

УТВЕРЖДАЮ:

(наименование организации)

И.О. Фамилия

(подпись)

(ФИО руководителя)

Телефон 8-9

(Контактные данные)

«01» января 2016 г

Типовой образец

БИЗНЕС-ПЛАН

(Наименование проекта)

Камышлов 2016 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Резюме	3
2. Общая характеристика предприятия	
3. Информация о рынке сбыта	
4. Продукция и услуги	
5. Маркетинговый план	
6. Производственный план	
7. Организационный план	
8. Налогообложение	
9. Финансовый план	
10. Оценка рисков	
11. Приложения	

1.РЕЗЮМЕ

(Для информации) Резюме естественно готовится в конце работы, когда завершены все основные разделы. Должно произвести благоприятное впечатление, иначе шансы на детальное изучение вашего бизнес-плана становятся маленькими, ну а шанс получить финансирование и вовсе стремиться к нулю. Резюме является предельно сокращенной версией бизнес-плана.

Объем резюме должен быть не более 1–2 страниц. Резюме — это самостоятельный рекламный документ, в нем содержатся основные положения всего бизнес — плана. Это будет единственная часть, которую будут читать большинство потенциальных инвесторов. Инвестор, прежде всего, захочет узнать: размер кредита, для какой цели, предполагаемые сроки погашения, кто еще собирается инвестировать проект, сколько субсидированных средств требуется, какие собственные средства, есть.

Последняя страница резюме должна быть посвящена финансовым результатам, которые вы ожидаете получить от своего проекта: — сведения о прогнозных объемах продаж на ближайшие годы; — выручка от продаж; — затраты на производство; — валовая прибыль; — уровень прибыльности от вложений в Ваше дело; — срок окупаемости проекта.

Для использования в работе

Наименование проекта:	
Инициатор проекта:	
Общие сведения о предприятии:	
Юридический адрес	Свердловская область Камышловский район
Реквизиты	ИНН КПП ОГРН
Контактный телефон	8-9
Руководитель	
Суть проекта:	
Тип проекта:	
Главная цель проекта:	
Потребность в инвестициях для реализации проекта составляет (тыс.руб.)	
Источники финансирования проекта представлены в таблице 1.1	

Таблица 1.1

Направления инвестиций	Кол-во, шт.	Цена, тыс. руб.	Стоимость, тыс.руб.			
			Собственные средства	Субсидия	Лизинг	Кредит
Всего						

Наименование показателя	2016 год	2017 год	2018 год	2019год
Выручка от продаж (тыс.руб.)				
Затраты на производство (тыс.руб.)				
Валовая прибыль (тыс.руб.) <i>(Выручка – Затраты)</i>				
Налоги				
Чистая прибыль (тыс.руб.) <i>(Валовая прибыль минус Налоги)</i>				

2.ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРЕДПРИЯТИЯ

*(Для информации) В этом разделе необходимо охарактеризовать предприятие и его положение на рынке. Укажите организационно-правовую форму предприятия, перечислите основные виды деятельности, владельцев предприятия, достижения, основные финансовые показатели, отличия компании от конкурентов, проблемы и цели данного бизнеса. Это если у вас уже есть, что описывать. Если же вы пишете **бизнес-план** для начала деятельности, то представьте будущее. Т.е. уже сейчас вы должны придумать название фирмы. Четко представлять ее организационно-правовую форму: ООО, ЗАО, ОАО, а может и просто ИП. Если вы не один, то кто с вами в команде учредителей, какие доли, кто, что вкладывает, в какие сроки, вкратце, чем фирма планирует заниматься.*

3.ИНФОРМАЦИЯ О РЫНКЕ СБЫТА

(Для информации) Оценка рынка сбыта - это, пожалуй, важнейшая часть бизнес-плана и на ее подготовку нельзя жалеть ни средств, ни сил, ни времени.

Самые первые необходимые сведения: кто будет покупать Ваши товары, где Ваша "ниша" на рынке? Нет ничего более ошибочного, чем полагать, что достоинства Вашего товара столь очевидны, что его захотят купить все жители определенного региона или все предприятия той или иной отрасли.

Первый этап в такой работе - оценка потенциальной емкости рынка, т. е. общей стоимости товаров, которые покупатели определенного региона могут приобрести, скажем, за месяц или за год. Эта величина зависит от многих факторов: социальных, национально-культурных, климатических, а главное - экономических, в т.ч. от уровня доходов (или заработков) Ваших потенциальных покупателей, структуры их расходов (в т.ч. сумм сбережений или инвестиций), темпов инфляции, наличия ранее купленных товаров аналогичного или сходного назначения и т. д.

Конечно, сам набор учитываемых факторов зависит от характера Вашего проекта. Так, если Вы составляете бизнес-план в связи с внедрением нового типа станков, то надо учесть структуру уже имеющегося станочного парка, сдвиги в ассортименте выпускаемой с помощью этих станков продукции (будет ли полезен Ваш новый товар при изготовлении новой продукции для покупателей) и инвестиционный климат в отраслях-потребителях (уровни процентных ставок по кредитам, наличие налоговых льгот и т. п.).

Второй этап - оценка потенциальной суммы продаж, т. е. части рынка, которую Вы можете надеяться завоевать, и соответственно максимальной суммы реализации, на которую Вы можете рассчитывать. В результате такого анализа, который называется маркетинговым исследованием, Вы сможете определить примерное количество клиентов, на которое можно рассчитывать за месяц. Но "рассчитывать" не означает получать их всех в первый же месяц работы.

Поэтому нужен третий этап - прогноз объемов продаж. Другими словами, на этом этапе Вам предстоит оценить, сколько реально Вы сможете продать продукции (выручить за оказанные услуги) при имеющихся условиях Вашей деятельности, какие могут быть затраты на рекламу и уровень цен, который Вы намерены установить, а главное - как этот показатель может изменяться месяц за месяцем, квартал за кварталом, да и через несколько лет.

Если Вам удастся выполнить такую оценку, то считайте, что Вы выполнили свою программу-максимум в области исследования рынка. Естественно, что при этом Вы соберете также информацию о своих возможных конкурентах: их товарах, качестве продукции, примерных ценах и условиях продаж. Необходимо составить портрет потенциального покупателя (объективно оценив ситуацию), рассмотреть возможность привлечения других слоев населения.

(Для использования в работе)

Таблица, отражает сильные и слабые стороны конкурентов:

	Преимущества	Недостатки	Как увеличить свои шансы на победу в конкурентной борьбе
Наша организация			
Конкурент №1			
Конкурент №2			
...			

4.ПРОДУКЦИЯ И УСЛУГИ

(Для информации) Вы должны дать четкое определение и описание тех видов продукции или услуг, которые будут предложены на рынок. Здесь следует указать некоторые аспекты технологии, необходимой для производства вашей продукции или услуг. Опишите основные характеристики вашей продукции, при этом сделайте акцент на преимуществах, которые ваша продукция несет потенциальным покупателям.

Очень важно, чтобы вы подчеркнули уникальность вашей продукции или услуг. Это может быть выражено в разной форме: новая технология, качество товара, низкая себестоимость или какое-то особенное достоинство, удовлетворяющее запросам покупателей. Также необходимо, чтобы вы подчеркнули возможность совершенствования данной продукции (услуг). Инвесторы редко прибегают к сотрудничеству с компанией, специализирующейся на единственном виде продукции, не имея при этом доказательств возможности его совершенствования. Опишите имеющиеся у вас патенты или авторские права на изобретения или приведите другие причины, которые могли бы воспрепятствовать вторжению конкурентов на ваш рынок. Такими причинами могут быть эксклюзивные права на распространение или торговые марки. Инвесторы предпочитают здоровое отсутствие конкуренции.

5. МАРКЕТИГОВЫЙ ПЛАН

В данном разделе необходимо продумать и описать основные элементы своего плана маркетинга:

- ✓ конкурентные преимущества товара/услуги;
- ✓ предполагаемые каналы реализации товара/услуги;
- ✓ ценообразование;
- ✓ схему распространения товаров/услуг;
- ✓ рекламу;
- ✓ методы стимулирования продаж;
- ✓ организацию послепродажного сопровождения, формирование имиджа.

В обязательном порядке необходимо указать возможных оптовых покупателей и их максимальные объемы закупок.

Очень важно ответить на ряд вопросов и изложить их в своем Б-П:

	Продукт	Цена	Место	Продвижение
Что?	Что за продукт/услуга?	Почем вы будете продавать?	Какие каналы распространения?	Какие виды продвижения будут использованы?
Зачем?	Какие потребности он удовлетворит?	Почему цена именно такая?	Почему выбраны эти каналы распространения?	Почему выбраны эти способы?
Когда?	Когда должен выйти на рынок?	Сколько эта цена будет актуальна?	Как наше присутствие будет меняться в течение жизненного цикла нашего продукта?	Временные рамки: запуск, как наше присутствие будет меняться в течение жизненного цикла нашего продукта?
Как?	Как продукт удовлетворит эти потребности?	Как цена будет изменяться со временем?	Как вы создадите или войдете в эти каналы распространения?	Как и на чем будет строится маркетинговая коммуникация?
Почем?	Цена, объем продаж и т.п.	Какой будет объем продаж и маржа?	Какова стоимость и отдача каждого канала?	Какова стоимость и отдача каждого вида рекламы?
Кто?	Какие группы покупателей это купят?	Будут ли разные цены для разных групп покупателей?	Как разные группы покупателей будут использовать разные каналы?	Разная реклама для разных групп?

(Для использования в работе) SWOT-АНАЛИЗ.

S - сильные стороны

W – слабые стороны

Сильные и слабые стороны фирмы - это те характеристики, которые могут быть проконтролированы бизнесменом, на которые он может оказать воздействие. Они обычно относятся к настоящему времени. Здесь обычно рассматривают следующие факторы: ✓ организационные (организационно-правовая форма, наличие помещений собственных или арендованных); ✓ маркетинговые (место расположения, маркетинговый комплекс, рынок, его сегмент); ✓ конкуренты: чем продукт (услуга) будет отличаться от конкурентной); ✓ технические (производственные фонды: состояние и ресурсы); ✓ финансовые (наличие собственных средств); ✓ кадровые (навыки и профессиональные недостатки, насколько идея отвечает идеям, знаниям и умениям предпринимателя).

Пример: Скорость доставки, Наличие информационной системы, Открытость

Пример: Отсутствие важных навыков управления у команды Нет стратегического капитала (инвестора на долгий срок)

О - возможности	Т - угрозы
<p><i>Возможности и угрозы — это те характеристики, которые находятся вне контроля бизнесмена и могут повлиять на результат в будущем. Здесь необходимо учесть следующие факторы: — экономическая среда (государственная поддержка малых форм, налоговое законодательство); — политическая среда; — социально-культурная среда; — технологическая среда; — демографическая среда.</i></p>	
Пример: Открытие филиалов, Выход на другие географические рынки, Выход на рынок с новой продукцией	Пример: Увеличение срока выхода на рынок, Низкий спрос производимых товаров/ услуг

Планируемый объем реализации продукции/услуг

Наименование продукции /услуги	1 год		2 год		3 год	
	Количество, ед.	Цена за ед.	Общий объем продаж, руб.	Количество	Цена за ед.	Общий объем продаж, руб.
ИТОГО						

6. ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН.

(Для информации) В данном разделе описывается технологический процесс производства продукции, услуги. Стоит отразить общий подход фирмы к организации производства.

1. Расположение помещений, коммуникаций, источников энергии.
2. Технологическое оборудование (наименование и основные характеристики).
3. Объем продукции (услуг).
4. Источники поставки основных материалов, оборудования или рабочей силы.
5. Условия хранения готовой продукции (длительность сроков хранения требует дополнительных финансовых средств).
6. Перечень источников сырья и материалов.

В этом разделе приводятся общие сведения о предприятии, расчет производственных издержек на планируемый объем сбыта, прямые (переменные) и общие (постоянные) затраты на производство продукции, калькуляция себестоимости продукции, смета текущих затрат на производство.

Примерная структура раздела:

Общие сведения о предприятии

Описание месторасположения предприятия (во многих случаях определяющий фактор для успеха проекта). Наличие необходимых транспортных связей, инженерных сетей (электроэнергия, вода, тепло, канализация, связь и др.), ресурсов, а также близость к рынку сбыта

Используемая технология и уровень квалификации исполнителей

Потребность в площадях

Кадровое обеспечение

Удовлетворение требований по обеспечению экологичности производства для окружающей среды и безопасности работающих

Объем производства

7.ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН

(Для информации)

В этом разделе отображаются все действия, связанные с организацией бизнеса. Важно их разбить на отдельные шаги, указав при этом и сроки реализации по каждому пункту.
Можно использовать табличный вид:

№ n/n	Наименование	Сроки	Ответственное лицо	Ожидания, примечания
1.				
2.				
...				

Необходимо распределить все шаги в правильной последовательности. Можно информацию представить их и в виде графика реализации.

ПЛАН – ГРАФИК РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА.

Для использования в работе (указывая свои мероприятия в соответствии с реализуемым бизнес-планом)

Основные мероприятия реализации проекта	Год 1, месяцы												Год 2	Год 3	Год 4	Год 5
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12				
Подготовка комплекта документов:																
1.Регистрационные документы (ИП)	■															
2.Разрешительные документы	■															
Получение заемных средств/финансовой помощи	■															
Ремонт помещения согласование		■														
Установка оборудования		■														
Подбор персонала																
Изготовление рекламных материалов			■													
Начало продаж				■												
Реализация плана маркетинга					■											
Выход на проектную мощность						■										
Выход на окупаемость инвестиций							■									

 - Инвестиционная стадия

 - Ведение бизнеса

Также в этом разделе необходимо указать:

— подробная структура предприятия; — подробное штатное расписание

Пример структуры предприятия:



Пример штатного расписания:

№	Должность	Количество, чел	Оклад, руб.	Оплата в месяц, руб.	Оплата в год, руб.
1	Директор	1	50 000,00	50 000,00	600 000,00
2	Зам. директора	2	35 000,00	70 000,00	840 000,00
3	Гл. Бухгалтер	1	35 000,00	35 000,00	420 000,00
и так далее....				
	ИТОГО			155 000,00	1 860 000,00

8. НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ

(Для информации) В этом разделе необходимо указать какой вид налогообложения будет выбран.
Расчет отчислений по выбранному налогообложению и расчет страховых взносов в Пенсионный Фонд.

В помощь для выбора системы налогообложения

Алгоритм выбора системы налогообложения

Надо оценить - требованиям каких налоговых режимов удовлетворяет ваш бизнес.

1. Начинать надо с выбранного вида деятельности, а именно – под требования каких систем налогообложения он вписывается. Например, розничная торговля и услуги подходят под УСН, ОСНО, ЕНВД и ПСН. Сельхозпроизводители могут работать на ОСНО, УСН и ЕСХН. Организации и ИП, занимающиеся производством, не могут выбрать ЕНВД и ПСН. Индивидуальные предприниматели могут приобрести патент на услуги производственного характера, такие как изготовление ковров и ковровых изделий, колбас, валяной обуви, гончарных изделий, бондарной посуды, изделий народного промысла, сельхозинвентаря, очковой оптики, визитных карточек и др. Самый широкий выбор видов деятельности из специальных налоговых режимов – у УСН.
2. По организационно-правовой форме (ИП или ООО) ограничения невелики – патент (ПСН) могут приобретать только индивидуальные предприниматели, но преимущества патента организациям легко можно заменить режимом ЕНВД (если он применяется в выбранном регионе). Остальные налоговые режимы доступны и физическим, и юридическим лицам.
3. По количеству работников самые жесткие требования у Патентной системы налогообложения – не более 15 человек, причем, с учетом работников ИП и на других режимах (если таковые имеются). Ограничения же по работникам для УСН и ЕНВД (не более 100 человек) можно назвать для начала деятельности вполне приемлемыми.
4. Лимит предполагаемого дохода для УСН в 79, 74 млн. рублей (в 2016 году) тоже вполне неплох, пожалуй, трудно будет выдержать его только торговыми-посредническими фирмами. Для ЕНВД такого ограничения доходов нет, но разрешена только розничная торговля, а не оптовая. Наконец, лимит в 60 млн. рублей для Патентной системы налогообложения довольно трудно преодолеть с учетом ограниченного числа работников, поэтому можно назвать это требование не очень существенным.
5. Если вам необходимо быть плательщиком НДС (например, ваши основные клиенты – плательщики НДС), то лучше выбрать ОСНО. Но здесь надо хорошо представлять себе, какой окажется сумма выплат по НДС, и сможете ли вы без проблем вернуть входящий НДС из бюджета. В ситуации с этим налогом практически невозможно обойтись без квалифицированных специалистов.
6. Вариант УСН Доходы минус расходы может, в некоторых случаях, оказаться самым выгодным по суммам единого налога к уплате, но здесь есть серьезный бюрократический момент - подтверждение расходов. В этом случае надо знать - сможете ли вы предоставить подтверждающие документы (подробнее смотрите в статье, посвященной УСН Доходы минус расходы).
7. После того, как вы подобрали для себя несколько вариантов налогообложения (напоминаем, что ОСНО всегда может быть в этом списке), стоит сделать предварительный расчет налоговой нагрузки. Целесообразнее всего обратиться за этим к профессиональным консультантам, но самые простые примеры расчетов мы приведем здесь.

Элемент	УСН	ЕНВД	ЕСХН	ПСН	ОСНО
Объект налогообложения	Доходы (для УСН Доходы) или доходы, уменьшенные на расходы (для УСН Доходы минус расходы)	Вмененный доход налогоплательщика	Доходы, уменьшенные на величину расходов	Потенциально возможный к получению годовой доход	Для налога на прибыль - прибыль, то есть доходы, уменьшенные на величину расходов. Для НДФЛ - доход, полученный физлицом. Для НДС – доход от реализации товаров, работ, услуг. Для налога на имущество организаций – движимое (поставленное на баланс до 2013 года) и недвижимое имущество. Для налога на имущество физлиц – только недвижимое имущество.

Элемент	УСН	ЕНВД	ЕСХН	ПСН	ОСНО
Налоговая база	Денежное выражение доходов (для УСН Доходы) или денежное выражение доходов, уменьшенных на расходы (для УСН Доходы минус расходы)	Денежная величина вмененного дохода	Денежное выражение доходов, уменьшенных на величину расходов	Денежное выражение потенциально возможного к получению годового дохода	Для налога на прибыль - денежное выражение прибыли. Для НДФЛ – денежное выражение дохода или стоимость имущества, полученного в натуральной форме. Для НДС – выручка от реализации товаров, работ, услуг. Для налога на имущество организаций – среднегодовая стоимость имущества. Для налога на имущество физлиц-инвентаризационная стоимость имущества.
Налоговый период	Календарный год	Квартал	Календарный год	Календарный год либо срок, на который выдан патент	Для налога на прибыль - календарный год. Для НДФЛ – календарный год. Для НДС – квартал. Для налога на имущество организаций и физлиц – календарный год.
Налоговые ставки	по регионам от 1% до 6% (для УСН Доходы) или от 5% до 15% (для УСН Доходы минус расходы)	15% величины вмененного дохода	6% от разницы между доходами и расходами	6% потенциально возможного к получению годового дохода	Для налога на прибыль – 20% в общем случае, и от 0% до 30% для отдельных категорий плательщиков. Для НДФЛ – от 13% до 30%. Для НДС – 0%, 10%, 18% и расчетные ставки в виде 10/110 или 18/118. Для налога на имущество организаций – до 2,2% Для налога на имущество физлиц – до 2%.

Требования	УСН	ЕСХН	ЕНВД	ПСН
Вид деятельности	Запрещено производство подакцизных товаров (алкогольная и табачная продукция, легковые автомобили, бензин, дизтопливо и др.); добыча и реализация полезные ископаемые, кроме общераспространенных, таких как песок, глина, торф, щебень, строительный камень. Запрет на применение банками, ломбардами, инвестфондами, страховщиками, НПФ, профессиональными участниками рынка ценных бумаг, частными	Предназначен только для сельхозпроизводителей, т.е. тех, кто производит, перерабатывает и продает сельхозпродукцию. Сюда же относят и рыбохозяйственные организации и предпринимателей. Главное условие для применения ЕСХН – доля дохода от реализации сельхозпродукции или улова должна превышать 70% общих доходов от товаров и услуг. ООО или ИП, которые	Разрешены услуги: бытовые, ветеринарные, общепита, автостоянок, автоперевозок, СТО и др., а также некоторые виды розничной торговли на площадях до 150 кв. м. (полный список видов деятельности на ЕНВД приведен в п.2 346.26 НК РФ). Указанный перечень видов деятельности может быть сокращен региональными законами.	Разрешены 63 вида предпринимательской деятельности, указанные в ст. 346.43 НК РФ, среди которых услуги и розничная торговля (а также услуги общепита) на площадях до 50 кв. м. Указанный список может быть расширен в регионах дополнительными видами бытовых услуг по ОКУН.

Требования	УСН	ЕСХН	ЕНВД	ПСН
	нотариусами и адвокатами. Полный перечень см. в ст. 346.12 (3) НК РФ.	не производят сельхозпродукцию, а только осуществляют ее переработку, не вправе применять ЕСХН. Не могут применять ЕСХН также производители подакцизных товаров (алкоголь, табак и др.).		
Организационно-правовая форма	ООО и ИП, кроме иностранных организаций, казенных и бюджетных учреждений и организаций, доля участия в которых других организаций более 25 %	Только ООО и ИП сельхозпроизводители или рыбохозяйства.	ООО и ИП кроме организаций, доля участия в которых других организаций более 25 %, а также категории крупнейших налогоплательщиков	Только ИП
Кол-во работников	Не более 100	Для сельхозпроизводителей ограничений нет, а для рыболовецких хозяйств – не более 300 работников.	Не более 100	Не более 15 (с учетом самого ИП и работников на других режимах)
Размер получаемого дохода	Уже работающее ООО не может перейти на УСН, если по итогам 9 месяцев года, в котором она подают уведомление о переходе, ее доходы превысили 45 млн. рублей. Для ИП такого ограничения нет. Дополнительно – ООО и ИП, получившие в течение года доходы сверх 60 млн. рублей, теряют право на УСН. Лимит в 60 млн. рублей каждый год умножают на коэффициент-дефлятор, в 2016 году он равен 1,329, а предельная сумма доходов - 79,74 млн. руб.	Не ограничен, при условии, что доля дохода от реализации сельхозпродукции или улова превышает 70% общих доходов от товаров и услуг.	Не ограничен	Предприниматель теряет право на патент, если с начала года его доходы, по видам деятельности, на которые получен патент, превысили 60 млн. рублей.

Здесь мы привели только самые основные требования к применению льготных режимов, за полной информацией обращайтесь, пожалуйста, к соответствующим статьям.

9.ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

(Для информации) Этот раздел посвящен составлению подробной сметы (как правило, прогнозный период охватывает 3-5 лет). Другими словами, происходит планирование всех затрат, которые будут необходимы. Делать это лучше всего в табличной форме, обеспечивая наглядность и простоту изучения.

Стоит понимать, что любая организация имеет единовременные затраты (расходы на организационного периода) и текущие (производственные) расходы.

В этом разделе необходимо включить расчет плана доходов и расходов на прогнозируемый период.

Таблица – План доходов и расходов

№ п/п	Показатели	Всего, тыс.руб.		
		2016г	2017г	2018г
1	Денежные средства на начало периода			
2	Средства для финансирования (сумма строк 2.1-2.4)			
2.1	Собственные средства			
2.2	Финансовая помощь			
2.3	Заемные средства			
2.4	Прочие средства			
3	Поступления от реализации товаров /услуг (Выручка)			
4	ИТОГО ПОСТУЛЕНИЯ (строка 2 + строка 3)			
5	Расходы организационного периода (сумма строк 5.1 – 5.6)			
5.1	Регистрация фирмы / организации/ ИП			
5.2	Лицензии и сертификаты (если это предусмотрено типом Вашего бизнеса)			
5.3	Покупка оборудования и предметов обихода (мебель, компьютеры + программное обеспечение, средства коммуникации, канцелярия и т.п.)			
5.4	Затраты на поиск и работу персонала			
5.5	Организация производства или работы офиса и возможная реконструкция /строительство помещений			
5.6	Представительские расходы (например, обеды с нужными людьми и т.п.)			
6	Текущие (производственные) расходы, всего (сумма строк 6.1 – 6.14)			
6.1	Расходы на сырье, материалы			
6.2	Расходы на оплату труда персонала			
6.3	Социальные отчисления с заработной платы персонала			
6.4	Расходы на топливо			
6.5	Расходы на коммунальные расходы			
6.6	Транспортные расходы по доставке сырья, материалов			

6.7	Амортизация			
6.8	Расходы на аренду помещения/ оборудования			
6.9	Расходы на текущий ремонт и эксплуатацию оборудования/ помещения;			
6.10	Расходы на управление компанией (командировочные, представительские, транспортные, телефонные, канцелярские и т.д.)			
6.11	Расходы на рекламу			
6.12	Налоги на имущество и другие виды налогов, являющихся расходами			
6.13	Проценты уплаченные			
6.14	Прочие расходы			
7	Валовая прибыль/ убыток (доход до налогообложения) (строка 3 – строка 5 - строка 6)			
8	Налоговые выплаты (сумма строк 8.1 – 8.4)			
8.1	НДС			
8.2	Налог на прибыль			
8.3	Единый сельско-хозяйственный налог (ЕСХН) (в зависимости от выбранного вида налогообложения)			
8.4	Отчисления в ПФР и ФФОМС (для индивидуальных предпринимателей)			
9	Чистая прибыль (чистый доход) (строка 7 – строка 8)			
10	Денежные средства на конец периода (строка 1 + строка 4 – строка 5 - строка 6 – строка 8)			

Для расчета сроков окупаемости можно использовать упрощенную формулу:

$$\text{Срок окупаемости} = \text{Единовременные затраты} / \text{Чистая ежемесячная прибыль.}$$

Можно также сюда включить расчеты рентабельности (стоит учесть, что формул много, нужно выбирать подходящую для типа бизнеса и то, рентабельность чего именно рассчитывается).

Базовая формула рентабельности производства (РП) выглядит следующим образом:

$$РП = П/ПЗ \times 100\%$$

Где, ПЗ – производственные затраты; П – рассчитываемая из объема производства прибыль.

Существует ограничение, согласно которому относиться могут только величины, которые соответствуют друг другу. Это означает, что учитываются только затраты, понесенные на получение конкретного объема прибыли.

Рентабельность инвестиций (ROIC) определяется как процентное отношение валовой прибыли к стоимости имущества предприятия.

$$ROIC = NOPLAT / \text{инвестированный капитал} * 100\%$$

где, NOPLAT – чистая операционная прибыль за вычетом скорректированных налогов.

10. ОЦЕНКА РИСКОВ.

(Для информации) Здесь необходимо сконцентрироваться на степени риска, а также проблемах, с которыми может столкнуться бизнес. Задайте себе вопрос «а что, если...?». Подумать о возможном риске заранее — значит, хорошо подготовиться к нему. Также надо помнить, что объемы продаж ведут себя циклически, так же как и поток наличных денег. Подумайте о рискованных моментах с которыми вы можете столкнуться в течении ведения бизнеса. И вот тут то вам и поможет ранее выполненный SWOT-анализ.

Однако, простое описание вероятного риска без изложения тех действий, которые могут свести его к минимуму бесполезно. Правильный способ показать финансовые последствия таких рисков это провести анализ чувствительности. Это значит — переработать финансовые прогнозы так, чтобы увидеть их последствия (этих факторов, рисков), т.е. как они влияют на ваши показатели окупаемости, прибыльности и т.д. Обязательно проведите анализ рисков технических и финансовых (анализ чувствительности и безубыточности).

11.ПРИЛОЖЕНИЯ

(Для информации) Необходимо включить в этот раздел все прикладываемые документы. Например: Свидетельство о гос. регистрации собственности, договора аренды и т.п.

***Надеемся, наш типовой образец бизнес-плана
поможет Вам в организации своего дела и
Вы достигнете успеха в этом нелёгком, но прибыльном деле!***