**РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОФОРМЛЕНИЮ БИЗНЕС-ПЛАНА**

Данные рекомендации разработаны в соответствии с Приложением №5 к приказу Министерства социальных отношений Челябинской области от 10.02.2022 г. № 53 (“Требования к форме и содержанию бизнес-плана”) и направлены на повышение качества Вашего бизнес-плана

Рекомендации состоят из разделов и в них содержится 2 части**:**

1. шаблон для заполнения с пояснениями (желтого цвета- их стоит удалять по мере заполнения), который вы можете скопировать и заполнить своими данными;

2. пример, который наглядно показывает, что должно быть прописано в том или ином разделе.

**Пожалуйста, будьте внимательны и постарайтесь не пропускать пункты бизнес-плана, все они будут оценены проверяющей комиссией.**

1. **Структура** бизнес-плана содержит следующие основные элементы:

* Титульный лист (см. Приложение 1)
* Содержание (см. Приложение 2)
* Резюме
* Маркетинговый план и описание рынка сбыта продукции
* Организационный план
* Производственный план
* Финансовый план
* Приложения

1. Рекомендуемый **объем** бизнес-плана (без учета приложений) составляет: не менее 19 страниц.
2. **Поля, шрифты, междустрочный интервал** и абзацные **отступы.**

Каждая страница текста должна иметь следующие размеры полей:

левое – 30 мм, правое – 10 мм, верхнее и нижнее – 15 мм.

Рекомендуемый шрифт текста Times New Roman 12, выравнивание по ширине.

Интервал между строками и абзацами – 1,15.

Абзацный отступ по тексту – 1,25.

Допускается использование **визуальных возможностей акцентирования** внимания на определенных терминах, определениях, применяя инструменты выделения.

**Название разделов** рекомендуется выравнивать по центру страницы без подчеркивания (шрифт **TIMES NEW ROMAN 14** полужирный), все буквы в названии ЗАГЛАВНЫЕ. Разделы имеют порядковые номера в пределах всего бизнес-плана и обозначаются арабскими цифрами с точкой. Разделы бизнес-плана следует начинать с нового листа (страницы).

Рекомендуется соблюдать строгое **соответствие** названий и страниц разделов в «Содержании» и тексте бизнес-плана.

1. **Нумерация** страниц.

**Страницы** нумеруются арабскими цифрами с соблюдением сквозной нумерации по всему тексту. Номер страницы проставляется **справа в нижней части листа без точки**. Титульный лист включается в общую нумерацию страниц. Номер страницы на титульном листе не проставляется (нумерация страниц - автоматическая). Приложения включаются в общую нумерацию страниц.

1. **Цифровой (графический) материал**, как правило, оформляется в виде таблиц, графиков, диаграмм, иллюстраций и имеет по тексту отдельную сквозную нумерацию для каждого вида материала, выполненную арабскими цифрами. Материалы в зависимости от их размера, помещаются под текстом, в котором впервые дается ссылка на них, или на следующей странице. Допускается цветное оформление материалов.

При этом обязательно делается надпись «Таблица» или «Рис.» и указывается порядковый номер (нумерация таблиц, схем, рисунков – сквозная через весь бизнес-план), название рисунка записывается в той же строке, а заголовок таблицы - на следующей строке по центру строчными буквами (Times New Roman 12 шрифт полужирный).

**Оформление таблицы:**

Название таблицы – Times New Roman 12, выровнять по левому краю, жирным шрифтом.

Текст внутри таблицы – Times New Roman 12, интервал – 1, без абзацного отступа.

**Образец оформления таблицы:**

**Таблица 1. Основные финансовые результаты**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование | Показатель | Сумма в год |
|  |  |  |
|  |  |  |

**1,5 инт.**

**Текст, текст, текст …**

**Оформление схем, рисунков**:

Название – Times New Roman 12, выровнять по центру, жирным шрифтом.

**Образец оформления рисунка/схемы:**

1,5 инт. (от текста, который вверху)



1,5 инт.

**Рис. 1 Логотип бренда**

1,5 инт.

При ссылках на таблицы, приложения, рисунки следует писать: « ... в соответствии со схемой № 2», «(схема № 2)», «в соответствии с таблицей № 1», «таблица № 4», «... в соответствии с приложением № 1» и т. п.

1. **Приложения** к бизнес-плану оформляются на отдельных листах, причем каждое из них должно иметь свой тематический заголовок и в правом верхнем углу страницы надпись «Приложение» с указанием его порядкового номера арабскими цифрами, между текстом и «Приложение 1» – 1,15 интервал. Характер приложения определяется самостоятельно, исходя из содержания. Приложения должны иметь общую с остальной частью бизнес-плана сквозную нумерацию страниц.

**Приложение 1**

**ИНН:** 7444444444  
**Район города/области:** Центральный/Саткинский

**Бизнес-план**

**“Оказание услуг по маникюру и педикюру**”

**Организационно-правовая форма:**

самозанятый гражданин, использующий налоговый режим

“Налог на профессиональный доход”

**Разработчик:** Иванова Алиса Ивановна

**Адрес:** г. Челябинск, ул. Ленина, д. 24, кв. 36

**телефон:**+7000 000 0000

**e-mail:** alisa@mail.ru

**г.Челябинск/Челябинская область**

**2023 год**

**Приложение 2**

**Содержание.**

**Содержание**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **1.** | Резюме | **2** |
| **2.** | Маркетинговый план и описание рынка сбыта продукции | **4** |
| **3.** | Организационный план | **8** |
| **4.** | Производственный план | **10** |
| **5.** | Финансовый план | **15** |
| **6.** | Приложения | **19** |

**1.РЕЗЮМЕ.**

**Организационно-правовая форма (**форма регистрации: ИП или самозанятый, указать систему налогообложения, регистрацию как работодатель и т.п.**)**

**О предприятии и производимом продукте или оказываемой услуге (**Кратко описываете свою идею, чем Вы планируете заниматься).

**Цели и задачи**

Цель – это организация своего бизнесапо оказанию услуг, например, салона красоты, с указанием целевых показателей: объем выручки, кол-во клиентов, доля рынка, новые технологии, коллекции и т.п.

Задачи — описать какие шаги Вы должны пройти, чтобы достигнуть поставленной цели

**Основные стадия и стратегии развития.**

Основные стадии развития обычно включают в себя следующие мероприятия:

-Регистрационные и финансовые мероприятия

-Обучение

-Выбор поставщика услуг и оборудования;

-Приобретение оборудования и расходных материалов;

-Запуск рекламы;

-Старт продаж.

Этот список можно дополнять, представить лучше в табличной форме:

**Таблица 1. Основные стадии и стратегии развития**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Название задачи** | **Длительность** | **Расходы** |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

Данная информация также актуальна для составления графика продаж в ФИНАНСОВОМ плане.

**Стратегия развития**

Планируете ли Вы расширять проект в будущем - менять организационно-правовую форму и нанимать сотрудников, выходить на новые рынки сбыта, расширять ассортимент и т.д. Например: на старте проект планируется к запуску в формате самозанятости, однако при преодолении порога выручки (2,4 млн. руб.) планируется переоформление в ИП или ООО.

**Потребность в инвестициях**

Указать какую сумму субсидии Вы хотите потратить (общая сумма расходов до 350 000 р., дополнительно до 30 000 рублей на обучение). Если будут собственные вложения необходимо указать.

Финансирование проекта планируется осуществить за счёт средств грантовой безвозмездной поддержки *и собственных средств*

**Таблица 2. Потребность в инвестициях**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Источник финансирования, руб.** | **Сумма** | **Период** | **Доля** |
| Средства, выделенные в рамках заключённого социального контракта | 350 000 | 2023 | 81,4% |
| Средства, выделенные на обучение | 30 000 | 2023 | 7% |
| Собственные средства | 50 000 | 2023 | 11,6% |
| Всего | 430 000 | 2023 | 100% |

**Затраты на организацию производства**

На что конкретно планируете потратить средства

**В затратной части рекомендуется округление денежных средств:**  
**1) Из копеек в рубли:** 12345,67 руб=12346 руб.   
**2) Сумм заканчивающиеся на 99руб:** 12399 руб=12400 руб.

**Таблица 3. Сведения о затратах на запуск проекта**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Наименование** | **Цена** | **Кол-во** | **Сумма** |
| *Стоимость оборудования и материалов, которые покупаются за счет средств социального контракта* |  |  | ***Максимум 350.000*** |
| Стоимость оборудования и материалов, приобретаемых на собственные средства (если планируется их добавление) |  |  |  |
| *Итого* |  |  |  |

**Основные финансовые результаты**

Вы берете из финансового блока основные позиции (Выручку за год (можно 2-3), срок окупаемости (как быстро проект вернет Вам деньги, вложенные в него)

**Таблица 4. Основные финансовые результаты от реализации проекта**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование статей | Показатель | Сумма в мес | Сумма в год |
| **Выручка от оказания услуг (торговли)** | **руб** |  |  |
| **Валовая прибыль (прибыль после вычетов всех расходов до налогов)** | **руб** |  |  |
| Налог НПД (4% или 6% от суммы выручки) | **%** |  |  |
| **Чистая прибыль (прибыль после вычетов всех расходов в том числе и налоги)** | **руб** |  |  |
| Рентабельность проекта  (средняя чистая прибыль/ среднюю выручку\*100%) | % |  | |
| Окупаемость по сумме господдержки, мес | мес |  | |

**Экономический и социальный эффект**

В данном перечне вы можете указать любую информацию, которая на ваш взгляд, имеет актуальность для населения района и т.п. Значимость и актуальность выбранного вида предпринимательской деятельности для социально-экономического развития муниципального района (города)

Создание \_\_\_\_\_\_ рабочего места (мест), включая ИП (самозанятого).

Годовая величина уплачиваемого налога (НПД/УСН/Патент) – \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_рублей.

Повышение ежемесячного дохода, позволяющего выйти из положения малообеспеченного.

Создание новой бизнес-единицы, обеспечивающей женщин города Челябинска качественной одеждой, пошитой в соответствии с модными трендами. Оказание услуг социальным группам: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(дети с особенностями развития, студенты, пожилые люди, инвалиды и т.п.)

**2.МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН И ОПИСАНИЕ РЫНКА СБЫТА ПРОДУКЦИИ**

**Характеристика рынка и продукта**

Указывается информация о потребности продукта на рынке, его значимость и перспективность роста спроса (потребительские свойства, решение проблем, модные тренды и т.п.)

Тут же можно привести статистическую информацию о спросе из интернет-источников.

**Характеристика продукции с точки зрения потребителя**

Вы описываете, какими характеристиками обладает Ваш продукт (время, качество, материалы) на что потребитель, в первую очередь, обращает внимание (если, например, услуга салона красоты - то на профессионализм человека, который оказывает услугу. Если это изделия, то на качество, материалы, цену.)

Описание продукции/услуги

**Покупатель**

Вы описываете, кто Ваша целевая аудитория (это те лица, которые, с наибольшей долей вероятности, купят у Вас продукт). Описываете эту категорию лиц (пол, возраст, соц. положение, уровень дохода).

**Эффективно также сделать сводную таблицу, которая поможет структурировать проблемы и запросы целевых групп, сформировать для них адресные предложения.** Данная форма является примерной. Группы могут быть сформулированы как по принципу статуса в силу возраста или дохода, так и с учетом семейного, рабочего статуса, жизненных увлечений или событий.

**Таблица 5. Покупатель**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Наименование групп** | **Проблемы /потребности** | **Предложение** | **Ресурс** | **Возможные партнеры** |
| Молодые девушки 16-25 лет | * Самовыражение * Потребность ярко выделиться * Соответствие модным трендам * Невысокая цена | Широкий выбор модных, ярких дизайнов  Приемлемые цены | Яркая палитра лаков эконом-класса  Модные трафареты | Молодёжные клубы  Фитнес-центры |
| Молодые женщины 25-40 лет | * Ухоженность * Соответствие модным трендам * Устойчивость покрытия | Использование новых техник обработки кутикулы и ногтя  Предложение модных трендов в формате естественности | Оборудование для ухода за кутикулой  Базы для устойчивого маникюры  Модная палитра лаков, трафаретов | Рестораны,  Фитнес-центры,  Салоны женской одежды |
| Зрелые дамы  40-65 | * Ухоженность * Стильность * Устойчивость покрытия | Использование новых техник обработки кутикулы и ногтя  Индивидуальный подход в выборе стиля | Оборудование для ухода за кутикулой  Оборудование для комфортного размещения и обслуживания клиента | Рестораны  Фитнес-центры  Салоны женской одежды, аксессуаров  Спа-комплексы |

**Суть данной структуры в том, чтобы:**

- четко описать потребности групп (вторая колонка),

- сформулировать свои предложения (третья колонка), которые в дальнейшем лягут в основу рекламных объявлений

- оценить приоритетность целевой группы с учетом ее объема, частоты спроса простоты привлечения и т.п.,

- определить возможных партнеров (со схожей целевой аудиторией) для быстрого и эффективного привлечения клиентов (пятая колонка)

- выбрать приоритетные целевые группы для формирования своей рыночной ниши

- подобрать необходимое оборудование и материалы для обеспечения предложений (четвертая колонка)

**Ценовая политика**

Описываете по каким ценам Вы будете это реализовывать (если есть цены конкурентов, и Вы можете их привести — это будет идеально (желательно), можно сравнить себя с ценами конкурентов, если вы находитесь в одной ценовой категории, можно указать, что цена устанавливается в рамках среднерыночной позиции, если выше или ниже - Вы поясняете почему.

**Таблица 6. Ценовая политика**

|  |  |
| --- | --- |
| **Ассортимент изделий** | **Цена** |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

**Объем продаж**

Это то, сколько вы планируете продавать в месяц. (для того, чтобы в финансовом плане рассчитать среднемесячную выручку. Если ассортимента много, то выберите 5-7 наиболее востребованных, популярных.)

**Таблица 7. Планируемые объёмы продаж в рамках проекта**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование продукции | Количество, штук (месяц) | Стоимость, рублей | Итого, рублей |
| 1 |  |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |
| 3 |  |  |  |  |
|  |  |  | **Итого** |  |

**Реклама и продвижения товара на рынок**

**О**писываем, как Вы будете себя продавать, как клиент должен Вас заметить (smm, радио, визитки, реклама на ТВ, баннер, создание сайта.) Описываем то, как мы будем себя продвигать. (также указываем месячные затраты на рекламу для того, чтобы их потом отобразить в финансовом плане).

**Конкуренция**

Описываете конкуренцию, в целом, и основных конкурентов в выбранной нише.

Данные можно взять из ресурсов: популярные интернет-сервисы для размещения объявлений, городской информационных справочников, без упоминания их наименований.  
По основным конкурентам можно сделать сравнительный анализ по ценам, услугам и сервисам. Данные для сравнения могут быть как количественные, так и качественные. Данный свод наглядно покажет, в чем ваши преимущества и недостатки и на какой информации стоит выстроить рекламную компанию.

**Таблица 8. Конкуренция**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Характеристика | Конкурент1 | Конкурент2 | Конкурент3 | **Моя компания** |
| Адрес местоположения |  |  |  |  |
| Цена услуги(продукта) от |  |  |  |  |
| Марка косметики (оборудования) |  |  |  |  |
| График работы |  |  |  |  |
| Условия записи |  |  |  |  |
| Наличие (ведение социальных сетей) |  |  |  |  |
| И др |  |  |  |  |

**Торговая политика –** это краткое описание того, как Вы будете конкурировать.

**Послепродажное обслуживание** (если оно предусмотрено)**-** включает (консультацию, гарантийный срок, службу поддержки).

**Таблица 9. Маркетинговый анализ (SWOT-анализ)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Сильные стороны** | **Слабые стороны** |
| Ассортимент продукции, который обладает в настоящее время повышенным спросом.  Возможность замены моделей товара иными, в случае падения спроса и в зависимости от сезонности.  Хорошее месторасположение производства – удобное с точки зрения сотрудников и логистики.  Новое оборудование.  Формирование собственного бренда.  Наличие опыта ведения бизнеса.  Налаженные поставки материалов и фурнитуры.  Знание рынка, контакты с потенциальными покупателями.  Развитая реклама посредством соцсетей, современный подход к рекламе.  Опыт и навыки.  Отсутствие сильной и развитой сети конкурентов.  Статус самозанятого не предполагает лишних издержек на заработную плату бухгалтеру. | Отсутствие узнаваемого бренда.  Ограниченные финансовые возможности.  Высокая конкуренция. |
| **Возможности** | **Угрозы** |
| Создание узнаваемого бренда.  Работа с корпоративными заказами.  Развитие посредством рекламы у узнаваемых блогеров.  Расширение ассортимента и большой ценовой диапазон.  Имеется возможность снижения себестоимости изделий за счет увеличения объемов закупаемых материалов. | Выход на рынок новых конкурентов.  Низкая покупательская способность из-за экономической ситуации.  Болезнь инициатора проекта. |

**3.ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН.**

# Форма регистрации

**Система налогообложения** (пояснить, почему выбрали ее и как вы будете на ней работать)

**Оплата труда** (есть ли заработная плата или доход – чистая прибыль от реализации проекта)

**Основные функции деятельности** (что будет входить в функциональные обязанности, что нужно делать, чтобы ваше предприятие работало)

# Схема организационной структуры

Заказчики

**Самозанятый**

СММ - менеджер по договору ГПХ

Услуги доставки

Поставщики

# Рис. 1 Организационная структура

# Моя квалификация

Имею образование \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(какое уч.заведение, квалификация, год окончания, полученные сертификаты и прохождения до обучений).

Имею опыт: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(можно указать где и кем, работали, стаж)

# Форма регистрации

Предприятие зарегистрировано в качестве индивидуального предпринимателя / (самозанятого). Система налогообложения – УСН – доходы (6%) (НПД, патент).

# Основные функции деятельности

* Разработка новых форматов, дизайнов
* Работа с клиентом
* Закуп материалов, инвентаря
* Продвижение в социальных сетях
* Уборка помещения, дезинфекция оборудования

Отдельные задачи, можно передавать на аутсорсинг соответствующим предприятиям или специалистам, работающим в качестве самозанятых или ИП, например,

* Водитель-курьер - услуги доставки,
* СММ-менеджер - продвижение в соцсетях,
* Уборщица, дворник

Данные услуги оформляются договорами гражданско-правового характера (ГПХ).

В дальнейшей перспективе, при увеличении роста заказов и объема работы, возможна регистрация ИП в качестве работодателя и принятия в штат сотрудников соответствующих квалификаций на постоянной основе.

# Схема организационной структуры, как ИП (пример)

# Рис. 2 Организационная структура

# Моя квалификация:

Имею образование \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(какое уч.заведение, квалификация, год окончания).

Имею опыт: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(можно указать, где и кем, работали, стаж)

За период работы индивидуальным предпринимателем наработан опыт, необходимый для ведения предпринимательской деятельности:

* эффективного взаимодействия с партнерами – поставщиками, клиентскими структурами.
* о форматах работы через популярные маркетплейсы.
* организации логистических процессов от заказа материалов (товаров) до реализации готовой продукции,
* формирования оптимальных складских запасов, организации экономичных перевозок.

Дополнительно, для выполнения отдельных технологических операций пользуюсь интернет-ресурсами с мастер-классами

**4. ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН**

**Описание производственной базы**

**Описание помещения**

Указываем адрес помещения, в котором планируем организацию деятельности. Характеристики помещения: площадь, этаж, вода, отопление, отдельный вход и т.п. Право на использование помещения: аренда, собственность, безвозмездное пользование (кто предоставляет)

В приложении указывается предварительный/уже заключенный договор аренды

Если планируется работа на дому или на выезде, то так и описываем.

**О потребности в сырье и материалах для производства продукции (предоставлении услуг).**

# Таблица 10. Перечень необходимого оборудования для запуска проекта.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Наименование** | **Цена** | **Кол-во** | **Сумма** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

Описываем имеющееся оборудование (если есть) и приобретаемое в рамках соцконтракта.

Здесь четко приводим обоснование отдельных видов оборудования, его характеристик и стоимости для обеспечения необходимых функция деятельности.

**Условия поставки оборудования.**

Приобретение оборудования будет происходить путем анализа предложений поставщиков и частных лиц с агрегаторов. Материалы будут приобретаться у местных продавцов.

Планируемая форма доставки оборудования – за счет поставщика. (если будет доставка за деньги, указать можно будет отнести в расходы за проект), по материалам – силами продавца или самого инициатора проекта, в зависимости от действующих на тот момент условий.

**Таблица 11. Расходные материалы для запуска проекта**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование продукции | Стоимость итого, рублей |
| 1 | Расходные материалы (такие как… и т.д.) |  |
|  | **Итого** |  |

Указываем необходимые материалы для запуска производства. Оптимальный период на 1-3 месяца. Указываем основных поставщиков и способы закупки материалов. Транспортную логистику.

**Количество продукции, производимой в месяц, год.**

Соответственно объемы реализации, после выхода на планируемую мощность, в год составят:

**Таблица 12. Количество продукции, производимой в месяц, год.**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование продукции | Количество в месяц, штук | Количество в год, штук |
| 1 |  |  |  |
| 2 |  |  |  |
| 3 |  |  |  |
| 4 |  |  |  |
| 5 |  |  |  |
| 6 |  |  |  |
| 7 |  |  |  |
|  | **Итого** |  |  |

**График работы.**

Указать режим работы предприятия, рабочие и выходные дни.

Желательно привести расчет затрат времени по каждому виду продукции услуг, для понимания общей загрузки и выполнимости планов

**Таблица 13. Расчет затрат времени по услуге (продукции)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование продукции | Время на 1 ед. услуги, час | Количество в месяц, штук | Время на весь объем в мес, час |
| 1 |  |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |
| 3 |  |  |  |  |
| 4 |  |  |  |  |
| 5 |  |  |  |  |
| 6 |  |  |  |  |
| 7 |  |  |  |  |
|  | **Итого** |  |  |  |

По данным таблицы можно оценить перегрузку или недогруз, и принять решение о корректировке цен, либо смене целевой ниши

**Приводится краткое описание производственного процесса и технологий производства. (**Нужно кратко описать процесс, что вы будете производить, оказывать, также можно описать, что Вы должны пройти, с момента привлечение клиентов до получения денежных средств)

Производственную функцию будет выполнять сам инициатор проекта (если не сам, то указываем, кто). Среди преимуществ данного подхода можно выделить высокий уровень контроля качества производимой продукции. Для организации данного процесса инициатор обладает всеми необходимыми навыками.

Технологически процесс производства выглядит следующим образом: …

Также в рамках описания техпроцесса, необходимо дополнительно обосновать необходимость некоторых видов оборудования

**5.ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН**

**Затраты проекта**

Реализацию проекта планируется произвести за счёт привлечённых средств инфраструктуры социальной защиты населения:

**Таблица 14. Затраты проекта**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Источник финансирования, руб.** | **Сумма** | **Период** | **Доля** |
| Средства, выделенные в рамках заключённого социального контракта | 350 000 | 2023 | 81,4% |
| Средства, выделенные на обучение | 30 000 | 2023 | 7% |
| Собственные средства | 50 000 | 2023 | 11,6% |
| Всего | 430 000 | 2023 | 100% |

**Планируемый объем продаж** в месяц был представлен в разделе «Маркетинговый план». Дублируем информацию для понимания планируемых объёмов производства и реализации в месяц:

**Таблица 15. Планируемый объем продаж**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование продукции | Количество, штук | Стоимость, рублей | Итого, рублей |
| 1 |  |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |
| 3 |  |  |  |  |
| 4 |  |  |  |  |
| 5 |  |  |  |  |
| 6 |  |  |  |  |
| 7 |  |  |  |  |
|  |  |  | **Итого** |  |

Данный расчет сделан с учетом средней нормальной производительности предприятия, на которую планируется выйти в периоде выполнения социального контракта.

Принимая во внимание момент новизны проекта, следует применить коэффициенты дисконтирования по плану продаж. Иначе говоря, проект не сразу выйдет на запланированный уровень продаж. Достижению данных показателей будет предшествовать постепенное нарастание объемов реализации.

Поэтому, в виде таблицы представим процентное соотношение будущих значений. За 100%-ное значение принят план продаж, указанный в настоящем плане.

**Таблица 16. План продаж**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 месяц реализации | 2 месяц реализации | 3 месяц реализации |
| 80% | 90% | 100% |

Итого, установленного плана продаж проект достигнет на 3 месяц (можно указать и больше) после его запуска.

**Планируемые затраты**

**Переменные затраты**

Рассчитываем на основании калькуляции на единицу изделия, услуги

**Таблица 17. Переменные затраты**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| ***№ пп*** | ***Наименование статей*** | ***Цена*** | ***Кол-во*** | ***Ст-ть*** |
| ***1*** |  |  |  |  |
| ***2*** |  |  |  |  |
| ***3*** |  |  |  |  |
| ***4*** |  |  |  |  |
| ***5*** | ***…*** |  |  |  |
|  | ***Итого себестоимость*** |  |  |  |
|  | ***Цена продажи*** |  |  |  |
|  | *Маржа (разница между ценой продажи и себестоимостью)* |  |  |  |
|  | *% маржи (сумма маржи/цене продажи\*100%)* |  |  |  |
|  | *% переменных расходов (себестоимость /цену продажи\*100)* |  |  |  |

Переменный расходы в общем продаж можно рассчитать путем умножения % себестоимости на величину выручки.

Расчет Маржи удобен для понимания, сколько вы зарабатываете валовой прибыли на той или иной группе продукции/услуг.

% маржи необходим для понимания максимально возможного размера при предоставлении скидок покупателю.

**Постоянные затраты**

Прописываем те виды затрат, которые не изменяются непосредственно от объема продаж.

**Таблица 18. Постоянные затраты**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ***Постоянные расходы*** | В месяц | В год |
| Аренда (если есть) |  |  |
| ФОТ сотрудники (если есть) |  |  |
| НДФЛ за сотрудника (если есть) |  |  |
| Платежи во внебюджетные фонды сотрудники (если есть) |  |  |
| Социальные выплаты ИП (ПФР, ФСС) (если есть) |  |  |
| Коммунальные затраты |  |  |
| Амортизация |  |  |
| Транспортные расходы |  |  |
| Расходы по доставке |  |  |
| Услуги третьих лиц |  |  |
| Продвижение |  |  |
| Прочие расходы |  |  |
| **ИТОГО** |  |  |

Представим расчетные данные по реализации проекта на 12 месяцев с даты реализации проекта.

Рассчитаем прогноз доходов и расходов, а также прогноз движения денежных средств проекта.

**Таблица 19.** **Прогноз доходов и расходов на 12 месяцев**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Статьи расходов | Месяцы | | | | | | | | | | | | ИТОГО | Средне.мес |
|  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| **Выручка (всего)** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| (услуга 1) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| (услуга 2) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| (услуга 3) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| (услуга 4) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Расходы** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| ***Переменные расходы*** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Сырье и материалы |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| ***Постоянные расходы*** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Аренда (если есть) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| ФОТ сотрудники |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| НДФЛ за сотрудника |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Платежи во внебюджетные фонды сотрудники |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Социальные выплаты ИП (ПФР, ФСС) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Коммунальные затраты |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Амортизация |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Транспортные расходы |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Расходы по доставке |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Услуги третьих лиц |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Продвижение |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Прочие расходы |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Валовая прибыль (прибыль до вычета налогов)** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Налоги |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Чистая прибыль** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**Таблица 20. Основные финансовые результаты от реализации проекта**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование статей | Показатель | Сумма в мес | Сумма в год |
| **Выручка от оказания услуг (торговли)** | **руб** |  |  |
| Переменные расходы (себестоимость продукции или услуги) | **руб** |  |  |
| постоянные расходы | **руб** |  |  |
| **Валовая прибыль (прибыль после вычетов всех расходов до налогов)** | **руб** |  |  |
| Налог НПД (4% или 6%) | **%** | Сумма налога | Сумма налога |
| **Чистая прибыль (прибыль после вычетов всех расходов в том числе и налоги)** | **руб** |  |  |
| Рентабельность проекта  (средняя чистая прибыль/ среднюю выручку\*100%) | **%** |  | |
| Окупаемость по сумме господдержки, мес | **мес** |  | |

**Вывод:** Исходя из представленных выше данных, реализацию проекта считаем рентабельным. Срок окупаемости вложений составит ?? месяцев. Сумма налоговых отчислений составит ??? рублей. Чистая прибыль ???? рублей.

**6. Приложения**

1. Дипломы/сертификаты/отзывы/курсы – подтверждение Ваших навыков

скан или фото

1. Перечень необходимого оборудования для запуска проекта.

* Коммерческие предложения, с реквизитами поставщика (ИНН, ОГРН, Адрес регистрации/ведения деятельности, контакты, подписи и печати)
* Прайс-листы на актуальную дату подачи заявления (бизнес-плана на проверку)

1. Предварительный/подписанный Договор аренды

скан или фото

1. Договор на обучение, лицензия обучающей организации (при прохождении обучения за счет средств социального контракта)

скан или фото

1. Наименование и фото ваших работ.

Фотографии или скриншоты