

Бизнес-жоспар

# Moonshine

**эко-мейрамханасы**

*Орындаған: Бахыт Нұрханым  
РДиГБ 201-2*





"Moonshine-ның негізгі идеясы- кітапханасы бар эко мейрамхана болуында. Бұл жоба дұрыс тамақтану мәзірімен, экологиялық өмір салтын жақсартуға,

---

- сонымен қатар тұтынушы тамақтанып қана қоймай, өзіне қызықты кітапты оқып, ерекше атмосфера сезінуіне бағытталған."



# СИПАТТАМА:

**Келушілердің қызығушылықтарына қарай:**

экологиялық өнімдер пайдаланатын, кітапханалы мейрамхана

**Орналасқан жері:**  
жеке ғимаратта

**Қызмет көрсету:**  
даяшылар (персоналдар) арқылы

**Жұмыс істеу маусымы:**  
жыл бойы

**Үй-жай түрі бойынша:**  
станционарлы (тұрақты)



# НАРЫҚ

●  
Мақсатты аудитория  
(the target audience)  
жастарға, жасыл  
планетамызға үлес  
қосқаны келетін  
адамдар

●  
Конкуренция  
(бәсекелестік)

Қазақстанда эко  
мейрамханалар басқа  
мейрамхана түрлеріне  
қарағанда аз.

●  
Бізді басқалардан  
ерекшелейтін -  
кітап оқу мүмкіндігі  
және экологиялық  
табиғи өнімдерді,  
материалдарды  
қолдануымыз.



# ЖАРНАМА



## Website

Мейрамхана үшін веб-сайт  
жасалады

**Word of mouth**  
«Сарафанное радио»



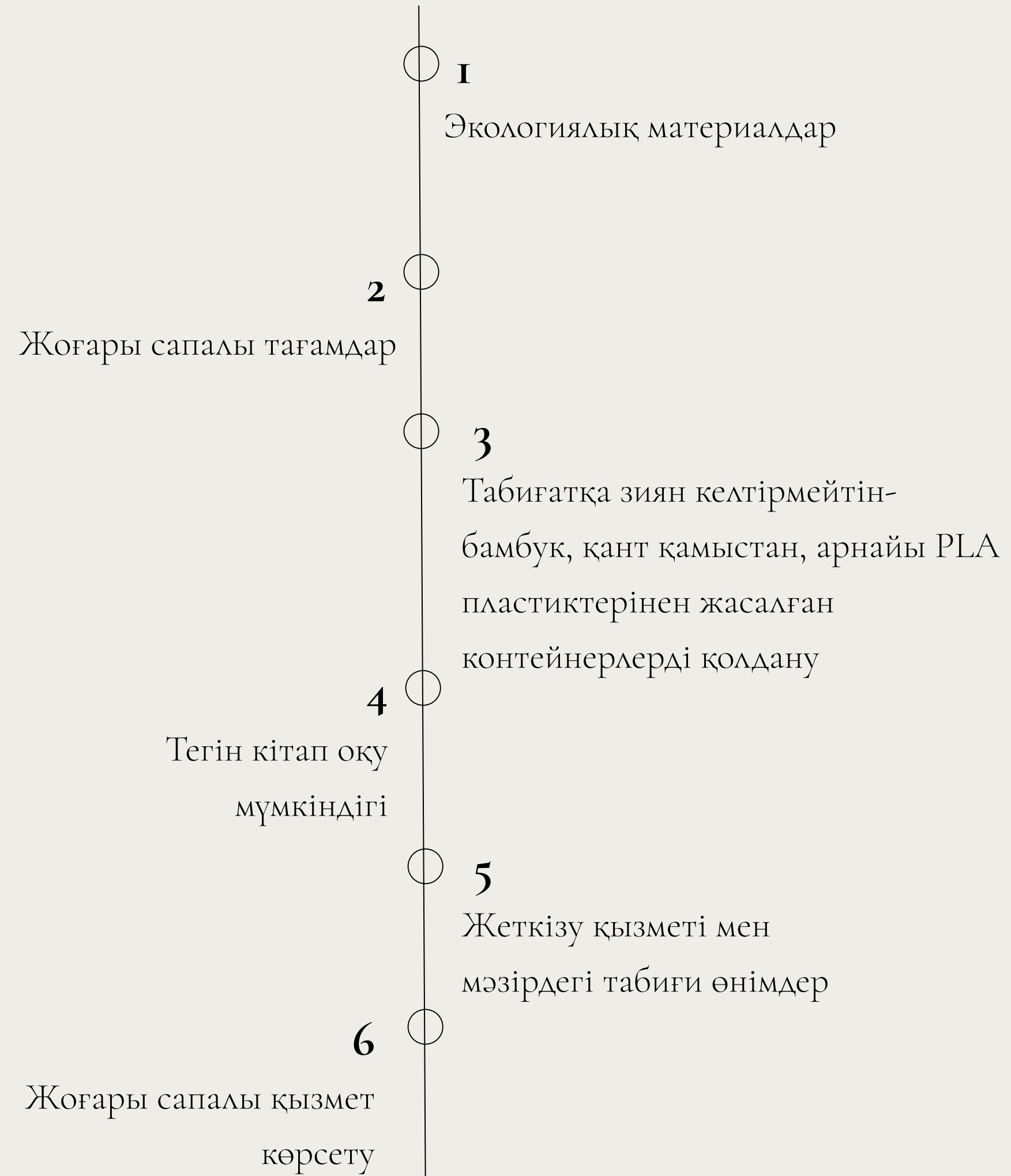
## Social networks

Әлеуметтік желілерде арнайы  
парақшалар ашылады



# SWOT ТАЛДАУ

Strength (мықты жақтары):



# SWOT ТАЛДАУ

Weaknesses (әлсіз жақтары):



## 1. Тәжірибенің жоқтығы

Мейрамхана бизнесінде де, жалпы бизнесте де тәжірибенің жоқтығы үлкен теориялық базаны зерттеу және н/е білікті мамандардың көмегі қажет.

## 2. Орташа бағадан жоғары чек 3. Жаңа саудалық марка

Адамдардың барлығы орташа бағадан жоғары мейрамханада тамақтана алмайды.

Әрине, жаңа брендтің дамуы және танымал болуы, онсызда бұрыннан танымал кафелер мен мейрамханаларға қарағанда қиынырақ.

## 4. Сенімді серіктестердің болмауы

Жаңа ашылған брендке тез уақыт аралығында сенімді серіктестер табу мүмкіндігі төмен

# SWOT ТАЛДАУ

Opportunities (мүмкіндіктері):

1. Экологиялық өмір сүру салтын жақсарту
2. Персоналдардың кәсібилігін арттыру
3. Басқа қала, региондарда нүктелерін ашу
4. Мейрамханаға көптеген клиенттерді тарту үшін мейрамхана мәзірін кеңейтуге болады
5. Жеткізушілермен тұрақты серіктестіктер құру. Жаңа серіктестердің пайда болуы



6. Мейрамханалар арасындағы бәсекеге қабілеттілігін арттыру



7. Жылдың әр маусымына арналған арнайы мәзірлер құру - яғни, өз тұтынушыларымен қарым-қатынасты жақсарту



8. Кітап қорын жаңартып отыру

# SWOT ТАЛДАУ

## Threats (қауіптер):

### **Бәсекелестіктің күшеюі**

Біздің бағытта тәжірибесі бар күшті бәсекелестер, нарықта жаңа фирмалардың пайда болуы.

### **Экономикалық тұрақсыздық**

Экономикалық дағдарысқа байланысты мейрамханаларға келушілер төмендеуі мүмкін. Бұл жағдайда біз арзан сегментке көшу арқылы құнын және бағаны қалай төмендететінімізді ойлауымыз керек.

### **Доллардың өсуі**

Өнімдерді сатып алу бағаларының өсуі, сәйкесінше мейрамхана мәзіріндегі бағалардың өсуіне әкелуі мүмкін.





# Капиталдың жоспары:



Бастапқы капитал:

15 800 000 тг

Ай сайынғы

шығындар: 4 600 000

тг

Техника мен жиһаз: 5 000 000 тг

Декордың элементтері: 1 000 000 тг

Жалға алу орны: 2 000 000 тг

Жөндеу жұмысы: 2 000 000 тг

Жарнама: 100 000 тг

Азық-түлік: 500 000 тг

Алғашқы жалақы: 950 000 тг

Кітаптар: 3 000 000 тг

Кітап сөрелері: 450 000 тг

Тағы басқа шығындар: 300 000 тг

Қауіпсіздік үшін (финансовая подушка безопасности): 500 000 т

Жалға алу мен коммуналдық қызмет: 2 500 000 тг

Қызметкерлерге жалақы: 950 000 тг

Азық-түлік алуға: 500 000 тг

Басқа да шығындар: 150 000 тг

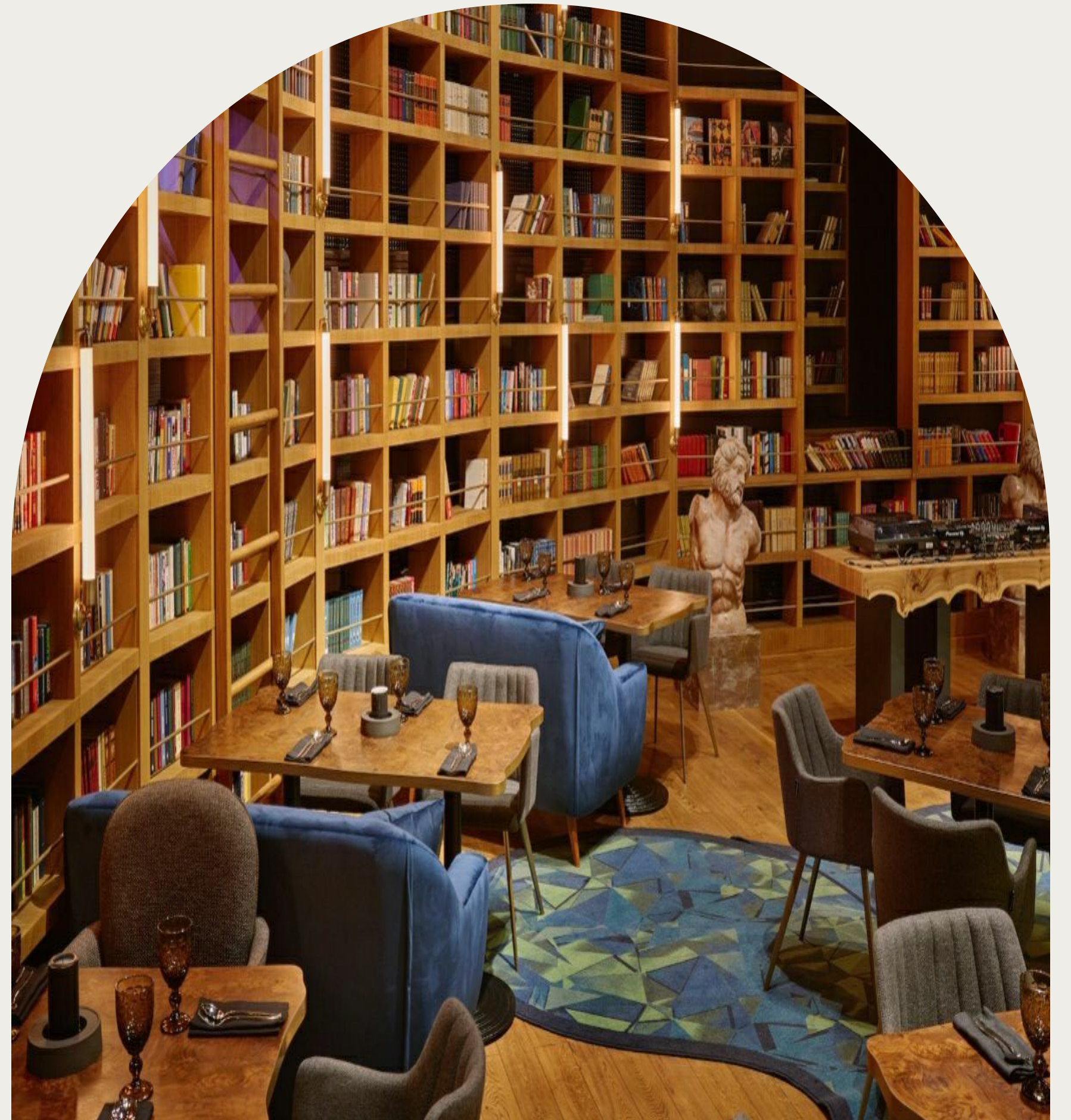
Жаңа кітаптар алу: 500 000 тг



# Ай сайынғы пайда:

Жұмыс күндері мейрамханаға шамамен 100 адам, демалыс күндері 130 адам келсе, орташа чек құны – 4000 тг деп есептеп, айына 13 200 000 тг табыс түседі.

Одан ай сайынғы шығынды азайтсақ (13 200 000 тг - 4 600 000 тг), таза пайда 8 600 000 тг құрайды



НАЗАРЛАРЫҢЫЗҒА  
РАҚМЕТ!

