**Бизнес-план**

**Открытие магазина**



**2019 год**

Содержание

[Список таблиц 4](#_Toc457567649)

[Список рисунков 5](#_Toc457567650)

[Резюме 6](#_Toc457567651)

[Введение 8](#_Toc457567652)

[1. Концепция проекта 9](#_Toc457567653)

[2. Описание продукта (услуги) 10](#_Toc457567654)

[3. Программа производств 11](#_Toc457567655)

[4. Маркетинговый план 12](#_Toc457567656)

[4.1 Описание рынка продукции (услуг) 12](#_Toc457567657)

[4.2 Основные и потенциальные конкуренты 13](#_Toc457567658)

[4.3 Прогнозные оценки развития рынка, ожидаемые изменения 14](#_Toc457567659)

[4.4 Стратегия маркетинга 15](#_Toc457567660)

[5. Техническое планирование 16](#_Toc457567661)

[5.1 Технологический процесс 16](#_Toc457567662)

[5.2 Здания и сооружения 16](#_Toc457567663)

[5.3 Коммуникационная инфраструктура 16](#_Toc457567664)

[6. Организация, управление и персонал 17](#_Toc457567665)

[7. Реализация проекта 18](#_Toc457567666)

[7.1 План реализации 18](#_Toc457567667)

[7.2 Затраты на реализацию проекта 18](#_Toc457567668)

[8. Общие и административные расходы 19](#_Toc457567669)

[10. Потребность в финансировании 20](#_Toc457567670)

[11. Эффективность проекта 21](#_Toc457567671)

[11.1 Проекция Cash-flow 21](#_Toc457567672)

[11.2 Расчет прибыли и убытков 21](#_Toc457567673)

[11.3 Проекция баланса 21](#_Toc457567674)

[11.4 Финансовые индикаторы 21](#_Toc457567675)

[12. Социально-экономическое и экологическое воздействие 23](#_Toc457567676)

[12.1 Социально-экономическое значение проекта 23](#_Toc457567677)

[12.2 Воздействие на окружающую среду 23](#_Toc457567678)

[Приложения 24](#_Toc457567679)

# Список таблиц

[Таблица 1 – Планируемая программа продаж по годам 10](#_Toc309143103)

[Таблица 2 - Список ближайших магазинов п. Балпык би 1](#_Toc309143104)2

[Таблица 3 – Календарный план реализации проекта 1](#_Toc309143105)7

[Таблица 4 - Инвестиционные затраты в 2016 г 1](#_Toc309143106)7

[Таблица 5 - Общие и административные расходы предприятия в месяц 1](#_Toc309143107)8

[Таблица 6 - Расчет расходов на оплату труда, тыс. тг 1](#_Toc309143108)8

[Таблица 7 - Инвестиции проекта, тыс. тг. 1](#_Toc309143109)9

[Таблица 8 - Программа финансирования на 2016 г., тыс. тг. 19](#_Toc309143110)

[Таблица 9 - Финансовые показатели проекта 20](#_Toc309143111)

[Таблица 10 - Анализ безубыточности проекта 2](#_Toc309143112)1

[Таблица 11 - Величина налоговых поступлений за период прогнозирования (7 лет) 2](#_Toc309143113)1

# Список рисунков

[Рисунок 1 - Организационная структура 16](#_Toc442459148)

# Резюме

Концепция проекта предусматривает открытие магазина в Алматинской области, Ескельдинском районе.

Продуктовый магазин как бизнес вечен! Начинающему предпринимателю, вооружившемуся необходимыми знаниями и расчетами, успех на этом поприще гарантирован.

В последующем в ассортимент продуктов могут быть увеличены с учетом потребностей целевой группы.

Целевой группой планируемого магазина будут жители районного центра, в котором он будет расположен.

Общие инвестиционные затраты по проекту включают в себя:

|  |  |
| --- | --- |
| **Расходы, тыс.тг.** | **2 019** |
| Инвестиции в основной капитал |  |
| Оборотный капитал | 2 000 |
| **Всего** | **2 000** |

Финансирование проекта планируется осуществить за счет заемного капитала.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Источник финансирования, тыс.тг.** | **Сумма** | **Доля** |
| Собственные средства | 0 | 0% |
| Заемные средства | 2 000 | 100% |
| **Всего** | **2 000** | **100%** |

Приняты следующие условия кредитования:

|  |  |
| --- | --- |
| Валюта кредита | тенге |
| Процентная ставка, годовых | 19% |
| Срок погашения, лет | 3,0 |
| Выплата процентов и основного долга | ежемесячно |
| Льготный период погашения процентов, мес. | 0 |
| Льготный период погашения основного долга, мес. | 0 |
| Тип погашения | равными долями |

Чистый дисконтированный доход инвестированного капитала за 3 года при ставке дисконтировании 19% составил 3 466,0 тыс. тг.

|  |  |
| --- | --- |
| Внутренняя норма доходности (IRR) | 67% |
| Чистая текущая стоимость (NPV), тыс. тг. | 3 466,0 |
| Окупаемость проекта (простая), лет | 3,0 |
| Окупаемость проекта (дисконтированная), лет | 3,2 |

С экономической точки зрения проект будет способствовать:

- созданию 2 новых рабочих мест в сельской местности;

- поступлению дополнительных доходов в бюджет Ескельдинского района, в котором будет расположен магазин;

Среди социальных воздействий проекта можно выделить

- удовлетворение потребностей сельских жителей в качественной и разнообразной продукции.

# Введение

Продукты питания – товар, который всегда пользуется непрерывным спросом, даже, несмотря на то есть кризис или его нет, сколько денег зарабатывает покупатель, какой нынче урожай и тому подобное. Можно сказать, что открытие магазина продуктов – это отличная возможность начать свою предпринимательскую деятельность, а ведь этот вид бизнеса всегда пользуется устойчивым и постоянным спросом.

Продуктовый магазин как бизнес вечен! Начинающему предпринимателю, вооружившемуся необходимыми знаниями и расчетами, успех на этом поприще гарантирован.

Бизнес, связанный с продуктами питания, при правильной организации, просто обречен на успех. Потребность в продуктах сопровождает человека беспрерывно на протяжении всей жизни и является непременным условием существования. Если продуктовый магазин является убыточным предприятием, то обязан он этим только своему владельцу, пренебрегшим созданием успешного плана развития столь прибыльного дела.

Реализация данного проекта подразумевает привлечение финансовых ресурсов для открытия продуктового магазина, а именно приобретения необходимого оборудования и пополнения оборотных средств.

Достоинства создаваемого нами предприятия несомненны:

* Оснащение современным, высокомеханизированным оборудованием.
* Широкий ассортимент, высокое качество товаров.
* Значительная экономия производственных площадей. Небольшая потребность в персонале.
* Быстрая окупаемость проекта.

# 1. Концепция проекта

Концепция проекта предусматривает открытие магазина в Алматинской области, Ескельдинском районе.

Бизнес, связанный с продуктами питания, при правильной организации, просто обречен на успех. Потребность в продуктах сопровождает человека беспрерывно на протяжении всей жизни и является непременным условием существования. Если продуктовый магазин является убыточным предприятием, то обязан он этим только своему владельцу, пренебрегшим созданием успешного плана развития столь прибыльного дела.

Основными продуктами будут:

- Табачные изделия;

- Молочная продукция;

- Хлеб и хлебобулочные изделия.

- Хозтовары и.т.д

В последующем в ассортимент продуктов могут быть добавлены другие с учетом потребностей целевой группы.

Целевой группой планируемого магазина будут жители районного центра, в котором он будет расположен, а также соседних населенных пунктов.

Магазин будет размещен в помещении общей площадью 90 квадратных метров из них 50 кв.м. это торговая площадь и 40 кв.м. складское помещение.

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

Данный бизнес-план не является окончательным вариантом руководства к действию, а показывает лишь потенциальную возможность развития такой бизнес-идеи. Поэтому при реализации настоящего проекта возможно изменение, как программы продаж, так и ассортимента выпускаемой продукции. Следует более подробно раскрыть конкурентные преимущества планируемой к выпуску продукции, а также отличительные особенности приобретаемого оборудования.

# 2. Описание продукта (услуги)

Реализация данного проекта подразумевает привлечение финансо­вых ресурсов для первоначального закупа товаров.

Основной целью данного проекта является: Обеспечить население качественными и доступными продуктами питания.

Основные задачи проекта:

* Продажа продуктов питания через магазин;

Местом реализации проекта является в Алматинской области, Ескельдинском районе.

# 3. Программа производств

В первые месяцы торговая мощность магазина будут загружены, так как магазин, действующий и имеет небольшое количество наработанных клиентов.

Главная задача, стоящая перед предприятием - расширение рынка сбыта продукции, товаров и укрепление завоеванных позиций посредством расширения ассортимента товаров.

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

* Использование внутренних потенциальных возможностей для повышения качественного обслуживания покупателей.
* Расширение клиентурной базы в пределах города и региона.
* Обеспечение поддержки торговым представителям со стороны предприятия.
* Организация четкой обратной связи с клиентами.
* Продвижение продукции, товаров предприятия всеми доступными рекламными средствами.
* Обеспечение динамики развития конкурентных преимуществ - цены, качества, стабильности на рынке.

Для завоевания рынка, предполагается постоянное изменение и расширение ассортимента товаров, основанного на маркетинговых исследованиях потребительского спроса и предпочтения покупателей.

В таблице 2 представлена планируемая программа производства по годам

**Таблица 1 - Планируемая программа продаж по годам**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Магазин** | **2016** | **2017** | **2018** | **2019** |
| **Загрузка,%** | 100% | 100% | 100% | 100% |
| Выручка, тыс.тнг. в мес. | 3 043 | 3 134 | 3 228 | 3 325 |
| Итого | **3 043** | **3 134** | **3 228** | **3 325** |

При формировании цен был учтен средний уровень доходов населения.

# 4. Маркетинговый план

## 4.1 Описание рынка продукции (услуг)

Прежде чем рассматривать конкурентную среду рассмотрим текущее состояние потребительского рынка. В настоящее время вновь нарастающие тенденции международного кризиса дают свои условия жизнедеятельности, как граждан и предприятий, так и экономики государства в целом.

Кризисные явления в экономике 2008-2009 г. оказали негативное влияние на структуру мирового рынка. Однако, начиная с 2010 года, рынок розничной торговли стал демонстрировать постепенный возврат на докризисный уровень. В ближайшие годы спрос на товары супермаркетах в Казахстане будет только расти. В последнее время розничная торговля развилась достаточно стремительными темпами, обороты торговли неуклонно рос.

Розничная торговля – один из наиболее быстро развивающихся секторов экономики Казахстана. С каждым годом доля розничных магазинов современных форматов увеличивается, вытесняя такие каналы продаж, как рынки и магазины с прилавочной формой торговли. Такая тенденция продолжается и в ближайшие годы, поскольку потребность населения в торговых площадях высока, а рынок далек от насыщения.

Еще одной тенденцией Казахстанского ритейла является освоение торговыми сетями новых форматов. Многие компании заявляют о развитии других форматов. В том числе путем покупки других сетей целевого формата.

Анализируя ситуацию, сложившеюся на рынке предприятий магазинов, необходимо отметить следующее. Несмотря на то, что количество участников рынка постоянно увеличивается, объем потенциальных потребителей остается на прежнем уровне. Необходимо обязательно провести комплекс мероприятий по формированию потребительского мнения, поскольку в создании граждан в большинстве случаев складывается привычка по приобретению продуктов и других товаров народного потребления в одном месте. Необходимы следующие мероприятия для формирования сознания о том, что приобрести данный вид продукции можно не посредственно у производителя:

- реклама посредством издания проспектов, рассылаемых по почте в районе обслуживания;

- проведение рекламных акций и скидок на уцененные товары и товары имеющийся минимальный срок хранения, или товары имеющие высокие цены;

- создание инфраструктуры и условий труда, с целью создания благоприятного микроклимата внутри коллектива, обслуживающего население.

При грамотной выстроенной маркетинговой политике, подходу к организации производственного процесса, создании репутации, новое предприятие способно существовать, выполнять свои функции и приносить прибыль владельцу. Следовательно, организация Супермаркета при грамотном управлении и выполнении своей миссией должно принести за планируемую прибыль.

На рынке существует три группы потенциальных потребителей:

- люди, совершающие импульсивные покупки;

- те, кто по выходным запасается большим количеством основных продуктов в магазине;

- люди, совершающие все покупки в ближайшим к подъезду магазине. Это как правило пенсионеры, работающие люди, у которых не хватает времени на нормальный шопинг.

## 4.2 Основные и потенциальные конкуренты

Основными конкурентами являются следующие магазины.

Таблица 2 - Список ближайших магазинов п. Балпык би

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование компании | Город, поселок |
| ИП «Фаби» | п. Балпык би |
| ИП «Жунусова» | п. Балпык би |
| Овощной рынок | п. Балпык би |

## 4.3 Прогнозные оценки развития рынка, ожидаемые изменения

Рынок производства пищевых продуктов и напитков в Казахстане остается довольно привлекательным для иностранных компаний, желающих разместить здесь инвестиции. Исследования рынка указывают на постоянное улучшение бизнес-среды в Казахстане. Нужно отметить, что немаловажным фактором остается и то, что Казахстан обладает огромными природными ресурсами и выгодным географическим положением с точки зрения его расположения и экспортных возможностей относительно растущих рынков в Восточной и Юго-Восточной Азии.

Развитие сферы торговли продуктами питания напрямую зависит от уровня внутреннего производства продуктов питания и развития внешнеторговых связей, вследствие этого анализ рынка торговли продуктами питания не будет полным без анализа развития пищевой промышленности.

Пищевой рынок Республики Казахстан охватывает более 30 специализированных отраслей и под отраслей, около 5 тысяч промышленных предприятий и производств – большей частью малых и средних предприятий. В нем задействовано более 69,4 тысячи человек, или 10,3% всех занятых в промышленности.

Как показали результаты исследования, почти две трети опрошенных (63%) обычно делают покупки в небольших магазинах. 57% предпочитают рынки и ярмарки. Еще треть респондентов (31%) покупают продукты в супермаркетах и крупных торговых центрах. А 14% опрошенных довольствуются ассортиментом палаток.

В малых городах и сельской местности покупатели отдают предпочтение небольшим магазинчикам - 71-72%. Покупатели с высоким доходом реже заходят на рынок, чем участники опроса с низким уровнем дохода - 55% против 59%. Зато почти половина покупателей с высокими доходами покупают продукты в крупных супермаркетах - 46%, а в низкодоходной категории о совершении покупок в крупных торговых центрах сказали 18%. Покупатели же со средним уровнем дохода небольшие магазинчики (65%) предпочитают супермаркетам (26%).

## 4.4 Стратегия маркетинга

Общую стратегию маркетинга создаваемого предприятия можно сформулировать как внедрение на рынок с целью удовлетворения потребностей покупателей в высококачественной продукции и высоком качестве обслуживания в непосредственной близости от мест их проживания.

Маркетинговая стратегия на данном этапе заключается в долгосрочном согласовании возможностей предприятия, с ситуацией на рынке.

В основе стратегии маркетинга лежат пять стратегических концепций:

* выбор целевых рынков;
* сегментация рынка, т. е. выделение конкурентных целевых рынков в

рамках совокупного;

* выбор методов выхода на них;
* выбор методов и средств маркетинга;
* определение времени выхода на рынок.

Инструментами реализации маркетинговых мероприятий выступают:

* совершенствование организационной структуры предприятия;
* разработка и введение на рынок нового товара;
* изучение рынков с целью формирования спроса и стимулирования сбыта;
* увеличение и обучение персонала;
* активное участие в выставках и ярмарках;
* рекламные мероприятия;
* управление ценами.

С целью прогнозирования долговременных тенденций рынка привлеченными специалистами по маркетингу, были проведены исследования этих рынков методами:

* наблюдения за временными колебаниями потоков посетителей в торговых точках.
* группового исследования посредством интервью и анкетных опросов.

В ходе анализа маркетинговых исследований конъюнктуры рынка, была определена степень его сбалансированности, прежде всего спроса и предложений, привычек и пожелания потребителей по качеству, товарному виду и цене предлагаемого товара.

# 5. Техническое планирование

## 5.1 Технологический процесс

В настоящее время невозможно себе представить магазин, который мог бы работать без современного торгового оборудования. Любой магазин, торгующий чем угодно! А в особенности магазин, торгующий продуктами питания.

Специальное торговое оборудование для продуктового магазина делает возможным одновременно и продукт выгодно покупателю показать, и сохранить его от потери товарного вида.

## 5.2 Здания и сооружения

Общая площадь здания – 90 кв.м. из них торговая площадь – 50 кв.м. Складская площадь – 40 кв.м.

## 5.3 Коммуникационная инфраструктура

В магазине функционирует коммуникационная инфраструктура, а именно электро-, тепло- и водоснабжение, а также телефонная связь. При необходимости будет произведена необходимая адаптация под условия работы.

# 6. Организация, управление и персонал

Организационная структура предприятия будет состоять из следующих основных организационных единиц:

Организационная структура предприятия имеет следующий вид, представленный ниже (рисунок 1).

Рисунок 1 - Организационная структура

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

# 7. Реализация проекта

## 7.1 План реализации

Предполагается, что реализация (запуск) настоящего проекта начнется с октября 2019г.

Таблица 3 - Календарный план реализации проекта

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Мероприятия\Месяц** | **2 019** | | | |
| **8** | **9** | **10** | **11** |
| Проведение бизнес-плана |  |  |  |  |
| Решение вопроса финансирования |  |  |  |  |
| Получение кредита |  |  |  |  |
| Закуп товаров |  |  |  |  |
| Получение разрешительных документов, размещение рекламы |  |  |  |  |
| Начало работы |  |  |  |  |

## 7.2 Затраты на реализацию проекта

Оценка инвестиционных затрат представлена в следующей таблице.

Таблица 4 - Инвестиционные затраты в 2019 г

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Наименование** | **Сумма, тыс. тг.** | **2 019** |
| Октябрь |
| Закуп товаров | 2 000 | 2 000 |
| **Итого** | **2 000** | **2 000** |

# 8. Общие и административные расходы

Таблица 5 - Общие и административные расходы предприятия в месяц

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Затраты** | **2019** | **2020-2023** |
| Электроэнергия | 10 | 30 |
| Прочие коммульные платежи | 1 | 3 |
| Услуги мобильной связи, интернет | 1 | 3 |
| Хоз.товары | 5 | 15 |
| Услуги банка | 2 | 6 |
| Расходы на рекламу | 10 | 30 |
| Прочие непредвиденные расходы | 25 | 100 |
| **Итого** | **54** | **193** |

Таблица 6 - Расчет расходов на оплату труда, тыс. тг

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Должность | Количество | оклад | К выдаче | ФОТ |
|  | **Производственный персонал** |  |  |  |  |
|  | Продавец | 1 | 40 | 34,7 | **40,0** |
|  | **Итого** | **1** | **40** | **35** | **40,0** |
|  | **Обслуживающий персонал** |  |  |  |  |
|  | Грузчик | 1 | 30 | 26,6 | **30,0** |
|  | **Итого** | **1** | **30** | **27** | **30,0** |
|  | **Всего по персоналу** | **2** | **70** | **61,3** | **70,0** |

Сумма расходов на оплату труда составляет 150 тыс. тенге в месяц. Социальные отчисления составляют 6,1 тыс.тг. в месяц (из расчета 5% от фонда оплаты труда (далее – ФОТ) без учета обязательных пенсионных взносов (далее - ОПВ)). Данная сумма уменьшает сумму социального налога согласно ст.437 Налогового кодекса Республики Казахстан (далее - НК РК). Исчисление налогов на основе упрощенной декларации производится путем применения к объекту налогообложения (доход) ставки в размере 3% (ст.437 НК РК), из которого ½ составляет индивидуальный подоходный налог (далее – ИПН), ½ - социальный налог.

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

# 10. Потребность в финансировании

Общие инвестиционные затраты по проекту включают в себя:

Таблица 7 - Инвестиции проекта, тыс. тг.

|  |  |
| --- | --- |
| **Расходы, тыс.тг.** | **2 019** |
| Инвестиции в основной капитал |  |
| Оборотный капитал | 2 000 |
| **Всего** | **2 000** |

Финансирование проекта планируется осуществить за счет заемного капитала.

Таблица 8 - Программа финансирования на 2019 г., тыс. тг.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Источник финансирования, тыс.тг.** | **Сумма** | **Доля** |
| Собственные средства | 0 | 0% |
| Заемные средства | 2 000 | 100% |
| **Всего** | **2 000** | **100%** |

Приняты следующие условия кредитования:

|  |  |
| --- | --- |
| Валюта кредита | тенге |
| Процентная ставка, годовых | 19% |
| Срок погашения, лет | 3,0 |
| Выплата процентов и основного долга | ежемесячно |
| Льготный период погашения процентов, мес. | 0 |
| Льготный период погашения основного долга, мес. | 0 |
| Тип погашения | равными долями |

# 11. Эффективность проекта

## 11.1 Проекция Cash-flow

Проекция Cash-flow (Отчет движения денежных средств, Приложение 1) показывает потоки реальных денег, т.е. притоки наличности (притоки реальных денег) и платежи (оттоки реальных денег). Отчет состоит их 3 частей:

* операционная деятельность - основной вид деятельности, а также прочая деятельность, создающая поступление и расходование денежных средств компании
* инвестиционная деятельность — вид деятельности, связанной с приобретением, созданием и продажей внеоборотных активов (основных средств, нематериальных активов) и прочих инвестиций
* финансовая деятельность — вид деятельности, который приводит к изменениям в размере и составе капитала и заёмных средств компании. Как правило, такая деятельность связана с привлечением и возвратом кредитов и займов, необходимых для финансирования операционной и инвестиционной деятельности.

Анализ денежного потока показывает его положительную динамику по годам проекта.

## 11.2 Расчет прибыли и убытков

Расчет планируемой прибыли и убытков в развернутом виде показан в Приложении 2.

## 11.3 Проекция баланса

Коэффициенты балансового отчета в 2019 г. представлены в нижеследующей таблице.

## 11.4 Финансовые индикаторы

Чистый дисконтированный доход инвестированного капитала за 7 лет реализации проекта при ставке дисконтировании 10% составил 267 тыс. тг.

Таблица 9 - Финансовые показатели проекта

Чистый дисконтированный доход инвестированного капитала за 3 года при ставке дисконтировании 19% составил 3 466,0 тыс. тг.

|  |  |
| --- | --- |
| Внутренняя норма доходности (IRR) | 67% |
| Чистая текущая стоимость (NPV), тыс. тг. | 3 466,0 |
| Окупаемость проекта (простая), лет | 3,0 |
| Окупаемость проекта (дисконтированная), лет | 3,2 |

Таблица 10 - Анализ безубыточности проекта

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Период** | **2016** | **2017** | **2018** | **2019** |
| Доход от реализации услуг | 18 257 | 37 610 | 38 739 | 39 901 |
| Балансовая прибыль | 439 | 1 187 | 1 701 | 2 223 |
| Полная себестоимость услуг | 17 818 | 36 424 | 37 037 | 37 678 |
| Постоянные издержки | 1 378 | 2 572 | 2 184 | 1 779 |
| Переменные издержки | 16 440 | 33 852 | 34 853 | 35 899 |
| Сумма предельного дохода | 1 817 | 3 758 | 3 885 | 4 002 |
| Доля предельного дохода в выручке | 0,100 | 0,100 | 0,100 | 0,100 |
| Предел безубыточности | 13 845 | 25 736 | 21 777 | 17 741 |
| **Запас финансовой устойчивости предприятия (%)** | **24%** | **32%** | **44%** | **56%** |
| Безубыточность | 76% | 68% | 56% | 44% |

Таблица показывает, что точкой безубыточности для предприятия является объем реализации в 21 777 тыс. тенге в год (2019 год).

Запас финансовой устойчивости составляет 24 % в 2019 году, в дальнейшем данный показатель растет (до 56%) по мере уменьшения расходов по процентам.

Предприятие имеет организационно-правовую форму индивидуального предпринимательства и применяет упрощенный режим налогообложения для субъектов малого бизнеса. Согласно Налоговому кодексу РК ставка индивидуального подоходного налога и социального налога установлена в размере 3% от суммы дохода (валовой доход).

Таблица 11 - Величина налоговых поступлений за период прогнозирования (7 лет)

|  |  |
| --- | --- |
| Вид налога | Сумма, тыс.тг. |
| Налог на деятельность ИП, налоги от ФОТ | 4 035 |
| Налог на имущество и транспорт | 0 |
| **Итого** | **4 035** |

Величина налоговых поступлений в результате реализации данного проекта составит 4 035 тыс. тг. за 3 года.

# 12. Социально-экономическое и экологическое воздействие

## 12.1 Социально-экономическое значение проекта

Реализация проекта предполагает

- создание 4 новых рабочих мест в сельской местности;

- поступление дополнительных доходов (более 4 млн.тг. за 3 лет) в бюджет Ескельдинского района.

Среди социальных воздействий проекта можно выделить

- удовлетворение потребностей сельских жителей в качественной и разнообразной выпечке.

## 12.2 Воздействие на окружающую среду

Создаваемое торговое предприятие не имеет производственных цехов, следовательно реализация данного проекта не оказывает вредного воздействия на окружающую среду.

На основании проведенной работы можно сделать выводы:

* Воздействие на атмосферный воздух не происходит.
* Воздействие на подземные воды, со стороны их загрязнения, не происходит.
* Воздействие на поверхностные воды, со стороны их загрязнения, не происходит.
* Воздействие на почву в пределах влияния предприятия оценивается как допустимое.

# Приложения

**Прогноз движения денежных средств (Cash Flow)**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Наименование** | **ВСЕГО** | **2019** | **2020** | **2021** | **2022** |
| **ВСЕГО** | **ВСЕГО** | **год** | **год** |
| **Остаток денежных средств на начало периода** |  |  | **405** | **1 027** | **1 632** |
| **Операционная деятельность** |  |  |  |  |  |
| **Поступление** | **217 935** | **18 257** | **37 610** | **38 739** | **39 901** |
| Доход от реализации товаров | **217 935** | 18 257 | 37 610 | 38 739 | 39 901 |
|  |  |  |  |  |  |
| **Выбытие** | **205 888** | **17 435** | **35 992** | **36 949** | **37 979** |
|  |  |  |  |  |  |
| Сырье | **195 995** | **16 360** | **33 852** | 34 853 | 35 899 |
| Административные расходы | **2 640** | **329** | **708** | 768 | 835 |
| Проценты за кредит | **716** | **198** | **304** | 165 | 49 |
| Налог на деятельность ИП, налоги от ФОТ | **4 035** | **548** | **1 128** | 1 162 | 1 197 |
|  |  |  |  |  |  |
| **Результат операционной деятельности** | **12 047** | **823** | **1 618** | **1 790** | **1 921** |
| **Инвестиционная деятельность** |  |  |  |  |  |
| **Поступление** |  |  |  |  |  |
| **Выбытие** | **720** |  | **70** | **120** | **150** |
| Приобретение ОС и НА | **720** |  | **70** | **120** | **150** |
| **Результат инвестиционной деятельности** | **-720** |  | **-70** | **-120** | **-150** |
| **недостача избыток ден средств** |  |  |  |  |  |
| **Финансовая деятельность** |  |  |  |  |  |
| **Поступление** |  |  |  |  |  |
| Поступления по вкладам учредителей |  |  |  |  |  |
| Поступления по кредитам |  |  |  |  |  |
| **Выбытие** | **3 591** | **417** | **927** | **1 065** | **1 182** |
| Выплаты по дивидендам учредителям |  |  |  |  |  |
| Выплаты по кредитам | **3 591** | **417** | **927** | 1 065 | 1 182 |
| **Результат финансовой деятельности** | **-3 591** | **-417** | **-927** | **-1 065** | **-1 182** |
| Чистые потоки денежных средств | **7 736** | 405 | 622 | 605 | 590 |
| **Остаток на конец отчетного периода** | **17 968** | **405** | **1 027** | **1 632** | **2 221** |

**Отчет о доходах и расходах**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Наименование** | **ВСЕГО** | **2 019** | **2 020** | **2 021** | **2 022** |
| **Итого** | **Итого** | **год** | **год** |
| **Доход от реализации продукции, услуг** | **217 935** | **18 257** | **37 610** | **38 739** | **39 901** |
| Доход от реализации товаров | **217 935** | 18 257 | 37 610 | 38 739 | 39 901 |
|  |  |  |  |  |  |
| **Себестоимость реализ. товаров, услуг** | **196 075** | **16 440** | **33 852** | **34 853** | **35 899** |
| Закуп товаров | **193 376** | 16 200 | 33 372 | 34 373 | 35 404 |
| Зар№плата осн№персонала | **2 698** | **240** | **480** | 480 | 494 |
| **Валовая прибыль** | **21 861** | **1 817** | **3 758** | **3 885** | **4 002** |
| Расходы периода | **2 608** | **297** | **708** | 768 | 835 |
| Амортизация |  |  |  |  |  |
| Расходы по процентам за кредиты | **5 937** | 1 081 | 1 864 | 1 416 | 944 |
| Доход до выплаты налогов | **13 316** | **439** | **1 187** | 1 701 | 2 223 |
| Налог на деятельность ИП, налоги от ФОТ | **6 538** | **548** | **1 128** | 1 162 | 1 197 |
| Чистый доход | **6 778** | **-109** | **58** | 539 | 1 026 |
| Кумулятивный чистый доход | **12 553** | **-109** | **-50** | 489 | 1 514 |

**Баланс**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Наименование** | **2 019** | **2 020** | **2 021** | **2 022** |
| **Итого** | **Итого** |  |  |
| **Активы** | **405** | **2 532** | **3 984** | **5 095** |
| **Текущие активы** | **405** | **1 027** | **1 632** | **2 221** |
| Денежные средства | 405 | 1 027 | 1 632 | 2 221 |
| Дебиторская задолженность |  |  |  |  |
| Запасы |  |  |  |  |
| Прочие краткосрочные активы |  |  |  |  |
| **Долгосрочные активы** |  | **1 505** | **2 352** | **2 874** |
| Основные средства |  |  |  |  |
| Долгосрочная дебиторская задолженность |  |  |  |  |
| Прочие долгосрочные активы |  | 1 505 | 2 352 | 2 874 |
|  |  |  |  |  |
| **Пассивы** | **5 299** | **6 486** | **7 059** | **8 119** |
| **Краткосрочные обязательства** | **2 978** | **1 676** | **1 710** | **1 745** |
| Обязательства по налогам | 548 | 548 | 548 | 548 |
| Краткосрочная кредиторская задолженность | 2 430 | 1 128 | 1 162 | 1 197 |
| Прочие краткосрочные обязательства |  |  |  |  |
| **Долгосрочные обязательства** | **2 430** | **4 860** | **4 860** | **4 860** |
| Обязательства по кредитам | 2 430 | 4 860 | 4 860 | 4 860 |