**Типовая форма бизнес-плана**

**1. Общие положения**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Название проекта | |  | | | | | |
| Дата регистрации и организационно-правовая форма | | | | | | |  |
|  | | | | | | | |
| Адрес |  | | | | | | |
| Учредители (если есть) | | |  | | | | |
| Руководитель предприятия (организации) – претендента. | | | | | | | |
| ФИО и телефон | |  | | | |  | |
|  | | | | | | | |
|  | | | | | | | |
| Основные виды деятельности | | | | |  | | |
|  | | | | |  | | |
| Общая стоимость проекта | | | |  | | | |

**2. Заявление**

Метраж офисного помещения

*Расчетная площадь должна быть не менее S, где S = N\* K*

*N - количество стационарных рабочих мест по бизнес-плану*

*K – минимально допустимая площадь одного рабочего места (в соответствии с требованиям СанПин 2.2.2/2.4.1340-03 - 6 кв. м.).*

Офисное оборудование

Офисная мебель

Средства связи

*Каждое рабочее место в Ростовском бизнес - инкубаторе может быть обеспечено следующим оборудованием: офисная мебель (стол, стул), телефонный аппарат с выходом на городскую линию и междугородную связь, персональный компьютер, программное обеспечение.*

*Каждому субъекту хозяйственной деятельности могут быть предоставлены офисная мебель, факс, множительная орг.техника и модем.*

**3. Описание продукции**

Виды продукции (товары, работы, услуги), предлагаемые потребителям:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Наименование продукции**  **(товаров, работ, услуг)** | **Себестоимость** | **Отпускная цена** |
| 1 |  |  |  |
| 2 |  |  |  |
| 3 |  |  |  |
| 4 |  |  |  |
| 5 |  |  |  |

Качественная характеристика продукции.

**4. Производственный план**

Планируемые сроки и объемы производства продукции (оказания услуг). Расчет себестоимости.

**5. План по маркетингу и объему продаж**

Анализ потребностей и проблем рынка (потребители, посредники, конкуренты, поставщики). Место организации /ИП/ на рынке. Способы преодоления конкуренции. Планируемые мероприятия по организации рекламы, стимулированию продаж и т.д.

Способы продвижения продукции. Целевые рынки сбыта. Информация об уже заключенных договорах поставки( с приложением договоров) или предварительных договоренностях, если таковые имеются.

**6. Ценовая политика**

Обоснованность данной ценовой политики. Факторы, влияющие на колебания цен (например, сезонность, отсутствие постоянных поставщиков и пр.)

**7. Анализ рисков**

Анализ слабых сторон проекта. Трудности и возможные «подводные камни», которые могут помешать успешной реализации проекта.

**8. Расчет потребности в персонале**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Должность** | **Заработная плата в месяц** | **Дата (месяц) ввода рабочего места** |
| *На постоянной основе* | | | |
| 1 |  |  |  |
| 2 |  |  |  |
| *На условиях вторичной занятости (по совместительству)* | | | |
| 3 |  |  |  |
| 4 |  |  |  |
| На условиях временной (сезонной) занятости*[[1]](#footnote-1)* | | | |
| 5 |  |  |  |

**11. Финансовый план[[2]](#footnote-2)**

**Руб.**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Месяцы** | | | | | | | | | | | | Итого за год |
|  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| **1. Выручка от реализации** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **2. Себестоимость продукции (п.2.1+2.2)** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2.1. Переменные расходы[[3]](#footnote-3) (п.2.1.1+…+п.2.1.3) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2.1.1 Сырье и материалы |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2.1.2 Топливо и энергия |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2.1.3 Прочие |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2.2. Постоянные расходы[[4]](#footnote-4) (п.2.2.1+…+п.2.2.6) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2.2.1 Амортизация (если начисляется) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2.2.2 Фонд оплаты труда |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2.2.3 Начисления на ФОТ |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2.2.4 Арендная плата (если есть) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2.2.5 Коммунальные расходы |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2.2.6 Прочие |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 3. Налоги:  (отразить все налоги уплачиваемые предпринимателем)  - |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **4. Чистая прибыль (п.1-п.2-п.3)** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

Срок окупаемости бизнес-проекта

1. Указать, на какой период создаются рабочие места [↑](#footnote-ref-1)
2. Рассчитывается на весь период срока окупаемости проекта. [↑](#footnote-ref-2)
3. Переменные расходы – это расходы, величина которых изменяется в течение года под воздействием различных факторов (экономических, политических, климатических и т.д.). [↑](#footnote-ref-3)
4. Постоянные расходы – это расходы, величина которых в течение года не меняется (либо эти изменения могут носить единоразовый характер). [↑](#footnote-ref-4)