

Атырауская область  
Индерский район  
село Индербор

# БИЗНЕС-ПЛАН

## МАГАЗИН ДЕТСКОЙ ОДЕЖДЫ



2020 год

## СОДЕРЖАНИЕ

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

## Резюме

Концепция проекта предусматривает открытие магазина детской одежды в селе Индербор.

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

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

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

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

Данный проект будет осуществляться за счет кредитных средств:

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

Приняты следующие условия кредитования:

### Срок запрашиваемого займа

Основные / оборотные средства	месяцев
Основные средства	60

### Ставка вознаграждения

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

### График погашения процентов и основной суммы займа

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

### Льготный период

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

### Залоговое обеспечение

\*примерная рыночная стоимость.

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

### Введение

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

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

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

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

### **1. Концепция проекта**

Концепция проекта предусматривает открытие магазина детской одежды.

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

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

Преимущества продукции составляет:

- широкий ассортимент;
- демократичные цены.

### **2. Описание продукта (услуги)**

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

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

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

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

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

### 3. Программа реализации товара

#### Планируемая программа продаж

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

#### Прогноз доходов

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

### 4. Маркетинговый план

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

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

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

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

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

#### Анализ Потенциального сбыта

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

#### Покупательская способность потребителей

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

#### Анализ потенциальных конкурентов

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

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

#### **Конкурентное преимущество и способы продвижения**

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

#### **4.1 SWOT-анализ положения компании на рынке**

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

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



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

## 5. Техническое планирование

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

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

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

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

## 6. Реализация проекта

### 6.1. План реализации

#### Прогнозный Отчет движения денежных средств на период реализации проекта

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



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

## 7. Потребность в финансировании

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

### Поступления в виде займов (KZT)

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

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

### Выплаты на погашение займов (KZT)

<b>N</b>	<b>Дата</b>	<b>Сумма</b>	<b>Основной</b>	<b>Проценты</b>	<b>Платеж за</b>	<b>Сумма</b>
----------	-------------	--------------	-----------------	-----------------	------------------	--------------

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

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

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

## 8. Эффективность проекта

### 8.1 Расчет прибыли и убытков

#### Прогнозный ОПиУ

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

#### Налоги

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

### План по персоналу

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

### Общие затраты по проекту включают в себя:

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

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

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

## 9. Социально-экономическое и экологическое воздействие

### 9.1 Социально-экономическое значение проекта

С экономической точки зрения проект будет способствовать:

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