



БИЗНЕС-ПЛАН

ПО ПРОЕКТУ СОЗДАНИЯ И
ПРОИЗВОДСТВУ СОБСТВЕННОГО
БРЕНДИРОВАННОГО МЕРЧА

ПРЕАМБУЛА

Как превратить креатив в успешный бизнес?

В современном мире, где индивидуальность и самовыражение играют ключевую роль, спрос на уникальные, персонализированные товары растет стремительными темпами. Люди хотят не просто покупать вещи, а выделяться, создавая свой стиль. Именно поэтому брендированный мерч стал одной из самых перспективных и прибыльных ниш для стартапов.

Этот бизнес-план разработан для тех, кто хочет начать собственное дело, не имея большого стартового капитала, но обладая творческим подходом и желанием зарабатывать на уникальных идеях. Если у вас есть чувство стиля, навыки работы с дизайном или просто желание продавать востребованный продукт, этот проект — для вас.

Почему стоит запустить этот бизнес?

- ☒ Минимальные инвестиции – начать можно с 8-9 миллионов сумов, не арендуя помещение.
- ☒ Высокая рентабельность – маржинальность продукции составляет 60-80%.
- ☒ Быстрый старт – уже через 4-8 месяцев можно выйти на стабильную прибыль.
- ☒ Рост спроса – креативный мерч пользуется популярностью у блогеров, стартаперов, компаний, студентов и молодежи.
- ☒ Полная свобода действий – вы сами решаете, какие дизайны создавать, какие товары выпускать и как продвигать свой бренд.

Этот проект подходит как для самозанятых предпринимателей, так и для тех, кто хочет построить крупный бренд в будущем. Благодаря онлайн-продажам и кастомизированным продуктам, масштабирование бизнеса не требует больших затрат – можно работать из дома и постепенно расширять производство.

- ♦ Если вы мечтаете о собственном бизнесе, но не знаете, с чего начать – этот план даст вам четкую пошаговую инструкцию.
- ♦ Все расчеты в нем реалистичны и учитывают рынок Узбекистана, налоги, стоимость материалов и прогноз спроса.
- ♦ Главное – не бояться начинать!

1. РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА

Параметр	Описание
Название проекта	“M-Brand” (или другое уникальное название)
Направление	Производство и кастомизация брендированного мерча (футболки, худи, кружки и др.)
Целевая аудитория	Молодые стартаперы, блогеры, предприниматели, малый бизнес, студенты
Формат	Продажи через соцсети, маркетплейсы + индивидуальные заказы
Начальные инвестиции	8 300 000 - 9 500 000 сум
Срок окупаемости	4-8 месяцев
Рентабельность	60-80%
Местоположение	Работа из дома (без аренды помещения)

2. АНАЛИЗ РЫНКА

Фактор	Описание
Тенденции рынка	Рост спроса на уникальные и кастомизированные товары, активное развитие онлайн-продаж и локальных брендов
Целевая аудитория	Блогеры, предприниматели, молодёжь, корпоративные клиенты, творческие личности

Прогноз ёмкости рынка: На старте проекта, с учетом неизвестности нового бренда, средний спрос можно прогнозировать на уровне 100-200 единиц продукции в месяц. С ростом узнаваемости бренда этот показатель может увеличиваться до 500+ изделий ежемесячно.

Анализ Рынка Брендированного Мерча В Узбекистане

Фактор анализа	Значение	Комментарий
Общая численность населения Узбекистана (2024)	36 500 000 чел.	Общее население Республики Узбекистан по состоянию на 2024 год.
Процент молодежи (18-35 лет), активных в интернете	65% (~23 700 000 чел.)	Процент молодежи, активно использующей интернет и социальные сети.
Оценочная целевая аудитория (активные пользователи e-commerce)	30% (~7 110 000 чел.)	Примерное количество людей, совершающих покупки онлайн.
Средний годовой объем продаж брендированного мерча	Около 2 500 000 единиц в год	Оценочный рынок брендированной продукции (футболки, худи, кружки и др.).
Основные конкуренты на рынке	Магазины, печатные центры, онлайн-маркетплейсы	Крупные игроки включают локальные принт-центры и маркетплейсы.
Средняя цена брендированной футболки	120 000 - 250 000 сум	Средняя рыночная цена брендированной футболки.
Средняя цена худи с принтом	250 000 - 450 000 сум	Средняя рыночная цена брендированного худи.
Средняя цена брендированной кружки	80 000 - 160 000 сум	Средняя рыночная цена брендированной кружки.
Прогнозируемый ежемесячный спрос на новый бренд (первый год)	100 - 500 единиц в месяц	Оценочный спрос в первые месяцы работы бренда, зависящий от продвижения и узнаваемости.

Вывод: Рынок брендированного мерча в Узбекистане имеет большой потенциал роста, особенно среди молодежи и активных пользователей e-commerce. При грамотном продвижении можно достичь значительного увеличения спроса в течение первого года работы.

Анализ Емкости Рынка Брендированного Мерча в Узбекистане

Фактор анализа	Значение	Комментарий
Общая численность населения Узбекистана (2024)	36 500 000 чел.	Общее население Республики Узбекистан по состоянию на 2024 год.

Процент молодежи (18-35 лет), активных в интернете	65% (~23 700 000 чел.)	Молодежь – основная аудитория для брендируемого мерча.
Оценочная целевая аудитория (активные пользователи e-commerce)	30% (~7 110 000 чел.)	Потенциальные покупатели, совершающие покупки через интернет.
Средний уровень проникновения e-commerce	25% (~1 777 500 чел.)	Доля целевой аудитории, совершающей онлайн-покупки регулярно.
Годовой объем продаж брендируемого мерча	~2 500 000 единиц	Средний объем проданных брендируемых товаров за год.
Средний чек за единицу брендируемого товара	200 000 сум	Средняя стоимость брендируемой одежды или аксессуара.
Потенциальная выручка рынка (ежегодно)	~500 000 000 000 сум	Рассчитывается на основе среднего чека и объемов продаж.
Прогнозируемый ежемесячный спрос для нового бренда	100 - 500 единиц	Зависит от маркетинга и узнаваемости бренда.
Ожидаемый темп роста спроса	20-30% в год	При успешном продвижении возможен быстрый рост продаж.

Вывод: Рынок брендируемого мерча в Узбекистане имеет высокий потенциал роста благодаря высокой интернет-активности молодежи. При правильной стратегии маркетинга и позиционирования новый бренд может занять свою нишу и достигнуть устойчивого спроса в течение первых 12 месяцев работы.

3. ПРОДУКТ И УСЛУГИ

Продукт	Описание
Футболки с принтами	Уникальные авторские дизайны, кастомизация под клиента
Худи, свитшоты	Высококачественная печать на одежде, устойчивые к стирке принты
Кружки, шопперы, кепки	Персонализированные аксессуары с логотипами и дизайнами
Наклейки, постеры	Печать индивидуальных изображений и цитат

4. КАНАЛЫ СБЫТА И МАРКЕТИНГ

4.1 Основные каналы продаж

Канал	Описание
Instagram, TikTok, Facebook	Основные соцсети для продвижения и прямых продаж, реклама через таргетинг и блогеров
Telegram-канал	Автоматизация продаж через чат-бот, упрощенная система заказов
Маркетплейсы (Wildberries, Ozon, Etsy, OLX, ZoodMall)	Продажа мерча через крупные платформы для максимального охвата аудитории
Сотрудничество с бизнесом	Оптовые поставки для стартапов, брендов, компаний, желающих заказать брендируемый мерч
Корпоративные клиенты	Работа с крупными компаниями, event-агентствами и маркетинговыми агентствами

Локальные магазины и выставки	Реализация через коворкинги, магазины сувениров и тематические мероприятия
-------------------------------	--

4.2. Оптовые цены на продукцию для мерча в Узбекистане

Вид продукции	Оптовая цена (UZS)	Основные поставщики в Узбекистане	Сотрудничество с самозанятыми
Футболки (хлопок, базовые)	35 000 - 50 000	Textile Group Tashkent, UzTex	Да
Футболки (премиум, органический хлопок)	70 000 - 110 000	EcoWear UZ, BioCotton	Да
Толстовки (худи, базовые)	120 000 - 180 000	HoodieUZ, CottonClub	Да
Толстовки (худи, премиум)	180 000 - 250 000	Premium Wear UZ, EcoFabric	Да
Кепки (бейсболки, стандарт)	40 000 - 70 000	UzCap, SportStyle	Да
Кепки (бейсболки, премиум)	90 000 - 150 000	Elite Caps UZ, TrendCap	Да
Кружки (керамические, стандарт)	30 000 - 50 000	Ceramic Print UZ, MUGS Tashkent	Да
Кружки (термочувствительные)	60 000 - 90 000	MagicPrint, ThermoMugs UZ	Да
Блокноты (стандартные, A5)	25 000 - 40 000	OfficeSupplies UZ, PrintNote	Да
Блокноты (премиум, кожан, A5)	80 000 - 120 000	EliteStationery, LeatherGoods UZ	Да
Рюкзаки (спортивные, базовые)	150 000 - 220 000	BackPack UZ, SportLife	Да
Рюкзаки (городские, премиум)	250 000 - 400 000	Premium Bags UZ, TrendyBackpacks	Да

5. ФИНАНСЫ

Капитальные затраты (CAPEX) (разовые)

Примечание: ☒ Регистрация самозанятого предпринимателя в Узбекистане бесплатная. Регистрация проходит через приложение “Soliq” в течение 15 минут. Самозанятые освобождаются от ряда налогов, но платят 4% с дохода.

Статья расходов	Нижний показатель (UZS)	Верхний показатель (UZS)	Комментарий
Закупка оборудования (принтер для печати, термопресс, режущий плоттер)	30 000 000	50 000 000	Включает основные устройства для нанесения принта на текстиль, кружки и аксессуары

Первоначальная закупка материалов (футболки, кружки, блокноты, краски)	8 000 000	15 000 000	Стартовый запас, дальнейшие закупки предусмотрены в ОПЕХ
Маркетинг и реклама	2 000 000	5 000 000	Оплата таргетированной рекламы + создание контента для соцсетей
Открытие интернет-магазина на маркетплейсах	3 000 000	6 000 000	Оплата комиссии маркетплейсов (Etsy, Ozon, Wildberries) и продвижение
Прочие расходы (логистика, упаковка, тестовые образцы)	2 000 000	4 000 000	Включает доставку товаров клиентам и тестовые партии продукции
Итого	45 000 000	80 000 000	Полностью подготовленный к запуску бизнес

Операционные расходы (ОПЕХ) (ежемесячные)

Примечание: ☒ Производство организовано на собственной площади (без аренды). ☒ В стоимость включены обновленные затраты на маркетинг и размещение на маркетплейсах.

Статья расходов	Нижний показатель (UZS)	Верхний показатель (UZS)	Комментарий
Закупка материалов (футболки, кружки, блокноты, краски, упаковка)	6 000 000	12 000 000	Регулярный закуп сырья для производства, начиная с 3-го месяца
Доставка и логистика	1 500 000	3 000 000	Отправка продукции клиентам по Узбекистану и за рубеж
Реклама и продвижение	3 000 000	6 000 000	Таргетированная реклама, контент-маркетинг, создание рекламных кампаний
Размещение и комиссия маркетплейсов	3 000 000	6 000 000	Etsy, Wildberries, Ozon, Instagram Store
Коммунальные расходы (электричество, интернет, вода)	500 000	1 500 000	Минимальные расходы, так как работа ведется на личной площади
Налог для самозанятых (4% от оборота)	1 500 000	3 000 000	Рассчитан на прогнозируемую выручку
Прочие расходы (обновление инструментов, упаковка, тестовые образцы)	2 000 000	4 000 000	Закупка новых расходников
Итого	17 500 000	35 500 000	Операционные расходы без дублирования CAPEX

Согласно Налоговому кодексу Республики Узбекистан, самозанятые лица освобождены от уплаты большинства налогов, но обязаны выплачивать 4% от дохода в виде единого социального налога. Этот налог регулируется следующими статьями:

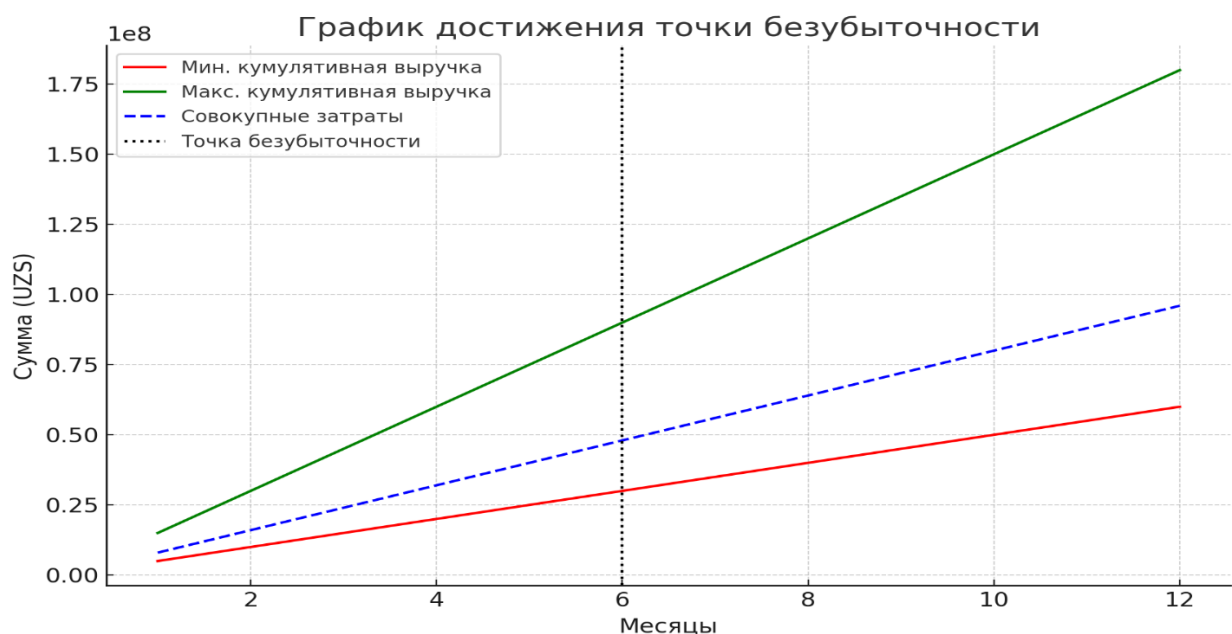
- 🔴 Статья 369 Налогового кодекса РУз – определяет порядок налогообложения самозанятых лиц, освобождение от НДС и других видов налогов.
- 🔴 Статья 482 Налогового кодекса РУз – устанавливает единый социальный платеж (4%), который самозанятые уплачивают с выручки.

♦ Статья 483 Налогового кодекса РУз – разъясняет правила ведения учета доходов самозанятыми.
 Таким образом, в таблице ежемесячных расходов учтен 4%-ный налог на оборот, что соответствует действующему законодательству Узбекистана. Этот налог автоматически рассчитывается и подлежит оплате через систему E-Soliq (электронный налоговый портал).
 Важно: Самозанятые субъекты предпринимательства не обязаны вести бухгалтерский учет, но должны декларировать доходы в налоговых органах.

Прогноз доходов (в UZS)

Показатель	Нижний показатель (UZS)	Верхний показатель (UZS)	Комментарий
Средняя цена одного товара (футболка, кружка, блокнот)	150 000	250 000	Средний диапазон цен в сегменте мерча
Себестоимость одного товара	50 000	100 000	Включает материалы, упаковку, логистику и комиссии
Планируемый объем продаж (в месяц)	200	600	Предполагаемый диапазон объемов реализации
Выручка (в месяц)	30 000 000	150 000 000	Общий доход от реализации продукции
Операционные расходы (ОРЕХ)	17 500 000	35 500 000	Учтены корректировки по затратам
Чистая прибыль (в месяц)	12 500 000	114 500 000	Чистая прибыль после вычета всех расходов
Годовая чистая прибыль	150 000 000	1 374 000 000	Ожидаемая прибыль при текущем объеме продаж

График достижения точки безубыточности



Красная линия – минимальная кумулятивная выручка, зеленая – максимальная, синяя пунктирная линия – совокупные затраты. Черная пунктирная линия показывает точку безубыточности на 6-м месяце.

7. ПОШАГОВАЯ ИНСТРУКЦИЯ ПО РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА

Этап 1: Регистрация и подготовка (1-3 недели)

- Зарегистрироваться как самозанятый через E-Soliq или налоговую службу.
- Подобрать и закупить оборудование через AliExpress, OLX или местных поставщиков.
- Подготовить рабочее место дома (стол, освещение, розетки, вентиляция).

Этап 2: Разработка продукции (2-3 недели)

- Создать первые дизайны (Canva, Photoshop, Illustrator).
- Провести тестовую печать продукции и проверить качество.
- Закупить пробные партии футболок, чернил, расходных материалов.

Этап 3: Запуск продаж (1 месяц)

- Открыть страницы в Instagram, Telegram, маркетплейсах.
- Запустить рекламу через таргетинг и блогеров.
- Сделать первые продажи и протестировать спрос.

Этап 4: Масштабирование и оптимизация (3-6 месяцев)

- Анализировать продажи и оптимизировать рекламу.
- Запустить новые продукты (худи, кружки, аксессуары).
- Сотрудничать с бизнесами и корпоративными клиентами.

Этап 5: Увеличение производства и прибыли (6+ месяцев)

- Расширять ассортимент продукции.
- Автоматизировать процессы учета заказов и логистики.
- Внедрять систему лояльности для удержания клиентов.

8. ОКУПАЕМОСТЬ И ВЫВОДЫ

- ☒ Минимальные инвестиции (работа из дома, без аренды)
- ☒ Высокая рентабельность (60-80%)
- ☒ Быстрый выход в прибыль (4-8 месяцев)
- ☒ Гибкость масштабирования (онлайн-продажи + кастомизация)