



# Как открыть свое дело

Информационно-методические  
рекомендации безработным  
гражданам по организации  
собственного дела без  
образования юридического лица

На современном этапе развития в центр государственной политики все больше выдвигается задача поддержки предпринимательства, которая играет заметную роль в насыщении рынка товарами и услугами. Малый бизнес создает рабочие места, способствуя тем самым разрешению проблемы безработицы, является надежной базой стабильных налоговых поступлений в местные и федеральный бюджеты.

Как открыть свое предпринимательское дело? С чего начать? Как достичь желаемого? Такими вопросами задаются многие, у кого возникло желание стать предпринимателями. Но одного желания в этом случае мало. Необходимы определенный житейский опыт, комплекс необходимых знаний.

Настоящее пособие предназначено для безработных граждан, обратившихся в службу занятости за консультацией по организации собственного дела без образования юридического лица. Основная цель - дать базовую информацию, с помощью которой безработные граждане смогли бы принять наиболее верные решения и, развив ее, приспособиться к существующим условиям

**Говорят, что полоса неудач иногда бывает взлетной!**

**Вы никогда не занимались предпринимательством...  
У Вас есть много идей, но как их воплотить в жизнь!?**

## От идеи к рыночной стратегии

Любое предпринимательство начинается с идеи, которая в зависимости от имеющихся возможностей, постоянно приобретает конкретные формы. Наши нынешние условия не являются для предпринимательства идеальными. Однако, даже при их несовершенстве, хорошая идея, помноженная на энергию личной инициативы, может привести к превосходным результатам.

Поверьте в себя и свою идею перед тем, как открыть свое дело. В любом случае Вы должны быть компетентны в своем деле. Если Вам незнакома эта область или Вы не представляете в деталях, какие к Вам будут предъявлены требования, Вы обязаны, как минимум, попрактиковаться в похожем деле.

**Что значит заниматься бизнесом?  
Что люди хотят получить от бизнеса?**

- ✗ доход,
- ✗ работу,
- ✗ возможность самостоятельно принимать решения,
- ✗ удовлетворение от работы,
- ✗ шанс реализовать себя как личность,

✗ независимость в жизненных вопросах, возможность владеть собственностью, которую можно передать своим детям.



*Если Вы серьезно хотите заняться бизнесом, постарайтесь ответить на следующие вопросы.*

1. Как у вас со здоровьем? Выдержите ли Вы долгие часы работы, которые потребует от Вас ваш бизнес?
2. Способны ли Вы работать одни?
3. Готовы ли Вы рисковать?
4. Можете ли Вы рассчитывать на помощь и поддержку своей семьи?
5. Подумали ли Вы о том, как отразится Ваш бизнес на Вашей семейной жизни?
6. Можете ли Вы принимать решения самостоятельно, а не просто выполнять чьи-то указания?
7. Задумывались ли Вы над тем, что Ваш бизнес потребует от Вас?
8. Мечтаете ли Вы опробовать новые идеи и способы ведения дел?

К мысли открыть свое собственное дело каждый приходит по-своему. Кого-то не устраивает нынешняя работа (неинтересно, бесперспективно и т.п.). В какой-то момент наемный работник понимает, что как специалист стоит гораздо больше, чем может обеспечить работодатель. Иногда, потеряв работу, человек с облегчением понимает, что именно сейчас он может заниматься тем, что приносит и удовлетворение, и доход.

Для делового человека основной капитал – это далеко не деньги и материальные ресурсы. Прежде всего- это опыт, идеи, а также комплекс необходимых знаний.

### **С чего начинать проработку идеи?**

Существует лишь две альтернативы, а именно: придумать что-то самому или реализовать чью-то идею. Второе происходит гораздо чаще. Вопреки распространенному заблуждению Ваши творческие способности – это не самое главное, что нужно для идеи Вашего бизнеса.

У всех людей и организаций есть свои потребности, которые они удовлетворяют по-разному. Если Вы в состоянии предложить способ лучшего или более полного их удовлетворения, то у вас почти наверняка появляется шанс. Идеи генерируют на базе двух подходов:

1. «Я умею это делать (скажем, плотничать), поэтому открою свое дело и буду пробовать результаты своего труда»  
или
2. «Что нужно людям, и не могу ли я это им предложить?»



**Основа для достижения успеха в бизнесе – четкое понимание того, чего Вы хотите достигнуть и умение планировать работу.**

Исследования рынка совсем не обязательно проводить по какой-то сложной методике и с большими затратами. Можно просто обсудить Вашу идею с друзьями, партнерами

по бизнесу. Однако, при проведении исследования Вам следует иметь в виду следующие моменты:

- ❖ не выдавать желаемое за действительное: если Вы будете слушать только друзей и членов семьи, то они будут склонны расхваливать идею Вашего бизнеса, полагая, что Вы ждете от них как раз такой оценки;
- ❖ чем больше людей Вы опросите, тем более взвешенное решение Вы примите;
- ❖ выбирайте случайных собеседников: есть опасная тенденция спрашивать мнения только тех людей, которые, скорее всего, дадут положительную оценку Вашей идеи. Надежнее обращаться, скажем, к каждому третьему, пятому, чтобы получить более произвольную выборку оценок;
- ❖ задача опроса потенциальных потребителей заключается в получении точных ответов на конкретные вопросы для того, чтобы можно было сделать правильные выводы.

Проанализировав полученную таким образом информацию, Вы сможете определить жизнеспособность вашей идеи.



**Ваш бизнес будет все время на первом месте, как в работе, так и в семейной жизни**

# Исследуем рынок

**Исследование рынка состоит из семи основных компонентов:**

## 1. «СПРОС»

Потребность в товаре не превратится в спрос, если цена слишком высока, так как мало, кто сможет позволить себе столь дорогой товар. Поэтому Вам необходимо изучить спрос на Ваш товар или услуги.

В дополнение к Вашей собственной оценке и результатам опроса потенциальных клиентов, еще одним источником объективной информации являются такие же предприниматели. Их должно быть много и они должны знать потребности Ваших потенциальных клиентов.

## 2. «РАСШИРЕНИЕ РЫНКА»

Рынок, на котором Вы хотите обосноваться, может быть в стадии развития, застоя или распада. Активный рынок означает, что там есть место для конкуренции и спрос растет. На застойном же рынке цены ползут вниз под давлением избыточной конкуренции и недостатка потребителей.



**Какой бы гениальной ни казалась вам ваша идея, ее успех будет обусловлен спросом на ваш товар**

### 3. «ДОСТУПНОСТЬ РЫНКА»

Легко ли Вам выйти на рынок с Вашей продукцией или услугами? Вам нужно определить: насколько Ваш товар нужен покупателю.

### 4. «КОНКУРЕНЦИЯ»

При анализе деятельности конкурентов Вы должны рассматривать их в двух аспектах:

а) во-первых, много ли у вас конкурентов? Например, у владельца аптеки, совершенно очевидно, конкуренты есть, но рынок достаточно ёмкий.

б) во-вторых, каково качество товаров и услуг этих конкурентов, и как они функционируют? В этой связи Вам нужно оценить Вашу способность вступления в прямую конкуренцию на Вашем рынке.

### 5. «УРОВЕНЬ ЦЕН»

Ваше исследование рынка должно выявить, не завышены ли существующие рыночные цены относительно себестоимости (в таком случае будет высокая рентабельность), или же, наоборот, цены слишком низкие (тогда рентабельность будет пониженная или даже производство окажется убыточным). Возможно Вы уже достаточно точно подсчитали будущие затраты на Ваш товар или услуги, и если Вам также известны цены конкурентов, можно попытаться рассчитать их прибыль.



**В конечном счете, политика ценообразования и рентабельность имеют огромное значение, поэтому нет смысла начинать свое дело, если ваше исследование показывает, что прибыль будет недостаточно высокой.**

### 6. «ПОСТОЯНСТВО СПРОСА»

Попытайтесь спрогнозировать во времени колебания спроса на Вашу продукцию и услуги. Имея представление о динамике спроса, Вам легче будет планировать объемы поставок и рекламной компании.

### 7. «ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ПОТРЕБИТЕЛИ»

В ходе ваших исследований Вы встретитесь со многими потенциальными клиентами. Вы уже наверняка заметили, нравятся ли им Ваши товары или услуги, а это хороший индикатор, станут ли они самой важной для Вас персоной – Вашим клиентом.

### Где обосноваться лучше всего?

*Спросите себя:*

\* какое главное значение имеет место моей деятельности для тех, на кого она направлена?

\* где лучше всего контактировать с теми, на кого ориентируется мой бизнес?

Если Вы считаете, что место не имеет значения для ваших клиентов, то вы должны предлагать услугу такой специфики, что люди готовы преодолевать долгий путь, чтобы прийти к вам, или ваши контакты с клиентами будут происходить в основном через письма и по телефону.

Многие предприниматели, чтобы сэкономить средства, обосновываются в своей квартире. Однако это производит впечатление непрофессиональности.

Если вы установили, что место вашего обоснования очень важно для ваших клиентов, если вы ориентируетесь на

постоянную клиентуру - вам необходимо проверить правильность выбранного вами места:

- какова структура доходов в данной местности?
- какова возрастная структура, каков процент трудящихся лиц, домохозяек, семей с детьми?
- какие предприятия есть в данной местности, каков порядок их работы? Какие люди на них работают и могли бы они стать Вашими потенциальными потребителями?
- удобно ли подъезжать транспорту? В зависимости от того, насколько мобильны Ваши клиенты и какие транспортные средства они предпочитают, этот вопрос может иметь важное значение.

Если Вы отметили свои преимущества, можно начинать поиск помещения, воспользоваться рекламными объявлениями в местной прессе. Но иногда наилучший совет можно получить от местных бизнесменов. Сравнительно быстро разносится информация о том, кто уходит из бизнеса и желает перебазировать свое предприятие.

### ***При оценке предложенных помещений вы должны учесть следующее:***

- ▶ какое помещение нужно для работы с клиентами, сколько места понадобится для склада, как организовать место для отдыха сотрудников во время перерыва. Имеет смысл уже сегодня подумать о возможном расширении вашего дела;
- ▶ необходимо ли вам специальное оборудование? Какие расходы вам предстоят в связи с дополнительными установками? Какие затраты потребуются для ремонта?

### **! Обратите внимание**

**Внешнее состояние здания или помещения обычно производит первое впечатление (положительное или отрицательное) на Ваших клиентов.**

### **Реклама, но как?**

Что необходимо для того, чтобы привлечь внимание клиентов на вашу продукцию или услуги?



**Необходимо информировать о своих товарах или услугах, где и когда их можно приобрести, по какой цене, сообщить другие сведения, которые могут потребоваться покупателям для принятия решения о покупке.**

Хорошее сообщение должно быть достаточно содержательным. Иными словами, оно должно:

#### **◆ привлечь внимание**

Вам необходимо привлечь внимание потребителя и удержать его. Это достигается умелым использованием фирменных знаков и изображений.

#### **◆ пробудить интерес**

Это можно обеспечить, подчеркнув преимущества, которые отличают Ваш товар или услугу.

#### **◆ побудить к действию**

Необходимо предоставить достаточную информацию для принятия решения о покупке, заказе или посещении, для этого может потребоваться предложение какой-то специальной скидки.

### **? Каким способом донести информацию до потребителя?**

Как правило, когда речь заходит о рекламе, первое, что вспоминается, – это реклама по радио, телевизионные клипы и рекламные объявления в газетах. Но существует много других способов прорекламировать Вашу продукцию, услуги. Вот лишь некоторые из них:

- ▶ листовки в почтовых ящиках,
- ▶ пресс-конференции,
- ▶ раздача календарей,
- ▶ боковые стенки автобусов,
- ▶ бесплатное информационное письмо,
- ▶ личные рекомендации,
- ▶ выставки,
- ▶ наклейки,
- ▶ местное радио.

***Эти способы продвижения товара можно разделить на пять категорий:***

**1. Реклама в средствах массовой информации** – от местной печати до различных телевизионных программ.

**2. Листки и проспекты** – вариантов много, и они ограничены только Вашим бюджетом, то есть от рукописных – до высококачественной печатной продукции.

**3. Освещение в прессе** – чем более интересна Ваша история, тем больше у Вас шансов, что она будет напечатана в прессе, причем бесплатно.

**4. Выставки** – часто используются предприятиями для рекламы своей продукции или услуг. Как правило, выставки бывают отраслевыми или посвященными какому-то конкретному виду продукции.

**5. Специальные мероприятия** – тут все зависит от Вашей фантазии. Можно организовать спонсорскую поддержку какой-то благотворительной акции.

! **Прежде чем Вы выберете подходящий способ, Вам надо определиться с Вашим потенциальным рынком и поискать наиболее эффективный способ информационного общения с ним.**

### **Получите ли Вы отдачу от вашей рекламы?**

Конечным этапом разработки плана продвижения на рынок является анализ его финансовой стороны. Надо постоянно следить за затратами на рекламную деятельность и за ее отдачей. Нет никакого смысла проводить рекламную деятельность для повышения объема реализации, если расходы на нее превышают получаемый в результате прирост прибыли.

Попытайтесь ответить на следующие вопросы:

- во что обходится Вам реклама?
- каковы затраты на одного потенциального клиента?
- какую дополнительную прибыль или выгоду даст рекламная деятельность?

# Сколько денег нужно для начала?

Нет никакого смысла, что бы то ни было затевать, если прибыль не предвидится. Даже если получение прибыли не входит в Ваши ближайшие планы, Вашему предприятию не выжить, если поступлений от него не хватает, по крайней мере, на покрытие текущих затрат.

## **Планирование доходов.**

Информация собранная Вами в ходе исследования рынка, является важной составляющей этих расчетов. Речь идет о доходной части вашего бизнеса, то есть вероятном количестве клиентов, цене, которую они готовы платить, и других факторах, имеющих отношение к доходу, например, сезонной покупательской способности.

## ***Затраты, связанные с организацией бизнеса и его функционированием.***

Для проведения расчетов рентабельности Вы, конечно же, должны иметь ясное представление, как о доходах, так и о затратах.

Затраты делятся на три категории: первая относится к организационному периоду, а остальные две связаны с функционированием предприятия.

## **Организационные расходы.**

Это суммы, необходимые для разовых выплат в процессе организации бизнеса: расходы на покупку оборудования, транспорт, реконструкцию помещений, регистрационный сбор, изготовление печатей, бланков, а в отдельных случаях

может быть, приобретение партии товаров, необходимых для начала работы. Сюда так же входят расходы, которые потребуются для обеспечения работоспособности бизнеса на этапах его становления. Это оборотный капитал. Организационные поддержки должны учитываться отдельно от текущих затрат, связанных с работой предприятия. Деньги, необходимые для создания бизнеса, принято именовать стартовым капиталом.

## **Постоянные расходы.**

Постоянные расходы есть на любом предприятии, независимо от объемов производства. К ним относится аренда помещения, заработная плата, отчисления в бюджет, страхование и административные расходы.

После того, как Ваше предприятие начало свою деятельность, любое оборудование, приобретенное для обеспечения его работы, например, счетная машинка, попадает в категорию постоянных затрат, которые так же известны как накладные расходы.

## **Переменные расходы.**

Существуют затраты, которые напрямую связаны с объемом производства и реализацией Вашей продукции. Для производственных отраслей основной переменной составляющей является стоимость материалов и затраты труда на изготовление продукции. Для предприятий сферы обслуживания это скорее затраты предприятия по реализации товаров, скажем, через магазин, или же стоимость материалов и работы по обслуживанию клиентов. Они так же называются прямыми расходами.



Информация о затратах должна быть достоверной. В противном случае ваши расчеты рентабельности окажутся неверными, и вместо прибыльного – Вы можете получить убыточное предприятие.

Вам надо изложить на бумаге все виды вашей деятельности и продумать все необходимые затраты. Не забудьте и административную, «бумажную» работу. Ее часто не принимают в расчет, а она может потребовать много времени. Не следует забывать так же о таких вещах, как Ваша заработная плата, финансирование планов возможного расширения бизнеса, замены оборудования.

## Оформление Вашей идеи

**Почти во всех делах самое трудное – начало.**  
Ж.-Ж. Руссо

Открывая собственное дело, необходимо все проанализировать и определить цели своего бизнеса. Если Вы собираетесь что-то производить, то нужно знать, во что это будет обходиться, конъюнктуру рынка и количество конкурентов. Надо так же иметь представление и о том, где открывать свое предприятие, как рекламировать свой товар или услуги. Чтобы Ваш бизнес оказался прибыльным, эти вопросы должны быть отражены в бизнес – плане.

В предыдущих главах мы говорили о том, как увязать с бизнесом ваши личные цели, решить, чем вы будете заниматься, провести исследование рынка и оценить прибыльность Вашего предприятия.

Далее необходимо обобщить все полученные данные, чтобы убедиться в состоятельности или несостоятельности вашей идеи и Ваших планов.

Если результаты предварительного исследования подтверждают обоснованность Вашей идеи, легко поддаются искушению и сразу же приступить к работе. От этого стоит воздержаться. Те, кто начинают организацию своего бизнеса только после того, как они внимательно проанализировали и документально оформили стратегию, имеют в два раза больше шансов на успех.

Бизнес-план составляется для себя, а не для вышестоящих инстанций. Этот план призван помочь в достижении Ваших личных целей, которые Вы связываете с этим бизнесом.

Цели, заложенные в плане, меняются по мере развития вашего бизнеса.

*Например:*

До открытия вашего дела

- ✗ план подтверждает, что ваши цели реальны и достижимы при имеющихся у вас ресурсах*

После начала работы предприятия

- ✗ план контролирует показатели деятельности предприятия и указывает на возможные проблемы, подтверждает достижения и помогает определить направление дальнейшего развития вашего предприятия.*

Если Вам потребуется источник финансирования

- ✗ ваш бизнес-план можно оформить в виде технико-экономического обоснования – официального документа, который используется для получения финансирования от банков или инвестиционных фирм.*



**Имея бизнес – план, вы можете претендовать на финансовую помощь со стороны службы занятости.**

## **Бизнес - план: структура и рекомендации по составлению**

### **1. Титульный лист**

- ❖ Название и адрес предприятия
- ❖ Руководитель предприятия (организации) – претендента:
- ❖ Ф.И.О. и телефон
- ❖ Суть проекта (название проекта)
- ❖ Срок окупаемости проекта
- ❖ Кем и когда разработана и удержана проектно – сметная документация (фото, заслуги составителя бизнес – плана).
- ❖ Указание о независимой экспертизе
- ❖ Заявление о коммерческой тайне.

### **2. Вводная часть или краткая характеристика предприятия, производства и выпускаемой продукции (1-2стр)**

Следует дать краткое описание предприятия: занимаемая им территория, имеющиеся производственные мощности, применяемые технологии, технологический процесс, обоснование, выпускаемая продукция, реквизиты, организационно – правовая форма, имена и адреса учредителей и т.д.

### **3. Краткое описание предлагаемого бизнес-плана (минимум 3-4 стр.)**

Это реклама проекта, которая должна характеризовать цели проекта, доказательства его выгоды. Показать, в чем сущность проекта, назвать преимущества продукции (услуг), указать какие потребуются инвестиции и когда будут возвращены заемные средства. Наличие заключений

государственной вневедомственной (независимой), а так же экологической экспертизы организации, даты утверждения.

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

Финансирование проекта (в процентах):

-собственные средства;

-заемные средства;

-средства государственной поддержки.

### **4. Маркетинговые исследования**

Каков ожидаемый спрос на продукцию, отдельно указываются предпосылки ожидаемого успеха проекта. Предприятия конкуренты (их адреса, выпускаемая продукция, качество, цены объемы, слабые и сильные стороны и т.д.). Какие и где появились аналоги продукта за последние 3 года. Анализ, на основании чего пришли к решению о разработке данного проекта. Поставщики сырья, оборудования, материалов, подрядчики (договора, условия, цены). Рынок сбыта (регионы, физические и юридические лица, договора и т.д.). Является ли предприятие монополистом в выпуске данной продукции? Характер спроса (равномерный или сезонный). Какие свойства продукции или дополнительные услуги делают проект предпочтительным по отношению к конкурентам. Защита товара на внутреннем и экспортном рынках. Каких действий конкурентов следует опасаться, и каковы основные элементы стратегии противодействия. Обоснование цены на продукцию. Оптовая цена товара определяется исходя из сложившейся конъюнктуры на внутреннем и внешнем рынках, а также уровня рентабельности, достаточного для поддержания стабильного

финансового состояния и платежеспособности предприятия. Организация сбыта. Дать описание системы сбыта с указанием фирм, привлекаемых к реализации продукта. Доходы от проведения послепродажного обслуживания. Способы организации рекламы. Примерный объем затрат. Договоры или протоколы о намерениях реализации товара по предлагаемым ценам. Структура расходов населения. Политика цен. Потенциальные конкуренты.

#### **Риски на стадии подготовки проекта:**

Платежеспособность заказчика (в случае одного покупателя товара). Непредвиденные затраты, в том числе из-за инфляции. Недостатки проектно-изыскательных работ. Несвоевременная поставка комплектующих. Несвоевременная подготовка ИТР и рабочих. Недобросовестность подрядчика.

#### **Финансово-экономические риски:**

Неустойчивость спроса. Появление альтернативного продукта. Снижение цен конкурентами. Рост налогов. Неплатежеспособность потребителей. Рост цен на сырье, материалы, перевозки. Зависимость от поставщиков, отсутствие альтернатив. Недостаток оборотных средств.

#### **Социальные риски:**

Трудности с набором квалифицированной рабочей силы. Недостаточный уровень зарплаты. Квалификация кадров. Социальная инфраструктура.

#### **Технические риски:**

Изношенность оборудования. Нестабильность качества сырья и материалов. Новизна технологии. Недостаточная надежность технологии. Отсутствие резерва мощности.

#### **Экологические риски:**

Вероятность залповых выбросов. Выбросы в атмосферу и сбросы в воду. Близость населенного пункта. Вредность производства. Складирование отходов.

#### **5. Анализ положений дел в отрасли.**

**(назначение раздела является указанием на характер отрасли: развивающаяся, стабильная, стагнирующая)**

Общая характеристика потребности и объем производства продукции в регионе. Значимость данного производства для экономического и социального развития региона. Ожидаемая доля предприятия по производству продукции в регионе.

#### **6. Производственный план**

**(назначение раздела – аргументировать выбор производственного процесса и определить его экономические показатели)**

Специфические требования к организации производства. Альтернативные источники снабжения сырьем и материалами. Форма амортизации (простая, ускоренная). Норма амортизационных отчислений. Основание для применения нормы ускоренной амортизации. Себестоимость намечаемой к производству продукции. Калькуляция себестоимости. Структура капитальных вложений, предусмотренная в проектной документации и сметно-финансовом расчете, в т.ч. строительно-монтажные работы, затраты на оборудование, прочие затраты. Ввод и освоение производственных мощностей. Обеспечение экологической и технической безопасности. Торгово-сбытовые издержки. Капитальные затраты, связанные с реализацией продукции (услуг).

## 7. Организационный план

Форма собственности. По товариществам указываются условия создания и партнерства; по АО – учредители и принадлежащие им доли. Если это ОАО, то, сколько акций уже выпущено, и сколько предполагается выпустить. Члены совета директоров, краткие биографические справки (если проект реализуется на предприятии, входящем в АО). Кто обладает правом подписи финансовых документов. Распределение обязанностей между членами руководящего состава. Поддержка проекта местной администрацией, областной администрацией, федеральными структурами.

## 8. Финансовый план

### (по нему определяется эффективность проекта)

8.1. *Объем финансирования проекта по источникам и периодам.*

Согласие банков или других займодателей, включая иностранных, на предоставление средств должно быть подтверждено соответствующими руководителями документально, с обязательным указанием условий предоставления кредитов: процентная ставка, условия, сроки предоставления и погашения кредита.

Ходатайство о предоставлении федерального бюджета (согласия федеральных органов на финансирование) на возвратной и платной основе должно быть подкреплено соображениями об отсутствии других источников финансирования проекта и о целевом использовании государственных средств.

8.2. *Финансовый план* содержит обоснование движения денежных потоков по месяцам и годам реализации инвестиционного проекта. Данные финансового плана

являются основой расчетов эффективности проектируемых инвестиций.

8.3. *Баланс доходов и расходов по отдельным товарам* рассчитывается в соответствии с данными об объеме производства по кварталам и годам, уровне и сроках освоения проектной мощности, а также об оптовых ценах на единицу каждого товара (в разделе «План маркетинга») и о расчетной себестоимости по каждому виду продукции (в разделе «Производственный план»).

*Расчет эффективности проекта* определяется по показателям срока окупаемости с дисконтом и внутренней нормы рентабельности, чистого дисконтированного дохода.

В объеме инвестиций включаются затраты за счет всех источников финансирования.

При определении эффективности проекта показатели чистой прибыли и амортизационных отчислений относятся только к реализации инвестиционного проекта и не должны отражать результаты хозяйственной деятельности существующего предприятия, принадлежащего инвестору.

*Расчеты коэффициентов* оценки структуры баланса предприятия – текущей ликвидности, обеспеченности собственными средствами и их отношения к величине заемных средств в составе средств финансирования проекта, восстановления (утраты) платежеспособности. Расчеты бизнес-плана ведутся в постоянных ценах на момент составления без учета инфляции. Курс рубля по отношению к зарубежным валютам должен быть фиксированным на момент составления бизнес-плана.

## Критерии для написания бизнес-плана

Табл. 1.  
руб.

### 1. Титульный лист

- фамилия, имя, отчество частного предпринимателя, адрес;
- вид индивидуальной предпринимательской деятельности;
- стоимость проекта: сумма средств, необходимых для организации предпринимательской деятельности.

### 2. Резюме (краткая информация о проекте)

- основная информация о предприятии:
  - а) название предприятия (ИП, ООО, КФХ)
  - б) фактический адрес предприятия
  - в) контактный телефон
- краткое резюме руководителя организации
  - а) Ф.И.О.
  - б) дата рождения
  - в) образование
  - г) паспортные данные
- основной вид предпринимательской деятельности

### 3. Описание проекта

- место ведения деятельности
- площадь помещения, земельного участка и т.д.
- аренда, стоимость аренды за 1 кв. м. в мес.
- ассортимент производимой продукции (табл. 1)

Наименование	Количество в мес.	Цена реализации за ед.

- основные потребители
- вид системы налогообложения (упрощенная, вмененный налог (по консультации с ЦЗ, ФНС).

### 4. Финансовая структура проекта

#### Единовременные затраты:

Табл. 2  
руб.

Наименование	Цена за ед.	Сумма
Регистрация в качестве ИП		
Покупка основных средств (оборудование, КРС, транспорт, саженцы и т.д.)		
Покупка инвентаря (ведра, инструмент и т.д.)		
Иные затраты:		
<b>Итого:</b>		

**Постоянные затраты (в мес.):**

Табл. 3.  
руб.

Наименование	Цена за ед.	Сумма
Сырье (зап.части, корма и др.)		
Коммунальные платежи: - электороэнергия - водоснабжение - теплоэнергия - газификация - канализация		
Аренда		
Налоги отчисления: УНС Отчисления в ПФ РФ		
Прочие расходы		
<b>Итого:</b>		

**Выручка от реализации (в мес.):**

Табл. 4.  
Руб.

Наименование	Количество	Цена	Сумма
<b>Итого</b>			

Использование заемных средств (банковских кредитов):

- сумма
- срок кредитования
- % ставка
- ежемесячный платеж

Использование собственных средств (сумма)

**Динамика основных финансово-экономических показателей предпринимательской деятельности в период реализации проекта**

Табл.5.

№ п/п	Наименование	Сумма, руб.
1.	Сумма единовременной субсидии (по согласования с ЦЗ)	
2.	Собственные средства	
3.	Заемные средства	
4.	<b>Выручка от реализации (см. итог табл. 4)</b>	
5.	Расходы на закупку товаров (см. итог табл.2)	
6.	Затраты на оплату труда работников (кол-во работников, з/п каждого)	
7.	Коммунальные услуги (см. табл.3)	
8.	Аренда (см. табл.3)	
9.	Налоги (см. табл.3)	
10.	Обслуживание кредита (ежемесячный платеж)	
11.	Прочие расходы (транспорт, реклама и др.)	
12.	<b>Итого расходы (сумма стр.5 - стр. 11)</b>	
13.	<b>Прибыль (стр. 1+ стр.2+ стр.3+ стр.4 – стр.12)</b>	
14.	<b>Рентабельность (%) (стр.13/стр.4*100%)</b>	-

\*Стр. – строка

\_\_\_\_\_  
Подпись

\_\_\_\_\_  
Ф.И.О.

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ год

## Приложение 2

### Примерная структура бизнес – плана индивидуальной трудовой деятельности.

1. Адрес.....
2. Вид деятельности: индивидуальная трудовая (предпринимательская) деятельность (откорм и выращивание молодняка КРС)
3. Учредитель.....
4. Основной целью индивидуальной трудовой (предпринимательской) деятельности является наиболее полное удовлетворение потребности граждан в животноводческой продукции.
5. Стоимость проекта: сумма, необходимая для осуществления проекта.

#### Существо предлагаемого проекта

1. Вид деятельности: индивидуальная трудовая (предпринимательская) деятельность по производству животноводческой продукции (выращивание, откорм молодняка КРС) на основе крестьянского (фермерского) хозяйства.
2. Административный и производственный персонал – 1 человек.

#### Производственный план

1. Снабжение кормами будет производиться за счет собственного производства и закупки в коллективных хозяйствах.
2. Цены не превышают уровень цен, сложившихся в регионе в конкретный промежуток времени. Изменения цен будет производиться в соответствии с изменением накладных расходов и конъюнктуры рынка.

3. Реклама предлагаемого товара будет производиться в месте реализации.

#### Организационный план

1. Форма собственности – частная
2. Правовая форма – крестьянское (фермерское) хозяйство.
3. бухгалтерский учет буду производить сам(а).

#### Оценка рынка

1. Сильной стороной предприятия является наличие низкой конкуренции.
2. Слабой стороной предприятия является высокий уровень накладных расходов.

#### Финансовый план

1. Источники доходов – личные накопления, субсидия.
2. План доходов и расходов в расчете на одного теленка в год (примерный расчет).

#### Расчет расхода

Сено: на 1 голову в день 5кг, 1 тонна стоит 300 руб.

$$5\text{кг} * 365\text{дн.} = 1825 \text{ кг.}$$

Стоимость сена:  $300\text{руб} * 1,825\text{т} = 547,5 \text{ руб.}$

Силос: на 1 голову в день 10кг, 1 тонна стоит 150руб

$$10\text{кг} * 365\text{дн.} = 3650 \text{ кг.}$$

Стоимость силоса:  $150\text{руб} * 3,650\text{т} = 547,5 \text{ руб.}$

Корнеплоды: на 1 голову в день 5 кг, 1 тонна стоит 250 руб.

$$5\text{кг} * 365 \text{ дн.} = 1825 \text{ кг.}$$

Стоимость корнеплодов:  $250\text{руб} * 1,825\text{т} = 456,25 \text{ руб.}$

Итого расхода на 1 голову:

$$547,5 \text{ руб.} + 547,5 \text{ руб.} + 456,25 \text{ руб.} = 1551,25 \text{ руб.}$$

#### Расчет дохода

Привес в год 240кг, цена 1 кг – 8,0 руб.

Итого:  $8,0\text{руб.} * 240 = 1920,0\text{руб.}$

Прибыль:  $1920,0\text{руб.} - 1551,3\text{руб.} = 368,7\text{руб.}$

Рентабельность:  $368,7\text{руб.} / 1551,3\text{руб.} * 100 = 23,8\%$