**РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОФОРМЛЕНИЮ 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** |
| *Тут указываем только то оборудование и материалы, которые покупаются за счет средств* |  |  |  |
| *социального контракта* |  |  |  |
|  |  |  |  |
| *Итого* |  |  | ***350.000*** |

Если ваше оборудование стоит больше, чем 350.000, то под таблицей пишем предложение «планирую добавить собственные средства в размере ………рублей»

**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.)

**ПРИМЕР**

**1.РЕЗЮМЕ.**

**Организационно-правовая форма:** самозанятый.

**Система налогообложения:** налог на профессиональный доход.

**Инициатор проекта:** Иванова Алиса Ивановна, гражданин Российской Федерации.

**Адрес регистрации по месту жительства: г. Челябинск, ул Пушкина 12, кв 2**

**Опыт в деятельности, указываемой в проекте**: более 6 месяцев.

**Образование:** Профессиональный лицей №10 Квалификация: Закройщик IV разряда. Год окончания: 1998. (Добавить дополнительные знания, умения, навыки). Опыт работы.

## Предприятие. Оказываемая услуга.

Семейная кочевая пасека находится в экологически чистом месте: Челябинская область, Пластовский район, село Борисовка, Лесной переулок, дом 2. Пчеловодство имеет сезонный характер. Сезон у пчеловода длится с апреля по октябрь. С середины июня до августа включительно продолжается сезон медосбора. В это время пчелосемьи перевозятся на участки с цветением различных медоносов. Основные медоносы Челябинской области: иван-чай(кипрей), клевер розовый, эспарцет, липа, осот полевой, донник, подсолнечник. В остальное время осуществляется подготовка к следующему сезону и сбыт продукции. Производство уже работает, средства социального контракта нужны для расширения. На январь 2023 года имеется:

* 20 пчелосемей;
* 20 полных комплектов улей;
* медогонка 3х рамочная;
* стол для распечатки;
* весь ручной инструмент.

Наименование продукции: мед, орехи в меду, пчелопакеты/ пчелосемьи.

Получена декларация о соответствии техническим регламентам на основе проведенных испытаний продукции в лаборатории (Приложение 1).

## Цели и задачи проекта

## Цель проекта:

## Создать стабильно действующее производство экологически чистых продуктов пчеловодства на основе разведения пчелосемей, обеспечивающее стабильный доход семьи.

## Задачи проекта:

* получение финансирования (социальный контракт);
* организация закупок необходимого оборудования;
* разработка рекламной кампании;
* увеличение производства;
* запуск рекламной кампании и формирование устойчивого спроса;
* расширение клиентской базы;
* увеличение уровня дохода, который позволит совершать налоговые отчисления от трудовой деятельности.

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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Название задачи | Длительность | Период |
| **Получение финансирования** | **1 месяц** | **январь-февраль** |
| **Расширение производственной базы** |  |  |
| Закуп оборудования, инструмента | 14 дней | февраль-март |
| Установка оборудования | 1 день | март |
| Изготовление продукции (орехи в меду, крем-мед) | 1 месяц | март-май |
| Расширение пасеки | 2 месяца | май-июнь |
| **Продвижение** |  |  |
| Разработка рекламной компании | 1 месяц | январь-февраль |
| Продвижение группы в социальных сетях и карточек на платных интернет-ресурсах | 6 месяцев | апрель-сентябрь |
| Рассылка коммерческих предложений потенциальным заказчикам магазинам и онлайн-магазинам, сервисам доставки продуктов питания | 1 месяц | август |
| **Заключение договоров с онлайн-магазинами и магазинами у дома** | 1 месяц | сентябрь |
| **Осуществление поставок продукции покупателям** | 12 месяцев | в течении всего проекта |

Таким образом, расширение деятельности, при положительном одобрении поддержки, возможно начать уже с февраля 2023 года.

**Стратегия развития:** после преодоления выручки 2.4 млн рублей компания планирует переход с налога на профессиональный доход на упрощенную систему налогообложения. Расширение ассортиментного перечня и географии продаж на всю Россию.

Финансирование проекта планируется осуществить за счёт средств грантовой безвозмездной поддержки.

**Таблица 2. Потребность в финансировании**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Источник финансирования, руб.** | **Сумма** | **Период** | **Доля** |
| Средства, выделенные в рамках заключённого социального контракта | 350 000,00 | 2023 | 99,06% |
| Собственные средства | 3 300,00 | 2023 | 0,94% |
| Всего | 353 300,00 |  | 100% |

## 

## Таблица 3. Сведения о затратах на организацию производства

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **№**  **п/п** | **Наименование** | **Цена** | **Кол-во** | **Сумма** |
| 1 | Медогонка хордиально-радиальная | 93 600,00 | 1 | 93 600,00 |
| 2 | Улей ппу системы | 8 450,00 | 20 | 169 000,00 |
| 3 | Кремовалка | 90 700,00 | 1 | 90 700,00 |
| 4 | Итого |  |  | 350000,00 |

Планирую добавить собственные средства в размере 3300,00 рублей

## Таблица 4. Основные финансовые результаты от реализации проекта

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование статей | Показатель | Сумма в мес | Сумма в год |
| **Выручка от оказания услуг (торговли)** | **рубли** | 211 500 | 2 538 000 |
| Переменные расходы | **рубли** | 22 950 | 275 400 |
| Постоянные расходы | **рубли** | 18 500 | 222 000 |
| **Валовая прибыль** |  | 171 900 | 2 062 800 |
| Налоги 4% (70% продаж физическим лицам) | 4% | 4813,2 | 57758,4 |
| Налоги 6% (30% продаж юридическим лицам) | 6% | 3094,2 | 37130,4 |
| **Чистая прибыль** | **рубли** | 163 992,6 | 1 967 911,2 |
| Рентабельность проекта | % | 77,54 | |
| Окупаемость по сумме господдержки, мес | мес | 3 | |

## Экономический и социальный эффект от реализации проекта.

* Годовая величина уплачиваемого налога (НПД) – 94 888,80 руб.
* Повышение уровня дохода семьи и выход из положения малообеспеченной семьи.
* В результате реализации проекта будет улучшена ситуация по удовлетворению потребности населения в натуральном продукте пчеловодства.
* Информирование граждан о полезности меда и медовых продуктов для оздоровления и профилактики заболеваний ОРВИ и гриппа.
* В перспективе создание рабочих мест для жителей района.
* Безопасный продукт, подтвержденный в лабораторных условиях для жителей региона.
* Улучшение имиджа Челябинской области не только как промышленного региона, но как региона, в котором производят экологически чистые и полезные продукты питания.

**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.)

**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. |

**ПРИМЕР**

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

**Характеристика рынка и продукта**

Сегодня доставка еды домой пользуется большой популярностью и спрос на данные услуги растет. Об этом говорит статистика рынка, а также изменившаяся культура потребления.

Основной услугой и продукцией является доставка роллов и пиццы. Создание помещения для гостей заведения не предполагается. Это позволит существенно сэкономить на старте и увеличить прибыльность бизнеса.

Основной ассортимент предлагаемой продукции:

* классические роллы;
* роллы запеченные;
* горячие роллы (жаренные во фритюре);
* сеты роллов (наборы);
* пицца (представлена в двух размерах: 25 и 33 см);
* нагетсы;
* картофель фри.

Доставка по с. Уйское составляет 100 рублей, а по Уйскому району в зависимости от отдаленности. Средний чек заказа, по предварительной оценке, составляет 1000 рублей. Доставка осуществляется с 11:00 до 19:00.

**Характеристика продукции с точки зрения потребителя**

Лицо бизнеса — это продукт. В нашем случае в качестве этого продукта выступают роллы и пицца. Они всегда должны быть вкусными, приготовленными из свежих и качественных продуктов. Для того чтобы делать свой продукт еще лучше, обязательно нужно прислушиваться к мнению недовольных клиентов. Анализ отрицательных отзывов позволяет взглянуть на работу со стороны клиентов. Все минусы и недостатки следует быстро исправлять и устранять, что поможет оставаться конкурентоспособным в данной сфере.

Численность населения Уйского района составляет 21 704 человека (по статистическим данным 2021 года) поэтому использовать данные сервиса аналитики спроса было бы неуместно. Является ли спрос на доставку готовой еды на дом актуальным можно выяснить с помощью социального опроса. Был проведен опрос местного населения, где 60 человек из 100 дали положительный ответ и готовы заказывать еду с доставкой на дом.

Так же в поисковике Яндекс в поисковой строке при поиске статистической информации о спросе на роллы в с. Уйское «статистическая информация о спросе на роллы в Уйском районе» сразу появляется информация о существующих фирмах, предоставляющих данные услуги (рисунок 1).

**Покупатель**

Основная категория потребителей суши и роллов – молодежь 18-30 лет обоих полов (немного преобладают женщины). Если это роллы, то в большинстве случаев это женщины, если пицца, то это мужчины и дети. Пицца, сеты и наборы — это блюда для групп друзей или коллег.

**Ценовая политика**

Ценовая политика складывается из нескольких факторов и ориентирована на потребителей. При составлении ценовой политики был проведен анализ конкурентов. По результатам анализа цены нашего товара в среднем немного выше конкурентов, это объясняется тем, что нами используются продукты высокого качества, предоставляемые надежным поставщиком. Наше меню разработано и ориентировано для всех и на любой вкус: огромное количество роллов, специально разработанные готовые сеты для тех, кто хочет сэкономить свое время, детское меню. Меню постоянно расширяется и дополняется. Для своих клиентов мы постоянно проводим акции и розыгрыши. И каждому изменнику мы дарим ролл в подарок.

В таблице 5 приведена стоимость самым популярных и часто заказываемых позиций.

**Таблица 5. Стоимость роллов и пиццы**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№** | **Ассортимент изделий** | **Цена (руб.)** |
| 1 | Ролл «Филадельфия» | 410 |
| 2 | Ролл «Флорида» | 330 |
| 3 | Ролл «Окинава» | 310 |
| 4 | Ролл «Эби темпура» | 290 |
| 5 | Сет «Африка» | 1350 |
| 6 | Сет «Тет-а-тет» | 900 |
| 7 | Пицца «Мясная» | 500 |
| 8 | Пицца «Ветчина/грибы» | 480 |
| 9 | Пицца «Маргарита» | 410 |
| 10 | Картофель фри 120 гр | 120 |

**Объем продаж**

Планируемый объём продаж в рамках проекта рассмотрен в таблице 6.

**Таблица 6. Планируемый объём продаж**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Наименование продукции** | **Количество, штук (месяц)** | **Стоимость, рублей** | **Итого, рублей** |
| 1 | Ролл «Филадельфия» | 40 | 410 | 16400 |
| 2 | Ролл «Флорида» | 50 | 330 | 16500 |
| 3 | Сет «Африка» | 25 | 1350 | 33750 |
| 4 | Сет «БигСет» | 12 | 2900 | 34800 |
| 5 | Пицца «Мясная» | 30 | 500 | 15000 |
| 6 | Пицца «Маргарита» | 30 | 410 | 12300 |
| 7 | Картофель фри 120 гр | 40 | 120 | 4800 |
|  |  |  | Итого | 133550 |

**Реклама и продвижения товара на рынок**

Ни одно дело сейчас не обходится без рекламы. Это основа всех продаж. Самый простой и перспективный вариант-продвижение через интернет.

В качестве маркетинговых инструментов могут выступать такие способы как:

* создание собственного логотипа (он должен быть запоминающимся и ярким);
* раскручивание собственной странички в социальных сетях, с наполнением ее подробным описанием меню и ценами;
* задействование наружной рекламы: заметной вывески;
* распространения визиток, листовок в многолюдных местах;
* реклама в местной газете;
* использование сарафанного радио (акции «приведи друга» скидки и т.д.)

Продвижение доставки еды «Дело Вкуса» осуществляется через социальную сеть «ВКонтакте». В группе есть удобная навигация, чтобы потенциальный покупатель мог в полной мере оценить меню и специальные предложения.

Продвижение доставки можно и нужно вывести и в оффлайн-среду. Раздача листовок с уведомлениями об акциях или флаеров, дающих право на скидку, бонусы и бесплатные предложения постоянным покупателям, скидки при самостоятельном выносе заказа – эти и многочисленные другие маркетинговые «фишки» будут работать на увеличение нашей прибыли.

С каждым заказом клиенту прикрепляется визитка (приложение 1), на которой указана стоимость заказа и вся необходимая информация, такая как телефон и адрес социальной странички.

Для рекламы доставки еды «Дело Вкуса» будут использованы следующие инструменты (таблица 7).

**Таблица 7. Реклама «Дело Вкуса»**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Статья расходов** | **Количество (шт.)** | **Стоимость (руб.)** |
| Распечатка листовок | 500 | 1 000 |
| Распечатка визиток | 1 000 | 6 000 |
| Продвижение аккаунтов в социальных сетях | 1 | 3 000 |
| Итого |  | 10 000 |

Таким образом, расходы на рекламу доставки еды составят 10 000 рублей.

**Конкуренция**

В настоящее время в с. Уйское работает и оказывают подобные услуги еще 5 организаций.

Проведенный сравнительный анализ конкурентов отражен в таблице 8. Для анализа взяты самые полярные позиции, которые есть в любой доставке роллов.

**Таблица 8. Анализ конкурентов**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Характеристика** | **Конкурент кофейня «Калина-Малина»** | **Конкурент суши-бар «Лагуна»** | **Конкурент семейное кафе «Сказка»** | **Моя компания «Дело Вкуса»** |
| Ролл «Филадельфия» | 390 | 310 | 380 | 410 |
| Ролл «Эби темпура» | 290 | 290 | 280 | 290 |
| График работы | 10.00-22.00 | 11.30-21.00 | 10.00-19.00 | 11.00-19.00 |
| Условия записи | По номеру телефона или соц. сети | По номеру телефона или соц. сети | По номеру телефона или соц. сети | По номеру телефона или соц. сети |

По данным таблицы видно, что стоимость ролла «Филадельфия» в нашей компании значительно выше конкурентов. Это объясняется тем, что для начинки мы используем двойную порцию сыра и достаточно толстый слой рыбы. Продукты для приготовления используются только высокого качества и проверенные, стоимость которых на рынке сейчас довольно высока.

Данный свод показывает преимущества и недостатки, и на какой информации стоит выстроить рекламную компанию. Основным недостатком является ограниченное время работы, это связано с тем, что все конкуренты работают в формате «кафе», наша продукция изготавливается только на вынос, так как цех по производству находится на дому.

Сильные и слабые стороны проекта рассмотрены в таблице 9.

**Таблица 9. Сильные и слабые стороны проекта**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Внешняя среда** | Возможности | 1.Улучшение уровня жизни населения  2. Вытеснение с рынка непрямых конкурентов  3. Появление новых партнеров  4.Увеличение ассортимента продукции |
| Угрозы | 1. Рост темпов инфляции 2. Изменение уровня цен 3. Возможность роста конкуренции |
| **Внутренняя**  **среда** | Преимущества | 1. Умеренные цены, их контроль 2. Наличие рынка сбыта 3. Высокое качество услуг |
| Недостатки | 1.Специфичность продукта |

**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

**ПРИМЕР**

## 3.ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН.

## 

**Инициатор проекта:** Иванова Алиса Ивановна, гражданин Российской Федерации.

**Организационно-правовая форма:** самозанятый.

**Система налогообложения:** налог на профессиональный доход.

Форма деятельности самозанятого на НПД накладывает ограничения на прием сотрудников в штат и вид деятельности, при этом остается возможность заключения договоров ГПХ, аренды, также имеется возможность минимизации затрат на отчисления и кассовую технику.

Процедуры будут осуществляться инициатором проекта, а иногда некоторые функциональные задачи, при сложном и большом объеме работы, будут выполняться с помощью подрядчиков (самозанятые).

Все функциональные обязанности возложены на инициатора проекта: поиск и привлечение клиентов, управление, учет и формирование отчётности в контрольные органы, работа с клиентами.

Все сторонние задачи, в которых у инициатора нет необходимой компетенции (реклама в социальных сетях, таргетированная реклама и пр.), будут перенесены на сторонних поставщиков и подрядчиков. На текущий момент идёт отбор компаний.

Требования, которые можно унифицировать к компаниям – подрядчикам: опыт работы от 1,5 года, наличие реализованных проектов, портфолио, положительные отзывы и рекомендации.

С подрядчиками (самозанятые) будет заключен договор ГПХ или договор возмездного оказания услуг., договор подряда. По действующим нормам лица, находящиеся в категории «самозанятый» не имеют установленного размера заработной платы. Их доход – чистая прибыль от реализации проекта.

Для решения организационной задачи и юридического оформления бизнеса выбрана форма самозанятости.

Основное преимущество такой формы юридической регистрации состоит в том, что используется упрощенная система налогообложения. Физические лица и индивидуальные предприниматели, которые переходят на новый специальный налоговый режим, могут платить с доходов от самостоятельной деятельности только налог по льготной ставке — 4 или 6%.

Основные преимущества данной формы организации:

• Нет деклараций и отчетности. Декларацию представлять не нужно. Учет доходов ведется автоматически в мобильном приложении.

• Чек формируется в приложении. Не надо покупать ККТ. Чек можно сформировать в мобильном приложении «Мой налог».

• Можно не платить страховых взносов. Отсутствует обязанность по уплате фиксированных взносов на пенсионное страхование.

• Легальная работа без статуса ИП. Доход подтверждается справкой из приложения.

• Не нужно считать налог к уплате. Налог начисляется автоматически в приложении.

• Простая регистрация через интернет. Регистрация без визита в инспекцию: в мобильном приложении, на сайте ФНС России, через банк или портал госуслуг.

Чтобы использовать новый специальный налоговый режим, нужно пройти регистрацию и получить подтверждение. Без регистрации применение налогового режима невозможно.

Регистрация в приложении "Мой налог" занимает несколько минут. Заполнять заявление на бумаге и посещать инспекцию не нужно. Доступны несколько способов:

* с использованием паспорта для сканирования и проверки, а также фотографии;
* c использованием ИНН и пароля, которые используются для доступа в личный кабинет физлица на сайте nalog.ru;
* с помощью учетной записи Единого портала государственных и муниципальных услуг.

## Основные функции деятельности

* Работа с покупателями-заказчиками
* Ведение пчелохозяйства
* Изготовление крем-меда, орехов в меду и другой продукции
* Закуп материалов, инструмента
* Продвижение в социальных сетях
* Организация доставки

В дальнейшей перспективе, при увеличении роста заказов и объема работы, планируется открытие принятие в штат сотрудников соответствующих квалификаций.

## Схема организационной структуры

Заказчики

**Самозанятый**

СММ - менеджер

Услуги доставки

Поставщики

# Рис. 1 Организационная структура

## 

## Моя квалификация

Имею высшее образование: Челябинский государственный аграрный университет, специальность “Ремонт и обслуживание автотранспорта в АПК”, 2015г. (Приложение 2)

Курсы повышения квалификации “Наплавление пчеловодство” (Приложение 3)

Имею опыт: ООО “Космос” директор, 8 лет

Таким образом, имеется достаточный опыт и знания для ведения данного бизнеса и возможность для успешного запуска проекта.

За период работы директором 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.

**График работы: 8 часовой рабочий день 5/2, при 40-часовой рабочей неделе. С 10:00 до 19:00.**

**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)

Если помещения нет на дату подачи заявки, можно приложить 3-4 объявления на подходящие варианты с популярных интернет сервисов для размещения объявлений.

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. Не забывайте делать скриншоты с магазинов поставщиков или сохранять ссылки, они понадобятся для раздела ПРИЛОЖЕНИЯ

**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, можно дополнительно обосновать необходимость некоторых видов оборудования

**ПРИМЕР**

**4. ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН**

**Описание производственной базы**

**Описание помещения**

Адрес осуществления деятельности: г. Краснодар, Проспект им. Ленина, дом 71, кв.100. Основная деятельность производится в собственной квартире, в отдельно отведенной комнате.

Производственную функцию будет выполнять сам инициатор проекта. Среди преимуществ данного подхода можно выделить высокий уровень контроля качества производимой продукции. Для организации данного процесса инициатор обладает всеми необходимыми навыками.

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

Перечень необходимого оборудования для запуска проекта.

**Таблица 10. Потребности в сырье и материалах для производства**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **№п/п** | **Наименование (марку оборудования не пишем)** | **Цена за ед.** | **Кол-во** | **Стоимость** |
| 1 | Аэрограф | 14365,00 | 1 | 14365,00 |
| 2 | Компрессор | 9245,00 | 1 | 9245,00 |
| 3 | Швейная машинка для пошива тонких и эластичных тканей | 56990,00 | 1 | 56990,00 |
| 4 | Манекен портновский детский дуга 100 | 13900,00 | 1 | 13900,00 |
| 5 | Манекен портновский детский дуга 120 | 14168,00 | 1 | 14168,00 |
| 6 | Манекен портновский детский дуга 137 | 13900,00 | 1 | 13900,00 |
| 7 | Опора для спортивного манекена с фиксатором вращения | 3700,00 | 1 | 3700,00 |
| 8 | Колодка для ВТО детская | 3150,00 | 1 | 3150,00 |
| 9 | Кисти синтетические разного размера | 396,00 | 10 | 3960,00 |
| 10 | Режущий плоттер для печати и вырезания большого количества мелких деталей выкройки | 49900,00 | 1 | 49900,00 |
|  |  |  |  |  |

**Обоснование оборудования**

***Обоснование пишем только для дорогостоящего оборудования***

Аэрограф Iwata Eclipse HP-CS - Хорошо сбалансированный и долговечный инструмент, подходящий для выполнения всего спектра художественных задач. Гриф аэрографа имеет вырез, позволяющий несколькими движениями отрегулировать работу иглы и быстро прочистить инструмент. В среде аэрографистов считается «рабочей лошадкой на каждый день».

**Условия поставки оборудования.**

Приобретение оборудования будет происходить путем анализа предложений поставщиков и частных лиц. Планируемая форма доставки оборудования – за счет поставщика, в зависимости от действующих на тот момент условий. Доставка будет осуществляться через почту России, Транспортные компании, доставка с интернет- ресурсов.

Расходные материалы для запуска проекта:

**Таблица 11. Расходные материалы**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Наименование** | **Кол-во** | **Цена, рублей** |
| Нитки | 1 | 684 |
| Нитки, цвет бежевый | 1 | 383 |
| Краски по шелку растекающиеся | 100,00 | 399 |
| Глиттер | 100,00 | 290 |
| Краски акриловые | 20,00 | 569 |
| Сетка-стрейч | 100,00 | 130 |
| Бифлекс | 100,00 | 109 |
| Бархат | 100,00 | 599 |
| Перья | 35,00 | 45 |

**Закупленные расходные материалы планируется израсходовать для пошива купальников для сдачи в аренду.**

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

Соответственно объемы реализации, после выхода на планируемую мощность, в год составят:  
**Таблица 12. Объем реализации в месяц, в год**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Наименование продукции** | **Количество, штук в месяц** | **Количество, штук в год** |
| Купальник эконом | 1 | 12 |
| Купальник стандарт | 1 | 12 |
| Купальник премиум | 1 | 12 |
| Аренда купальника | 2 | 24 |

**График работы.**

**Таблица 13. График работы на 1 ед. услуги в час, месяц**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование продукции | Время на 1 ед. услуги, час | Количество в месяц, штук | Время на весь объем в мес, час |
| 1 | Купальник эконом | 30 | 1 | 30 |
| 2 | Купальник стандарт | 40 | 1 | 40 |
| 3 | Купальник премиум | 90 | 1 | 90 |
| 4 | Аренда купальника | 0,5 | 2 | 1 |
|  | **Итого** |  | **5** | **161** |

Спортивный костюм для художественной гимнастики должен быть:

* он должен быть из прочной эластичной ткани, чтобы не рвался и не менял форму при резких движениях;
* дизайн нужен корректный, то есть прозрачными могут быть рукава, небольшие вставки в верхней части, а основа делается непрозрачной;
* не стоит делать чересчур глубокий вырез – спереди он достигает середины грудной кости, сзади – середины лопаток;
* вырезы в нижней части не должны открывать паховых складок;
* недопустимы узкие бретельки – костюм делается либо с рукавами, либо на широких лямках;
* купальник не должен маскировать или искажать линии тела, он точно им соответствует, а если есть юбка, она не может быть очень пышной;
* если костюм длинный, обе части, которые прикрывают ноги, делаются из одинаковой ткани (но орнамент может быть разным).

Основные этапы пошива гимнастического купальника:

1. Снять мерки.
2. Создать эскиз.
3. Согласовать эскиз с клиентом.
4. Закупить необходимый материал.
5. Создать выкройку купальника.
6. Пошив купальника.
7. Примерка купальника.
8. Отделка купальника.
9. Доставка.

**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 |  |  |
| 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 |  |  |
| **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%) | **4%** |  |  |
| **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.

**ПРИМЕР**

**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** | **100%** |
| **Всего** | **350 000** |  | **100%** |

**Планируемый объем продаж в месяц** был представлен в разделе «Маркетинговый план».

**Таблица 15. Планируемый объем продаж**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование продукции | Количество, штук (месяц) | Стоимость, рублей | Итого, рублей |
| 1 | Пельмени говядина-свинина | 73 | 500 | 36500 |
| 2 | Пельмени курица | 54 | 450 | 24300 |
| 3 | Манты | 44 | 350 | 15400 |
| 4 | Вареники с картофелем и луком | 91 | 220 | 20020 |
| 5 | Вареники с квашеной капустой | 62 | 200 | 12400 |
|  | **ИТОГО** | **324** |  | **108620** |

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 4 месяц после его запуска.

**Планируемые затраты.**

**Переменные затраты**

Представим переменные затраты на 1 кг каждой позиции продукции.

**Таблица 17. Переменные затраты. Пельмени говядина-свинина (на 1 кг. продукта)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № пп | Наименование статей | Цена | Кол-во | Ст-ть |
| 1 | Мука «Муза» | 22 руб. | 350 гр. | 7,70 руб. |
| 2 | Яйцо | 6,90 руб. | 1шт. | 6,90 руб. |
| 3 | Соль, перец | 20 руб. | 0,09 гр. | 1,80 коп. |
| 4 | Говядина | 390 руб. | 250 гр. | 97,50 руб. |
| 5 | Свинина | 245 руб. | 250 гр. | 62 руб. |
|  | Лук | 50 руб. | 100 гр. | 5 руб. |
|  | Упаковка | 2 руб. | 1 шт. | 2 руб. |
|  | Итого себестоимость |  |  | 182,90 руб. |
|  | Цена продажи |  |  | 500 руб. |
|  | Маржа (разница между ценой продажи и себестоимостью) |  |  | 317,10 руб. |
|  | % маржи (сумма маржи/цене продажи\*100%) |  |  | 63,4% |
|  | % переменных расходов (себестоимость /цену продажи\*100) |  |  | 36,5% |

**Таблица 18. Переменные затраты. Пельмени курица.**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № пп | Наименование статей | Цена | Кол-во | Ст-ть |
| 1 | Мука «Муза» | 22 руб. | 350 гр. | 7,70 руб. |
| 2 | Яйцо | 6,90 руб. | 1шт. | 6,90 руб. |
| 3 | Соль, перец | 20 руб. | 0,09 гр. | 1,80 коп. |
| 4 | Курица | 250 руб. | 500 гр. | 125 руб. |
|  | Лук | 50 руб. | 100 гр. | 5 руб. |
|  | Упаковка | 2 руб. | 1 шт. | 2 руб. |
|  | Итого себестоимость |  |  | 148,40 руб. |
|  | Цена продажи |  |  | 350 руб. |
|  | Маржа (разница между ценой продажи и себестоимостью) |  |  | 201,6 |
|  | % маржи (сумма маржи/цене продажи\*100%) |  |  | 57,6% |
|  | % переменных расходов (себестоимость /цену продажи\*100) |  |  | 57% |

**Таблица 19. Переменные затраты. Манты говядина-свинина.**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № пп | Наименование статей | Цена | Кол-во | Ст-ть |
| 1 | Мука «Муза» | 22 руб. | 350 гр. | 7,70 руб. |
| 2 | Яйцо | 6,90 руб. | 1шт. | 6,90 руб. |
| 3 | Соль, перец | 20 руб. | 0,09 гр. | 1,80 коп. |
| 4 | Говядина | 390 руб. | 250 гр. | 97,50 руб. |
| 5 | Свинина | 245 руб. | 250 гр. | 62 руб. |
|  | Лук | 50 руб. | 100 гр. | 5 руб. |
|  | Упаковка | 2 руб. | 1 шт. | 2 руб. |
|  | Итого себестоимость |  |  | 182,90 руб. |
|  | Цена продажи |  |  | 450 руб. |
|  | Маржа (разница между ценой продажи и себестоимостью) |  |  | 267,10 руб. |
|  | % маржи (сумма маржи/цене продажи\*100%) |  |  | 59,3% |
|  | % переменных расходов (себестоимость /цену продажи\*100) |  |  | 40,6% |

**Таблица 20. Переменные затраты. Вареники с картофелем и луком.**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № пп | Наименование статей | Цена | Кол-во | Ст-ть |
| 1 | Мука «Муза» | 22 руб. | 350 гр. | 7,70 руб. |
| 2 | Яйцо | 6,90 руб. | 1шт. | 6,90 руб. |
| 3 | Соль, перец | 20 руб. | 0,09 гр. | 1,80 коп. |
| 4 | Картофель | 22 руб. | 700 гр. | 15,40 руб. |
|  | Лук | 50 руб. | 260 гр. | 13 руб. |
|  | Упаковка | 2 руб. | 1 шт. | 2 руб. |
|  | Итого себестоимость |  |  | 46,80 руб. |
|  | Цена продажи |  |  | 220 руб. |
|  | Маржа (разница между ценой продажи и себестоимостью) |  |  | 173,20 |
|  | % маржи (сумма маржи/цене продажи\*100%) |  |  | 78,7% |
|  | % переменных расходов (себестоимость /цену продажи\*100) |  |  | 21,27% |

**Таблица 21. Переменные затраты. Вареники с квашеной капустой.**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № пп | Наименование статей | Цена | Кол-во | Ст-ть |
| 1 | Мука «Муза» | 22 руб. | 350 гр. | 7,70 руб. |
| 2 | Яйцо | 6,90 руб. | 1шт. | 6,90 руб. |
| 3 | Соль, перец | 20 руб. | 0,09 гр. | 1,80 коп. |
| 4 | Капуста | 56 руб. | 700 гр. | 39,20 руб. |
|  | Лук | 50 руб. | 100 гр. | 5 руб. |
|  | Упаковка | 2 руб. | 1 шт. | 2 руб. |
|  | Итого себестоимость |  |  | 62,60 руб. |
|  | Цена продажи |  |  | 200 руб. |
|  | Маржа (разница между ценой продажи и себестоимостью) |  |  | 137,40 |
|  | % маржи (сумма маржи/цене продажи\*100%) |  |  | 68,70% |
|  | % переменных расходов (себестоимость /цену продажи\*100) |  |  | 31,30% |

**Таблица 22. Объем себестоимости продукции за месяц.**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование продукции | Количество, штук (месяц) | Стоимость, рублей | Итого, рублей |
| 1 | Пельмени говядина-свинина | 73 | 182,90 | 13351,7 |
| 2 | Пельмени курица | 54 | 148,4 | 8013,6 |
| 3 | Манты | 44 | 182,90 | 21247,6 |
| 4 | Вареники с картофелем и луком | 91 | 46,80 | 4258,8 |
| 5 | Вареники с квашеной капустой | 62 | 62,60 | 3881,2 |
|  | **ИТОГО** | **324** |  | **50752,9** |

**Постоянные затраты.**

**Таблица 23. Постоянные затраты в месяц, в год.**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ***Постоянные расходы*** | **В месяц (руб.)** | **В год (руб.)** |
| Аренда | 10 000 | 120 000 |
| Единый налоговый платёж (ЕНП) | 3820,16 | 45842 |
| Коммунальные затраты  (вода, электроэнергия) | 5 000 | 60 000 |
| Продвижение (реклама на радио и телевидение) | 1250 | 15 000 руб. |
| **ИТОГО** | **20070,16** | **240 842** |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Статьи расходов** | **Месяцы** | | | | | | | | | | | | | **ИТОГО** | | **Средне.мес** | |
|  | **11** | **22** | **33** | **44** | **55** | **66** | **77** | **88** | **99** | **110** | **111** | **112** |  | |  | |
| **Выручка (всего)** | **108 620** | **119 482** | **131 430** | **131 430** | **131 430** | **131 430** | **131 430** | **131 430** | **131 430** | **131 430** | **131 430** | **131 430** | **1 542 404** | | **128 534** | |
| **Пельмени говядина-свинина** | 36500 | 40150 | 44165 | 44 165 | 44 165 | 44 165 | 44 165 | 44 165 | 44 165 | 44 165 | 44 165 | 44 165 | **518 300** | | **43 192** | |
| **Пельмени курица** | 24300 | 26730 | 29403 | 29 403 | 29 403 | 29 403 | 29 403 | 29 403 | 29 403 | 29 403 | 29 403 | 29 403 | **345 060** | | **28 755** | |
| **Манты** | 15400 | 16940 | 18634 | 18 634 | 18 634 | 18 634 | 18 634 | 18 634 | 18 634 | 18 634 | 18 634 | 18 634 | **218 680** | | **18 223** | |
| **Вареники с картофелем и луком** | 20020 | 22022 | 24224,2 | 24 224 | 24 224 | 24 224 | 24 224 | 24 224 | 24 224 | 24 224 | 24 224 | 24 224 | **284 284** | | **23 690** | |
| **Вареники с капустой** | 12400 | 13640 | 15004 | 15 004 | 15 004 | 15 004 | 15 004 | 15 004 | 15 004 | 15 004 | 15 004 | 15 004 | **176 080** | | **14 673** | |
| ***Переменные расходы*** | **550752,9** | **550752,9** | **550752,9** | **550752,9** | **550752,9** | **550752,9** | **550752,9** | **550752,9** | **550752,9** | **550752,9** | **550752,9** | **550752,9** | **609 035** | | **50 753** | |
| **Сырье и материалы** | **550752,9** | **550752,9** | **550752,9** | **550752,9** | **550752,9** | **550752,9** | **550752,9** | **550752,9** | **550752,9** | **550752,9** | **550752,9** | **550752,9** | **609 035** | | **50 753** | |
| ***Постоянные расходы*** | 220070,16 | 220070,16 | 220070,16 | 220070,16 | 220070,16 | 220070,16 | 220070,16 | 220070,16 | 220070,16 | 220070,16 | 220070,16 | 220070,16 | **240 842** | | **20 070** | |
| **Аренда** | 110000 | 110000 | 110000 | 110000 | 110000 | 110000 | 110000 | 110000 | 110000 | 110000 | 110000 | 110000 | **120 000** | | **10 000** | |
| **Социальные выплаты ИП (ПФР, ФСС)** | 3820,16 | 3820,16 | 3820,16 | 3820,16 | 3820,16 | 3820,16 | 3820,16 | 3820,16 | 3820,16 | 3820,16 | 3820,16 | 3820,16 | **45 842** | | **3 820** | |
| **Коммунальные затраты** | 55000 | 55000 | 55000 | 55000 | 55000 | 55000 | 55000 | 55000 | 55000 | 55000 | 55000 | 55000 | **60 000** | | **5 000** | |
| **Продвижение** | 11250 | 11250 | 11250 | 11250 | 11250 | 11250 | 11250 | 11250 | 11250 | 11250 | 11250 | 11250 | **15 000** | | **1 250** | |
| **Валовая прибыль** | **70 823** | **70 823** | **70 823** | **70 823** | **70 823** | **70 823** | **70 823** | **70 823** | **70 823** | **70 823** | **70 823** | **70 823** | **849 877** | | **70 823** | |
| **Налоги (6%)** | 37 797 | 48 659 | 60 607 | 60 607 | 60 607 | 60 607 | 60 607 | 60 607 | 60 607 | 60 607 | 60 607 | 60 607 | **692 527** | | **57 711** | |
| **Чистая прибыль** | 4 345 | 4 779 | 5 257 | 5 257 | 5 257 | 5 257 | 5 257 | 5 257 | 5 257 | 5 257 | 5 257 | 5 257 | **61 696** | | **5 141** | |

**Таблица 24. Прогноз доходов и расходов на 12 месяцев**

**Таблица 25. Основные финансовые результаты от реализации проекта**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Наименование статей** | **Показатель** | **Сумма в мес** | **Сумма в год** |
| **Выручка от оказания услуг (торговли)** | рубли | 128 534 | 1 542 404 |
| Переменные расходы (себестоимость продукции или услуги) | рубли | 50 753 | 609 035 |
| Постоянные расходы | рубли | 20 070 | 240 842 |
| **Валовая прибыль (прибыль после вычетов всех расходов до налогов)** |  | 57 711 | 692 527 |
| Налоги | 6% | 5 141 | 61 696 |
| **Чистая прибыль (прибыль после вычетов всех расходов в том числе и налоги)** | рубли | 52 569 | 630 831 |
| Рентабельность проекта  (средняя чистая прибыль/ среднюю выручку\*100%) | % | 40 | |
| Полная окупаемость проекта, мес | мес | 6,6 | |

**Вывод:** Исходя из представленных выше данных, реализацию проекта считаем рентабельным. Срок окупаемости вложений составит 6,6 месяцев. Сумма налоговых отчислений составит 61 696 рублей. Чистая прибыль 630 831 рублей.

**ПРИМЕР**

**6. Приложения**

1. Диплом Челябинского государственного аграрного университета, специальность “Ремонт”, 2015г.

скан или фото диплома

1. Курсы повышения квалификации “Маникюр”

скан или фото сертификата

1. Перечень необходимого оборудования для запуска проекта.

скриншоты с ценами на оборудование

1. Наименование и фото ваших работ.

Фотографии или скриншоты