***Форма бизнес-плана для субъектов малого предпринимательства***

**1. Резюме проекта**

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование бизнес-плана |  |
| Суть проекта  |  |
| Наименование юридического лица или Ф.И.О. индивидуального предпринимателя  |  |
| Организационно-правовая форма малого предприятия |  |
| Срок реализации проекта, мес. |  |
| Срок окупаемости проекта, мес. |  |
| Система налогообложения, применяемая заявителем, с указанием ставки налога |  |
| Планируемая выручка, руб.  | 1 год/20\_\_г.(временной период расчета, с месяца, года) | 2 год/20\_\_г. | 3 год/20\_\_г. |
|  |  |  |
| Планируемая прибыль, руб. |  |  |  |
| Рентабельность деятельности, %(план. прибыль / план. выручка) х 100% |  |  |  |
| Численность занятых, чел. |  |  |  |
| Фонд оплаты труда, руб. |  |  |  |
| Величина страховых взносов, руб. |  |  |  |
| Сумма налоговых поступлений, руб. |  |  |  |
| - отчисления в федеральный бюджет, руб. |  |  |  |
| - отчисления в региональный бюджет, руб. |  |  |  |
| - отчисления в местный бюджет, руб. |  |  |  |
| Сметная стоимость проекта, руб. |
| Финансирование проекта:- собственные средства- заемные средства- иное | сумма | % |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

Если реализация проекта позволит решить социальные вопросы (создание новых рабочих мест, прокладка дорог и коммуникаций общего пользования, расширение жилого фонда, использование труда инвалидов и т.п.), то указать их.

**2. Конъюнктура и перспективы развития рынка**

2.1. Анализ современного состояния и перспектив развития отрасли, рынка, в том числе краткий анализ состояния рынка (отрасли):

- возможности для деятельности нового субъекта малого предпринимательства;

- угрозы и барьеры для деятельности субъекта малого предпринимательства.

Вывод:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

2.2. Основные потребительские группы и их территориальное расположение.

2.3. Оценка потенциального объема и конъюнктуры рынка продукции (работ, услуг), в том числе краткий анализ конкурентоспособности продукции (работ, услуг):

- описание преимуществ представленной на рынке продукции (работ, услуг);

- описание недостатков представленной на рынке продукции (работ, услуг)

2.4. Перечень основных (потенциальных) конкурентов, в том числе производителей аналогов или функционально заменяющей продукции, их влияние на рынке:

*Анализ сильных и слабых сторон конкурентов*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  Конкурент, адресные данные, вид деятельности | Основные сильные стороны | Основные слабые стороны |
|  |  |  |

2.5. Способы преодоления конкуренции:

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Вывод:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**3. Описание продукции (работ, услуг)**

Преимущества продукции (услуг) в сравнении с лучшими отечественными аналогами.

Предполагаемая номенклатура продукции (работ, услуг) в соответствии с проектом:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование продукции (работ, услуг) | Функциональное назначение, основные потребительские качества и параметры продукции (работ, услуг) |
| 1. |  |  |
| … |  |  |

|  |  |
| --- | --- |
| Наличие лицензируемых видов деятельности (указать вид деятельности и перечень мероприятий, связанных с лицензированием) |  |
| Защищённость продукции патентами и товарными знаками |  |

**4. Маркетинг и способы продвижения продукции (работ, услуг)**

4.1. Обоснование рыночной ниши продукции (работ, услуг): характеристика целевых рынков и поведения потребителей, трудности выхода на целевые рынки.

4.2. Характеристика ценообразования заявителя.

Ценовая политика. Обоснованность ценовой политики. Факторы, влияющие на колебания цен (например: сезонность, отсутствие постоянных поставщиков и пр.). Политика предоставления скидок.

Сопоставление цен и стоимости услуг на свою продукцию и продукцию конкурентов.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование продукции (работ, услуг) | Единица измерения | Цена (рублей) |
| заявителя | конкурента 1 | … |  |  |
| 1. |  |  |  |  |  |  |  |
| … |  |  |  |  |  |  |  |

4.3. Тактика реализации продукции (работ, услуг). Наиболее эффективные механизмы продвижения продукции (работ, услуг) на целевые рынки.

Способы продвижения продукции (работ, услуг) на рынок (реклама – (какая? где?); скидки (какие?); участие в выставках (каких?) и пр.). Перечислить основные направления продвижения продукции подробно.

Предполагаемые методы реализации (прямая поставка, торговые представители, посредники), наличие договоров и протоколов намерений на поставку.

Политика послепродажного обслуживания и предоставления гарантий.

**5. Организация производства**

5.1. Выбор места реализации бизнес-плана, его особенности

|  |  |
| --- | --- |
| Место реализации бизнес-плана (указать точный адрес) | г. Пенза, ул. \_\_\_\_\_\_\_, д.\_\_\_\_, |
| - Офисное помещение  | офис №\_\_\_\_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_\_этаж |
| - Производственные площади  | помещение № \_\_\_\_\_\_\_\_, этаж \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
| Размер офисных / производственных площадей, кв.м  |  |

5.2. Оценка потребности проекта в персонале

(общая численность персонала, структура по возрасту и квалификации, система оплаты труда и годовой фонд заработной платы).

**План по трудовым ресурсам**

*(поквартальная разбивка на 3 года)*

| Наименование показателей | 1 квартал 20\_\_г. |
| --- | --- |
| заработная плата в месяц, руб. | численность, чел. | Фонд оплаты труда в квартал, руб. |
| Оплата труда, всего |  |  |  |
| 1. Директор |  |  |  |
| 2. Заместитель директора |  |  |  |
| 3. Главный бухгалтер |  |  |  |
| 4. |  |  |  |
| …ИТОГО |  |  |  |

5.3. Оборудование для бизнес-плана (поставщики, их местоположение и виды доставки, количество и ответственность).

5.4. Сырье и комплектующие для бизнес-плана (поставщики, их местоположение и виды доставки, количество и ответственность).

5.5. План приобретения основных средств.

**План производства (оказания услуг)**

*(поквартальная разбивка на 3 года)*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование производимой продукции (услуг) | Единица измерения | Объём произведенной продукции, работ,услуг |
| I квартал | II квартал | III квартал | IV квартал | Итогоза год |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |

**План реализации продукции (услуг)**

*(поквартальная разбивка на 3 года)*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование производимой продукции (услуг) | Цена за единицу | Стоимость произведенной продукции (руб.) |
| I квартал | II квартал | III квартал | IV квартал | Итогоза год |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |

**6.Финансовый план**

6.1. Финансовые планы (поквартально ежегодные) на весь период реализации бизнес-плана (но ***не менее трех лет*** с момента начала реализации бизнес-плана) по форме:

Финансовый план на 20\_\_\_ год

руб.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| №п/п | Наименование показателей | I квартал | II квартал | III квартал | IV квартал | Итогоза год |
| 1. | Выручка от реализации |  |  |  |  |  |
| 2. | Себестоимость продукции (п.2.1+ п.2.2)в том числе: |  |  |  |  |  |
| 2.1 | **Постоянные расходы**: |  |  |  |  |  |
| 2.1.1 | Арендная плата |  |  |  |  |  |
| 2.1.2 | Затраты на оплату труда  |  |  |  |  |  |
| 2.1.3 | Амортизация оборудования и зданий |  |  |  |  |  |
| 2.1.4 | Отчисления от ФОТ |  |  |  |  |  |
| 2.1.5 | Коммунальные расходы |  |  |  |  |  |
| 2.1.6 | Электроэнергия |  |  |  |  |  |
| 2.1.7 | Телефон, Интернет |  |  |  |  |  |
| 2.1.8 | Прочие постоянные расходы, не зависящие от объема производства |  |  |  |  |  |
| 2.2. | **Переменные расходы:** |  |  |  |  |  |
| 2.2.1 | Расходные материалы для производства продукции, оказания услуг |  |  |  |  |  |
| 2.2.2 | Прочие затраты, зависящие от объема производства |  |  |  |  |  |
| 2.2.3 | **Прочие расходы** |  |  |  |  |  |
| 3. | **Налоги:**

|  |
| --- |
| Наименование налога (сбора) |
| Налоговая ставка |
| Сумма налога |

 |  |  |  |  |  |
| 4. | Чистая прибыль (п.1 - п.2 - п.3) |  |  |  |  |  |

6.2. Расчёт срока окупаемости бизнес-плана, точки безубыточности

Срок окупаемости бизнес-плана исчисляется как период со дня начала финансирования инвестиционного проекта до дня, когда разность между накопленной суммой чистой прибыли с амортизационными отчислениями и объёмом инвестиционных затрат приобретает положительное значение.

**7.Рыночные риски, внешние риски, внутренние или ресурсные риски.**

Внешние риски субъекта малого (среднего) предпринимательства.

К внешним рискам относятся риски, непосредственно не связанные с деятельностью предприятия или его контактной аудитории (социальные группы, юридические и (или) физические лица, которые проявляют потенциальный и (или) реальный интерес к деятельности конкретного предприятия).

Внутренние риски субъекта малого (среднего) предпринимательства.

К внутренним рискам относятся риски, обусловленные деятельностью самого предприятия и его контактной аудитории.

**8. Приложения**

В качестве приложений к бизнес – проекту представляются (при наличии):

- бухгалтерская (или) налоговая отчетность;

- спецификации продукта, фотографии;

- копии рекламных проспектов;

- резюме участников проекта;

- копии договоров и протоколов о намерениях, которые в перспективе будут

способствовать реализации бизнес – проекта;

- рекомендательные письма;

- необходимые чертежи, фотографии;

***Форма бизнес-плана на столовую***

**1. Резюме проекта**

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование бизнес-плана |  |
| Суть проекта |  |
| Наименование юридического лица или Ф.И.О. индивидуального предпринимателя  |  |
| Организационно-правовая форма малого предприятия |  |
| Срок реализации проекта, мес. |  |
| Срок окупаемости проекта, мес. |  |
| Система налогообложения, применяемая заявителем, с указанием ставки налога |  |
| Планируемая выручка по годам реализации проекта, руб. | 1 год 20\_\_г. | 2 год20\_\_г. | 3 год20\_\_г. |
|  |  |  |
| Планируемая прибыль, руб. |  |  |  |
| Рентабельность деятельности, %(план. прибыль / план. выручка) х 100% |  |  |  |
| Численность занятых, чел. |  |  |  |
| Фонд оплаты труда, руб. |  |  |  |
| Величина страховых взносов, руб. |  |  |  |
| Сумма налоговых отчислений, руб. |  |  |  |
| - отчисления в федеральный бюджет, руб. |  |  |  |
| - отчисления в региональный бюджет, руб. |  |  |  |
| - отчисления в местный бюджет, руб. |  |  |  |
| Финансирование проекта:- собственные средства- заемные средства- иное | сумма | % |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
| Итого, сметная стоимость проекта, руб. |  | 100 |

Если реализация проекта позволит решить социальные вопросы (создание новых рабочих мест, использование труда инвалидов и т.п.), то указать их.

**2. Конъюнктура и перспективы развития рынка**

2.1. Анализ современного состояния и перспектив развития отрасли, рынка, в том числе краткий анализ состояния рынка (отрасли):

- возможности для деятельности нового субъекта малого предпринимательства;

- угрозы и барьеры для деятельности субъекта малого предпринимательства.

Вывод:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

2.2. Основные потребительские группы и их территориальное расположение.

2.3. Оценка потенциального объема и конъюнктуры рынка продукции (работ, услуг), в том числе краткий анализ конкурентоспособности продукции (работ, услуг):

- описание преимуществ представленной на рынке продукции (работ, услуг);

- описание недостатков представленной на рынке продукции (работ, услуг)

2.4. Перечень основных (потенциальных) конкурентов, в том числе производителей аналогов или функционально заменяющей продукции, их влияние на рынке:

*Анализ сильных и слабых сторон конкурентов*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  Конкурент, адресные данные, вид деятельности | Основные сильные стороны | Основные слабые стороны |
|  |  |  |

2.5. Способы преодоления конкуренции:

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Вывод:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**3. Описание продукции (работ, услуг)**

Преимущества продукции (услуг) в сравнении с аналогами.

Объем производства товаров, выполнения работ, оказания услуг при осуществлении деятельности (количество договоров по оказанию подобных услуг, сроки заключенных договоров, количество потребителей)

Предполагаемая номенклатура продукции (услуг) в соответствии с проектом:

|  |  |
| --- | --- |
| № п/п | Наименование продукции (ассортимент, выбор блюд) |
| 1. |  |
| … |  |

|  |  |
| --- | --- |
| Наличие лицензий на осуществляемые виды деятельности (указать вид деятельности и перечень мероприятий, связанных с лицензированием) |  |
| Система контроля качества оказываемых услуг |  |
| Основные сырьевые поставщики |  |
| Соответствие организации требованиямсанитарных норм и правил |  |
| Наличие/отсутствие отзывов потребителей |  |
| Цикличность меню |  |

**4. Маркетинг и способы продвижения продукции (работ, услуг)**

4.1. Обоснование рыночной ниши продукции (работ, услуг): характеристика целевых рынков и поведения потребителей, трудности выхода на целевые рынки.

4.2. Характеристика ценообразования заявителя.

Ценовая политика. Обоснованность ценовой политики. Факторы, влияющие на колебания цен (например: сезонность, отсутствие постоянных поставщиков и пр.). Политика предоставления скидок.

Сопоставление цен и стоимости услуг на свою продукцию и продукцию конкурентов.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование продукции (работ, услуг) | Единица измерения | Цена (рублей) |
| заявителя | конкурента 1 | … |  |  |
| 1. |  |  |  |  |  |  |  |
| … |  |  |  |  |  |  |  |

4.3. Тактика реализации продукции (работ, услуг). Наиболее эффективные механизмы продвижения продукции (работ, услуг) на целевые рынки.

Способы продвижения продукции (работ, услуг) на рынок (реклама – (какая? где?); скидки (какие?); участие в выставках (каких?) и пр.). Перечислить основные направления продвижения продукции подробно.

Предполагаемые методы реализации (прямая поставка, торговые представители, посредники), наличие договоров и протоколов намерений на поставку.

Политика послепродажного обслуживания и предоставления гарантий.

**5. Организация производства**

5.1. Выбор места реализации бизнес-плана, его особенности

|  |  |
| --- | --- |
| Место реализации бизнес-плана (указать точный адрес объекта аренды) | г. \_\_\_\_\_\_\_\_\_, ул. \_\_\_\_\_\_\_, д.\_\_\_\_, |
| - Помещение столовой | пом. №\_\_\_\_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_\_\_этаж |
| - Производственные площади (если имеются) | помещение № \_\_\_\_\_\_\_\_, этаж \_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
| Размер помещения столовой / производственных площадей, кв.м  |  |

5.2. Оценка потребности проекта в персонале

(общая численность персонала, структура по возрасту и квалификации, система оплаты труда и годовой фонд заработной платы).

**План по трудовым ресурсам**

*(поквартальная разбивка на 3 года)*

| Наименование показателей | 1 квартал 20\_\_г. |
| --- | --- |
| заработная плата в месяц, руб. | численность, чел. | Фонд оплаты труда, руб. |
| 1. Директор |  |  |  |
| 2. Заместитель директора |  |  |  |
| 3. Главный бухгалтер |  |  |  |
| 4. … |  |  |  |
| ИТОГО |  |  |  |

5.3. Оборудование для бизнес-плана (поставщики, их местоположение и виды доставки, количество и ответственность).

5.4. Сырье и комплектующие для бизнес-плана (поставщики, их местоположение и виды доставки, количество и ответственность).

5.5. План приобретения основных средств.

**План производства**

*(поквартальная разбивка на 3 года)*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование производимой продукции (услуг) | Единица измерения | Объём произведенной продукции, работ,услуг |
| I квартал | II квартал | III квартал | IV квартал | Итогоза год |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |

**План реализации продукции (услуг)**

*(поквартальная разбивка на 3 года)*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование производимой продукции (услуг) | Цена за единицу | Стоимость произведенной продукции (руб.) |
| I квартал | II квартал | III квартал | IV квартал | Итогоза год |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |

**6.Финансовый план**

6.1. Финансовые планы (поквартально ежегодные) на весь период реализации бизнес-плана (но не менее трех лет с момента начала реализации бизнес-плана) по форме:

Финансовый план на 20\_\_\_ год

руб.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| №п/п | Наименование показателей | I квартал | II квартал | III квартал | IV квартал | Итогоза год |
| 1. | Выручка от реализации |  |  |  |  |  |
| 2. | Себестоимость продукции (п.2.1+ п.2.2)в том числе: |  |  |  |  |  |
| 2.1 | **Постоянные расходы**: |  |  |  |  |  |
| 2.1.1 | Арендная плата |  |  |  |  |  |
| 2.1.2 | Затраты на оплату труда  |  |  |  |  |  |
| 2.1.3 | Амортизация оборудования и зданий |  |  |  |  |  |
| 2.1.4 | Отчисления от ФОТ |  |  |  |  |  |
| 2.1.5 | Коммунальные расходы |  |  |  |  |  |
| 2.1.6 | Электроэнергия |  |  |  |  |  |
| 2.1.7 | Телефон, Интернет |  |  |  |  |  |
| 2.1.8 | Прочие постоянные расходы, не зависящие от объема производства |  |  |  |  |  |
| 2.2. | **Переменные расходы:** |  |  |  |  |  |
| 2.2.1 | Расходные материалы для производства продукции, оказания услуг |  |  |  |  |  |
| 2.2.2 | Прочие затраты, зависящие от объема производства |  |  |  |  |  |
| 2.2.3 | **Прочие расходы** |  |  |  |  |  |
| 3. | **Налоги:**

|  |
| --- |
| Наименование налога (сбора) |
| Налоговая ставка |
| Сумма налога |

 |  |  |  |  |  |
| 4. | Чистая прибыль (п.1 - п.2 - п.3) |  |  |  |  |  |

6.2. Расчёт срока окупаемости бизнес-плана, точки безубыточности

Срок окупаемости бизнес-плана исчисляется как период со дня начала финансирования инвестиционного проекта до дня, когда разность между накопленной суммой чистой прибыли с амортизационными отчислениями и объёмом инвестиционных затрат приобретает положительное значение.

**7.Рыночные риски, внешние риски, внутренние или ресурсные риски.**

Внешние риски субъекта малого (среднего) предпринимательства.

К внешним рискам относятся риски, непосредственно не связанные с деятельностью предприятия или его контактной аудитории (социальные группы, юридические и (или) физические лица, которые проявляют потенциальный и (или) реальный интерес к деятельности конкретного предприятия).

Внутренние риски субъекта малого (среднего) предпринимательства.

К внутренним рискам относятся риски, обусловленные деятельностью самого предприятия и его контактной аудитории.

**8. Приложения**

В качестве приложений к бизнес – проекту представляются (при наличии):

- бухгалтерская (или) налоговая отчетность;

- спецификации продукта, фотографии;

- копии рекламных проспектов;

- резюме участников проекта;

- копии договоров и протоколов о намерениях, которые в перспективе будут

способствовать реализации бизнес – проекта;

- рекомендательные письма;

- необходимые чертежи, фотографии.

***Форма бизнес-плана***

***для заявителя - для физического лица, применяющего специальный налоговый режим***

***«Налог на профессиональный доход»***

***)***

**1. Резюме проекта**

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование бизнес-плана |  |
| Суть проекта  |  |
| Вид деятельности в соответствии с ОКВЭД 2 |  |
| Ф.И.О. заявителя - физического лица, применяющего налог на профессиональный доход |  |
| Статус заявителя - физического лица |  |
| Срок реализации проекта, мес. |  |
| Срок окупаемости проекта, мес. |  |
| Система налогообложения, применяемая заявителем, с указанием ставки налога |  |
| Планируемая выручка, руб.  | 1 год/20\_\_г.(временной период расчета, с месяца, года) | 2 год/20\_\_г. | 3 год/20\_\_г. |
|  |  |  |
| Планируемая прибыль, руб. |  |  |  |
| Рентабельность деятельности, %(план. прибыль / план. выручка) х 100% |  |  |  |
| Численность занятых, чел. |  |  |  |
| Сумма налоговых поступлений, руб. |  |  |  |
| - отчисления в региональный бюджет, руб. |  |  |  |
| Сметная стоимость проекта, руб. |
| Финансирование проекта:- собственные средства- заемные средства- иное | сумма | % |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

Если реализация проекта позволит решить социальные вопросы (создание новых рабочих мест, прокладка дорог и коммуникаций общего пользования, расширение жилого фонда, использование труда инвалидов и т.п.), то указать их.

**2. Конъюнктура и перспективы развития рынка**

2.1. Анализ современного состояния и перспектив развития отрасли, рынка, в том числе краткий анализ состояния рынка (отрасли):

- возможности для деятельности нового субъекта малого предпринимательства;

- угрозы и барьеры для деятельности субъекта малого предпринимательства.

Вывод:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

2.2. Основные потребительские группы и их территориальное расположение.

2.3. Оценка потенциального объема и конъюнктуры рынка продукции (работ, услуг), в том числе краткий анализ конкурентоспособности продукции (работ, услуг):

- описание преимуществ представленной на рынке продукции (работ, услуг);

- описание недостатков представленной на рынке продукции (работ, услуг)

2.4. Перечень основных (потенциальных) конкурентов, в том числе производителей аналогов или функционально заменяющей продукции, их влияние на рынке:

*Анализ сильных и слабых сторон конкурентов*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  Конкурент, адресные данные, вид деятельности | Основные сильные стороны | Основные слабые стороны |
|  |  |  |

2.5. Способы преодоления конкуренции:

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Вывод:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**3. Описание продукции (работ, услуг)**

Преимущества продукции (услуг) в сравнении с лучшими отечественными аналогами.

Предполагаемая номенклатура продукции (работ, услуг) в соответствии с проектом:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование продукции (работ, услуг) | Функциональное назначение, основные потребительские качества и параметры продукции (работ, услуг) |
| 1. |  |  |
| … |  |  |

|  |  |
| --- | --- |
| Наличие лицензируемых видов деятельности (указать вид деятельности и перечень мероприятий, связанных с лицензированием) |  |
| Защищённость продукции патентами и товарными знаками |  |

**4. Маркетинг и способы продвижения продукции (работ, услуг)**

4.1. Обоснование рыночной ниши продукции (работ, услуг): характеристика целевых рынков и поведения потребителей, трудности выхода на целевые рынки.

4.2. Характеристика ценообразования заявителя.

Ценовая политика. Обоснованность ценовой политики. Факторы, влияющие на колебания цен (например: сезонность, отсутствие постоянных поставщиков и пр.). Политика предоставления скидок.

Сопоставление цен и стоимости услуг на свою продукцию (работу, услуги) и продукцию конкурентов.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование продукции (работ, услуг) | Единица измерения | Цена (рублей) |
| заявителя | конкурента 1 | … |  |  |
| 1. |  |  |  |  |  |  |  |
| … |  |  |  |  |  |  |  |

4.3. Тактика реализации продукции (работ, услуг). Наиболее эффективные механизмы продвижения продукции (работ, услуг) на целевые рынки.

Способы продвижения продукции (работ, услуг) на рынок (реклама – (какая? где?); скидки (какие?); участие в выставках (каких?) и пр.). Перечислить основные направления продвижения продукции подробно.

Предполагаемые методы реализации (прямая поставка, торговые представители, посредники), наличие договоров и протоколов намерений на поставку.

Политика послепродажного обслуживания и предоставления гарантий.

**5. Организация производства**

5.1. Выбор места реализации бизнес-плана, его особенности

|  |  |
| --- | --- |
| Место реализации бизнес-плана (указать точный адрес объекта аренды) | г. \_\_\_\_\_\_\_\_\_, ул. \_\_\_\_\_\_\_, д.\_\_\_\_, |
| - Офисное помещение  | офис №\_\_\_\_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_\_\_этаж |
| - Производственные площади  | помещение № \_\_\_\_\_\_\_\_, этаж \_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
| Размер офисных / производственных площадей, кв.м  |  |

5.2. Оборудование для бизнес-плана (поставщики, их местоположение и виды доставки, количество и ответственность).

5.3. Сырье и комплектующие для бизнес-плана (поставщики, их местоположение и виды доставки, количество и ответственность).

5.4. План приобретения основных средств.

**План производства (оказания услуг)**

*(поквартальная разбивка на 3 года) в единицах*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование производимой продукции (услуг) | Единица измерения | Объём произведенной продукции, работ,услуг |
| I квартал | II квартал | III квартал | IV квартал | Итогоза год |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |

**План реализации продукции (услуг)**

*(поквартальная разбивка на 3 года) в руб.*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование производимой продукции (услуг) | Цена за единицу | Стоимость произведенной продукции (руб.) |
| I квартал | II квартал | III квартал | IV квартал | Итогоза год |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |

**6.Финансовый план**

6.1. Финансовые планы (поквартально ежегодные) на весь период реализации бизнес-плана (но ***не менее трех лет*** с момента начала реализации бизнес-плана) по форме:

Финансовый план на 20\_\_\_ год

руб.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| №п/п | Наименование показателей | I квартал | II квартал | III квартал | IV квартал | Итогоза год |
| 1. | Выручка от реализации |  |  |  |  |  |
| 2. | Себестоимость продукции (п.2.1+ п.2.2)в том числе: |  |  |  |  |  |
| 2.1 | **Постоянные расходы**: |  |  |  |  |  |
| 2.1.1 | Арендная плата |  |  |  |  |  |
| 2.1.2 | Коммунальные расходы |  |  |  |  |  |
| 2.1.3 | Электроэнергия |  |  |  |  |  |
| 2.1.4 | Телефон, Интернет |  |  |  |  |  |
| 2.1.5 | Прочие постоянные расходы, не зависящие от объема производства |  |  |  |  |  |
| 2.2. | **Переменные расходы:** |  |  |  |  |  |
| 2.2.1 | Расходные материалы для производства продукции, оказания услуг |  |  |  |  |  |
| 2.2.2 | Прочие затраты, зависящие от объема производства |  |  |  |  |  |
| 2.2.3 | **Прочие расходы** |  |  |  |  |  |
| 3. | **Налоги:**

|  |
| --- |
| Налог на профессиональный доход |
| Налоговая ставка 4% |
| Сумма налога |

 |  |  |  |  |  |
| Налоговая ставка 6%Сумма налога |  |  |  |  |  |
| 4. | Чистая прибыль (п.1 - п.2 - п.3) |  |  |  |  |  |

6.2. Расчёт срока окупаемости бизнес-плана, точки безубыточности

Срок окупаемости бизнес-плана исчисляется как период со дня начала финансирования инвестиционного проекта до дня, когда разность между накопленной суммой чистой прибыли с амортизационными отчислениями и объёмом инвестиционных затрат приобретает положительное значение.

**7.Рыночные риски, внешние риски, внутренние или ресурсные риски.**

Внешние риски субъекта малого (среднего) предпринимательства.

К внешним рискам относятся риски, непосредственно не связанные с деятельностью предприятия или его контактной аудитории (социальные группы, юридические и (или) физические лица, которые проявляют потенциальный и (или) реальный интерес к деятельности конкретного предприятия).

Внутренние риски субъекта малого (среднего) предпринимательства.

К внутренним рискам относятся риски, обусловленные деятельностью самого предприятия и его контактной аудитории.

**8. Приложения**

В качестве приложений к бизнес – проекту представляются (при наличии):

- справка о полученных доходах;

- спецификации продукта, фотографии;

- копии рекламных проспектов;

- резюме участника проекта;

- копии договоров и протоколов о намерениях, которые в перспективе будут способствовать реализации бизнес – проекта;

- рекомендательные письма;

- необходимые чертежи, фотографии.