопроса.

Термин «историческая реконструкция» может употребляться в двух значениях:

Восстановление внешнего вида и конструкции объекта, теоретическое или практическое, основанное на его сохранившихся фрагментах, остатках, и имеющейся исторической информации о нем, с помощью современных методов исторической науки (в том числе, такого метода, как археологический эксперимент). Аналогично определяются историческая реконструкция процессов, событий и технологий. Также — его (восстановления) результат.

Деятельность, направленная на восстановление различных аспектов исторических событий, объектов и т. д.

Историческая реконструкция в странах СНГ.

Историческая реконструкция, как хобби, появилась в странах СНГ (тогда ещё — СССР) в конце 1980-х годов. Как правило, увлечённым исторической реконструкцией интересно создание исторического комплекса, состоящего из костюма, доспеха, оружия и бытовых принадлежностей на выбранный регион и исторический период. Каждый элемент комплекса должен быть подтвержден какими-либо научными источниками (археологическими, изобразительными, письменными). Основной идеей реконструкции такого комплекса костюма, доспеха и т. п. является применение на практике этого комплекса, в том числе для подтверждения или опровержения научных гипотез относительно возможностей использования тех или иных предметов.

Направления исторической реконструкции

В настоящее время наблюдается два наиболее популярных направления:

- живая история;

- турниры (бугурты) — в наполеоновской реконструкции не присутствует.

Живая история (или англ. living history) — научная дисциплина, находящаяся на пересечении таких дисциплин, как «экспериментальная археология» и «музейная педагогика». Живая история — это воссоздание повседневного быта жителей какого-либо места в определенный исторический период, обычно в форме организации «музея живой истории» и/или проведения «фестиваля живой истории», а также уроков «живой истории» в школах. Тут важно абсолютно все, начиная от кроя и внешнего вида носимой одежды и заканчивая аутентичными рецептами кухни. Подобные мероприятия интересны не только самим участникам, но и зрителям, которые могут воочию посмотреть на нехрестоматийную историю своей страны, на то, как жили их предки. Данное направление очень популярно и развито в Западной Европе, там существуют десятки «музеев под открытым небом», где живут и трудятся люди в обстановке былых времен.

Турниры (а также, бугурты — реконструкция полевых сражений) — сутью этого направления является изучение и применение на практике военного искусства определенной эпохи. Многое берется из источников того времени, кое-что додумывается людьми исходя из здравого смысла. В результате получается зрелищное представление, посмотреть которое будет интересно каждому, ведь вблизи все воспринимается особенно остро. Турниры могут разделяться на

постановочные (для зрителей или же просто эстетики) и спортивные, на которых люди хотят объективно оценить свои силы, умения.

Наиболее популярные эпохи исторической реконструкции:

- Античность
- Раннее Средневековье, (VII—XI век);
- Высокое Средневековье (XII—XIII века);
- Позднее Средневековье (XIV—XV века);
- Новое время (XVI—XVII века);
- Наполеоника;
- Первая мировая война;
- Вторая мировая война;
- Холодная война (военные конфликты 1946—1991).

В последнее время активно развиваются новые направления.

Это достаточно условное разделение, отражающее лишь наиболее характерные отличия. Внутри каждой эпохи существуют дифференциации по регионам и определенным историческим периодам (для каждой эпохи свои), например, для Высокого и Позднего Средневековья воссозданный комплекс должен укладываться во временные рамки 20 лет, что, понятно, для Второй мировой войны неприемлемо.

Историческая реконструкция и фехтование способствуют формированию военно-патриотического воспитания, является весьма действенным способом для организации досуга и подростков и взрослых.

Историческая реконструкция и фехтование способствуют сплочению коллектива, выявлению в нем естественного лидера. Эту особенность данного вида спорта используют многие компании для подбора рабочих групп в ходе внутрикорпоративных турниров.

## **2. ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА**

### **2.1. ЦЕЛЬ ПРОЕКТА**

**Целью проекта является создание тематического средневекового парка и города мастеров «ЦИТАДЕЛЬ» (далее просто парк или комплекс), который будет осуществлять организацию досуга для населения и гостей города, а также проведение культурно-массовых мероприятий на коммерческой основе, не имеющих аналогов в Республике Казахстан.**

**Главной целью комплекса будет являться укрепление мира и дружбы людей всех национальностей, которые проживают в Республике Казахстан.**

Данный комплекс будет в себя включать следующий спектр услуг, с двадцатью видами развлечений и культурно-массовых мероприятий:

1. «Средневековые витражи»
2. Комедийные средневековые фарсы
2. Комбинация различных выступлений на вкус клиентов
3. Работа со зрителями – проведение различных конкурсов
4. Эксклюзивные программы
5. Аренда одежды, вещей, прокат лошадей, а также праздничное оформление помещений в средневековом стиле
6. Изготовление на заказ, одежды, костюмов, оружия и доспехов
7. Продажа посуды, столовых приборов, сувениров, музыкальных инструментов
8. Посещение ремесленных подворий
9. Постоялый двор (гостиница)
10. Харчевня (ресторан и кафе)
11. Ипподром
12. Кузница и доспешная
13. Конюшня
14. Ристалище и стрельбище
15. Пекарня
16. Сад-огород
17. Винодельня
18. Лавки торговцев
19. Амфитеатр
20. Военно-исторический клуб
21. Восточный базар
22. Офисы для сотрудников и работников замка
23. Круглогодичное использование
24. Посещение постоянного двора и ресторана при нём
25. Посещение харчевни
26. Фото в исторических костюмах
27. Выездные мероприятия
28. Посещение музея истории
29. Запись по желанию клиентов в клуб исторической реконструкции и фехтования

30. Охота
31. Видеосъемка
32. Фотосъемка
33. Услуги рыцарей, крестоносцев, трубадуров и менестрелей
34. Услуги для корпоративных клиентов
35. Парковка

## *2.2. ОСНОВНЫЕ КРИТЕРИИ ВЫБОРА МЕСТА ОРГАНИЗАЦИИ КОМПЛЕКСА*

Возможность обустройства как крытых, так и открытых строений для проведения:

- различных культурно-массовых мероприятий
- турниров и бугуртов
- обеспечение максимального удобства для клиентов
- снижение расходов на создание и эксплуатацию комплекса
- максимальная безопасность для клиентов, гостей и выступающих
- транспортная доступность.

### Комплекс в черте города

Плюсы комплекса в городе: наличие разветвленной транспортной сети, возможность привлечения клиентов, не располагающих личным транспортом, большее количество желающих поучаствовать в будни (по вечерам). Кроме того, в городах легче найти землю под строительство данного комплекса.

Минусы: необходимость обеспечивать усиленную охрану имущества и территории

### Комплекс за городом

Плюсы: большие пространства, возможность предоставления клиентам более широкого спектра услуг, организации сопутствующих видов отдыха в любое время года; большие возможности работы с корпоративными клиентами.

Минусы: необходимость организации транспорта для клиентов и сотрудников, доставку материалов.

Традиционно в комплексе принято использовать музыку, звучащую на фоне, создающую определенное настроение, негромкую и не раздражающую.

Клиент комплекса получает весь спектр услуг, которые в настоящее время ему новы и интересны. Данный вид услуг относительно новый на рынке развлечений, но в данной области наблюдается устойчивая динамика роста. Спрос на развлечения является постоянным и мало зависит от сезона. Главное для меня – получить преимущества перед конкурентами, работающими в этой сфере, хотя таковых на данный момент мало, что способствует быстрому росту спроса на услуги, которые данный комплекс будет предоставлять.

### **3. КОНЦЕПЦИЯ ИСТОРИЧЕСКОГО КУЛЬТУРНО-РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСА**

Само понятие тематического средневекового парка и города мастеров достаточно узкое — для потребителя это место, где можно повеселиться, покушать и просто отдохнуть. Однако включает в себя это узкое понятие многое. **Тематический средневековый парк и город мастеров (далее просто парк или комплекс)** — это не просто парк: это идея концентрации разноплановых форм отдыха в одном месте. В качестве отличительной черты парка выступает большой выбор предоставляемых услуг, которые будут описаны чуть ниже в четвёртом пункте текущего бизнес-плана. Клуб исторической реконструкции и фехтования тоже может быть частью комплекса, как дополнительный источник доходов. Но, как правило, сам комплекс рассчитан на более широкую клиентскую базу, он всегда более демократичен. Если, к примеру, в ночных клубах в большинстве случаев существует фейс-контроль, цель которого — исключить попадание «нежелательной» публики, то призвание центра — не обслуживание эксклюзивных потребностей замкнутой клубной, или там другой какой-либо тусовки, а привлечение как можно большего числа людей (естественно, платежеспособных). Концепции и аудитории, существующих торгово-развлекательных комплексов (ТРК) можно считать вполне сложившимися, и потому в этом сегменте не стоит ожидать больших перемен. Конечно, создание исторического культурно-развлекательного комплекса или коррекция форматов, существующих неизбежна, ведь это часть рыночной стратегии. Однако эти перемены не способны изменить лицо рынка — прежде всего потому, что аудитория по свидетельству их персонала, остается неизменной из года в год. Дальнейшее развитие создаваемого комплекса будет неразрывно связано с клиентами.

**Тематический средневековый парк и город мастеров** — явление относительно новое. Моя цель организовать такой комплекс, который будет призван приносить доход. Я же рассматривают услуги, турниры и другие развлекательные мероприятия как «приманку», позволяющую увеличить поток клиентов и гостей. Размещение развлекательной части в комплексе — один из способов увеличить рентабельность и снизить срок окупаемости всего объекта. Обычно развлекательная часть занимает большие площади (до 50% от общего метража), а отдача с квадратного метра не столь велика, как в торговой части. К примеру, операторы, управляющие кинотеатром или боулингом, не способны платить те же арендные ставки, что и торговцы — иначе их бизнес будет нерентабелен. Но владельцев торговых комплексов (ТК) это не смущает. Они готовы идти на любые условия, лишь бы договориться с оператором развлекательного блока, так как стоимость и привлекательность торговых площадей в ТК, в котором есть развлечения, существенно возрастают. Потери на развлекательной части владелец ТРК компенсирует за счет арендаторов торговой части. Вот почему для владельцев крупных торговых центров развлекательная часть — то же, что и «якорные» арендаторы, хотя объем платежей тех и других различается в разы.

К примеру, потребности владельцев совпадают со структурой спроса на рынке развлечений. Эксперты говорят, что этот рынок больше всего ненасыщен в сегменте качественного семейного отдыха — то есть именно того, который предлагается ТРК. С другой стороны, ненасыщенность спроса — одна из причин, тормозящих развитие рынка развлечений в целом. Владельцам торговых комплексов до сих пор не важно, насколько качественными будут услуги развлекательной части — пока нет особой конкуренции, людской поток не иссякнет, и вложенные деньги, так или иначе, принесут прибыль.

Однако **главная проблема** заключается все-таки не в оборудовании и не в дизайне. В регионах до сих пор не научились разрабатывать грамотные концепции ТРК. Правило №1 при проектировании исторического культурно-развлекательного комплекса — аудитории торговой и развлекательной частей, как минимум не должны конфликтовать. Человек определенного социального статуса, придя в развлекательную или торговую часть, рядом с собой хочет видеть таких же людей.

Чтобы не допустить подобных ошибок, я тщательно буду подыскивать опытных арендаторов, которые будут управлять развлекательной зоной. Они выбираются, исходя из общей концепции комплекса (концепция включает определение состава арендаторов, ценовой уровень, представленные в комплексе товары и услуги и количество их потребителей). Разработке концепции предшествует маркетинговое исследование, где рассчитывается количество потенциальных покупателей и приблизительная выручка на 1 кв.м. С предварительной концепцией я буду обращаться к потенциальным якорным арендаторам. Следующий этап — переговоры с самими потенциальными арендаторами развлекательной части. Она не должна занимать более 50% площадей (иначе есть риск, что она не будет заполняться посетителями или, ввиду низкой арендной платы, ее размещение станет невыгодным). После того, как я составлю перечень видов досуга и услуг в своем центре, он заключает предварительный договор с якорными арендаторами и только тогда начинается проектирование исторического культурно-развлекательного комплекса. Исходя из потребностей арендаторов развлекательной части и других «якорей», разрабатывается план здания. Только после согласования с основными арендаторами начинается строительство. Часто бывает все наоборот.

Архитекторы рисуют проект, воплощают его в камне, а потом оказывается, что помещение для арендаторов не пригодно. Особенно аккуратно нужно относиться к плану развлекательной части, потому что у арендаторов специфические требования к зданию. Речь идет об объеме зала и других помещений, как открытых, так и крытых — ключевых параметрах для харчевни или клуба исторической реконструкции и фехтования, а также звукоизоляции — она важна для арендаторов-торговцев: средневековое музыкальное сопровождение не должно отвлекать покупателей от вдумчивого и неторопливого выбора товаров и услуг.

В организации комплекса я буду учитывать разницу в позиционировании, включенных в состав культурно-массовых мероприятий, и тех, что будут существовать автономно от них. К примеру, отдельно стоящий ТРК, в котором есть все виды развлечений, — это предприятие узкой направленности. Такие ТРК могут оказывать услуги на очень высоком уровне за счет своей специализации. Узкая направленность позволит им рассчитывать на успех и в дальнейшем. Если человек хочет развлекаться, он поедет туда. А вот в исторический культурно-развлекательный комплекс люди поедут за средневековыми развлечениями,

адреналином, покупками и отдыхом. Средневековые развлечения — приятное дополнение к новой вещи. Так что мой исторический культурно-развлекательный комплекс и другие ТРК пересекаться не будут.

#### **4. ОПИСАНИЕ УСЛУГ**

Создание исторического культурно-развлекательного комплекса «ЦИТАДЕЛЬ» позволит мне в короткие сроки организовать единый центр взаимосвязанных услуг.

Высокий уровень качества указанных видов услуг будут обеспечиваться: опытными работниками комплекса, ремесленниками, кузнецами, актёрами, музыкантами, арендаторами и другими специалистами своих профессиональных областей.

##### *4.1. ВИДЫ УСЛУГ Тематический средневекового парка и города мастеров «ЦИТАДЕЛЬ»:*

###### 1. «Средневековые витражи»

Длительность программы: 2 часа

в нее входят:

- реалистичные сценки из повседневной жизни средневековья
- танцы, скрупулезно реконструированные по сохранившимся источникам
- жонглирование одним и двумя мечами
- зрелищные показательные бои
- рыцарские турниры сильнейших бойцов
- бугурты (полевые сражения)

2. Комедийные средневековые фарсы – театрализованные постановки из древних манускриптов, актуальные и в наше время. Длительность одного фарса: 20-30 минут

###### 3. Комбинация различных выступлений на вкус клиентов:

- fair-show – работа с живым огнем с использованием различных снарядов (горящие шесты, веера, пои, «огнедышащий дракон», огнемет)
- танцы Средневековья, Ренессанса, а также Византии и Востока
- постановочные бои на различных оружиях – мечи, топоры, копья, факела и др.
- демонстрация жизни средневекового лагеря - шатры, кухня, повседневный быт

###### 4. Работа со зрителями – проведение различных конкурсов:

- облачение в рыцарский светский костюм либо боевой доспех
- угадывание названий и назначений вещей эпохи Средневековья
- стрельба из пращи, лука, арбалета, самострела, аркебузы, мушкета
- метание бревна, копий и франциск
- бои на специальных безопасных мечах со зрителями и т.д.
- традиционные исторические игры и забавы. Состязания на силу, ловкость и меткость между гостями центра

#### 5. Эксклюзивные программы:

- посвящение в рыцари по всем правилам Средневековья
- торжественное поздравление с Днём свадьбы, днём рождения, вручение цветов и т.д.
- обучение фехтованию, стрельбы из лука, арбалета, историческим танцам, возможна работа под живую музыку
- музыка трубадуров, менестрелей и труверов
- музыка придворных музыкантов
- музыка миннезингеров
- народная музыка
- григорианское пение
- византийская духовная музыка
- восточная музыка

#### 6. Аренда одежды, вещей, прокат лошадей, а также праздничное оформление помещений в средневековом стиле:

- оружие, щиты и доспехи
- флаги, знамена, гербы, боевые стяги, штандарты
- одежда и украшения
- конный двор

#### 7. Изготовление на заказ, костюмов, оружия и доспехов:

- наши мастера-оружейники изготовят для Вас по индивидуальному заказу из высококачественной стали любые виды холодного оружия и доспехов разных эпох и народов, которые будут являться точной реконструкцией, при этом сохраняя свои боевые качества и прочность.

#### 8. Продажа сувениров:

- индульгенция, грамота, письмо возлюбленной и др. (индивидуальная работа в единственном экземпляре - специальная бумага, ручное письмо и роспись, печать из сургуча)
- фотоальбомы (средневековая стилизация – латунь, кожа, металл, дерево)
- медальоны, талисманы, медали и т.д. (латунь, медь)
- кольца, браслеты, а также наконечники, оружие и др. (латунь, медь, титан)

#### 9. Посещение ремесленных подворий:

- по изготовлению оружия и доспехов:  
Здесь наши гости своими глазами смогут увидеть, как и из чего изготавливаются элементы вооружения и доспеха. Опытные мастера откроют секреты оружейного дела, а также наши гости смогут попробовать сделать некоторые элементы самостоятельно
- по пошиву одежды

- по изготовлению предметов быта
- по изготовлению прочих средневековых вещей
- по изготовлению керамических и глиняных посуды

#### 10. Постоялый двор (гостиница)

- Харчевня (ресторан и кафе)
- Ипподром
- Кузница и доспешная
- Конюшня
- Ристалище и стрельбище
- Пекарня
- Сад-огород
- Винодельня
- Лавки торговцев
- Амфитеатр
- Военно-исторический клуб
- Восточный базар
- Офисы для сотрудников и работников замка
- Круглогодичное использование

#### 11. Посещение постоялого двора:

Постоялый двор будет построен в средневековом стиле из тесаного камня и дерева.

Для отдыха клиентов будут предоставлены 170 комфортабельных номеров, в которых на ночь разместится до 250 человек. Возможно проведение мероприятия на открытом воздухе или аренда банкетного зала на 250 человек.

Постоялый двор удивит своих посетителей рестораном с разнообразным меню и вкусной кухней:

- античная кухня (Рим и Греция)
- европейская средневековая кухня (Западная и Восточная Европа)
- византийская средневековая кухня
- восточная средневековая кухня (Турция, Египет, Иран)

Мы будем ценить каждого клиента, поэтому в равной степени будем заботиться об их комфорте и уютной атмосфере.

Доброжелательный персонал Постоялого двора не просто позаботится о комфортном отдыхе своих клиентов, но и создаст добрые человеческие отношения.

#### 12. Посещение харчевни:

- наша харчевня предложит своим клиентам еду настоящих рыцарей

#### 13. Фото в исторических костюмах:

- любой из гостей может сфотографироваться в костюмах средневековых рыцарей и прекрасных дам.

#### 14. Выездные мероприятия:

- бугурт (полевое сражение)
- военный поход
- крестовый поход
- участие в военных конфликтах 4-17 веков
- осада и штурм замка (стрельба из баллисты, катапульты, требучета, бомбарды, серпентины, кулеврины и пушки)
- бесплатная перевозка клиентов комплекса на выездные мероприятия

#### 15. Посещение музея истории:

1 зал:

- Римский период (позднеантичная эпоха – 5 век)

2 зал:

- Тёмные века (500-800 годы)

3 зал:

- Раннее Средневековье (900-1000 годы)

4 зал:

- Высокое Средневековье (1095-1280 годы)

5 зал:

- Позднее Средневековье (1337-1453 годы)

6 зал

- Эпоха Возрождения (1480-1600 годы)

7 зал

- Монголы и Золотая Орда (1220 – 1470 гг.)

8 зал

- Войны внутри Европы (1215 - 1320 гг.)

9 зал

- Византийская империя (376 – 1453 гг.)

10 зал

- Азия после монголов (1480 – 1600 гг.)

11 зал

- Восток - Арабский Халифат, халифат Альмохадов, турки-сельджуки, турки-османы (700-1492 гг.)

12 зал

- Русь (9-17 века)

#### 16. Запись по желанию клиентов в клуб исторической реконструкции и фехтования:

- любой желающий клиент комплекса может записаться в клуб исторической реконструкции и фехтования, где он станет реконструктором. Реконструкторы будут заниматься воссозданием быта, ремёсел, традиций и боевого искусства

конкретной эпохи конкретного государства. Они будут исследовать исторические материалы об изготовлении оружия, одежды, предметов быта для того, чтобы воссоздать эти предметы по тем технологиям, по которым они изготовлялись. Также они будут исследовать, и воссоздавать обычаи и нравы. Многие реконструкторы будут заниматься воссозданием военной истории и изготовлением доспехов и оружия. Многие также будут заниматься историческим фехтованием

- в клубе каждый может физически, духовно и умственно самосовершенствоваться на базисе занятия исторической реконструкцией и изучения истории Европы, Востока и Азии
- в клубе будут проходить тренировки по условно-историческому фехтованию, также проводиться лекции по истории, материальной и духовной культуре Европы, Востока и Азии – 5-17 веков,
- ещё в клубе будут организовываться выезды на различные мероприятия, отмечаться традиционные праздники народов, которые проживали в те века, а также показательные выступления
- максимальное количество членов клуба будет достигать 3000 человек
- историческая реконструкция и фехтование – это активное времяпрепровождение, как в помещении, так и на свежем воздухе, что самым благоприятным образом сказывается на самочувствии членов клуба исторической реконструкции и фехтования. Особая привлекательность исторической реконструкции и фехтования заключается в том, что они представляют собой военно-спортивное приключение, во время сражений и битв участники в полной мере могут почувствовать азарт и удовлетворение от победы, выплеснуть агрессию, снять стресс.

#### 17. Охота:

- каждый клиент нашего центра по своему желанию может поохотиться на лис и кроликов.

#### 18. Видеосъёмка:

- наши операторы будут снимать каждое событие, происходящее в центре, а также заниматься съёмкой различных программ.

#### 19. Фотосъёмка.

#### 20. Услуги рыцарей, крестоносцев, трубадуров и менестрелей:

- за отдельную плату, рыцари, крестоносцы, трубадуры и менестрели могут выступать на свадьбах, юбилеях, днях рождениях, вечеринках, корпоративах и тимбилдингах.

#### 21. Услуги для корпоративных клиентов:

- сотрудники различных компаний, фирм и других организаций могут всем коллективом замечательно провести свой отдых

#### 22. Парковка:

- клиенты комплекса могут воспользоваться услугами парковки

По желанию клиентов все услуги будут свободно комбинироваться и дополняться.

На основании вышеперечисленного можно выделить следующие основные конкурентные преимущества данного исторического культурно-развлекательного центра:

- объединение всех услуг в единый комплекс,
- организация ряда услуг, не имеющих аналогов
- полное погружение в средневековый мир,
- личное участие каждого клиента в выбранной им программе.

## ***5. ТЕХНИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРОЕКТА***

В соответствии с проектом создание тематического средневекового парка и города мастеров планируется осуществить путём строительства объекта. Указанный объект будет состоять в виде замка, окруженного вокруг зубчатыми стенами, цилиндрическими башнями и рвом с водой. Площадь участка будет равна – 20 га, площадь самого парка составит 200 000 кв.м., а площадь замка составит 30 000 кв.м.

Подвальные помещения замка (цокольный этаж) планируется оснастить санитарными узлами. Здесь же планируется расположить инженерные сети.

На первом этаже планируется разместить первый музей истории с 6 залами,

На втором этаже разместится второй музей истории с 6 залами,

На третьем этаже разместятся торговые лавки,

На четвёртом этаже будут размещены лавки по сдаче в аренду одежды и вещей

Далее, внутри самого комплекса (внутренний двор) будут размещены: административное здание для руководства и персонала комплекса (2 000 кв. м.) в котором будут размещены санитарные узлы, помещения для технического персонала, а также инженерные сети, комната для видеонаблюдения, кабинет для начальника службы безопасности, комната для сотрудников службы безопасности, средневековый театр на 2 000 мест, турнирное поле на 2 000 мест, ремесленные подворья (кузницы и мастерские), конный двор, постоянный двор площадью 1 000 кв.м., на 170 номеров, ресторан при постоялом дворе на 250 человек, клуб исторической реконструкции и фехтования с площадью в 7 000 кв.м. на 3 000 человек, фотографы, видеоператоры, а также харчевня на 1 000 мест. В 200 метрах от подъёмного моста расположится парковка на 3 800 мест. Всего общая площадь исторического культурно-развлекательного комплекса составит 120 000 кв.м.

## **6. ПОТРЕБНОСТЬ В СЫРЬЕ, МАТЕРИАЛАХ, ЭНЕРГОНОСИТЕЛЯХ, ГСМ, ОБОРУДОВАНИИ И РАЗЛИЧНЫХ ПРЕДМЕТАХ ДЛЯ ОКАЗАНИЯ ВСЕХ ПЛАНИРУЕМЫХ УСЛУГ**

Потребность в сырье и материалах, необходимых для реализации всего спектра услуг, складывается из трех основных составляющих:

- потребность в санитарно-гигиенических средствах одноразового применения, используемых клиентами постоянного двора и представляющих собой, ежедневно заменяемый гигиенический комплект, состоящий из: туалетной бумаги, мыла, шампуня, шапочки для душа, зубной пасты, зубной щётки;
- потребность в продуктах питания, используемых для приготовления пищи в ресторане при постоялом дворе и харчевне;
- потребность в прочем хозяйственном инвентаре для осуществления всего спектра услуг.

При определении потребности в санитарно-гигиенических средствах одноразового применения будет учитываться примерная загрузка гостиницы, которая будет составлять в среднем 70 человек или 4 900 койка-дней в год. При определении потребности в продуктах питания будет учитываться планируемая посещаемость ресторана, которая будет составлять в среднем 100 человек в день, а также, средняя стоимость одного посещения (7 000 тенге). Далее будет учитываться планируемая посещаемость харчевни, которая составит 400 человек в день и средняя стоимость одного посещения составит 4 000 тенге.

Расчет прямых затрат по таким статьям, как санитарно-гигиенические средства одноразового применения и продукты питания, представлен в таблице №1.

**Таблица №1**

### **САНИТАРНО-ГИГИЕНИЧЕСКИХ СРЕДСТВА ОДНОРАЗОВОГО ПРИМЕНЕНИЯ И ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ**

<b>Наименование потребляемого материала, единица измерения</b>	<b>Цена за единицу потребляемого материала</b>	<b>Количество предоставляемых мест в год, ед. изм.</b>	<b>Общая стоимость потребляемого материала в год в тенге</b>
Санитарно-гигиенические средства одноразового	1250	49000	6 125 000

применения, комплект		койка-дней	
Продукты питания, расход на человека (ресторан)	40000	12000 человеко-мест	48 000 000
Продукты питания, расход на человека (харчевня)	30000	48000 человеко-мест	144 000 0000
<b>Итого расходов в год:</b>			<b>198 125 000 тенге</b>

При определении потребности в прочем хозяйственном инвентаре для всего комплекса учитывалась специфика оказываемых услуг и технология их предоставления. В составе прочего хозяйственного инвентаря рассматривались следующие основные позиции:

- постельное белье со сроком службы до 1 года для постоянного двора (представляет собой спальный комплект, состоящий из простыни, пододеяльника и наволочки),
- постельное белье со сроком службы до 5 лет для постоянного двора (представляет собой спальный комплект, состоящий из подушки, одеяла и покрывала),
- санитарно-гигиенические средства многоразового использования для постоянного двора (представляют собой гигиенические комплекты, состоящие из 4-х полотенец),
- столовое белье со сроком службы до 1 года для ресторана (представляет собой комплект, состоящий из набора скатертей и салфеток в расчете на один стол),
- столовая посуда для ресторана (представляет собой необходимый набор столовых приборов и посуды).
- столовое белье со сроком службы до 1 года для харчевни (представляет собой комплект, состоящий из набора скатертей и салфеток в расчете на один стол),
- столовая посуда для харчевни (представляет собой необходимый набор столовых приборов и посуды).

Расчет общей потребности в прочем хозяйственном инвентаре по каждой позиции, кроме столовой посуды для ресторана, представлен в таблице №2.

Расчет общей потребности в прочем хозяйственном инвентаре для позиции "набор столовых приборов и посуды для ресторана", представлен в таблице №3.

Расчет общей потребности в прочем хозяйственном инвентаре по каждой позиции, кроме столовой посуды для харчевни, представлен в таблице №4.

Расчет общей потребности в прочем хозяйственном инвентаре для позиции "набор столовых приборов и посуды для харчевни", представлен в таблице №5.

При этом следует отметить, что по каждой из указанных позиций планируется приобретение предметов инвентаря профессионального уровня, предназначенных специально для оказания соответствующих услуг. Все предметы хозяйственного инвентаря планируется приобрести через иностранных поставщиков, в связи, с чем расчет общей потребности по данной статье представлен в долларовом выражении, соответственно цены будут переведены в тенге.

**Таблица №2**

**ПРОЧИЙ ХОЗЯЙСТВЕННЫЙ ИНВЕНТАРЬ, КРОМЕ СТОЛОВОЙ ПОСУДЫ ДЛЯ РЕСТОРАНА**

<b>Наименование позиции</b>	<b>Потребность в инвентаре</b>	<b>Общее число мест/столов</b>	<b>Цена одного комплекта (в тенге)</b>	<b>Общая потребность в инвентаре (в тенге)</b>
Постельное белье со сроком службы до 1 года для постоянного двора	3 комплекта на место	250 мест	20000	15 000 000
Постельное белье со сроком службы до 5 лет для постоянного двора	2 комплекта на место	250 мест	15000	7 500 000
Санитарно-гигиенические средства многоразового использования для постоянного двора	4 комплекта на место	250 мест	5000	5 000 000
Столовое белье со сроком службы до 1 года для	3 комплекта на стол	50 столов	2000	300 000

ресторана				
<b>Итого:</b>				<b>27 800 000</b> тенге

**Таблица №3**

**НАБОР СТОЛОВЫХ ПРИБОРОВ И ПОСУДЫ ДЛЯ РЕСТОРАНА  
(СЮДА ВКЛЮЧЕНО: КЕРАМИЧЕСКАЯ ПОСУДА И СТОЛОВЫЙ НАБОР)  
СУММА БУДЕТ ОБЩЕЙ: ЗА ПОЛНЫЙ КОМПЛЕКТ КЕРАМИЧЕСКОЙ  
ПОСУДЫ И СТОЛОВОГО НАБОРА**

<b>Наименование позиций</b>	<b>Количество на 250 мест</b>	<b>Двойной норматив</b>
ЧАШКИ 2510/16	250	500
БЛЮДЦЫ	250	500
ТАРЕЛКИ 16 СМ	250	500
ТАРЕЛКИ 21 СМ	250	500
ТАРЕЛКИ 24 СМ	250	500
СУПОВЫЕ ЧАШКИ 27СЛ	250	500
БЛЮДЦЫ	250	500
БЛЮДО ДЛЯ САЛАТА	250	500
САХАРНИЦА С КРЫШКОЙ	25	50
КРИНКА 15 СЛ	25	50
ПОДСТАВКА ДЛЯ ЯИЦ 13 СМ	25	50
БЛЮДО 14 СМ	25	50
БЛЮДО 17 СМ	25	50
БЛЮДО 20 СМ	25	50
ПЕПЕЛЬНИЦА	25	50
ПЕРЕЧНИЦА	25	50
СОЛОНКА	25	50
СТОЛОВЫЙ НОЖ	250	500
СТОЛОВАЯ ВИЛКА	250	500
СТОЛОВАЯ ЛОЖКА	250	500
ДЕСЕРТНЫЙ НОЖ	250	500
ДЕСЕРТНАЯ ВИЛКА	250	500
ДЕСЕРТНАЯ ЛОЖКА	250	500
ЛОЖКА КОФЕЙНАЯ	250	500
ЧАЙНАЯ ЛОЖКА	250	500
ВИЛКА ДЛЯ РЫБЫ	250	500
НОЖ ДЛЯ РЫБЫ	250	500
ЛОЖКА ДЛЯ ОВОЩЕЙ	250	500
ПОЛОВНИК ДЛЯ КАРТОФЕЛЯ	25	50
ПОЛОВНИЧЕК ДЛЯ СОУСА	25	50

ЛОПАТКА ДЛЯ ТОРТА	5	10
БОКАЛ	250	500
СТАКАН	250	500
РЮМКА	250	500
ФУЖЕР ДЛЯ ШАМПАНСКОГО	250	500
РЮМКА ДЛЯ КОНЬЯКА	250	500
СТАКАН ДЛЯ СОКА	250	500
СТАКАН ДЛЯ ПИВА	250	500
ВЫСОКИЙ СТАКАН ДЛЯ НАПИТКА	250	500
СТАКАН ДЛЯ ВИСКИ	250	500
КУВШИН 1 ЛИТР	250	500
БЛЮДО ОВАЛЬНОЕ 30 СМ	25	50
БЛЮДО ОВАЛЬНОЕ 40 СМ	25	50
СОУСНИЦА 25 СЛ	25	50
ПОДНОС 45,7x35,5	10	20
ПОДНОС ДЛЯ ПИВА 36 СМ	10	20
ПОДНОС ДЛЯ ПИВА 32 СМ	10	20
КОКТЕЙЛШЕЙКЕР	5	10
ПЛАСТМ. НОЖ ДЛЯ УДАЛЕНИЯ НАКИПИ СО СТАКАНОВ	10	20
КОМПЛЕКТ ИЗ 50 ПЛАСТМ. ПАЛОЧЕК ДЛЯ КОКТЕЙЛЯ	10	20
УНИВЕРСАЛЬНЫЙ НАБОРНЫЙ НОЖ ОФИЦИАНТА	20	40
ШТОПОР	10	20
ЩЕТКА	10	20
ВЕДЕРКО ДЛЯ ЛЬДА	10	20
<b>Итого:</b>	<b>150 000 тенге</b>	<b>30 000 000 тенге</b>

Таблица №4

**ПРОЧИЙ ХОЗЯЙСТВЕННЫЙ ИНВЕНТАРЬ, КРОМЕ СТОЛОВОЙ  
ПОСУДЫ ДЛЯ ХАРЧЕВНИ**

Наименование позиции	Потребность в инвентаре	Общее число мест/столов	Цена одного комплекта (в тенге)	Общая потребность в инвентаре (в тенге)
Столовое белье со сроком службы до 1 года для харчевни	3 комплекта на стол	250 столов	200	150 000
<b>Всего:</b>				<b>150 000 000 тенге</b>

Таблица №5

**НАБОР СТОЛОВЫХ ПРИБОРОВ И ПОСУДЫ ДЛЯ ХАРЧЕВНИ  
(СЮДА ВКЛЮЧЕНА: КЕРАМИЧЕСКАЯ ПОСУДА И СТОЛОВЫЙ НАБОР)  
ЦЕНА БУДЕТ ОБЩЕЙ: ЗА ПОЛНЫЙ КОМПЛЕКТ КЕРАМИЧЕСКОЙ  
ПОСУДЫ И СТОЛОВОГО НАБОРА**

Наименование позиций	Количество на 1000 мест	Двойной норматив
ЧАШКИ 2510/16	1000	2000
БЛЮДЦЫ	1000	2000
ТАРЕЛКИ 16 СМ	1000	2000
ТАРЕЛКИ 21 СМ	1000	2000
ТАРЕЛКИ 24 СМ	1000	2000
СУПОВЫЕ ЧАШКИ 27СЛ	1000	2000
БЛЮДЦЫ	1000	2000
БЛЮДО ДЛЯ САЛАТА	1000	2000
САХАРНИЦА С КРЫШКОЙ	500	1000
КРИНКА 15 СЛ	500	1000
ПОДСТАВКА ДЛЯ ЯИЦ 13 СМ	500	1000
БЛЮДО 14 СМ	500	1000
БЛЮДО 17 СМ	500	1000
БЛЮДО 20 СМ	500	1000
ПЕПЕЛЬНИЦА	500	1000
ПЕРЕЧНИЦА	500	1000
СОЛОНКА	500	1000
СТОЛОВЫЙ НОЖ	1000	2000
СТОЛОВАЯ ВИЛКА	1000	2000
СТОЛОВАЯ ЛОЖКА	1000	2000
ДЕСЕРТНЫЙ НОЖ	1000	2000
ДЕСЕРТНАЯ ВИЛКА	1000	2000
ДЕСЕРТНАЯ ЛОЖКА	1000	2000
ЛОЖКА КОФЕЙНАЯ	1000	2000
ЧАЙНАЯ ЛОЖКА	1000	2000
ВИЛКА ДЛЯ РЫБЫ	1000	2000
НОЖ ДЛЯ РЫБЫ	1000	2000
ЛОЖКА ДЛЯ ОВОЩЕЙ	1000	2000
ПОЛОВНИК ДЛЯ КАРТОФЕЛЯ	500	1000
ПОЛОВНИЧЕК ДЛЯ СОУСА	500	1000
ЛОПАТКА ДЛЯ ТОРТА	50	100
БОКАЛ	1000	2000

СТАКАН	1000	2000
РЮМКА	1000	2000
ФУЖЕР ДЛЯ ШАМПАНСКОГО	1000	2000
РЮМКА ДЛЯ КОНЬЯКА	1000	2000
СТАКАН ДЛЯ СОКА	1000	2000
СТАКАН ДЛЯ ПИВА	1000	2000
ВЫСОКИЙ СТАКАН ДЛЯ НАПИТКА	1000	2000
СТАКАН ДЛЯ ВИСКИ	1000	2000
КУВШИН 1 ЛИТР	1000	2000
БЛЮДО ОВАЛЬНОЕ 30 СМ	1000	2000
БЛЮДО ОВАЛЬНОЕ 40 СМ	500	1000
СОУСНИЦА 25 СЛ	500	1000
ПОДНОС 45,7x35,5	250	500
ПОДНОС ДЛЯ ПИВА 36 СМ	100	200
ПОДНОС ДЛЯ ПИВА 32 СМ	100	200
КОКТЕЙЛШЕЙКЕР	50	100
ПЛАСТМ. НОЖ ДЛЯ УДАЛЕНИЯ НАКИПИ СО СТАКАНОВ	100	200
КОМПЛЕКТ ИЗ 50 ПЛАСТМ. ПАЛОЧЕК ДЛЯ КОКТЕЙЛЯ	100	200
УНИВЕРСАЛЬНЫЙ НАБОРНЫЙ НОЖ ОФИЦИАНТА	200	400
ШТОПОР	100	200
ЩЕТКА	100	200
ВЕДЕРКО ДЛЯ ЛЬДА	100	200
<b>Итого:</b>	<b>600 000 тенге</b>	<b>120 000 000 тенге</b>

Помимо покрытия потребности в сырье, материалах и прочем хозяйственном инвентаре планируемый исторический культурно-развлекательный комплекс потребует обеспечения энергоресурсами и газом, которые необходимы для реализации всего комплекса услуг.

Потребность в энергоресурсах складывается из четырёх составляющих:

- электроэнергия;
- вода холодная, включая канализацию;
- тепло (отопление, горячая вода);
- газ.

Примерный расход указанных энергоносителей и газа определен в соответствии с действующими тарифами на коммунальные услуги.

Расчет затрат на электроэнергию, водоснабжение, теплоснабжение и газ представлен в таблице №6.

**Таблица №6**

## ПОТРЕБЛЕНИЕ ЭНЕРГОРЕСУРСОВ И ГАЗА

<b>Статья расхода</b>	<b>Ед. измерения</b>	<b>Среднегодовой расход</b>	<b>Цена за ед. измерения</b>	<b>Среднегодовые затраты</b>
Электроэнергия	кВт*ч			
Вода (холодная)	м <sup>3</sup>			
Вода (горячая)	м <sup>3</sup>			
Отопление	кв.м			
Газ	м <sup>3</sup>			
<b>Итого:</b>				<b>300 000 000</b>

Кроме указанной потребности нового исторического культурно-развлекательного комплекса в материалах, специализированном инвентаре и энергоресурсах еще одним существенным направлением расходов, будет являться стоимость покупки:

1. средневековых доспехов, щитов, оружия, прочей экипировки, кузнечных инструментов, лошадей и кроликов для охоты,
2. стали, меди, латуни, бронзы, угля, кожи, тканей, сена, зерна, ячменя и овса,
3. канцелярских товаров,
4. инструментов, электроинструментов, крепёжных материалов, лакокрасочной продукции и аксессуаров, хозяйственных товаров, хозяйственного инвентаря, сантехнических товаров, электрических товаров,
5. офисной мебели,
6. компьютеров, ноутбуков, акустических систем, оргтехники, программного обеспечения, дополнительного оборудования, бытовой техники, съёмочного, монтажного, прочего оборудования, а также оборудования для видеонаблюдения, пожарной и охранной сигнализации, а также оборудования для пожаротушения, музыкальных инструментов и участка земли

Сумма и количество необходимого оборудования, предметов, и прочих вещей будут указаны в таблицах №8, 9, 10, 11, 12

**Таблица №7**

**ПОКУПКА СРЕДНЕВЕКОВЫХ ДОСПЕХОВ, ЩИТОВ, ОРУЖИЯ ПРОЧЕЙ ЭКИПИРОВКИ, КУЗНЕЧНЫХ ИНСТРУМЕНТО, ЛОШАДЕЙ И КРОЛИКОВ ДЛЯ ОХОТЫ**

(цены за каждую категорию будут общими)

<b>Категория</b>	<b>Наименование</b>	<b>Количество штук</b>	<b>Сумма (в тенге)</b>
1. Доспехи  Защита головы и шеи	Бацинеты, грандбацинеты, клапвизоры, саллеты, топхельмы, византийские шпангельхельмы, шлемы норманки, шапели, горшковидные шлемы, шлемы римских легионеров, салады, барбюты, бургиньоты, армэ, горжеты, хауберги	2100	8 000 000
Защита корпуса	Доспехи римских легионеров, кольчуги, латы, нагрудники, бригандины, набрюшники, кирасы, панцири, колонтари, монгольские доспехи, нагрудники	4000	3 000 000
Защита рук	Руки, рукавицы, наплечники миланские, створчатые наручи, локтевые чашки, налокотники, латные руки, варежки латные, перчатки латные	4200	6 000 000
Защита ног	Сабатоны, ноги миланские, наколенники, набедренники, наголенники, поножи, латные ноги	4200	4 000 000
Стеганные и набивные доспехи (швейка)	Поддоспешники набивные шерстяные, подшлемники набивные шерстяные с фестонами, набивные набедренники (брэ), стеганные ноги (шоссы), поддоспешники стеганные х/б, подшлемники стеганные х/б, подшлемники-чепчики стеганные х/б, стеганные ноги (шоссы) х/б, арминги-дублеты, рукавицы набивные плотные, перчатки тонкой кожи с длинными	2100	5 000 000

	крагами костюмные, перчатки толстые боевые, рукавицы стеганные, пулены. (обувь), сапоги, тегиляи стеганные, боевые пехотные гамбизоны.		
Конные доспехи	Доспехи для лошадей	500	5 000 000
2. Щиты	Круглые, треугольные, миндалевидные, баклеры, стальные, скутумы	700	1 000 000
3. Оружие			
А. Клинковое	Одноручные, полуторные, двуручные, палаши, сабли, рапиры, шпаги, фламбержи, фальшионы	500	3 000 000
Б. Древковое	Копья, пики, алебарды, топоры, секиры, бердыши	500	4 000 000
В. Стрелковое	Луки, самострелы, арбалеты, пращи, аркебузы, мушкеты	800	2 000 000
4. Прочие вещи	Кольца, пластинки, ножны, портупей к шпагам, колчаны, стрелы, арбалетные болты, сумочки поясные, кошельки поясные кожаные	1000	1 000 000
5. Кузнечные инструменты	Кузнечные молоты, кузнечные молотки, кузнечные клещи большие, клещи малые, гвоздильни, кузнечные наковальни, фигурные наковальни, подсеки, бородки, напильники, клещи-плоскогубцы, ювелирные тисочки, ювелирные пинцеты, кузнечные пробойники, паяльники, кусачки, ювелирные наковальни, ножницы по	400	800 000

	металлу, зубила, молотки для чеканки, ювелирные молотки		
6. Лошади	Лошади обычных пород	20	12 000 000
7. Кролики	Кролики для охоты	100	1 200 000
<b>Всего:</b>		<b>21 130</b>	<b>56 000 000</b>

**Таблица №8**

**ПОКУПКА СТАЛИ, МЕДИ, ЛАТУНИ, БРОНЗЫ, УГЛЯ, КОЖИ, ТКАНЕЙ, СЕНА, ЗЕРНА, ЯЧМЕНЯ, ОВСА**

<b>Наименование</b>	<b>Ед. измерения</b>	<b>Цена за ед. измерения (в тенге)</b>	<b>Количество</b>	<b>Общая сумма (в тенге)</b>
Сталь (квадрат)	Тонна	129 000	50	6 450 000
Медь (шина)	Килограмм	2626	500	1 313 000
Латунь (пруток)	Килограмм	1550	500	775 000
Бронза (пруток)	Килограмм	2400	500	1 200 000
Уголь	Тонна	3800	1000	3 800 000
Кожа	Квадратный метр	4000	100	400 000
Ткани	Квадратный метр	1500	800	1 200 000
Сено	Тонна	18 000	200	3 600 000
Зерно	Тонна	36 975	200	7 395 000
Ячмень	Тонна	32 480	200	6 496 000
Овёс	Тонна	27 000	200	5 400 000
<b>Итого:</b>			<b>4250</b>	<b>38 029 000</b>

**Таблица №9**

**ПОКУПКА КАНЦЕЛЯРСКИХ ТОВАРОВ**  
(цены за каждое наименование товара будут общими)

<b>Наименование</b>
Бумажная продукция
Бумага офисная
Цветная бумага
Бумага для цветной лазерной печати
Бумага для цветной струйной печати
Факсовая и копировальная бумага
Конверты
Постеры, стикеры, лейблы
Бумага для заметок
Книги, журналы, бланки
Тетради
Блокноты
Ежедневники
Ценники, чековая лента
Настольные принадлежности
Визитницы
Дыроколы
Подушечка увлажнитель для пальцев, резинки для денег
Линейки, точилки, ластики
Степлеры, антистеплеры, скобы
Ножи, ножницы
Зажимы, скрепки, скрепочницы, кнопки.
Клей, клейкая лента, скотч
Настольные наборы
Лотки
Письменные принадлежности
Ручки шариковые
Ручки-роллеры
Ручки гелевая
Карандаши, грифели
Корректоры
Маркеры для доски
Маркеры для CD/DVD дисков
Маркеры текстовые
Маркеры перманентные

## Штемпельная продукция

Оснастки

Датеры

Нумераторы

Штемпельная краска

Штампы

Папки, архивы

Папка с файлами

Папка на кнопке

Папка подвесная

Папка портфель

Папка скоросшиватель

Папка с зажимом

Папка уголок

Файлы

Планшеты

Папка регистратор

Папка на резинке

Разделители

Офисная оргтехника и аксессуары

## Демонстрационное оборудование

Доски

Бейджи

Проекторы

Проекционный экран

Губки, магниты

Мебель, сейфы

Сейфы

Металлическая мебель

Хозяйственные товары

Корзины, урны

Освежители воздуха

Чистящие, моющие средства

Перчатки

Бумажные полотенца

Туалетная бумага

Салфетки, губки, тряпочки

Пакеты для мусора

**Количество: 3800 канцелярских товаров**

**Общая сумма: 4 180 000 тенге ежемесячно**

**50 160 000 тенге ежегодно**

**Таблица №10**

**ПОКУПКА ИНСТРУМЕНТОВ, ЭЛЕКТРОИНСТРУМЕНТОВ, КРЕПЁЖНЫХ МАТЕРИАЛОВ, ЛАКОКРАСОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ И АКСЕССУАРОВ, ХОЗЯЙСТВЕННЫХ ТОВАРОВ, ХОЗЯЙСТВЕННОГО ИНВЕНТАРЯ, САНТЕХНИЧЕСКИХ ТОВАРОВ, ЭЛЕКТРИЧЕСКИХ ТОВАРОВ  
(цены за каждое наименование товара будут общими)**

<b>Наименование</b>	<b>Необходимое количество</b>	<b>Сумма в тенге</b>
Инструменты, электроинструменты	2048 шт.	1 695 400
Крепёжные материалы	6150 шт.	463 350
Лакокрасочная продукция и аксессуары	3800 шт.	2 572 300
Хозяйственные товары, хозяйственный инвентарь	3100 шт.	1 543 750
Сантехнические товары	1900 шт.	510 250
Электрические товары	2020 шт.	528 785
<b>Итого:</b>	<b>19 018 шт. товаров</b>	<b>7 313 832</b>

**Таблица №11**

**ПОКУПКА ОФИСНОЙ МЕБЕЛИ**

<b>Наименование</b>	<b>Цена за единицу (в тенге)</b>	<b>Количество</b>	<b>Общая сумма (в тенге)</b>
<b>1. Офисная мебель для руководителя</b>			
Стол письменный	80 140	2	160 280
Стол приставной	49 890	2	99 780

Стол журнальный	18 100	20	362 000
Конференц-стол	133 510	2	267 020
Тумба	45 520	3	136 560
Секция мебельная	32 810	1	32 810
Шкаф	46 090	3	138 270
<b>2. Офисная мебель для персонала</b>			
Стол письменный	11 160	50	558 000
Тумба выкатная	15 858	50	792 900
Шкаф для документов остеклённый	34 255	25	856 375
Шкаф для документов простой	85 453	25	2 136 325
Тумба приставная	8300	60	498 000
Шкаф стеллаж	18 051	60	1 083 060
Стол компьютерный	26 504	20	530 080
Шкаф гардеробный	20 070	60	1 204 200
Приставка	29 250	50	1 462 500
<b>3. Кресла для руководства</b>			
ATLANT EXTRA	41 710	5	208 550
DIPLOMAT	13 630	60	817 800
HELIOS	40 850	5	204 250
OMEGA	37 840	5	189 200
LUXUS A	87 360	5	436 800
FIDEL	55 410	5	277 050

<b>4. Кресла для персонала</b>			
JUPITER	8300	15	124 500
GALANT	10 610	15	159 150
PRESTIGE	8290	15	124 350
COMFORT	11 740	15	176 100
@-MOTION	51 710	30	1 551 300
PILOT	59 350	30	1 780 500
<b>5. Стулья для посетителей</b>			
ISO BLACK	3060	20	61 200
ISO CHROM	4570	10	45 700
ERA CHROM	5100	5	25 500
ERA BLACK	3720	10	37 200
SAMBA	19500	5	97 500
SEVEN	2900	10	29 000
SYLWIA	8180	5	40 900
ASCONA BLACK	2930	10	29 300
ASCNA CHROM	3640	5	18 200
<b>6. Прочая мебель</b>			
<b>Диваны</b>			
Валентино	100 000	1	100 000
Барнео	120000	1	120 000
<b>Итого:</b>		<b>550 товаров</b>	<b>16 972 210 тенге</b>

**Таблица №12**

**ПОКУПКА:**

**Подтаблица № 1. КОМПЬЮТЕРОВ, НОУТБУКОВ, АКУСТИЧЕСКИХ СИСТЕМ, ОРГТЕХНИКИ, ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБОРУДОВАНИЯ,**

**Подтаблица №1.1.**

**Подтаблица №2. БЫТОВОЙ ТЕХНИКИ,**

**Подтаблица №3. СЪЁМОЧНОГО, МОНТАЖНОГО И ПРОЧЕГО ОБОРУДОВАНИЯ,**

**Подтаблица №4. ОБОРУДОВАНИЯ ДЛЯ ВИДЕОНАБЛЮДЕНИЯ, ПОЖАРНОЙ И ОХРАННОЙ СИГНАЛИЗАЦИИ, А ТАКЖЕ ОБОРУДОВАНИЯ ДЛЯ ПОЖАРОТУШЕНИЯ,**

**Подтаблица №5. МУЗЫКАЛЬНЫХ ИНТСРУМЕНТОВ,**

**Подтаблица №6. УЧАСТКА ЗЕМЛИ**

**Подтаблица №1.**

№	Наименование	Характеристики	Кол-во	Цена	Сумма
1	Персональные компьютеры	Core i3-9100F- 3.6GHz/H310/RAM 16GB/SSD 480GB/RX5500XT- 8GB/no DVD/600W	27	274900	7422 300
2	Мониторы	Dell P2419HCE	27	99300	2681 100
3	Мышь для ПК	Мышь Razer Abyssus Essential, Black, USB	27	22900	618300
4	Клавиатура	Razer DeathStalker Essential 2014, Black, USB	27	22900	618300
5	Ноутбуки	Ноутбук Lenovo Ideapad Gaming 3 (81Y4003JRK)	27	419900	11337300
6	Сумки для ноутбуков		27	10000	270000
7	Коврики для ноутбуков		27	5000	135000
8	Мышь для ноутбуков		27	20000	540000
9	Внешний накопитель	4 терабайта	27	72000	1944000
10	Внешний флеш накопитель	64 гигабайта	27	6000	162000
11	Наушники		27	10000	270000
12	Принтер лазерный	HP LaserJet Pro M454dw	5	189900	949500
13	МФУ	HP Color LaserJet Pro M479dw	5	224900	1124500
14	Вебкамера		27	11363	306801
15	Сервер	Dell T140 4LFF Cabled (210-AQSP_B01)	5	534319	2671595

16	Мониторы для сервера	Монитор Sanc M2433A	5	54990	274950
17	Маршрутизатор	MikroTik RB4011iGS+5HacQ2HnD-IN	27	160000	4320000
18	Модем	ASUS DSL-AC68U	3	98000	294000
19	Точка доступа TP-Link	TP-Link EAP225	10	53000	530000
20	Проектор	Acer P1260BTi	2	316000	632000
21	Операционная система	<u>Microsoft Windows 10 Professional, 32-bit/64-bit, USB</u>	27	110000	2970000
22	Антивирус		27	10000	270000
23	Майкрософт офис		27	220000	5940000
24	Смартфон	Samsung Galaxy S20 Plus, 128Gb, Cloud Blue (SM-G985F)	27	470000	12690000
25	Планшет	Samsung Galaxy Tab S7 Plus, 12.4", 128Gb, Wi-Fi+4G, Mystic Black	27	500000	13500000
26	Сетевые фильтры	бесперебойники питания	27	100000	2700000
	<b>ИТОГО:</b>			<b>75 171 646</b>	

**Подтаблица №1.1.**

<b>1. Дополнительное оборудование</b>			
<b>Чистящие средства</b>			
Чистящие салфетки Defender для мониторов 100шт (30102)	500	50	25 000
Чистящие салфетки Defender для ноутбуков 100шт (30101)	700	50	35 000
Чистящие салфетки Defender для различных поверхностей 110шт (не для ЖК-экранов)30100	750	50	37 500
Чистящие салфетки Defender для КПК, фотоаппаратов, мобильных телефонов 10 влаж.+ 10 сух. (30192)	1000	100	100 000
Чистящие салфетки Defender для домашней техники, 80шт (30850)	600	40	24 000

Средство для чистки резиновых поверхностей Platencleans, 180мл	1490	50	74 500
Чистящее средство для оптики НАМА, Cleaning Set (5931)	650	50	32 500
Чистящие салфетки Favorit "Universal Clean" сухие универсальные 20шт	600	50	30 000
<b>Инструменты</b>			
Набор инструментов Roholy NO 150B (49 предметов)	6990	20	139 800
Набор инструментов Roholy TWH-50 (30 шестигранников)	2990	20	59 800
Набор инструментов Pro'sKit 1PK-933 (для работы с телефонными и локальными сетями)	7200	20	144 000
Набор инструментов Pro'sKit PK-2092 (для кабельных сетей)	26500	20	530 000
Тестер сети Pro'sKit MT-7055	9700	20	194 000
Инструмент SK-315 для обжима коннекторов RJ-45, RJ-11, RJ-12, RJ-9	1800	20	36 000
<b>Кабели, переходники и прочее</b>			
Кабель USB GEMBIRD, Type A-A удлинительный, 1.8m (CCF-USB2-АМАF-6), OEM	300	240	72 000
Кабель SVGA 15M/15F (удлинитель) 1.5m	850	95	80 750
Кабель питания (розетка -	250	385	96 250

системный блок), OEM			
<b>Фильтры сетевые, удлинители</b>			
Удлинитель TRIPP LITE, 6 розеток, 3м, Black	700	95	66 500
<b>Источники бесперебойного питания, конвертеры питания и стабилизаторы</b>			
Стабилизатор SVC AVR-10KVA	51000	10	510 000
<b>FDD, дисководы ZIP, устройства чтения флэш-карт</b>			
FDD 1.44, Mitsumi, Black, OEM	1290	90	116 100
Card Reader Transcend TS-RDP7K	2100	90	189 000
<b>Сумки для дисков</b>			
Сумочка для CDx96 EZ Choice PU3296 Кожезаменитель, Black	2000	200	400 000
<b>Диски, дискеты</b>			
Маркер Acme для CD/DVD, black	200	500	100 000
Матрица CD-R Mirex 700Mb, 48x, 100 pcs, Cake, Standard	35	500	17500
Матрица DVD+R DL Sony 8.5Gb, 25 pcs, Cake Box	250	500	125 000
Матрица DVD+R Mirex 4.7Gb, 16x, 100 pcs, Cake, Printable	45	500	22 500
Матрица DVD+RW Mirex 4.7Gb, 4x, 25 pcs, Cake Box	130	500	65 000
Матрица DVD-R Mirex 4.7Gb, 16x, 100 pcs, Cake, Printable	45	500	22 500
Матрица DVD-RW Mirex 4.7Gb, 4x, 25 pcs, Cake Box	125	500	62 500
<b>Сетевое оборудование</b>			

Маршрутизатор D-Link DAS-3248/E/C, 48 ports IP DSLAM, 2x10/100/1000Base-T/SFP	388 270	3	1 164 810
Switch 48 ports D-Link DGS-1210-48, 10/100/1000Base-T + 4 комбо-порта 1000Base-T/Mini GBIC (SFP)	103 390	3	310 170
Медиаконвертер D-Link DMC-515SC	11 300	95	1 073 500
Трансивер D-Link DEM-310GT, 1000Base-LX (LC)	6940	95	659 300
Шлюз D-Link DVG-7022S	36 600	50	1 830 000
Принт-сервер D-Link DP-G301	15 350	50	767 500
<b>Факсимильные и телефонные аппараты</b>			
Радио-телефон Panasonic KX-TG2521CAT	9300	45	418 500
Радио-телефон Panasonic KX-TG8206RU	17 200	45	774 000
Факс Panasonic KX-FT988CA-B	31 800	20	636 000
<b>Наушники</b>			
Panasonic RP-HX50	7900	85	671 500
Sony MDR-NC7	14 100	5	70 500
<b>WEB камеры</b>			
Веб камера HP BK357AA HD-3110 Webcam	6500	85	552 500
Веб камера Microsoft LifeCam HD-6000	10 500	5	52 500
<b>Проекторы и комплектующие к ним</b>			
Проектор Epson EB-1725	184 900	2	369 800
Крепление "паук" для проектора PRB-7	16 500	2	33 000
<b>Экраны проекционные</b>			
Экран моторизованный Memory Specialist	52 500	2	105 000

<b>Носители информации USB</b>			
USB 3.0 HDD External 3000Gb 3.5", Seagate, FreeAgent Go Flex Desk, Black	35 600	10	356 000
USB 3.0 HDD External 1000Gb 2.5", Seagate, FreeAgent Go Flex, SATA. Black	22 900	10	229 000
USB 3.0 HDD External 750Gb 2.5", Western Digital My Passport Essential SE, Red	19 200	90	1 728 000
USB 3.0 Flash Drive 16Gb Transcend JetFlash 700, 70/20 Mb/sec	5990	90	539 100
<b>Итого:</b>		<b>6907 товаров</b>	<b>15 748 380 тенге</b>

**Подтаблица №2.**

**Бытовая техника – 30 000 000 тенге**

**Телевизоры, климатическая техника и т.д.**

**Подтаблица №3.**

<b>Наименование</b>	<b>Цена за единицу (в тенге)</b>	<b>Количество</b>	<b>Общая сумма (в тенге)</b>
<b>1. Съёмочное оборудование</b>			
Видеокамеры: Sony DSR- PD175P	761 100	8	6 088 800
Видоискатели: Sony DXF-51	502 680	8	4 021 440
Камерные адаптеры:  Sony CA-D50//U	447 810	8	3 582 480
Камерные каналы: Sony CCU- D50P//U	755 200	8	6 041 600
Накамерные рекордеры:  Sony HVR-DR60	338 070	8	2 704 560
Дистанционные управления объективами: Cavision	197 820	8	1 582 560
Компендиумы: Cavision	75 315	8	602 520

MB410H-6			
Опции компендиума: Schneider 4X4 81-TWO	55964	8	447 712
Фильтры для объектива: TIFFEN 4X5.650 WARM BLACK DIFF 3 FILT	42708	8	341 664
Широкоугольные насадки: Cavision BWA06X86	76 030	8	608 240
Широкоугольные конвертеры: Cavision PWC06X72	98 985	8	791 880
Теле-видеоконвертеры: CTG TVC-015 PRO	216 000	8	2 088 000
Линзы ближней съёмки	31 860	8	254 880
Аккумуляторы: Sony BP-GL65	103 840	16	1 661 440
Зарядные устройства, блоки питания: Sony BC-L70	145 620	16	2 329 920
Моноподы: Manfrotto 557B	29 395	8	235 160
Штативы: Manfrotto 007BU штатив	25 305	8	1 864 040
Опции штативов: Vinten PD114 тележка для PRO-5, PRO-9GP	62 675	8	501 400
Штативные головки: Manfrotto 501HDV	444 70	8	355 760
Штативные треноги: Manfrotto 117B тренога	64 070	8	512 560
Тележки штатива: Manfrotto 114	67 085	8	536 680
Системы стабилизации: DVTEC DvCarRig	136 580	8	1 092 640
Операторские краны: CTG-4L	621 000	8	4 968 000
Поворотные устройства:	479 875	8	3 839 000

GLIDECAM VISTA HEAD			
Тележки операторские: ABC Products WILLI GO	479 680	8	3 837 440
Телесуфлёры: Odyssey VSS-2	256 500	4	1 026 000
Опции телесуфлёров: Videoservice VSP-B	107 575	4	430 300
Опции тележек операторских: ABC Products LIGHT CURVES R=3.15M 45	63 450	8	507 600
Транспортные кофры: Almi Battery Warehouse	38 500	8	308 000
Дождевики: Almi Teta 1	36 000	8	288 000
Чехлы зимние: Almi BM DVC15	38 750	8	310 000
Накамерный свет			
Sony HVL-20DW2 Накамерный светильник.	21 990	8	175 920
Sony HVL-LBPA Батарейный светодиодный видеоосветитель	178 770	8	1 430 160
Системы беспроводной передачи аудио/видео сигнала			
Teleview DVB-S приемник	270 000	8	2 160 000
<b>2. Монтажное оборудование</b>			
Видеомагнитофоны: Sony DSR- 1800AP	1 269 600	4	5 078 400
Дисковые видеомагнитофоны: Sony PHU-60K	135 020	4	540 080
Многокамерная система записи: EAGLE studio pro 3000 /25 system for 4 cameras	12 471 300	2	24 942 600
Видеосерверы: AKULA VTM- 300 Extended + AKULATELE v.2.0	345 870	4	1 383 480
Эфирные контроллеры: DNF 3040P-O	725 000	4	2 900 000
Монтажные контроллеры: Sony BVE-700A	438 250	4	1 753 000

Видеомикшеры:  Sony MVS-6000 мультиформатный видеомикшер с системой автоматизации ELC	7 227 500	1	7 227 500
Генераторы титров: DataVideo CG-100	185 630	4	742 520
Титровальные видеоплаты: Stream Alpha plus PCI-E software Alpha Pro 2.0	220 480	4	881 920
Логогенераторы:  Teleview LTG SDI	243 000	4	972 000
Видеомониторы:  Sony LMD-152 15", LCD монитор	239 955	4	959 820
Мультиэкранные процессоры: Teleview DSC824 with multiscreen	414 000	4	1 656 000
Ленточные библиотеки: Overland OV-ARC101015	987 525	4	3 950 100
Информационные панели: DIP PTE18хуз	39 825	4	159 300
Экипировка для монтажного оборудования:  Porta-Brace C-BVW-50	33 480	4	133 920
<b>3. Системы нелинейного монтажа</b>			
УСТРОЙСТВА ВВОДА/ВЫВОДА АУДИО:  Steinberg NUENDO Audiolink 96 Digiset	87 750	4	351 000
УСТРОЙСТВА ВВОДА/ВЫВОДА ВИДЕО:  Canopus EDIUS NX Express PCIe Плата для нелинейного монтажа	278 935	4	1 115 740
КОМПЬЮТЕРЫ: Apple Power Mac G5 Dual 1.8GHz	381 465	4	1 525 860

КОМПЬЮТЕРНЫЕ МОНИТОРЫ: Apple M9178 Cinema Display HD 23	317 115	4	1 268 460
ДИСКОВЫЕ НАКОПИТЕЛИ:  Avid 7010-20444-01 по 16 ТБ	3 463 425	5	10 390 275
ПО ДЛЯ ВИДЕОМОНТАЖА:  Apple Final Cut Studio 5.1 Retail	203 715	4	812 700
ПО ДЛЯ КОМПОЗИТИНГА И СПЕЦЭФФЕКТОВ: Shake 3.5 for Mac OS X Retail Box (Fixed Node)	433 215	4	1 732 860
ПО ДЛЯ АУДИОМОНТАЖА: Steinberg Cubase SL 2.0	55 755	4	223 020
<b>4. Звуковое оборудование</b>			
Портативные цифровые рекордеры:  Roland Edirol R-4 Pro	487 850	4	1 951 400
<b>5. Осветительное оборудование</b>			
ОСВЕТИТЕЛЬНЫЕ ПРИБОРЫ: Dedolight DLH200D	244 820	32	7 834 240
ОСВЕТИТЕЛЬНЫЕ КОМПЛЕКТЫ: Dedolight K24B	520 390	8	4 163 120
КРЕПЛЕНИЯ И ШТАТИВЫ:  Manfrotto 126CSU HEVY DUTY	30 055	32	961 760
ПОДВЕСНЫЕ КОНСТРУКЦИИ: IFF 3248	48 010	32	1 536 320
ФЕРМЫ МЕТАЛЛИЧЕСКИЕ: QD3-1	298 890	16	4 782 240
МОТОРИЗИРОВАННЫЕ ЛИРЫ:  CAPRAL	298 350	16	4 773 600
ЛЕБЕДКИ: ChainMaster BGV- D8 2 KIT	1 032 750	8	8 262 000
УПРАВЛЕНИЕ СВЕТОВЫМИ ПРИБОРАМИ: ADV	604 800	3	1 814 400

MICRORACK 25/122			
ПРОЕКЦИОННЫЕ НАСАДКИ: Dedolight DP1	52 580	32	1 682 560
ЭКИПИРОВКА ДЛЯ ОСВЕТИТЕЛЬНОГО ОБОРУДОВАНИЯ: Dedolight DCHD200-3	25 780	32	824 960
УСТРОЙСТВА ДЛЯ ХРОМАКЕЯ И РИПРОЕКЦИИ			
Westcott 1895 Large Scrim Jim Kit 1.8x1.8m	76 030	8	608 240
DataVideo DVK-100	241 890	4	967 560
<b>6. Носители данных</b>			
НОСИТЕЛИ ЦИФРОВЫХ ФОРМАТОВ:  Sony BCT-124HDL	27 120	300	8 136 000
КАРТЫ ПАМЯТИ: Sony SBP- 32	189 525	50	9 476 250
<b>7. Простые цифровые видеокамеры</b>			
Sony DCR-SX45E Black	59 990	20	1 199 800
<b>8. Цифровые фотоаппараты</b>			
Samsung EC- PL80ZZBPB/RU	21 990	20	439 800
Samsung EV- NX11ZZBAB/RU	89 990	20	1 799 800
Panasonic DMC-G2KGCR	147 990	20	2 959 800
CANON EOS 600D EF-S 18-55 IS II Kit	179 900	20	3 598 000
<b>Итого:</b>			<b>195 998 761 тенге</b>

**Подтаблица №4.**

<b>Наименование</b>	<b>Общая сумма (в тенге)</b>
1. Оборудование для видеонаблюдения	30 000 000
2. Оборудование пожарной и охранной сигнализации	25 000 000
3. Оборудование для пожаротушения	20 000 000
<b>Итого:</b>	<b>75 000 000 тенге</b>

**Подтаблица №5.**

<b>Категория</b>	<b>Наименование</b>	<b>Цена за единицу (в тенге)</b>	<b>Количество</b>	<b>Общая сумма (в тенге)</b>
<b>№1. Аудио/видео</b>				
	<b>AV ресиверы:</b> Yamaha RX-V3900:black	317 000	1	317 000
	<b>Звуковые проекторы:</b> Yamaha YSP-4100	208 000	20	4 160 000
	<b>BD-проигрыватель для руководителя:</b> BD-S1900 Black	115 000	1	115 000
	<b>CD-проигрыватели:</b> Yamaha CD-S700:Black	98 500	20	1 970 000
	<b>Сtereo-ресиверы:</b> Yamaha RX-497:Black	56 000	5	280 000
	<b>Усилители мощности:</b> Yamaha A-S700:Black	112 500	5	562 500
	<b>Мини-системы:</b> Yamaha Piano Craft MCR-330:Black + Black	69 000	5	345 000
	<b>Домашние кинотеатры в одной коробке для руководителя:</b> Yamaha YHT-294	77 500	1	77 500

	<b>Портативная акустика:</b> TSX-130:Black	64 000	2	128 000
	<b>AV-мебель Yamaha:</b> Yamaha YRS-700 Black	140 600	15	2 109 000
	<b>Аксессуары</b>			
	Yamaha YDS-11	15 000	2	30 000
	Yamaha YBA-10	18 000	5	90 000
	Yamaha SWK-W10	20 500	2	41 000
	<b>Клавишные комбо усилители:</b> Roland KC-550	85 000	2	170 000
	<b>Гитарные усилители, кабинеты и комбо:</b> MARSHALL TSL602	55 000	6	330 000
	<b>Приборы обработки:</b> TC Electronic D-TWO	147 957	4	591 828
<b>№2. Акустические системы</b>				
	<b>Напольная акустика:</b> Yamaha Soavo-1:Black	133 000	10	1 330 000
	<b>Полочная акустика:</b> Yamaha Soavo-2:Black	82 000	2	164 000
	<b>Акустика центрального канала:</b> Акустическая колонка Yamaha Soavo-900C:Black	73 000	5	365 000
	<b>Сабвуферы:</b> Soavo-900SW:Black	126 000	10	1 260 000
	<b>Комплекты акустики:</b> NS-7900 SET:Black	57 000	1	57 000
	<b>Стойки для акустики</b>			

	SPS-900	63 000	10	630 000
	SPMK-30	10 500	10	105 000
	<b>Широкополосные колонки: YAMAHA S215V</b>	105 045	20	2 100 900
	<b>Мониторы сценические: YAMAHA CM15V</b>	106 833	10	1 608 330
	<b>Активные системы: НК Audio ACTOR DX</b>	1 889 022	10	18 890
<b>№3. Музыкальные инструменты</b>				
	<b>Клавишные</b>			
	Профессиональные синтезаторы: Синтезатор Yamaha S 70 XS	498 200	2	996 400
	<b>Гитары</b>			
	Классические: Yamaha C40	19 500	2	39 000
	Акустические: Yamaha FS-720S BL:Black	62 928	2	125 856
	Акустические: Электроакустические: гитара Yamaha FX 310	47 800	2	95 600
	Электрогитары: Electric guitar pack Yamaha ERG 121 GP II	56 600	2	113 200
	Бас-гитары: Yamaha RBX 374	80 700	2	161 400
	<b>Ударные:</b>			

	Акустические: Yamaha Gigmaker	134 200	1	134 200
	Электронные: Yamaha DTXPRESS IV Standard Set V2	280 100	1	280 100
	<b>Духовые:</b>			
	Саксофоны: Альт Yamaha YAS-23 //ID	265 240	1	265 240
	<b>Флейты:</b>			
	YPC-32	148 960	2	297 920
	YFL-221	103 740	2	207 480
	<b>Трубы:</b> Труба Yamaha YTR- 1335E	106 400	2	212 800
	Кларнеты: Yamaha YCL-250 //ID	120 080	2	240 160
	<b>Губные гармошки и пианики:</b>			
	Губная гармошка Yamaha 15M	4000	2	8000
	Пианика Yamaha P- 32D	13 000	2	26 000
	<b>Струнные смычковые</b>			
<b>№4. Наушники и микрофоны</b>				
	<b>Наушники:</b> Beyerdynamic DT 660 Edition	36 660	10	366 600
	<b>Микрофоны:</b>			
	Beyerdynamic OPUS 29 S	7700	5	38 500
	Beyerdynamic OPUS 180	45 000	5	225 000
<b>№5. Профессиональный звук</b>				
	<b>Микшерные пульты:</b> Yamaha MG24/14FX	207 662	2	415 324
<b>№6. Профессиональный свет</b>				
	ADJ Accu Roller 250	151 600	2	303 200
	ADJ Accu Spot 250 II	228 200	2	456 400

	ADJ Aggressor Tri LED	35 900	2	71 800
	ADJ Opti LED WHITE / UV	95 400	2	190 800
	ADJ Mystic	31 400	2	62 800
	ADJ Quad Gem LED	60 200	2	120 400
	ADJ Fire Fox	15 700	2	31 400
	ADJ Revo II LED RGBW	49 400	2	98 800
	ADJ Fusion FX Bar 2	60 400	2	120 800
	ADJ Roto Balls Tri LED	41 200	2	82 400
	ADJ Mystic LED	42 500	2	85 000
	ADJ Color Fusion	43 200	2	86 400
	ADJ Mirroball 40 sm.	12 700	4	508 000
	ADJ Mirrorballmotor 1U/min	7700	4	30 800
	Elation RIVA 80 SYSTEM	255 500	15	3 832 500
<b>№7. Прочие товары</b>				
	<b>Музыкальные центры:</b> DK-A01H	31 600	2	63 200
	<b>Аудио-подставки:</b> AN-GR500H	75 900	30	2 277 000
	<b>Генератор дыма:</b> Martin Magnum 2000	100 000	2	200 000
	<b>Генератор снега:</b> EUROLITE Snow 5001	120 000	2	240 000
<b>Итого:</b>				<b>30 349 528 тенге</b>

**Подтаблица №6.**

<b>Размеры участка земли</b>	<b>Цена (в тенге)</b>
20 га	400 000 000

Рассмотренные статьи затрат максимально полно отражают внутреннее содержание предоставляемых услуг нового комплекса и в последствии, самым непосредственным образом, будут формировать их качество.

## **7. ОСНОВНЫЕ ПОТРЕБИТЕЛИ И ХАРАКТЕРИСТИКА СБЫТОВОЙ ПОЛИТИКИ**

### *7.1. ОСНОВНЫЕ ПОТРЕБИТЕЛИ УСЛУГ И ИХ ХАРАКТЕРИСТИКА*

Создаваемый исторический культурно-развлекательный комплекс с широким спектром услуг ориентирован, прежде всего, на клиентов с высоким и средним уровнем достатка, испытывающих потребность в услугах социального и развлекательного характера повышенного уровня обслуживания.

В соответствии с проведенным анализом существующего рынка аналогичных видов услуг можно условно выделить следующие основные группы потенциальных клиентов нового центра (все категории граждан):

- *«Средневековые витражи» - школьники, студенты, жители города, гости из других городов Республики Казахстан, а также иностранные гости,*
- *Комедийные средневековые фарсы - школьники, студенты, жители города, гости, из других городов Республики Казахстан, а также иностранные гости,*
- *Комбинация различных выступлений - жители города, гости из других городов Республики Казахстан, а также иностранные гости,*
- *Различные конкурсы – школьники, студенты, жители города, гости из других городов Республики Казахстан, а также иностранные гости,*
- *Эксклюзивные программы – школьники, студенты, жители города, гости из других городов Республики Казахстан, а также иностранные гости,*
- *Аренда, прокат, праздничное оформление - школьники, студенты, жители города, гости из других городов Республики Казахстан, а также иностранные гости,*
- *Изготовление на заказ, костюмов, оружия и доспехов – жители города, гости из других городов Республики Казахстан, а также иностранные гости,*
- *Продажа сувениров - школьники, студенты, жители города, гости из других городов Республики Казахстан, а также иностранные гости,*
- *Ремесленные подворья - школьники, студенты, жители города, гости из других городов Республики Казахстан, а также иностранные гости,*
- *Постоялый двор и ресторан – жители города, гости из других городов Республики Казахстан, а также иностранные гости,*
- *Фото в исторических костюмах - школьники, студенты, жители города, гости из других городов Республики Казахстан, а также иностранные гости,*
- *Выездные мероприятия – школьники, студенты, жители города, гости из других городов Республики Казахстан, а также иностранные гости,*
- *Музей истории – школьники, студенты, жители, гости города, а также гости из других государств,*
- *Клуб исторической реконструкции и фехтования – школьники, студенты, жители города, гости из других городов Республики Казахстан, а также иностранные гости,*

- Охота - жители города, гости из других городов Республики Казахстан, а также иностранные гости,
- Видеосъёмка - школьники, студенты, жители города, гости из других городов Республики Казахстан, а также иностранные гости,
- Услуги рыцарей, крестоносцев, трубадуров и менестрелей - школьники, студенты, жители города, гости из других городов Республики Казахстан, а также иностранные гости,
- Услуги для корпоративных клиентов:  
*Сотрудники различных компаний, фирм и других организаций*

На сегодняшний день такую группу клиентов как **«иностранные гости»** в основном составляют туристы, руководители и специалисты зарубежных компаний, а также представители ведущих инвестиционных компаний России Европы, США и остального Мира, пребывающие с деловыми визитами в исторический культурно-развлекательный комплекс. Клиенты этой группы, как правило, нуждаются в комфортных условиях проживания и отдыха.

К группе **«гости из других городов Республики Казахстан»**, относятся жители областных и районных центров нашей Республики, находящиеся в отпусках, каникулах, либо приехавшие по каким-либо причинам. Клиенты этой группы, в основном, нуждаются в разнообразном досуге и комфортных условиях отдыха.

В прочую группу клиентов входят: жители имеющие высокий и средний уровни доходов, а также школьники и студенты. В этой группе находится наибольшее количество потребителей услуг, носящих массовый развлекательный характер.

Таким образом, структура потенциальных клиентов позволяет обеспечить устойчивый спрос на все виды предлагаемых услуг нового комплекса.

## *7.2. МЕТОДЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРЕДЛАГАЕМЫХ УСЛУГ НА РЫНОК*

Одним из основных факторов возможного успешного продвижения указанных видов услуг на рынок является либо полное отсутствие, либо незначительное число конкурентов в сфере рассматриваемых услуг:

- отсутствие подобных комплексов,
- наличие платежеспособного спроса на прочие виды рассматриваемых услуг.

Кроме того, после создания исторического культурно-развлекательного комплекса планируется проведение ряда маркетинговых и рекламных акций, направленных на продвижение рассматриваемого комплекса услуг:

- проведение целенаправленной рекламной кампании в местных средствах массовой информации - газетах, журналах, на радио и телевидении;
- изготовление и установка рекламных щитов и транспарантов с описанием предлагаемого широкого спектра услуг.

Следует отметить, что наиболее важным фактором успешного продвижения указанных видов услуг на рынок будет являться объединение всех услуг в единый комплекс, имеющий очень выгодное месторасположение.

При создании комплекса следует провести гибкую политику ценообразования, что позволит учесть интересы любого клиента.

## **8. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН**

### **8.1. СТРУКТУРА УПРАВЛЕНИЯ И ПЕРСОНАЛ**

На настоящий момент правовой статус создаваемого исторического культурно-развлекательного комплекса окончательно не определен. Однако, известно, что это будет ТОО (товарищество с ограниченной ответственностью).

Для организации работы данного комплекса необходимо нанять персонал в количестве 150 человек. Требуемый для организации производственного процесса персонал должен обладать необходимым опытом работы в данной сфере услуг. Более подробная информация о категориях работников, привлекаемых при реализации проекта, представлена в таблице №16 настоящего бизнес-плана.

### **8.2. ВЫБОР ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВЫХ ФОРМ БИЗНЕСА**

#### **1. Индивидуальное предпринимательство**

Вид частного предпринимательства - это инициативная деятельность граждан, направленная на получение дохода, основанная на собственности самих граждан и осуществляемая от имени граждан за их риск и под их имущественную ответственность.

Субъектами индивидуального предпринимательства являются физические лица, занимающиеся предпринимательской деятельностью без образования юридического лица и при отсутствии признаков юридического лица (о признаках смотри ниже).

Видами индивидуального предпринимательства являются личное предпринимательство и совместное предпринимательство.

Личное предпринимательство осуществляется одним гражданином самостоятельно на базе имущества, принадлежащего ему на праве собственности, а также в силу иного права, допускающего пользование и (или) распоряжение имуществом. Совместное предпринимательство осуществляется группой граждан (индивидуальных предпринимателей) на базе имущества, принадлежащего им на праве общей собственности, а также в силу иного права, допускающего совместное пользование и (или) распоряжение имуществом.

Формами совместного предпринимательства являются:

- 1) предпринимательство супругов, осуществляемое на базе общей совместной собственности супругов;
- 2) семейное предпринимательство, осуществляемое на базе общей совместной собственности крестьянского (фермерского) хозяйства или общей совместной собственности на приватизированное жилище;
- 3) простое товарищество, при котором предпринимательская деятельность осуществляется на базе общей долевой собственности.

#### **2. Юридические лица**

По законодательству Республики Казахстан юридическим лицом признается организация, которая имеет на праве собственности, хозяйственного ведения или оперативного управления обособленное имущество и отвечает этим имуществом по своим обязательствам, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права и обязанности,

быть истцом и ответчиком в суде. Юридическое лицо должно иметь самостоятельный баланс или смету. Юридическое лицо имеет печать со своим наименованием.

Юридическим лицом может быть организация, преследующая извлечение дохода в качестве основной цели своей деятельности (коммерческая организация) либо не имеющая извлечение дохода в качестве такой цели и не распределяющая полученный чистый доход между участниками (некоммерческая организация).

Юридическое лицо, являющееся коммерческой организацией, может быть создано только в форме государственного предприятия, хозяйственного товарищества, акционерного общества, производственного кооператива.

Но субъекты малого предпринимательства - юридические лица, могут существовать только в следующих организационно-правовых формах:

**Полное товарищество**

**Коммандитное товарищество**

**Товарищество с ограниченной ответственностью**

**Товарищество с дополнительной ответственностью**

**Производственный кооператив**

Производственным кооперативом признается добровольное объединение граждан на основе членства для совместной предпринимательской деятельности, основанной на их личном трудовом участии и объединении его членами имущественных взносов. Членов кооператива должно быть не менее двух. Члены производственного кооператива несут по обязательствам кооператива дополнительную (субсидиарную) ответственность.

А первые четыре формы охватываются понятием "хозяйственное товарищество".

Хозяйственным товариществом признается коммерческая организация с разделенным на доли (вклады) учредителей (участников) уставным капиталом. Имущество, созданное за счет вкладов учредителей (участников), а также произведенное и приобретенное хозяйственным товариществом в процессе его деятельности принадлежит товариществу на праве собственности.

Хозяйственное товарищество может быть создано одним лицом, которое становится его единственным участником.

Участниками полного товарищества и полными товарищами в коммандитном товариществе могут быть только граждане.

Основные особенности отдельных видов хозяйственного товарищества следующие.

Полным признается товарищество, участники которого при недостаточности имущества полного товарищества несут солидарную ответственность по его обязательствам всем принадлежащим им имуществом. Участники полного товарищества образуют уставный капитал, размер которого должен быть не менее двадцати пяти размеров расчетного показателя, законодательно установленного в Республике Казахстан на момент внесения участниками вкладов в уставный капитал.

Коммандитным признается товарищество, которое включает наряду с одним или более участниками, несущими дополнительную ответственность по

обязательствам товарищества всем своим имуществом (полными товарищами), также одного или более участников, ответственность которых ограничивается суммой внесенного ими вклада в имущество товарищества (вкладчиков) и которые не принимают участия в осуществлении товариществом предпринимательской деятельности. Уставный капитал коммандитного товарищества составляется из вкладов полных товарищей и вкладчиков и должен быть не менее пятидесяти размеров месячного расчетного показателя, законодательно установленного в Республике Казахстан на момент внесения участниками вкладов в уставный капитал.

Товариществом с ограниченной ответственностью признается учрежденное одним или несколькими лицами товарищество, уставный капитал которого разделен на доли определенных учредительными документами размеров; участники товарищества с ограниченной ответственностью не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью товарищества, в пределах стоимости внесенных ими вкладов. Число участников товарищества с ограниченной ответственностью не должно превышать ста. Товарищество с ограниченной ответственностью не может иметь в качестве единственного участника другое хозяйственное товарищество, состоящее из одного лица.

Первоначальный размер уставного капитала ТОО равен сумме вкладов учредителей и не может быть менее суммы, эквивалентной ста размерам месячного расчетного показателя на дату представления документов для государственной регистрации товарищества.

Товариществом с дополнительной ответственностью признается товарищество, участники которого отвечают по его обязательствам своими вкладами в уставный капитал, а при недостаточности этих сумм дополнительно принадлежащим им имуществом в размере, кратном внесенным ими вкладам. Предельный размер ответственности участников предусматривается в уставе. При банкротстве одного из участников его ответственность по обязательствам товарищества распределяется между остальными участниками пропорционально их вкладам, если иной порядок распределения ответственности не предусмотрен учредительными документами. В остальном, к товариществу с дополнительной ответственностью применяются правила настоящего Кодекса о товариществе с ограниченной ответственностью, поскольку иное не предусмотрено настоящей статьей.

Заметим, что различий в налогообложении доходов коммерческих структур и некоммерческих организаций, показывающих получение дохода, практически нет. В обоих случаях ведется бухгалтерия, отчетность необходимо сдавать в установленные сроки.

**Наиболее удобной и выгодной формой организации бизнеса представляется создание товарищества с ограниченной ответственностью. Эта наиболее эффективная правовая конструкция создания бизнеса.**

**Именно в форме «Товарищества с ограниченной ответственностью» в настоящее время создается наибольшее количество организаций малого и среднего бизнеса.**

## **9. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ**

### *9.1. СЕБЕСТОИМОСТЬ УСЛУГ И ЕЕ СОСТАВЛЯЮЩИЕ*

При определении полной себестоимости в целом по историческому культурно-развлекательному комплексу были учтены следующие факторы:

- объемы расхода в натуральном выражении сырья, материалов энергоносителях, оборудования и различных предметах, необходимых для реализации всего комплекса услуг (см. пункт 6 настоящего бизнес-плана);
- текущие, на дату подготовки бизнес-плана, цены на сырье, материалы и энергоресурсы (см. пункт 6 настоящего бизнес-плана);
- данные по численности и заработной плате персонала комплекса (представлены в таблице №16);
- стоимость прочего хозяйственного инвентаря (см. пункт 6 настоящего бизнес-плана);
- методика списания на издержки производства затрат по приобретенному хозяйственному инвентарю со сроком службы до 1 года для позиций: "постельное белье со сроком службы до 1 года для постоянного двора", "санитарно-гигиенические средства многоразового использования для постоянного двора", "столовое белье со сроком службы до 1 года для ресторана" (100% затрат списываются ежегодно, так как период полного оборота указанных предметов инвентаря составляет 1 год);
- методика списания на издержки производства затрат по приобретенному хозяйственному инвентарю для позиции "постельное белье со сроком службы до 5 лет для постоянного двора" (50% затрат списываются при вводе актива в эксплуатацию, оставшиеся 50% стоимости указанных предметов инвентаря списываются в 5-й год их эксплуатации);
- методика списания на издержки производства затрат по приобретенному хозяйственному инвентарю для позиции "набор столовых приборов и посуды для ресторана" (50% затрат списываются при вводе актива в эксплуатацию, оставшиеся 50% стоимости указанных предметов инвентаря списываются равными суммами на протяжении последующих 4-х лет их эксплуатации);
- методика списания на издержки производства затрат по приобретенному хозяйственному инвентарю со сроком службы до 1 года для позиций: "столовое белье со сроком службы до 1 года для харчевни" (100% затрат списываются ежегодно, так как период полного оборота указанных предметов инвентаря составляет 1 год);
- методика списания на издержки производства затрат по приобретенному хозяйственному инвентарю для позиции "набор столовых приборов и посуды для харчевни" (50% затрат списываются при вводе актива в эксплуатацию, оставшиеся 50% стоимости указанных предметов инвентаря списываются равными суммами на протяжении последующих 4-х лет их эксплуатации);

- стоимость прочего хозяйственного инвентаря по всем позициям устанавливается поставщиками в тенге;

**Таблица №16**

**ШТАТНОЕ РАСПИСАНИЕ ИСТОРИЧЕСКОГО КУЛЬТУРНО-РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСА**

<b>Категория персонала</b>	<b>Сфера занятости</b>	<b>Численность</b>	<b>Месячный оклад (в тенге)</b>
<b>1. Руководители, специалисты и служащие</b>			
Директор	В целом по комплексу	1	1 000 000
Заместитель директора	В целом по комплексу	1	700 000
Главный бухгалтер	В целом по комплексу	1	400 000
Бухгалтер ТМЦ	В целом по комплексу	1	200 000
Бухгалтер по заработной плате	В целом по комплексу	1	200 000
Бухгалтер по расчётам с поставщиками	В целом по комплексу	1	200 000
Бухгалтер-кассир	В целом по комплексу	1	200 000
Юрист	В целом по комплексу	1	300 000
Маркетолог	В целом по комплексу	1	300 000
Административный менеджер	В целом по комплексу	1	200 000
Офис-менеджер	В целом по комплексу	1	150 000
HR-менеджер	В целом по комплексу	1	200 000
IT-специалист	В целом по комплексу	1	300 000
Начальник службы безопасности	В целом по комплексу	1	200 000
Заместитель начальника службы безопасности	В целом по комплексу	1	150 000
Сотрудники службы безопасности	В целом по комплексу	10	10 00 000

Администратор постоянного двора	Постоялый двор	1	100 000
Администратор ресторана	Ресторан	1	100 000
Администратор харчевни	Харчевня	1	100 000
Администратор клуба исторической реконструкции и фехтования	Клуб исторической реконструкции и фехтования	1	100 000
Заведующий складом	Склад	1	80 000
Водитель	В целом по комплексу	8	800 000
<b>2. Основной производственный персонал</b>			
Горничная	Постоялый двор	2	120 000
Портье	Постоялый двор	1	70 000
Шеф повар	Ресторан и харчевня	2	200 000
Повар	Ресторан и харчевня	2	160 000
Официант	Ресторан и харчевня	20	1 000 000
Бармен	Ресторан и харчевня	2	120 000
Электрик	В целом по комплексу	1	90 000
Слесарь	В целом по комплексу	1	90 000
Уборщица	В целом по комплексу	2	100 000
Дворник	В целом по комплексу	2	100 000
Инструктор клуба исторической реконструкции и фехтования	Клуб исторической реконструкции и фехтования	1	60 000
Инструктор по фехтованию	Клуб исторической реконструкции и фехтования, в целом по комплексу	2	120 000
Инструктор по стрельбе	Клуб исторической	2	120 000

	реконструкции и фехтования, в целом по комплексу		
Инструктор по верховой езде	В целом по комплексу	2	120 000
Инструктор турнирного поля	Турнирное поле	1	60 000
Инструктор по охоте	В целом по комплексу	1	60 000
Кузнец	В целом по комплексу	3	180 000
Швея	В целом по комплексу	3	180 000
Видеооператор	В целом по комплексу	2	120 000
Фотограф	В целом по комплексу	2	120 000
Ведущие	В целом по комплексу	2	120 000
Актёры	В целом по комплексу	10	600 000
Гид	В целом по комплексу	2	120 000
Продавцы	В целом по комплексу	2	120 000
Музыканты	В целом по комплексу	8	400 000
Рыцари, крестоносцы, трубадуры, менестрели	Выезды	20	1 200 000
<b>3. Вспомогательный персонал</b>			
Кухонные рабочие	Ресторан	6	300 000
Кухонные рабочие	Харчевня	6	300 000
Рабочие конного двора	Конный двор	2	100 000
<b>Итого по всем категориям персонала:</b>		<b>150</b>	<b>12 030 000</b>

Необходимая штатная численность по каждой категории персонала обуславливается набором услуг нового комплекса и технологией их предоставления. Размеры ежемесячных окладов по каждой группе работников обусловлены сложившейся, на сегодняшний день, ситуацией в данной отрасли на рынке труда. Будет создано 150 новых рабочих мест.

Расчет себестоимости и текущих затрат по проекту для первого года его эксплуатации осуществлен в таблице №17.

**Таблица №17**

**СЕБЕСТОИМОСТЬ И ПОЛНЫЕ ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ЗАТРАТЫ ДЛЯ ПЕРВОГО ГОДА ЭКСПЛУАТАЦИИ**

<b>Наименование статьи затрат</b>	<b>Сумма затрат</b>
<b>1. Ежегодные затраты</b>	
САНИТАРНО-ГИГИЕНИЧЕСКИХ СРЕДСТВА ОДНОРАЗОВОГО ПРИМЕНЕНИЯ И ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ	198 125 000 тенге
ПРОЧИЙ ХОЗЯЙСТВЕННЫЙ ИНВЕНТАРЬ, КРОМЕ СТОЛОВОЙ ПОСУДЫ ДЛЯ РЕСТОРАНА	27 800 000 тенге
НАБОР СТОЛОВЫХ ПРИБОРОВ И ПОСУДЫ ДЛЯ РЕСТОРАНА (СЮДА ВКЛЮЧЕНО: КЕРАМИЧЕСКАЯ ПОСУДА И СТОЛОВЫЙ НАБОР) СУММА БУДЕТ ОБЩЕЙ: ЗА ПОЛНЫЙ КОМПЛЕКТ КЕРАМИЧЕСКОЙ ПОСУДЫ И СТОЛОВОГО НАБОРА	30 000 000 тенге
ПРОЧИЙ ХОЗЯЙСТВЕННЫЙ ИНВЕНТАРЬ, КРОМЕ СТОЛОВОЙ ПОСУДЫ ДЛЯ ХАРЧЕВНИ	150 000 000 тенге
НАБОР СТОЛОВЫХ ПРИБОРОВ И ПОСУДЫ ДЛЯ ХАРЧЕВНИ (СЮДА ВКЛЮЧЕНА: КЕРАМИЧЕСКАЯ ПОСУДА И СТОЛОВЫЙ НАБОР) ЦЕНА БУДЕТ ОБЩЕЙ: ЗА ПОЛНЫЙ КОМПЛЕКТ КЕРАМИЧЕСКОЙ ПОСУДЫ И СТОЛОВОГО НАБОРА	120 000 000 тенге
ПОКУПКА СРЕДНЕВЕКОВЫХ ДОСПЕХОВ, ЩИТОВ, ОРУЖИЯ ПРОЧЕЙ ЭКИПИРОВКИ,	56 000 000 тенге

КУЗНЕЧНЫХ ИНСТРУМЕНТО, ЛОШАДЕЙ И КРОЛИКОВ ДЛЯ ОХОТЫ (цены за каждую категорию будут общими)	
<b>Итого на ежегодные затраты</b>	<b>581 925 000 тенге</b>
<b>2. Ежемесячные затраты</b>	
ЗАРАБОТНАЯ ПЛАТА ВСЕГО ПЕСРОНАЛА	16 110 000 тенге в месяц
ПОКУПКА СТАЛИ, МЕДИ, ЛАТУНИ, БРОНЗЫ, УГЛЯ, КОЖИ, ТКАНЕЙ, СЕНА, ЗЕРНА, ЯЧМЕНЯ, ОВСА	38 029 000 тенге
ПОКУПКА КАНЦЕЛЯРСКИХ ТОВАРОВ	50 160 000 тенге
ПОТРЕБЛЕНИЕ ЭНЕРГОРЕСУРСОВ И ГАЗА	300 000 000 тенге
ПОКУПКА ИНСТРУМЕНТОВ, ЭЛЕКТРОИНСТРУМЕНТОВ, КРЕПЁЖНЫХ МАТЕРИАЛОВ, ЛАКОКРАСОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ И АКСЕССУАРОВ, ХОЗЯЙСТВЕННЫХ ТОВАРОВ, ХОЗЯЙСТВЕННОГО ИНВЕНТАРЯ, САНТЕХНИЧЕСКИХ ТОВАРОВ, ЭЛЕКТРИЧЕСКИХ ТОВАРОВ (цены за каждое наименование товара будут общими)	7 313 832 тенге
Налоги	30 000 000 тенге
<b>Итого на ежемесячные затраты</b>	<b>441 612 832 тенге</b>
<b>3. Разовые затраты на покупку</b>	
ПОКУПКА ОФИСНОЙ МЕБЕЛИ	33 944 420 тенге

Подтаблица № 1. КОМПЬЮТЕРОВ, НОУТБУКОВ, АКУСТИЧЕСКИХ СИСТЕМ, ОРГТЕХНИКИ, ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ	75 171 646 тенге
ПОКУПКА ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБОРУДОВАНИЯ	15 748 380 тенге
Покупка Съёмочное оборудование	195 998 761 тенге
4. Оборудование для видеонаблюдения	30 000 000 тенге
5. Оборудование пожарной и охранной сигнализации	25 000 000 тенге
6. Оборудование для пожаротушения	20 000 000 тенге
Покупка Аудио/видео оборудования	100 000 000 тенге
<b>Итого на покупку</b>	<b>495 863 207 тенге</b>
<b>4. Затраты на реализацию проекта</b>	

Подготовка ТЭО	20 000 000 тенге
Подготовка проектно-сметной документации	30 000 000 тенге
Приобретение земли	400 000 000 тенге
Подготовка и облагораживание территории	300 000 000 тенге
Строительство зданий и сооружений	5 000 000 000 тенге
Оснащение зданий и сооружений	400 000 000 тенге
Доставка материалов и оснащения	300 000 000 тенге
Коммуникационная инфраструктура	300 000 000 тенге
Изготовление баннеров	50 000 000 тенге

Изготовление билбордов	50 000 000 тенге
Дополнительно заложить	3 150 000 000 тенге
<b>Итого на реализацию проекта</b>	<b>10 000 000 000 тенге</b>
<b>Всего на проект нужно</b>	<b>11 519 401 039 тенге</b>

Следует отметить, что в первый год эксплуатации проекта предполагается достичь 80% от планируемого объема всех предоставляемых услуг. В связи с этим, расход ресурсов по таким статьям затрат, как санитарно-гигиенические средства одноразового применения для постоянного двора, продукты питания для ресторана и харчевни, также составляет 80% от расходов по этим же статьям в каждый последующий год.

#### *10.2. ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕНЫ НА УСЛУГИ. ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ УСЛУГ ПО ЦЕНЕ*

Формирование цены на услуги нового комплекса складывается из рассмотрения двух составляющих:

- сложившихся цен на аналогичные виды услуг на рынке
- цен на продукты питания для ресторана и харчевни.

Цены на все виды предоставляемых услуг рассматриваемого комплекса устанавливаются, исходя из существующих расценок на аналогичные услуги на начало 2021 года. Информация по текущим ценам на соответствующие виды услуг представлена в разделе 7.2. настоящего бизнес-плана.

Стоимость услуг исторического культурно-развлекательного комплекса приведена в таблице №18.

**Таблица №18**

#### **СТОИМОСТЬ УСЛУГ ИСТОРИЧЕСКОГО КУЛЬТУРНО-РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСА (В МЕСЯЦ И В ГОД)**

Наименование услуг	Цена услуг (в тенге)	Количество клиентов в месяц (в среднем)	Сумма услуг в месяц (в тенге)	Сумма услуг в год (в тенге)
<b>1. Средневековые витражи - программа</b>	Билеты: взрослый – 1000, детский – 500	400	600 000	7 200 000
<b>2. Комедийные</b>	Билеты:	400	600 000	7 200 000

<b>средневековые фарсы – театрализованные постановки</b>	взрослый – 1000, детский – 500			
<b>3. Комбинация различных выступлений:</b>				
fair-show – работа с живым огнем с использованием различных снарядов (горящие шесты, веера, пои, «огнедышащий дракон», огнемет)	Билеты: взрослый – 1000, детский – 500	400	600 000	7 200 000
танцы Средневековья, Ренессанса, а также Византии и Востока	Билеты: взрослый – 1000, детский – 500	400	600 000	7 200 000
постановочные бои на различных оружиях – мечи, топоры, копья, факела	Билеты: взрослый – 1000, детский – 500	400	600 000	7 200 000
демонстрация жизни средневекового лагеря - шатры, кухня, повседневный быт.	Билеты: взрослый – 1000, детский – 500	400	600 000	7 200 000
<b>4. Работа со зрителями:</b>				
облачение в рыцарский светский костюм либо боевой доспех; <b>(примечание: клиенты, облачённые в доспехи могут выступать в бугуртах, турнирах и боях)</b>	5000	400	2 000 000	24 000 000
угадывание названий и назначений вещей эпохи Средневековья;	1000	400	400 000	4 800 000
стрельба из пращи, лука, арбалета, самострела, аркебузы, мушкета	2000	400	800 000	9 600 000

метание бревна, копий и франциск;				
бои на специальных безопасных мечях со зрителями и т.д.	1000	400	400 000	4 800 000
традиционные исторические игры и забавы. Состязания на силу, ловкость и меткость между гостями центра.	1000	400	400 000	4 800 000
<b>5. Эксклюзивные программы:</b>				
посвящение в рыцари по всем правилам Средневековья;	5000	400	2 000 000	24 000 000
торжественное поздравление с Днём свадьбы, днём рождения, вручение цветов и т.д.;	5000	400	2 000 000	24 000 000
обучение фехтованию, стрельбы из лука, арбалета, историческим танцам возможна работа под живую музыку:	2000	400	800 000	9 600 000
<b>б. Аренда одежды, вещей, прокат лошадей, а также праздничное оформление помещений в средневековом стиле:</b>				
оружие, щиты и доспехи;	3000	400	1 200 000	14 400 000
флаги, знамена, гербы, боевые стяги, штандарты;	1500	400	600 000	7 200 000
одежда и украшения.	1000	400	400 000	4 800 000
конный двор	500	400	200 000	2 400 000

<b>7. Изготовление на заказ, костюмов, оружия и доспехов:</b>				
Одноручный меч	5 000	100	500 000	6 000 000
Полуторный меч	5 000	100	500 000	6 000 000
Двуручный меч	5 000	100	500 000	6 000 000
Топор	7 000	100	700 000	8 400 000
Секира	7 000	100	700 000	8 400 000
Копьё	7 000	100	700 000	8 400 000
Пика	7 000	100	700 000	8 400 000
Алебарда	7 000	100	700 000	8 400 000
Бердыш	7 000	100	700 000	8 400 000
Праща	8 000	100	800 000	9 600 000
Лук	8 000	100	800 000	9 600 000
Арбалет	8 000	100	800 000	9 600 000
Самострел	8 000	100	800 000	9 600 000
Шлем	10 000	100	1 000 000	12 000 000
Хауберг	10 000	100	1 000 000	12 000 000
Шапель	10 000	100	1 000 000	12 000 000
Латы	15 000	100	1 500 000	18 000 000
Кираса	15 000	100	1 500 000	18 000 000
Бригандина	15 000	100	1 500 000	18 000 000
Нагрудник	15 000	100	1 500 000	18 000 000
Кольчуга	15 000	100	1 500 000	18 000 000
Сабатоны – пара	6 000	100	600 000	7 200 000
Наколенники – пара	6 000	100	600 000	7 200 000
Наголенники – пара	6 000	100	600 000	7 200 000
Налокотники – пара	6 000	100	600 000	7 200 000
Наплечники - пара	6 000	100	600 000	7 200 000
Наручи – пара	6 000	100	600 000	7 200 000
Рукавицы - пара	6 000	100	600 000	7 200 000
Латные руки – пара	6 000	100	600 000	7 200 000
Латные ноги - пара	6 000	100	600 000	7 200 000

Варежки – пара	6 000	100	600 000	7 200 000
Перчатки – пара	6 000	100	600 000	7 200 000
Доспех римского легионера	20 000	100	2 000 000	24 000 000
Мужской средневековый костюм	5 000	100	500 000	6 000 000
Женский средневековый костюм	5 000	100	500 000	6 000 000
Детский средневековый костюм	5 000	100	500 000	6 000 000
Поддоспешник	4 000	100	400 000	4 800 000
Подшлемник	4 000	100	400 000	4 800 000
Набедренник	4 000	100	400 000	4 800 000
Стеганка	4 000	100	400 000	4 800 000
Круглый щит	8 000	100	800 000	9 600 000
Треугольный щит	8 000	100	800 000	9 600 000
Миндалевидный щит	8 000	100	800 000	9 600 000
Щит скутум	8 000	100	800 000	9 600 000
Щит баклер	8 000	100	800 000	9 600 000
Доспехи для лошади	30 000	100	3 000 000	36 000 000
Панцирь	5 000	100	500 000	6 000 000
Набрюшник	5 000	100	500 000	6 000 000
Арминг-дублет	5 000	100	500 000	6 000 000
Сумочка поясная	1 000	100	100 000	1 200 000
Кошель поясной кожаный	2 000	100	200 000	2 400 000
Хатангу дегель (монгольский)	5 000	100	500 000	6 000 000
<u>Боевой пехотный гамбизон</u>	5 000	100	500 000	6 000 000
Горжет	5 000	100	500 000	6 000 000
Кистень	5 000	100	500 000	6 000 000
Кинжал	5 000	100	500 000	6 000 000
Нож	5 000	100	500 000	6 000 000
Сабля	5 000	100	500 000	6 000 000
Ножны	5 000	100	500 000	6 000 000
Колчан	2 000	100	200 000	2 400 000

Стрела	100	100	10 000	120 000
Арбалетный болт	200	100	20 000	240 000
<b>8. Продажа сувениров:</b>				
индугенция, грамота, письмо возлюбленной и др. (индивидуальная работа в единственном экземпляре - специальная бумага, ручное письмо и роспись, печать из сургуча)	4000	400	1 600 000	19 200 000
фотоальбомы (средневековая стилизация – латунь, кожа, металл, дерево)	2000	400	800 000	9 600 000
медальоны, талисманы, медали и т.д. (латунь, медь)	2000	400	800 000	9 600 000
кольца, браслеты, а также наконечники, оружие и др. (латунь, медь, титан)	1000	400	400 000	4 800 000
<b>9. Посещение ремесленных подворий:</b> по пошиву одежды, по изготовлению предметов быта, по изготовлению прочих средневековых вещей, по изготовлению керамических и глиняных посуды	Билеты: взрослый – 1000, детский – 500	400	600 000	7 200 000
<b>10. Посещение постоялого двора:</b>				
30 одноместных номеров	8000 тенге /сутки	30	240 000	2 880 000
20 двухместных номеров	10000 тенге/сутки	40	400 000	4 800 000
20 VIP одноместных номеров	14000 тенге/сутки	20	280 000	3 360 000
20 VIP двухместных номеров	15000 тенге/сутки	40	600 000	7 200 000

20 одноместных королевских номеров	18000 тенге/сутки	20	360 000	4 320 000
20 двухместных королевских номеров	20000 тенге/сутки	40	800 000	960 000
20 одноместных императорских номеров	22000 тенге/сутки	20	440 000	5 280 000
20 двухместных императорских номеров	25000 тенге/сутки	40	1 000 000	12 000 000
Посещение ресторана	8000	500	4 000 000	48 000 000
<b>11. Посещение харчевни</b>	4000	2000	8 000 000	96 000 000
<b>12. Фото в исторических костюмах</b>	500	400	200 000	2 400 000
<b>13. Выездные мероприятия:</b>				
участие в бугурте (полевое сражение)	6000	800	4 800 000	57 600 000
участие в военном походе	7000	800	5 600 000	67 200 000
участие в крестовом походе	8000	800	6 400 000	76 800 000
участие в военных конфликтах 4-17 веков	9000	800	7 200 000	86 400 000
осада и штурм замка (стрельба из баллисты, катапульты, требучета, бомбарды, серпентины, кулеврины и пушки)	10000	800	8 000 000	96 000 000
<b>14. Посещение музея истории</b>	Билеты: взрослый – 1000, детский – 500	400	600 000	7 200 000
<b>15. Запись по желанию клиентов в клуб исторической реконструкции и фехтования</b>				
Ежемесячная плата:	3000 тенге	500	1 500 000	18 000 000

Годовой абонемент для членов клуба	30000 тенге	500	15 000 000	180 000 000
Разовая плата для клиентов комплекса	4000 тенге	1000	4 000 000	48 000 000
Годовой абонемент для клиентов комплекса, которые не являются членами клуба	40000 тенге	500	20 000 000	240 000 000
<b>16. Охота</b>	3000	400	1 200 000	14 400 000
<b>17. Видеосъемка</b>	5000	400	2 000 000	24 000 000
<b>18. Услуги рыцарей, крестоносцев, трубадуров и менестрелей:</b>				
Свадьба	50000	50	2 500 000	30 000 000
Юбилей	40000	50	2 000 000	24 000 000
День рождение	35000	50	1 750 000	21 000 000
Вечеринка	30000	50	1 500 000	18 000 000
Корпоратив	25000	50	1 250 000	15 000 000
Тимбилдинг	20000	50	1 000 000	12 000 000
<b>19. Услуги для корпоративных клиентов:</b> пункты: 5, 6, 10, 11, 12, 13, 14, 16, 17 и 18 таблицы №18	150000	500	75 000 000	900 000 000
<b>20. Парковка</b>	50 тенге с машины	3600 машин	180 000	2 160 000
<b>21. Сдача торговых и прочих площадей арендаторам</b>	150 000 тенге с арендатора	150	22 500 000	270 000 000
<b>Итого:</b>			<b>263 430 000 тенге</b>	<b>3 161 160 000 тенге</b>

Таблица №19

## ЕЖЕГОДНЫЕ ДОХОДЫ

<i>Ежегодные доходы парка</i>	
<b>2024</b>	<b>100 000 000</b>
<b>2025</b>	<b>200 000 000</b>
<b>2026</b>	<b>300 000 000</b>
<b>2027</b>	<b>400 000 000</b>
<b>2028</b>	<b>500 000 000</b>
<b>2029</b>	<b>600 000 000</b>
<b>2030</b>	<b>700 000 000</b>
<b>2031</b>	<b>800 000 000</b>
<b>2032</b>	<b>900 000 000</b>
<b>2033</b>	<b>1 000 000 000</b>
<b>2034</b>	<b>1 300 000 000</b>
<b>2035</b>	<b>1 600 000 000</b>
<b>2036</b>	<b>2 000 000 000</b>
<b>2037</b>	<b>2 200 000 000</b>
<b>2038</b>	<b>2 400 000 000</b>
<b>2039</b>	<b>2 600 000 000</b>
<b>2040</b>	<b>2 800 000 000</b>
<b>2041</b>	<b>3 000 000 000</b>

Таким образом, сложившиеся в настоящее время на рынке средние цены на указанные виды услуг в полной мере соответствуют запланированным для исторического культурно-развлекательного комплекса, т.к. разница в **2 277 981 060** тенге с лихвой позволит рассчитаться с налогами, банковскими кредитными ставками, прочими (указанными в таблицах) расходами за 4 года и полностью окупить все понесенные затраты, получив взамен выстроенную привлекательную бизнес-схему.

### *10.3. ТЕНДЕНЦИИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ*

Среди факторов, определяющих тенденции формирования цены на услуги исторического культурно-развлекательного комплекса основными являются следующие:

- цены на энергоносители (стоимость коммунальных платежей);
- цены на продукты питания;
- тенденции, складывающиеся на алматинском рынке услуг социально-культурного характера.

При планировании деятельности исторического культурно-развлекательного комплекса следует ориентироваться на существующий уровень цен, индексируя их в зависимости от изменения указанных факторов

## ***11. ПОСТАВЩИКИ***

Для полноценного обеспечения процесса, связанного с предоставлением всех рассматриваемых услуг, требуется поставка следующего оборудования и материалов:

- необходимое технологическое оборудование, включая предметы интерьера;
- санитарно-гигиенические средства одноразового применения, используемые клиентами постоянного двора;
- продукты питания, используемые для приготовления пищи в ресторан и харчевни;
- предметы хозяйственного инвентаря, находящегося постоянно в обороте (постельное белье для постоянного двора, санитарно-гигиенические средства многократного употребления для постоянного двора, белье для точек питания, столовые принадлежности и посуда).

В качестве выбора поставщиков предметов прочего хозяйственного инвентаря планируется заключение договоров со столичными и Казахстанскими компаниями, специализирующимися на продаже указанных материальных ресурсов профессионального уровня, при условии соответствия последних требуемым эксплуатационным качествам.

Закупки таких материальных ресурсов, как санитарно-гигиенические средства одноразового применения, используемые клиентами постоянного двора, и продукты питания, используемые для приготовления пищи в ресторане и харчевни, планируется осуществлять через поставщиков.

Оплату сырья и материалов планируется осуществлять по факту поставки. Сроки поставки по каждому виду материальных ресурсов определяются отдельно.

## **12. МАРКЕТИНГ ПЛАН**

**Данный Тематический средневековый парк и город мастеров выдвигает следующие цели:**

1. Привлечь потенциальных клиентов, путём съёмки рекламных роликов, роликов сражений рыцарей, через СМИ, ТВ, радио, социальные сети.

2. Организовать план мероприятий (открытие комплекса, турниры, бугурты, праздничные мероприятия, шоу-программы, игры, соревнования, танцы, конкурсы, подарки).

3. Провести работу с корпоративными клиентами (крупные компании, охранные организации, учебные заведения).

4. Провести работу с постоянными клиентами.

5. Организовать для клиентов фестивали, выездные игры и провести батальные массовые сражения с использованием пиротехники.

На фестивалях есть место и ремеслам, таким как ткачество или крашение, и торговле и обмену опытом и просто общению. Кроме фестивалей проводятся рыцарские мероприятия, такие, как Битва при Грюнвальде. А всего можно проводить до 100 битв и сражений разных эпох. На них большее внимание уделяется боевому взаимодействию и получению адреналинового драйва. Выезды и сражения дают замечательную возможность оценить собственный уровень знания исторической реконструкции, а также с большой пользой провести время).

6. Продавать клиентам доспехи, оружие, костюмы и прочие средневековые изделия.

7. Предоставить клиентам огромный спектр услуг исторического культурно-развлекательного комплекса (далее просто комплекс).

8. Бесплатно раздавать клиентам буклеты, открытки и другие рекламные материалы.

9. Предоставить возможность каждому клиенту комплекса попасть на съёмочную площадку и сняться в фильме.

10. Организовать проведение тренировок для членов «клуба исторической реконструкции и фехтования»

Жизнь клуба немислимо представить без тренировок. Два раза в неделю, в любую погоду, члены клуба будем месить грязь или утапывать снег, приминать траву или поднимать брызги из луж. И учиться. Будут учиться владеть своим телом, наносить удары не получая их, метать с улицы в цель и быть одним целым в строю. Бег и бег с выполнением упражнений, отжимания и работа со скакалкой, работа с "балдой" и метательный бой, спарринги и отработка строевой работы.

Кому-то от природы дано многое. И сила, и выносливость, и реакция и чувство пространства и противника. А кто-то берет свое трудом и потом, упрямо пропускает удары, выбирая по одной бесценные крупинки опыта. И пускай он никогда не станет великим бойцом, но и не превратится в пивного живота.

Для участников клуба у нас будет установлена система повышения ранга, который они должны заслужить. И выполнение этого требования тоже нужно для дальнейшего развития. Да и как нам узнать человека по-настоящему, как не на тренировках, ведь впоследствии нам предстоит ручаться за него на общих мероприятиях.

11. Сохранить лояльность клиентов комплекса путём организации дней скидок и распродаж.

12. Увеличить ежегодный доход комплекса в два раза, за счёт посещения клиентами комплекса.

13. Разработать рекламную кампанию, подтверждающее конкурентное преимущество комплекса.

14. Создать для клиентов комплекса: широкий ассортимент предоставляемых услуг, уютный интерьер, приятную атмосферу, вкусную кухню.

15. Определить ключевую идею преимущества комплекса в отличие от конкурентов – огромный выбор предлагаемых услуг, праздничных и культурно-массовых мероприятий.

### **Стимулирование продаж**

Для успешного продвижения услуг на рынке будут применяться методы стимулирования продаж, которые создадут дополнительные конкурентные преимущества для комплекса. В качестве некоторых из них можно рассмотреть:

- Возможность приобретения услуги по безналичному расчету возможность для фирм оплачивать отдых своих сотрудников с максимальным удобством для себя;
- Скидки для постоянных клиентов и дополнительные услуги, предлагаемые бесплатно (доставка клиентов на выездные мероприятия);
- Карта комплекса, которая предоставляется постоянным клиентам;
- Проведение специализированных вечеринок и т.д.

Необходимо отметить, что реклама очень тесно связана с установившимся имиджем комплекса. Уделяется внимание культурно-развлекательным возможностям комплекса, их дальнейшему развитию.

### **Рекламная политика комплекса**

Исторический культурно-развлекательный комплекс «ЦИТАДЕЛЬ» будет, проводит активные рекламные кампании, целью которых является привлечение новых клиентов и обеспечения максимальной посещаемости. Для достижения этой цели будут использоваться следующие виды реклам: реклама на радио, телевидении, в печатных изданиях и в интернете.

### **13. СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ПЛАН НА 2025-2030 годы**

Для реализации целей маркетинга планируется использовать маркетинговые стратегии, предполагающие использование инструментов маркетинга с учётом факторов рынка, макросреды внутренней ситуации.

**Таблица №20**

<b>Область</b>	<b>Стратегия</b>
Услуга	В 2025 году расширить сферу услуг, праздников и культурно-массовых мероприятий. Повысить качество предоставляемых услуг. Закупить новое дополнительное оборудование
Цена	В 2026 году сохранить уровень цен на развлекательные услуги. Разработать новогоднюю систему скидок
Персонал	В 2026 году ввести специальную одежду для служащих, основного производственного персонала и вспомогательного персонала комплекса. Увеличить количество персонала до 450 человек
Арендаторы	В 2028 году увеличить число арендаторов до 600 человек
Кино	В 2025 году снять серию документальных фильмов о комплексе
Печатные издания	В 2025 году написать и выпустить в свет, каталоги, книги о комплексе
Распределение сбыта	В 2027 году начать поиск новых наиболее дешёвых поставщиков
Организационные изменения	В 2028 году увеличить время работы комплекса в будние и выходные дни
Открытие Тематический средневековый парк и город мастеров в других городах Республики Казахстан	В 2030 году открыть подобные комплексы в крупных городах Республики Казахстан

## 14. РЕАЛИЗАЦИЯ ПРОЕКТА

### 14.1. ПЛАН РЕАЛИЗАЦИИ

Предполагается, что реализация настоящего проекта займет период с ноябрь 2023 по март 2027 года. Далее приведен календарный план реализации проекта.

Таблица №21

#### Календарный план реализации проекта

Мероприятия	Месяц	Год
Подготовка ТЭО	Ноябрь-декабрь	2023
Подготовка проектно-сметной документации	Январь-февраль	2024
Рассмотрение ТЭО и решение вопроса финансирования	Март	2024
Разработка полного проекта - Тематический средневековый парк и город мастеров Туда входят: 1. Генеральный план - ГП. 2. Организация рельефа - ОР. 3. Архитектура - АР. 4. Технология - ТЧ. 5. Автоматизация - АВТ. 6. Отопление и вентиляция - ОВ. 7. Благоустройство и озеленение - Благ. 8. Водопровод и канализация - ВК. 9. Водостоки - Водост. 10. Конструктивные решения - КР. 11. Электрооборудование - ЭО. 12. Системы связи - СС. 13. Проект организации строительства - ПОС. 14. Сметная документация – Смет (СМЛ). 15. Сводный сметный расчет стоимости строительства - ССРСС. Дополнительные разделы, при необходимости: 16. Кондиционирование - Конд. 17. Вертикальный транспорт - ВТ. 18. Система охранной сигнализации - СОС.	12 месяцев Апрель 2024 – Апрель 2025	2024-2025 гг.
Получение денежных средств Местный бюджет Республиканский бюджет Частные инвестиции	Май	2025
Приобретение земли	Июнь	2025

Выбор генерального подрядчика и субподрядчика – выбор строительной компании	Июль	2025
Подготовка к строительно-монтажным работам	Август	2025
Строительно-монтажные работы	24 месяца	2025-2027
Закуп оборудования, монтаж	Январь	2027
Реклама	Февраль	2027
Поиск и найм персонала	Февраль	2027
Техническое открытие	Март	2027
Официальное открытие и начало работы	Март	2027

#### 14.2. ЗАТРАТЫ НА РЕАЛИЗАЦИЮ ПРОЕКТА

##### **Предпроизводственные расходы**

Оценка предпроизводственных затрат в 2023 -2027 годах представлена в таблице №22.

**Таблица №22**

<b>Статья затрат</b>	<b>Сумма затрат</b>
Подготовка ТЭО	20 000 000 тенге
Подготовка проектно-сметной документации	30 000 000 тенге
Приобретение земли	400 000 000 тенге
Подготовка и облагораживание территории	300 000 000 тенге
Строительство зданий и сооружений	5 000 000 000 тенге
Оснащение зданий и сооружений	400 000 000 тенге
Доставка материалов и оснащения	300 000 000 тенге
Коммуникационная инфраструктура	300 000 000 тенге

Изготовление баннеров	50 000 000 тенге
Изготовление билбордов	50 000 000 тенге
Дополнительно заложить	3 150 000 000 тенге
<b>Итого:</b>	<b>10 000 000 000 тенге</b>

Условия оплаты строительно-монтажных работ по проекту, а также, условия поставки и оплаты оборудования на сегодняшний день являются предметом дальнейшего согласования. Однако, предполагается, что к моменту сдачи проекта в эксплуатацию должна быть оплачена полная стоимость всех работ, включая стоимость поставленного оборудования.

После сдачи проекта в эксплуатацию технологически возможно достижение 100% планируемых объемов реализации услуг, однако, в первый год работы реально можно рассчитывать лишь на 80% от запланированного уровня. Это связано с необходимостью проведения ряда рекламных мероприятий для привлечения клиентов.

## ***15. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН ПРОЕКТА***

### *15.1. ДОХОДЫ*

Источниками доходов проекта является реализация всего спектра услуг исторического культурно-развлекательного комплекса, включая сдачу торговых и прочих площадей арендаторам.

Предполагаемые объемы реализации услуг и цены при достижении проектом планируемых показателей выручки, а также обоснование ценовых параметров представлены в таблице №18 текущего бизнес-плана.

### *15.2. ТЕКУЩИЕ (ПРЕДПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ) ЗАТРАТЫ*

Данные о предпроизводственных затратах указаны в таблице №22 текущего бизнес-плана.

### *15.3. ЧИСТАЯ ТЕКУЩАЯ СТОИМОСТЬ ПРОЕКТА И СРОК ОКУПАЕМОСТИ ПРОЕКТА*

**Текущая стоимость проекта (примерно) – 10 000 000 000 тенге,  
Срок окупаемости проекта – 120 месяцев**

Таким образом, приведенные результаты финансово-экономической оценки данного проекта свидетельствуют о высокой степени его привлекательности с точки зрения потенциального и целесообразного его дальнейшего развития.

## ***16. ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ***

### ***16.1. СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ И ЭКОЛОГИЧЕСКОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ***

#### ***А. Социально-экономическое значение проекта***

Реализация настоящего проекта относится к одной из смежных отраслей развития развлекательной инфраструктуры страны. Строительство Тематического средневекового парка и города мастеров «ЦИТАДЕЛЬ» позволит привлечь не только граждан Казахстана, но и привлечет иностранных туристов, желающих посмотреть на комплекс, что позволит укрепить дружбу между Казахстаном и остальным миром. Своевременное строительство комплекса с качественным обслуживанием позволит придать ещё большую привлекательность. Также в 2023, 2024 или 2025 гг. можно провести международные региональные исторические игры на примере Всемирных игр кочевников и Битвы наций.

#### **Реализация проекта предполагает:**

1. создание 150 новых рабочих мест,
2. поступление дополнительных доходов
3. развитие смежных отраслей экономики (торговля, строительство и т.д.)

#### **Среди социальных воздействий проекта можно выделить:**

создание условий для удовлетворения потребностей жителей и гостей в организации отдыха, питания, других развлекательных и культурно-массовых мероприятий и услуг, потребность в которых возникает при отсутствии качественного сервиса и разнообразных услуг в остальных торгово-развлекательных комплексах.

#### ***Б. Воздействие на окружающую среду***

Идея проекта не предусматривает при обустройстве исторического культурно-развлекательного комплекса «ЦИТАДЕЛЬ» какого-либо кардинального изменения окружающей среды.

При регулярном и своевременном вывозе твердых и жидких бытовых отходов загрязнение окружающей среды будет сведено к минимуму.

## 16.2. ИНФОРМАЦИЯ К СВЕДЕНИЮ

### **Где могут принимать участие клиенты комплекса и члены клуба исторической реконструкции и фехтования:**

В съёмках фильмов, клипов, рекламных роликов,  
Выступать на свадьбах, праздниках, корпоративах, днях рождениях, юбилеях, вечеринках, и тимбилдингах,  
На рыцарских турнирах и фестивалях,  
На различных городских и республиканских праздниках,

### **Социальная лестница клуба (иерархия):**

1. Рекрут - лицо, принятое на военную службу по воинской повинности или найму.
2. Ополченец - призванный на время войны крестьянин.
3. Оруженосец - сопровождающий и обслуживающий слуга при рыцаре.
4. Пеший воин – воин, облачённый в лёгкие доспехи и вооруженный топором и щитом баклером.
5. Мечник – воин, вооруженный мечом, а также историческая должность в некоторых государствах.
6. Цвайхандер – немецкий ландскнехт вооружённый двуручным мечом.
7. Туркопол - (“сын Турков”) конный лучник, нанимавшийся христианскими государствами Восточного Средиземноморья.
8. Туркопольер - лидер туркопола, по званию выше сержантов. Тамплиеры использовали их как командующих наёмной кавалерией ордена и братьями-сержантами.
9. Крестоносец – воин-участник Крестовых походов, который нашивал матерчатый красный крест на плечо. Причем он являлся знаком определенных привилегий - он освобождался от податей и налогов, его имущество и семью под покровительство брала Церковь.
10. Конный крестоносец – всадник, оседлавший лошадь, как в походе, так и в битвах.
11. Рыцарь – тяжёловооружённый воин.
12. Конный рыцарь - это элитная королевская стража. Комбинация кольчуг, защищенных лошадей и копий делает их достаточно грозными, но их преданность в служении Королю делает их воистину страшными! Короли и принцы командовали маленькими группами этих рыцарей.
13. Рыцарь-феодал - воин, который получает земли в награду за свою военную службу. Он с детства тренировался, чтобы стать рыцарем, и теперь держит политическую и военную власть в своих железных руках.
14. Сержант - младшее командирское звено, профессиональный воин небогатого происхождения в составе замкового гарнизона.
15. Капитан – старшее командирское звено.
16. Генерал – высшее командирское звено.
17. Маршал – командующий армией.
18. Сквайр – второй слуга рыцаря, обладавший собственным гербом, выше оруженосца по званию.
19. Шевалье – французский всадник, кавалер.

20. Барон - крупный владетельный дворянин и феодальный сеньор, непосредственный вассал короля.
21. Виконт – заместитель графа.
22. Граф - должностное лицо, представляющее власть короля в графстве.
23. Маркиз – титул, который даётся старшему сыну герцога.
24. Ландмейстер - руководящая должность во владениях Тевтонского ордена на территории, завоёванных орденом прусских земель в 13 — начале 14 века
25. Гроссмейстер или Магистр – глава рыцарского ордена, (глава клуба, имеет право быть императором, как избранным, так и самопровозглашенным).
26. Курфюрст - имперский князь, за которым с 13 века было закреплено право избрания императора. (Германия).
27. Герцог - крупный феодальный владетель, третье лицо в королевстве, либо в империи.
28. Принц – наследник короля, либо императора, второе лицо в королевстве либо в империи.
29. Король - титул монарха, обычно наследственный, но иногда выборный, глава королевства.
30. Император – глава империи. Самый высший титул в иерархической лестнице.

**Перечень необходимых документов для вступления в клуб исторической реконструкции и фехтования:**

Копия документа, удостоверяющего личность, паспорта, либо свидетельства о рождении,

Медицинская анкета для взрослых,

Медицинская анкета для детей,

5 фотографий 3x4

**График работы исторического культурно-развлекательного комплекса «ЦИТАДЕЛЬ»**

Ежедневно с 10.00 до 22.00

## ***ПРИЛОЖЕНИЯ***

**Варианты примерных изображений будущего Тематического средневекового парка и города мастеров**

**Bicolline – Канада**





Франция - Ру Де Фуу



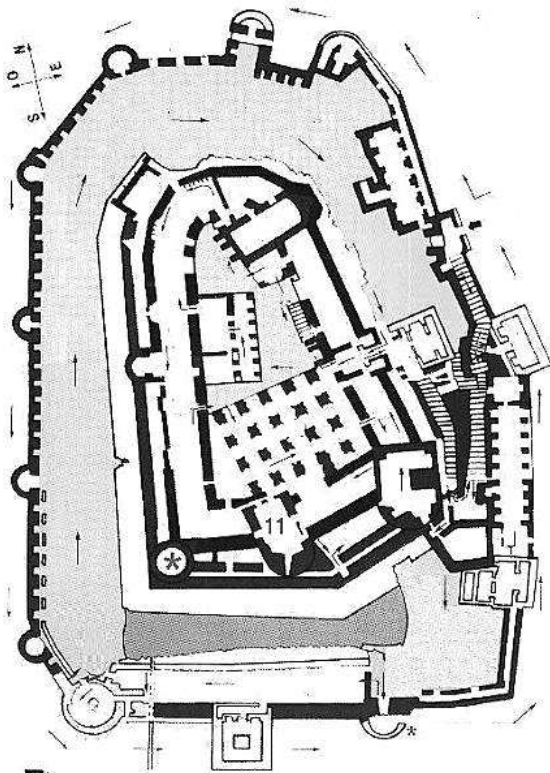




**Первый вариант: Цитадель Крак де Шевалье:**



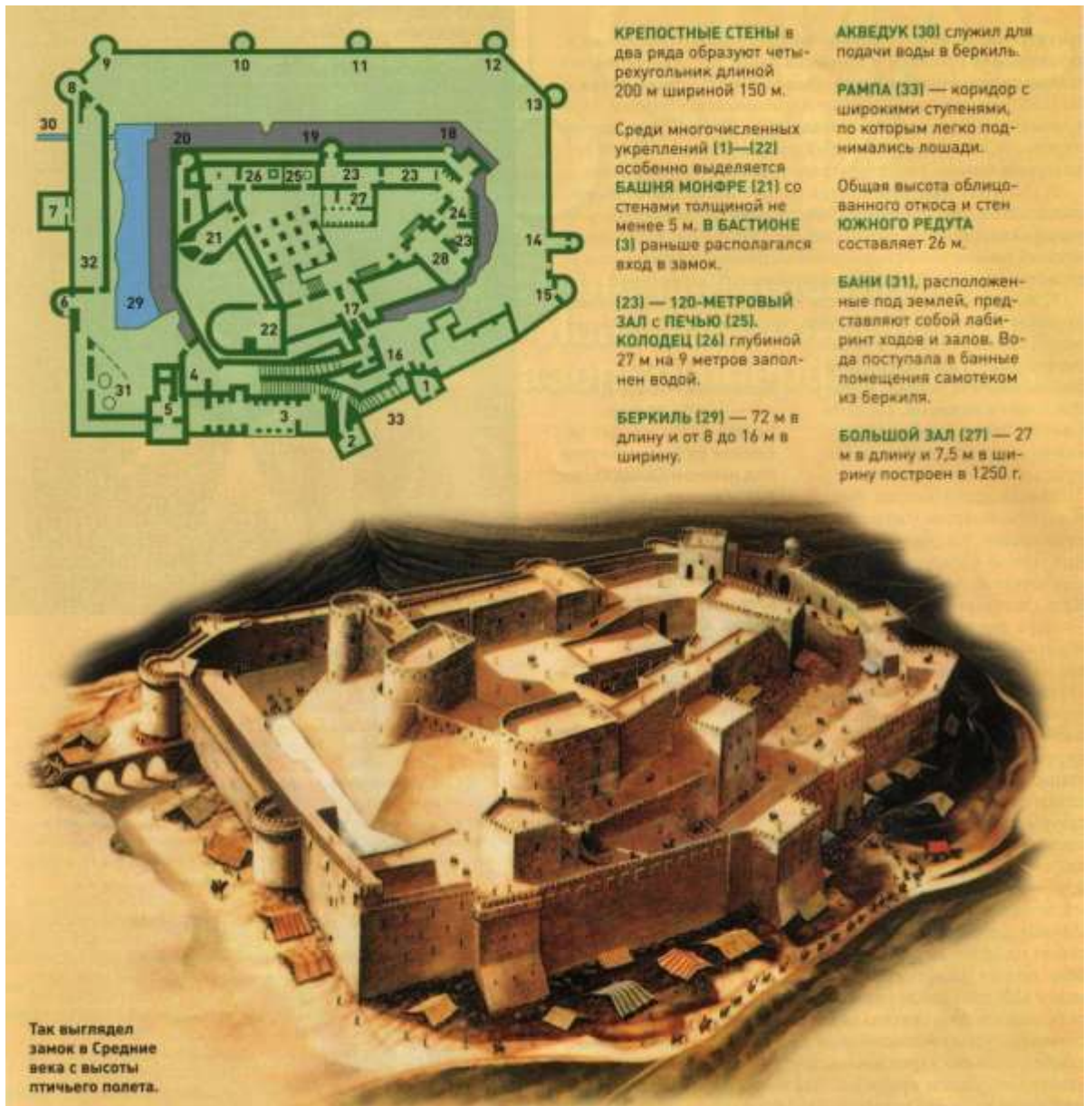
**Цитадель: Крак де Шевалье**



Цитадель: Крак де Шевалье, вид сверху



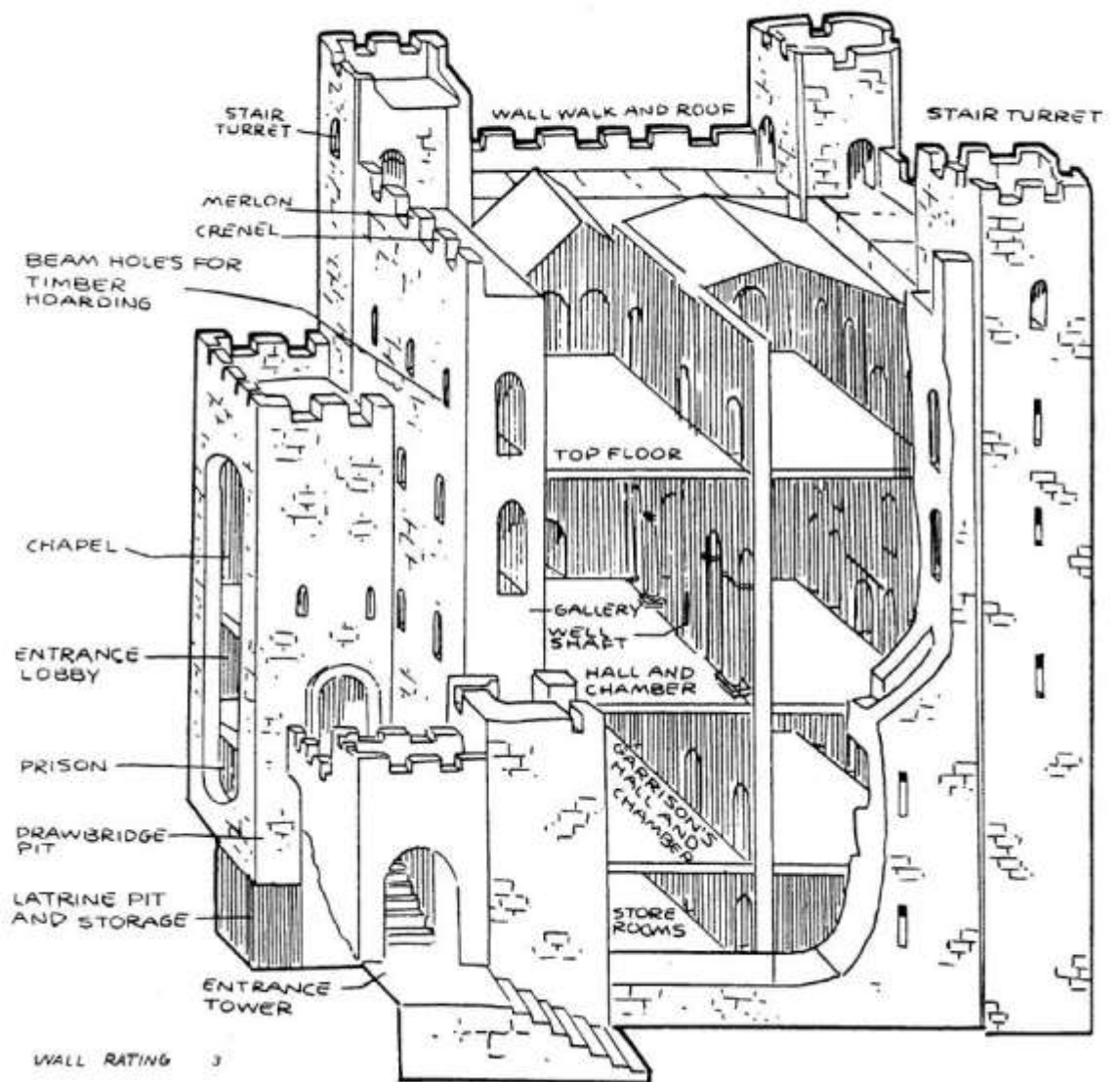
Цитадель: Крак де Шевалье, современный вид



Цитадель: Крак де Шевалье, схема и сам замок

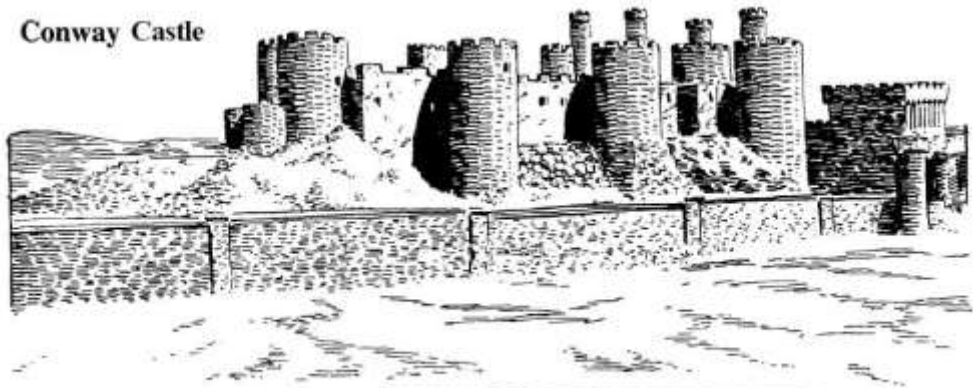
## 2 вариант: Замок Rochester

### Rochester Castle



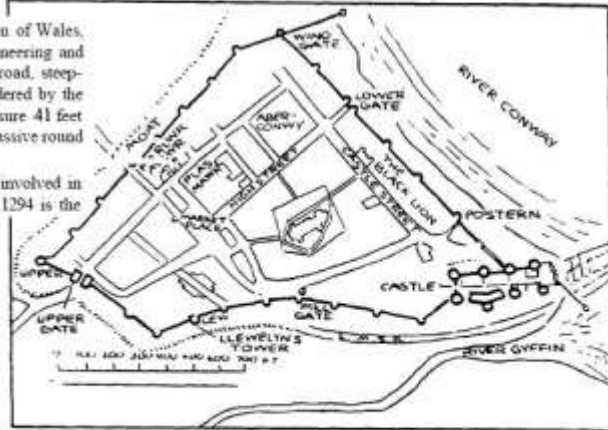
## 3 вариант: Замок Конвэй

# Conway Castle



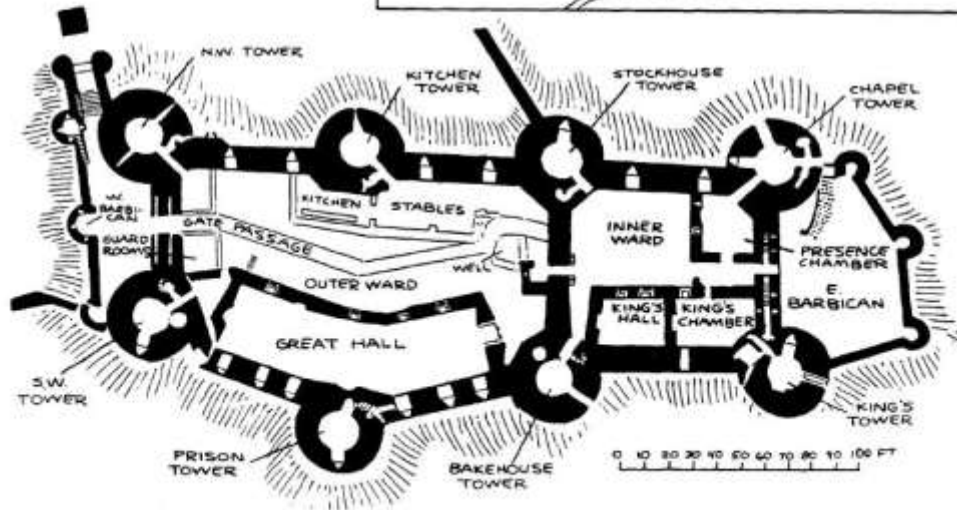
Began in 1283 as part of Edward I's subjugation of Wales, Conway is one of the masterpieces of military engineering and design. Completed in 1292, Conway stands on a broad, steep-sided rock to the southwest of the town and is bordered by the river Conway, and the Gyffin brook. The walls measure 41 feet (12.5m) thick in some locations, and connect right massive round towers.

As with most large castles, Conway was never involved in serious combat. A short siege by Welsh rebels in 1294 is the only notable military event in the castle's history.

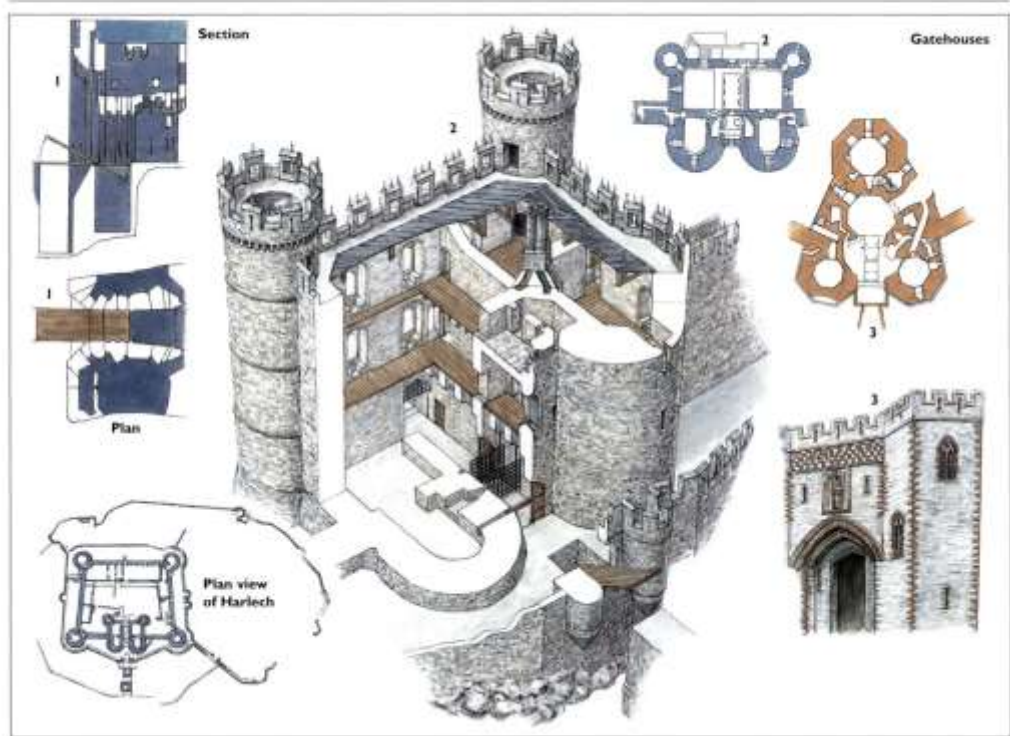


WALL RATINGS  
 OVER CITY WALLS 1  
 CASTLE WALLS 2

WALES



178



5 вариант

