

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПУТЕЙ СООБЩЕНИЯ ИМПЕРАТОРА НИКОЛАЯ II»
(МГУПС (МИИТ))

Кафедра «Экономика и управление на транспорте»

Д.А. ГОРОХОВ

Методические указания
к курсовому проектированию
по дисциплине
«Бизнес-планирование»

Москва – 2016

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПУТЕЙ СООБЩЕНИЯ ИМПЕРАТОРА НИКОЛАЯ II»
(МГУПС (МИИТ))

Кафедра «Экономика и управление на транспорте»

Д.А. ГОРОХОВ

Методические указания
к курсовому проектированию
по дисциплине
«Бизнес-планирование»

Москва – 2016

Горохов Д.А. Методические указания к курсовому проектированию по дисциплине «Бизнес-планирование» для бакалавров по направлениям «Экономика», «Менеджмент» и «Торговое дело». – М.: МГУПС (МИИТ), 2016. – 36 с.

Данное издание содержит учебные материалы по курсу «Бизнес-планирование», читаемому на кафедре «Экономика и управление на транспорте» МГУПС (МИИТ).

Методические указания для разработки курсового проекта по дисциплине «Бизнес-планирование» содержат методические рекомендации по подготовке бизнес-плана предприятия. В качестве объекта планирования могут выступать производственные, торговые или транспортные предприятия. Данная методика предусматривает разработку бизнес-плана как нового, так и действующего предприятия, так и расширения бизнеса.

Методические указания предназначены для студентов, обучающихся по программе бакалавриата по направлениям подготовки 38.03.01 «Экономика», 38.03.02 «Менеджмент» и 38.03.06 «Торговое дело». Оно также может быть использовано студентами, обучающимися по другим программам бакалавриата Института экономики и финансов МГУПС (МИИТ).

Рецензент: доцент кафедры
«Финансы и кредит»
МГУПС (МИИТ), к.э.н.

И.В. Бессонов

Оглавление

Раздел I. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ БИЗНЕС-ПЛАНА.....	5
1. Общие требования	5
2. Структура и содержание	5
Раздел II. ТЕХНОЛОГИЯ РАЗРАБОТКИ РАЗДЕЛОВ БИЗНЕС-ПЛАНА	6
3. Анализ бизнес-среды	6
3.1. Конкуренты	6
3.2. Анализ отрасли	8
3.3. Общее описание рынка и его целевых сегментов	9
4. Стратегия бизнеса (маркетинговая стратегия).....	10
4.1. Стратегия проекта.....	10
4.2. Концепция маркетинга.....	10
4.3. Позиционирование продуктов и услуг	11
5. План-прогноз продаж	12
5.1. Определение спроса на продукты (услуги).....	12
5.2. План продаж	13
6. План производства	13
6.1. Описание местоположения	14
6.2. Производственный процесс и его обеспечение.....	14
6.3. Инвестиционные затраты	16
6.4. Производственные затраты	18
7. Организационный план	20
7.1. Организационная структура управления	20
7.2. Сведения о ключевых менеджерах и владельцах фирмы.....	20
7.3. Кадровая политика и развитие персонала.....	20
7.4. Календарный план работ по реализации проекта	21
8. Финансовый план	23
8.1. План прибылей и убытков	23
8.2. План денежных потоков	24
8.3. Прогнозный баланс	26
8.4. Инвестиционный план и финансирование проекта	27
9. Анализ и оценка риска	27
10. Приложение	29
11. Общее описание компании	29
12. Краткое содержание бизнес-плана	30

13.	Резюме.....	31
III.	ИНСТРУМЕНТАРИЙ БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ	32
14.	Выбор системы налогообложения и анализ налоговой среды.....	32
14.1.	Общий режим налогообложения	33
14.2.	Упрощенная система налогообложения (УСН)	34
14.3.	Единый налог на вмененный доход	35

Раздел I. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ БИЗНЕС-ПЛАНА

1. Общие требования

Профессионально подготовленный бизнес-план должен отвечать определенным требованиям: структурированность и логичность, системность, реалистичность, релевантность, обоснованность, эффективность, краткость, доступность для понимания, легкость в использовании, привлекательность.

Примерная структура основных разделов бизнес-плана и более подробное их содержание представлены в таблицах 1 и 2.

2. Структура и содержание

Таблица 1

Примерная структура разделов бизнес-плана

1.Резюме/Краткое содержание
2.Описание бизнеса
3. Бизнес-идея
4.Анализ рынка
3.Продукты и услуги
5.План маркетинга
6.План производства
7.Организационный план
8.Финансовый план
9.Оценка рисков
10.Приложение

Таблица 2

Содержание бизнес-плана

1.	Резюме
	1.1.Краткое содержание
2.	Описание бизнеса Бизнес-идея 2.1. Общее описание компании 2.2. Анализ отрасли 2.3. Цели проекта
3.	Продукты и услуги
4.	Анализ рынка 4.1.Общее описание рынка 4.2.Определение спроса на продукты (услуги) 4.3.Анализ конкурентов
5.	План маркетинга 5.1.План продаж 5.2.Стратегия маркетинга

6.	План производства 6.1.Описание местоположения 6.2.Производственный процесс и его обеспечение 6.3.Инвестиционные затраты 6.4.Производственные затраты 6.5.Операционные конкурентные преимущества
7.	Организационный план 7.1.Организационная структура управления 7.2.Сведения о ключевых менеджерах и владельцах фирмы 7.3.Кадровая политика и развитие персонала
8.	Финансовый план
	8.1.Базовые предположения 8.2.План прибылей и убытков 8.3.План денежных потоков 8.4. Прогнозный баланс 8.5.Инвестиционный план и финансирование проекта 8.6.Анализ безубыточности. Оценка эффективности проекта
9.	Оценка рисков
10.	Приложения

Раздел II. ТЕХНОЛОГИЯ РАЗРАБОТКИ РАЗДЕЛОВ БИЗНЕС-ПЛАНА

3. Анализ бизнес-среды

3.1. Конкуренты

Необходимо собрать информацию о конкурентах и ответить на следующие вопросы (таблица 10).

Таблица 10

Описание конкурентов

Ключевые вопросы	Комментарии
1. Кто ваши конкуренты?	Составить список фирм, являющихся вашими ближайшими (территориально) и крупными (по размеру) основными конкурентами, указав название и местонахождение каждой из них.
2. Каковы их основные продукты (услуги) ?	Перечислить виды продукции (услуг), составляющие основу в общем объеме продаж конкурентов, а также указать, по вашему мнению, наиболее удачные из них.
3. На каких рынках они работают?	Указать наиболее важные рынки сбыта каждого конкурента.
4. Каков объем продаж их продукции (за прошедший год) ?	Представить данные по объему реализации продукции конкурентов (в натуральном и стоимостном выражении) за последний год. Если привести подобные сведения невозможно, то можно ограничиться грубым сравнением объемов реализации продукции конкурента с продукцией своей фирмы (в терминах: больше, равно, меньше) по данной категории товаров.

5. Каковы наиболее сильные и слабые стороны конкурентов ?	Выявить профиль каждого из конкурентов, указав присущие ему достоинства (сильные стороны) и недостатки (слабые стороны). Цель - определить характерные особенности конкурентов (выход на международный рынок, доступ к дешевым рынкам сырья, транспортных услуг и т.д.), дающие им преимущества в сравнении с вашей фирмой, а также определить их слабые стороны, которые могут ограничить их успех.
6. Какова доля рынка, контролируемая конкурентом ?	Полезно упорядочить конкурентов относительно контролируемой ими доли рынка. Навысший ранг (1) присваивается конкуренту, контролирующему наибольшую долю рынка. Подобным образом ранжируются все остальные фирмы.
7. Какова сбытовая и ценовая политика конкурентов ?	Выявить действующих на вашем рынке конкурентов, демонстрирующих успехи в области эффективного продвижения товаров на рынок. Описать используемые ими методы, определяющие эффективность их сбытовой и ценовой политики (используемые каналы сбыта, реклама, цены, скидки и др.).
8. Как шло развитие конкуренции за последние 5 лет ?	Указать выявленные изменения в развитии конкуренции (усиление или ослабление) и в основных факторах конкуренции. Отметить появление новых или исчезновение бывших ранее конкурентов в отрасли, изменение вашей доли рынка в сравнении с конкурентами. Какие фирмы испытывают трудности и почему?
9. Каков прогноз развития конкуренции в будущем и изменения ее основных факторов?	Сделать прогноз развития конкуренции в будущем на основе выявленных изменений

Для проведения анализа конкурентов необходимо собрать информацию о сильных и слабых сторонах (максимум три) каждой из компаний – конкурентов. Для представления информации о конкурентах и последующего анализа удобно представить ее в табличной форме (таблица 11).

Таблица 11

Анализ конкурентов

Конкуренты (упорядочены по убыванию их значимости)	Основные преимущества	Основные недостатки	Основной спектр продукции (совпадающий с вашей компанией)	Маркетинговые предложения	Используемая стратегия
Компания 1					
Компания 2					
Компания 3					
Компания 4					

Основные выводы на основе анализа конкуренции:

- общие соображения относительно конкуренции на рынке;
- перечень основных фирм-конкурентов и их характеристики;

- разъяснение своих конкурентных преимуществ;
- ожидаемое влияние конкуренции на деятельность компании.

3.2. Анализ отрасли

Таблица 6

Структура подраздела «Анализ отрасли»

Ключевые вопросы	Комментарии
1. Общее описание отрасли и ее размеры	<p>Определяются:</p> <ul style="list-style-type: none"> – динамика объемов продаж в отрасли (за последние 5 лет) и другие отраслевые характеристики;
2. Наиболее крупные предприятия отрасли	<p>Указываются:</p> <ul style="list-style-type: none"> – общее количество предприятий отрасли; – перечень ведущих из них; – доля сбыта ведущих предприятий; – количество компаний, появившихся за последние 3 года.
3. Региональная структура производства	<p>Описывается:</p> <ul style="list-style-type: none"> – общая характеристика региона; – распределение предприятий по регионам и областям.
4. Развитие экспорта и импорта продукции (услуг)	<p>Даются:</p> <ul style="list-style-type: none"> – объемы экспорта и импорта; – перечень экспортируемых/импортируемых изделий; – куда экспортируется /откуда импортируется продукция; – оценка перспектив развития экспорта/импорта (в отрасли и для региона).
5. Основные характеристики предприятий отрасли - потенциальных конкурентов	<p>Указываются:</p> <ul style="list-style-type: none"> – номенклатура и объемы выпускаемой ими продукции; – рынки, на которых они работают, их доли на этих рынках; – конкурентоспособность их продукции; – ценовая политика и политика в области сбыта; – состояние производственной базы; – рентабельность производства (средняя по отрасли и на лучших предприятиях).
6. Целевые программы развития отрасли (федеральные, отраслевые) или региона	<p>Описываются:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основные задачи и приоритеты развития; – выделяемые финансовые ресурсы; – предоставляемые льготы (по налогообложению и др.)
7. Ключевые факторы успеха	<p>Указываются ключевые факторы успеха в данной отрасли (бренд, доступ к каналам распределения, финансированию, технология, научно-исследовательские разработки или др.)</p>
8. Необходимое юридическое обеспечение выбранного вида бизнеса	<p>Указываются:</p> <ul style="list-style-type: none"> – необходимые лицензии и разрешения на ведение бизнеса; – затраты на их получение;

	– перечень контролирующих органов.
9. Налоговое окружение бизнеса	Существующее налоговое окружение бизнеса компании (основные виды налогов, таблица 7).

Примечание. Если предприятие малого или среднего бизнеса занимается бизнесом в сфере услуг и предоставляет их в небольшом городе (районе города), то целесообразно ограничиться анализом ситуации в этих локальных рамках. Для малого бизнеса отраслевой анализа выполняется в рамках региона.

Следует указать налоговое окружение для бизнеса (перечень налогов, характерных для конкретного проекта), которое может быть представлено в табличной форме (таблица 7).

Таблица 7

Налоговое окружение

Наименование налога	Налогооблагаемая база	Ставка налога (%)	Налоговый период	Льготы по налогу
<i>Пример</i>				
Налог на добавленную стоимость (НДС)	Выручка от реализации продукции (товаров, работ, услуг)	18% (на оговоренный перечень товаров – 10%)	Ежемесячно	

Примечание. В таблице представлены лишь основные виды налогов, уплачиваемые предприятием при традиционной системе налогообложения. Перечень учитываемых налогов и других отчислений (акцизы, таможенные платежи, налог с владельцев транспортных средств и др.) для конкретного предприятия или проекта при необходимости должен быть уточнен и детализирован.

3.3. Общее описание рынка и его целевых сегментов

Ключевые вопросы, на которые необходимо ответить, и ожидаемые результаты представлены в (таблица 9).

Таблица 9

Ключевые вопросы	Комментарии к процедурам	Ожидаемый результат
1. Кто ваш потребитель (заказчик) продукции/услуг?	"сегментация" рынка	Определение целевого рынка и его сегментов

2.Какие потребители (или их группы) являются наиболее привлекательными (в финансовом отношении)? В каких сегментах рынка имеется устойчивый спрос на товар/ услугу?	Выбор целевых сегментов	Определение наиболее привлекательных целевых сегментов
3. Как компания будет позиционировать свой товар/ услугу для этих привлекательных клиентов? В чем заключаются товарные особенности целевых сегментов и их ассортиментное наполнение?	"Позиционирование"	Выявление того, какие товары и на какие рынки будут поставляться
4.Каков спрос и оценка потенциала рынка в целом и по сегментам? Какую долю рынка компания собирается контролировать?	Анализ и оценка привлекательности рынка	Оценка спроса и потенциала рынка. Оценка доли рынка, которую компания намерена контролировать

4. Стратегия бизнеса (маркетинговая стратегия)

4.1. Стратегия проекта

Цели компании

Этот подраздел раскрывает как общие цели на будущее, так и конкретные цели бизнеса на ближайший год. В ряде случаев в основу бизнес-плана закладывается некая бизнес-идея. Тогда целевой подраздел можно начать с ее краткого описания, которое раскрывает основную идею и ключевые факторы успеха в бизнесе, отвечая на три основных вопроса:

1. **Что** фирма предлагает своим клиентам и какие их потребности она будет удовлетворять?
2. **Кому** предлагаются товары или услуги?
3. **Как** фирма намерена реализовать свою бизнес-идею?

4.2. Концепция маркетинга

Стратегия маркетинга должна раскрывать:

1. *Главные стратегические установки маркетинга на рынке.*

2. *Комплекс маркетинга:*

- товар и товарная политика;
- цены и политика ценообразования;
- продажи и сбытовая политика; - реклама и продвижение.

В таблице 14 представлены ключевые вопросы, которые должны быть отражены при разработке комплекса маркетинга.

Вопросы для разработки комплекса маркетинга	
Товар и товарная политика	Политика ценообразования
<ul style="list-style-type: none"> – Комплекс продуктов (услуг) – Качество – Дизайн – Упаковка – Техническое обслуживание – Сервис – Гарантийное обслуживание 	<ul style="list-style-type: none"> – Цена продукта (услуги) – Метод ценообразования – Скидки и условия платежа – Формы оплаты – Срок и условия предоставления коммерческого кредита
Организация сбыта	Реклама и продвижение
<ul style="list-style-type: none"> – Каналы сбыта – География сбыта – Время оформления заказа до поставки – Запасы – Транспорт – План мероприятий по сбыту – Бюджет маркетинга (инвестиционные затраты, текущие издержки) 	<ul style="list-style-type: none"> – Объекты и каналы коммуникации – Персональная продажа – Политика в отношении торговой марки – План маркетинговых мероприятий – Бюджет маркетинга (инвестиционные затраты, текущие издержки)

3. Маркетинговая программа и бюджет маркетинга

Программа маркетинга включает детальное описание основных этапов, которые должны быть пройдены, необходимых ресурсов (финансовых, материальных, людских), сроков проведения мероприятий и распределение обязанностей между ответственными исполнителями.

Детальная проработка плана маркетинга позволяет оценить затраты на маркетинг, которые используются в дальнейшем для разработки финансового раздела бизнес-плана.

4.3. Позиционирование продуктов и услуг

Дается описание тех видов продукции (услуг), которые предлагаются на рынок. Сведения по каждому виду продукции удобно представить в табличной форме (таблица 8).

Таблица 8

Описание продуктов (услуг)

Ключевые вопросы	Комментарии
1. Наименование продукции (услуг)	Указывается наименование продукции, например, в соответствии с ГОСТом.
2. Назначение продукта (услуги)	Указываются: удовлетворяемые потребности; область применения продукта.
3. Основные характеристики продукта (услуги)	Дается физическое описание и ключевые характеристики продукции (технические, эстетические и др.). Можно сослаться на соответствие требованиям ГОСТов или ТУ, отметить имеющиеся сертификаты качества и другие свидетельства, характеризующие продукцию.

4. Потребительские свойства продукта (услуги)	Указываются конкретные выгоды (преимущества), получаемые потребителем от использования продукта (услуги). Приводятся показатели: качества, надежности, безопасности эксплуатации, простота обслуживания и ремонта др. Отмечается, в чем состоит инновационность и уникальность продукции.
5. Основные конкурентные преимущества продукции (услуги)	Указываются конкурентные преимущества продукции в сравнении с имеющимися на рынке аналогами и образцами, а именно: – продукцией ближайших конкурентов; – лучшими отечественными и зарубежными образцами.
6. Основные потребители и направление использования продукции.	Указывается, используется ли продукция для конечного потребления, либо для дальнейшей переработки.
7. Ассортимент и структура выпуска продукции	Указываются планируемый ассортимент и структура выпуска продукции (в натуральных и стоимостных показателях).
8. Юридическая защищенность продукции (услуги)	Указывается наличие защищенности продукта в целом или его отдельных элементов (патентом, торговой маркой, правом на изготовление копий).
9. Дополнительные сервисные услуги.	Дается краткая характеристика: условий поставки, дополнительных сервисных услуг потребителям.

5. План-прогноз продаж

5.1. Определение спроса на продукты (услуги)

Выбор способа оценивания спроса на товар зависит прежде всего от того, о каком товаре идет речь: о потребительских товарах (длительного или кратковременного пользования), товарах производственного назначения или об услугах.

Как правило, для оценки *спроса на потребительские товары* определяют и используют следующие показатели:

- количество потенциальных пользователей (n);
- количество товара, приобретаемого одним пользователем (q);

Совокупный спрос в натуральном выражении (Q) определяется по формуле: Q

$$n \cdot q = Q; \quad [1]$$

Для расчета объема продаж (R) или совокупного спроса в стоимостном выражении используют формулу:

$$R = Q \cdot p; \quad [2] \text{ где}$$

p – цена единицы товара.

Спрос на услуги можно оценивать тем же способом, что и спрос на потребительские товары. Он напрямую зависит от количества потенциальных потребителей и от частоты пользования услугой. Некоторые сложности в оценке спроса на услуги могут возникнуть при определении используемых единиц измерения услуг.

5.2. План продаж

Прогноз продаж рекомендуется разработать для трех альтернативных сценариев развития событий (пессимистического, оптимистического и наиболее вероятного). Дальнейшие расчеты в финансовом разделе бизнес-плана проводятся в первую очередь по наиболее вероятному (реалистичному) варианту. Форма представления сценарных прогнозов продаж приведена в таблице 12.

Таблица 12 Прогноз продаж продукции (услуг) на 200_ - 200_ гг.

Наименование продукции (услуг)	Сценарии		
	Пессимистический (ед.)	Наиболее вероятный (ед.)	Оптимистический (ед.)
1.			
2.			
3.			
Итого:			

На основе прогноза продаж разрабатывается план продаж (таблица 13) по первому году в помесечной разбивке с учетом факторов сезонности (если таковой имеется), целевой доли рынка, производственных возможностей предприятия, реализуемой стратегии маркетинга и других факторов, которые оказывают существенное влияние на объемы продаж.

Таблица 13

План продаж продукции на 20__г.

Наименование показателей	Ед. изм.	Периоды (по месяцам)									Итого за год
		1	2	3	4	5	...	11	12		
1. Изделие (услуга) А, в т.ч.:											
- Объем продаж	ед.										
- Цена за ед.	тыс.руб.										
- Выручка от продаж	тыс.руб.										
2. Изделие (услуга) В, в т.ч.:											
...											
Всего: выручка от продаж	тыс.руб.										

6. План производства

- 6.1. Описание местоположения
- 6.2. Производственный процесс и его обеспечение
- 6.3. Инвестиционные затраты
- 6.4. Производственные затраты

6.5. Операционные конкурентные преимущества

6.1. Описание местоположения

Важно показать, насколько удачно выбрано место расположения предприятия, исходя из близости к рынку, поставщикам сырья и материалов, доступности транспортных магистралей и рабочей силы. Для предприятий сферы торговли, сервиса или общественного питания вопрос о выборе местоположения требует тщательного предварительного изучения. При этом важно учитывать такие факторы, как пешеходные и транспортные потоки, наличие стоянки для машин, условия аренды, конкурентное окружение, наличие подъездных путей и др.

6.2. Производственный процесс и его обеспечение

В этом подразделе должны раскрываться следующие ключевые вопросы (вопросник 1). Краткое описание производственного процесса представлено в таблице 15.

Вопросник 1. Производственный процесс

1. Каковы основные технологические операции производственного процесса (по производству продукта, предоставлению услуг)?
2. Какие операции будут выполняться самостоятельно, а какие будут переданы на субконтракт?
3. Какое производственное оборудование требуется закупить (арендовать) в первую очередь, а какое понадобится в будущем?
4. Каков необходимый объем первоначальных инвестиций?
5. Каков должен быть план производства и какой должна быть производственная программа для реализации плана продаж?
6. У кого и на каких условиях будет закупаться сырье? Какова репутация поставщиков?
7. Какова потребность в производственных ресурсах и какова оценка производственных затрат?
8. Каковы операционные конкурентные преимущества компании?

Краткое описание производственного процесса

№	Наименование выполняемых работ (операций)	Наименование используемого оборудования	«Входной поток» сырья, материалов и др.	«Выходной поток» конечных/промежуточных продуктов	Кол-во занятых работников (чел.)	Нормы времени на выполнение работ (операций) (чел.-час, чел-мин.)	Нормы выработки в ед. времени (шт./час)	Примечание
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.Основные работы								
	1.1.Операция 1							
	1.2.Операция 2							
	. . . и т.д.							
	ВСЕГО:							
2.Вспомогательные работы								
	2.1.Операция 1							
	2.2.Операция 2							
	. . . и т.д.							
	ВСЕГО:							
3. . . .								
	ИТОГО							

6.3. Инвестиционные затраты

Оценка *общих инвестиционных затрат* равна суммарной потребности в инвестициях на создание предприятия (инвестиционные затраты на *основные средства* и *предпроизводственные расходы*) и потребности в инвестициях для текущей деятельности (*оборотные активы*, необходимые для формирования начальных товарно-материальных запасов и др.).

6.3.1. Инвестиционные затраты на основные средства:

- здания и сооружения (производственные, складские, административные);
- машины и оборудование (основное производственное оборудование, вспомогательное оборудование, офисное оборудование (мебель, оргтехника) и другое оборудование);
- транспортные средства.

Сведения, характеризующие потребность проекта в помещениях, представлены в таблице 16.

Таблица 16

Характеристика зданий и сооружений

№	Наименование помещения	Площадь (кв.м)	Условия получения	Стоимость (тыс.руб.)	Период получения (с_ мес.)
1	2	3	4	5	6
1.	Производственные помещения				
2.	Складские помещения				
3.	Административные помещения				
	Всего:				

Данные по необходимому основному и вспомогательному оборудованию, а также автотранспорту для проекта, включая стоимость приобретения, затраты на доставку и монтаж оборудования, сведения по способу их получения (покупка, аренда, лизинг) необходимо собрать и представить в табличной форме (таблица 17).

Таблица 17

№	Наименование	Кол-во ед.	Способ получения	Стоимость (тыс.руб.)		Период получения (с_ мес.)
				(без НДС)	(Вкл. НДС)	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Основное производственное оборудование					
2.	Вспомогательное оборудование					

3.	Технологии					
4.	Транспортные средства					
5.	Офисное оборудование, в					
	т.ч.:					
	- мебель					
	- оргтехника					
	Всего:					

6.3.2.Предпроизводственные расходы

Оценка расходов по созданию нового предприятия (государственная регистрация, изготовление печати, открытие счета в банке, получение необходимых лицензий и сертификатов), по проведению подготовительных исследований (ТЭО, функциональные исследования), а также предпроизводственные маркетинговые издержки, расходы по продвижению, созданию сбытовой сети, расходы на обучение персонала и т.п. представлены в таблице 18.

Таблица 18

Предпроизводственные расходы (тыс.руб.)

№ п/п	Наименование работ	Стоимость (тыс.руб.)	Длительность выполнения (дней)
1.	Регистрация предприятия и др.		
2.	Подготовка и заключение договора на аренду помещения		
3.	Ремонт помещения		
4.	Проведение маркетинговых исследований рынка		
5.	Подбор персонал		
6.	Расходы по обучению персонала		
	Другие...		
	Всего		

6.3.3.Инвестиционные затраты на оборотные средства

Определяется потребность предприятия в *инвестициях на оборотные средства* (закупка сырья, материалов, топлива, комплектующих и полуфабрикатов, минимальный остаток денежных средств на расчетном счете).

6.4. Производственные затраты

6.4.1. Производственные затраты на трудовые ресурсы отражены в таблице 19.

Таблица 19

Зарботная плата производственного персонала

№	Наименование	Колво (чел.)	Повременная оплата труда (месячная зарплата) (тыс.руб./мес)	Сдельная оплата труда (тыс.руб.)		ФОТ, тыс. руб./мес.	Периодичность и период выплат с ___ по ___
				База	Норматив		
1	2	3	4	5	6	7	8
1.	Основные производственные рабочие						
2.	Вспомогательный персонал						
3.	Инженернотехнический персонал						
4.	Другой обслуживающий персонал						
5.	Работники охраны						
	Итого:						

6.4. 2. Материальные производственные затраты

Таблица 20 Пря-

мые материальные производственные затраты

Наименование	Ед. Изм.	Цена (без НДС), тыс. руб.	Продукт 1	Продукт 2	...
			Нормы расхода на ед. продукции (в натуральных ед. измерения)		
1	2	3	4	5	6
1. Сырье					
1.1.					
1.2.					

2.Материалы					
2.1.					
2.2.					
3.Комплекующие					
3.1.					
3.2.					
...					
9.Топливо					
10.Электроэнергия (на технологические цели)					
ИТОГО					

6.4.3. *Общепроизводственные расходы*¹, которые связаны с обслуживанием основного и вспомогательного производства, рассматриваются как расходы за период. В частности, в их составе могут быть отражены следующие расходы: арендная плата за пользование производственными площадями, расходы на текущий ремонт основных фондов, помещений, страхование имущества и другие.

Для расчета общепроизводственных расходов необходимо собрать данные и сформировать следующую расчетную таблицу (таблица 21).

Таблица 21

Общепроизводственные расходы

Наименование показателя		Ед. изм.	Значение показателя	Периодичность выплат	Период выплат с _____ по _____
1		2	3	4	5
1.Арендная плата за помещения	площадь помещения	Кв. м.			
	Цена за ед.	тыс.руб./кв.м.			
	сумма	тыс.руб.			
2.Расходы на ремонт помещений	площадь помещения	Кв. м.			
	Цена за ед.	тыс.руб./кв.м.			
	сумма	тыс.руб.			
3.Расходы на текущий ремонт основных средств	Стоимость основных средств	тыс.руб.			
	Норматив	%			
	сумма	тыс.руб.			

¹ В структуре общехозяйственных (накладных) расходов в зависимости от места их возникновения выделяют три группы: связанные с производством (общепроизводственные), маркетингом и сбытом продукции (коммерческие расходы), управлением (управленческие расходы).

...					
9.Расходы на коммунальные нужды (отопление, освещение)	расход	Тыс. кВт*ч			
	Цена за ед.	Руб./ кВт*ч			
	сумма	тыс.руб.			
10.Расходы на страхование имущества		тыс.руб.			
ИТОГО общепроизводственных расходов					

7. Организационный план

Организационная структура управления

Сведения о ключевых менеджерах и владельцах фирмы

Кадровая политика и развитие персонала

Календарный план работ по реализации проекта

7.1. Организационная структура управления

Для вновь создаваемого малого предприятия может быть представлена схемой оргструктуры управления и краткими должностными инструкциями (как правило, выносятся в приложение).

7.2. Сведения о ключевых менеджерах и владельцах фирмы

Информация по ключевым менеджерам должна включать в себя:

1. ФИО (полностью), год рождения.
2. Занимаемая должность (краткое описание должности).
3. Основные обязанности и полномочия.
4. Уникальные навыки и практический опыт, которые добавляют отличительные компетенции вашей компании.
5. Уровень и условия вознаграждения.

Информация о владельцах должна включать в себя:

1. ФИО (полностью)
2. Доля их собственности.
3. Форма собственности (обыкновенные, привилегированные акции).
4. Степень участия в управлении компанией.

7.3. Кадровая политика и развитие персонала

Этот подраздел должен отразить предполагаемую к использованию систему оплаты и стимулирования труда, дать разъяснения относительно предполагаемых к использованию элементов кадровой

политики, описать систему набора, отбора и обучения персонала, предполагаемые изменения в структуре кадров по мере развития предприятия.

Расходы на заработную плату административно-управленческого персонала можно представить в таблице 22.

Таблица 22

Зарботная плата административно-управленческого персонала (АУП)					
№	Должность	Кол-во чел.	Должностной оклад тыс.руб./ мес.	Фонд оплаты труда тыс. руб.	Периодичность выплат, с _ по _
1.					
2.					
3.					
4.					
Итого					

7.4. Календарный план работ по реализации проекта

Должен показать планируемые сроки осуществления отдельных мероприятий, связанных с реализацией проекта. При его разработке учитываются затраты времени на выполнение отдельных работ подготовительного периода (государственная регистрация предприятия, оформление лицензий и разрешений, разработка рабочего проекта, заключение договоров аренды помещений, приобретение и монтаж технологического оборудования, подготовка производства и др.), сроки их выполнения, а также последовательность их проведения.

Календарный план-график отражает последовательность выполнения работ во времени (по кварталам, по месяцам, по неделям). Условный пример календарного плана-графика (в виде Графика Гантта) представлен на рис. 1.

№	Наименование работ	Дли- тельн.	Дата начала	Дата оконч.	Декабрь 200_ г.																													
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
1	Регистрация предприятия	8	01.12	08.12	■	■	■	■	■	■	■																							
2	Заключение договора аренды	7	09.12	15.12								■	■	■	■	■	■																	
3	Ремонт помещения	10	16.12	25.12														■	■	■	■	■	■	■	■	■	■							
4	Покупка оборудования	5	26.12	30.12																									■	■	■	■	■	
5	Покупка инструмента	5	26.12	30.12																									■	■	■	■	■	
6	Разработка фирменного стиля	10	09.12	18.12								■	■	■	■	■	■	■	■	■	■													
7	Подбор кадров	7	19.12	25.12																		■	■	■	■	■	■							
8	Печать рекламных материа- лов	5	19.12	23.12																		■	■	■	■	■								

Рис.1. Пример графика Гантта

2	Прямые материальные затраты (без НДС)																			
3	Заработная плата производственного персонала (вкл. ЕСН)																			
4	Валовая прибыль (п.1 – п. 2 – п.3)																			
5	Постоянные (общехозяйственные и прочие) расходы (без НДС)																			
6	Постоянные расходы на заработную плату АУП (вкл. ЕСН)																			
7	Амортизационные отчисления																			
8	Операционная прибыль/убыток (п. 4 – п. 5 – п. 6 – п. 7)																			
9	Проценты по кредитам, включаемые в себестоимость																			
10	Налог на имущество																			
11	Прибыль до налогообложения (п. 8 – п. 9 – п.10)																			
12	Налог на прибыль																			
13	Чистая прибыль (п.11-п.12)																			

8.2. План денежных потоков

Формат плана денежных потоков может быть представлен в одной из двух форм:

- 1) формат 1: статьи располагаются по их типу, в связи с поступлением (притоком) или с выплатой (оттоком) денежных средств, причем сначала представляются все статьи, отражающие поступления, а затем – выплаты (таблица 25);
- 2) формат2: статьи располагаются по виду деятельности предприятия (операционная, инвестиционная, финансовая), причем в рамках каждого вида сначала представляют статьи, отражающие поступления, а затем – выплаты (таблица 26).

Таблица 25

Плана денежных потоков (формат 1)

Остаток денежных средств на начало периода	
1. Поступления (приток денежных средств):	
А. От операционной деятельности	
В. От инвестиционной деятельности	
С. От финансовой деятельности	

Всего поступлений
2. Выплаты (приток денежных средств):
А. От операционной деятельности
В. От инвестиционной деятельности
С. От финансовой деятельности
Всего выплат
Остаток денежных средств на конец периода

Таблица 26

План денежных потоков (формат 2)

1. Операционный денежный поток
Поступления:
Выплаты:
Итого: денежный поток от операционной деятельности
2. Инвестиционный денежный поток
Поступления:
Выплаты:
Итого: денежный поток от инвестиционной деятельности
3. Финансовый денежный поток
Поступления:
Выплаты:
Итого: денежный поток от финансовой деятельности
Чистое изменение денежных средств (совокупный денежный поток)
Остаток денежных средств на начало периода
Остаток денежных средств на конец периода

Структура денежного потока и общий алгоритм проведения расчетов при составлении плана денежных потоков представлены в таблице 27.

Таблица 27

Операция	Наименование статьи
+	Выручка от продаж
-	Переменные издержки
-	Постоянные издержки
-	Налоги и прочие выплаты
=	Денежный поток от операционной деятельности (операционный денежный поток)
+	Поступления от продажи активов
-	Платежи за приобретенные активы

=	Денежный поток от инвестиционной деятельности (инвестиционный денежный поток)
+	Акционерный капитал (поступление денежных средств от выпуска акций)
+	Заемный капитал (поступления по долгосрочным и краткосрочным займам)
-	Выплаты в погашение займов
-	Выплаты % по займам
-	Выплаты дивидендов собственникам
=	Денежный поток от финансовой деятельности (финансовый денежный поток)
	Чистое изменение денежных средств
+	Остаток денежных средств на начало периода
=	Остаток денежных средств на конец периода

8.3. Прогнозный баланс Составление формата документа

Прогнозный баланс составляется по укрупненной номенклатуре статей и включает в себя наиболее значимые для будущего бизнеса статьи и агрегированные счета. Поэтому в общем виде он не совпадает с формой отчетного баланса, предусмотренного действующими требованиями бухгалтерской отчетности в России.

Главная особенность формата прогнозного баланса - расположение статей активов и пассивов в порядке убывания ликвидности активов и степени срочности обязательств, в отличие от баланса (форма №1), принятого в РФ, где все обстоит наоборот.

Примерный формат прогнозного баланса представлен в таблице 28.

Таблица 28

Прогнозный баланс

Активы	Тыс.руб.	Пассивы	Тыс.руб.
Средства на счете		Счета к оплате	
Дебиторская задолженность		Задолженность по выплатам (налоги, зарплата и др.)	
Запасы		Краткосрочные кредиты	
Итого текущих активов (оборотных средств)		Сумма текущих пассивов (краткосрочных обязательств)	
Основные средства		Долгосрочные займы	
Другие активы (нематериальные)		Акционерный капитал	

Минус Износ по основным и нематериальным активам		Нераспределенная прибыль	
Прочие активы и авансы		Суммарный собственный капитал	
Сумма активов		Сумма пассивов	

8.4. Инвестиционный план и финансирование проекта

Первоначальный вариант *кредитного плана* составляется на основе расчета потребности в инвестициях.

1. Определяют необходимую сумму кредита, вероятную процентную ставку (исходя из состояния финансового рынка в стране на данный период), условия его возврата или погашения (с какого месяца, какими частями и т.д.).

2. Составляют вариант кредитного плана (таблица 29).

Таблица 29

Кредитный план

	_мес. 200_г.	Период планирования 200_г. (по мес.)					Всего за 200_год
		1	2	3	...	12	
Сумма кредита (тыс.руб.)							
Ставка годовых, %							
Погашение кредита , (тыс.руб.)							
Остаток задолженности (тыс.руб.)							
Выплата процентов (тыс.руб.)							
Погашение кредита нар. итогом (тыс.руб.)							
Выплата процентов нар. итогом (тыс.руб.)							

9. Анализ и оценка риска

9.1. Виды рисков

9.2. Анализ рисков

9.3. Приложение

При подготовке данного раздела необходимо ответить на ряд вопросов (вопросник 2).

Для анализа и оценки рисков, связанных с проектом, рекомендуется использовать следующую процедуру:

Шаг 1. Определить перечень рисков, которым в большей мере может быть подвержен проект (набор простых рисков, характерных для каждой стадии проекта). Количество стадий и их содержание напрямую связано с особенностями самого проекта.

Шаг 2. Определить вероятность возникновения каждого риска из представленного перечня. Для этого все риски по степени их значимости разбиваются на группы (по стадиям проекта, по источникам возникновения или по содержанию рисков). Оценка рисков с использованием ранжирования или балльных оценок осуществляется группой экспертов.

Вопросник. Анализ риска

1. Что может причинить ущерб?
2. С какими основными видами риска и наиболее опасными ситуациями связан ваш бизнес?
3. Какова степень серьезности каждого вида риска?
4. К какой области риска относится ваш бизнес?
5. Насколько велики могут быть потери (прямые, косвенные)?
6. Каковы пути предотвращения или снижения ущерба?
7. Каковы возможные пути предотвращения опасностей, угрожающих фирме (программа “спасения”)?
8. Как вы будете ее претворять в жизнь?

Шаг 3. В дополнение можно использовать и другие методы количественной оценки риска (расчет точки безубыточности, проведение анализа чувствительности и др.).

Шаг 4. Разработать программу мер по предотвращению рисков и минимизации возможных потерь.

Результат этого раздела:

1. Анализ возможных рисков.
2. Оценка рисков и связанных с ними потерь (ущерба).
3. Программа по защите от рисков, включающая мероприятия по предотвращению потерь или сведению их к минимуму.

10. Приложение

В приложение включают документы, которые могут служить подтверждением или подробным объяснением сведений, приведенных в бизнес-плане.

В приложении могут быть представлены:

- 1) сведения о руководителях фирмы или проекта;
- 2) результаты исследования рынка;
- 3) заключения аудиторских фирм;
- 4) копии патентов, лицензий и др.;
- 5) подробное описание технических характеристик продукции ;
- 6) описание производственного оборудования, зданий;
- 7) копии юридических документов (заключенных договоров, гарантийных писем, протоколов о намерениях);
- 8) сметы затрат на продукцию и услуги;
- 9) схемы производственной и организационной структуры управления фирмой;
- 10) отзывы авторитетных организаций;
- 11) информация, опубликованная в периодической печати (статьи, ссылки на книги).

11. Общее описание компании

Таблица 5

Структура подраздела «Общее описание компании»

Ключевые вопросы	Комментарии
1. Предыстория бизнеса компании	
1.1. Основные данные о компании	<p>Указываются:</p> <ul style="list-style-type: none"> – полное наименование, – организационно-правовая форма, – форма собственности, – структура собственности, – месторасположение и юридический адрес компании, – почтовый адрес, электронный адрес, интернет-сайт, – профиль и основные виды деятельности компании; – характеристика юридических документов, требуемых для рассматриваемых видов деятельности (необходимые лицензии, разрешения, кем и когда выданы, сроки их действия, затраты на их получение).

1.2. История создания компании	Указываются: – дата основания, – основные этапы, – имеющиеся достижения за последний период и их значение для бизнеса, – стадия развития бизнеса в настоящий момент.
1.3. Текущая организация бизнеса	Описываются: – состав членов управленческой команды , – их доли участия в капитале, – размер уставного капитала компании
1.4. Краткая характеристика инфраструктуры бизнеса	Указываются: – основные здания и помещения, – производственные мощности, – активы компании.
2. Отличительные компетенции компании	
2.1. Главные факторы, которые приведут компанию к успеху.	Например, в числе потенциальных отличительных компетенций могут быть: 1. Способы удовлетворения потребностей основных потребителей (ноу-хау) 2. Эффективные системы сбыта продуктов/услуг 3. Квалифицированный персонал, уникальные специалисты 4. Географическое месторасположение и другие.

12. Краткое содержание бизнес-плана

Краткое содержание (иногда его называют «исполнительное резюме») в сжатой форме, но полнее и содержательнее, чем резюме обеспечивает читающему быстрый *краткий обзор всего бизнес-плана* (таблица 4). Разрабатывается при необходимости, когда бизнес-план имеет достаточно большой объем.

Таблица 4

Структура подраздела «Краткое содержание»

Ключевые вопросы	Комментарии
1. Цели бизнес-плана	Краткий обзор целей бизнес-плана и способов их достижения, бизнес-идеи
2. Характеристика бизнеса компании	Краткий обзор: – предлагаемые продукты (услуги) по удовлетворению потребностей целевого рынка; – отличительные компетенции компании; – исследования и разработки в области продуктов или услуг (основные этапы, продолжающиеся усилия в настоящее время);

3. Анализ рынка	Краткий обзор: – целевого рынка; – конкурентов; – удовлетворяемых потребностей целевого рынка;
4. Маркетинг	Краткий обзор: – стратегия маркетинга; – стратегия сбыта; – ключевые факторы успеха.
5. Производство	Краткий обзор: – местоположение; – производственный процесс; – производственные потребности и затраты на производство; – объекты инвестирования.
6. Организация управления и персонал	Краткий обзор: – владельцы и ключевые менеджеры компании (их компетенция и профессионализм); – ключевой персонал.
7. Риски и финансовые результаты проекта	Краткий обзор: – необходимый объем финансирования; – условия и сроки возврата заемных средств; – оценка эффективности проекта; – финансовое резюме (в т. ч. временной аспект); – риски проекта.

13. Резюме

Должно быть предельно кратким - не более 1-2 страниц. Основные требования - четкость, лаконичность и убедительность. Может быть представлено в табличной форме. Должно отражать следующую информацию (таблица 3).

Таблица 3

Структура резюме

	Ключевые вопросы	Комментарии
1.	Наименование проекта	
2.	Инициатор проекта	Краткие сведения об инициаторе проекта. Указываются: - организационно-правовая форма предприятия, - юридический и фактический адрес, - контактные линии: телефон/факс, e-mail и др.
4.	Местонахождение проекта	
	Организационно-правовая форма реализации проекта	
3.	Сущность проекта: 3.1. Цели 3.2. Способы их достижения 3.3. Бизнес-идея 3.4. Тип проекта	Указываются: - основные цели проекта (объем производства и реализации продукции/услуг; планируемая доля рынка сбыта) и способы их достижения; - описание бизнес-идеи; - тип проекта

4.	Результаты проекта:	Приводятся основные показатели проекта: - объем производства и реализации продукции; - планируемая доля рынка сбыта; - выручка от реализации продукции, чистая прибыль, сумма накопленной амортизации за период и др.
5.	Общая сумма инвестиций:	Указывается общая сумма инвестиций в проект (в т.ч. на внеоборотные активы и оборотные средства)
6.	Оценки эффективности проекта: 6.1. период окупаемости; 6.2. используемая ставка дисконтирования; 6.3. чистый дисконтированный доход; 6.4. внутренняя норма доходности проекта	Приводятся показатели по проекту: - период окупаемости; - используемая ставка дисконтирования; - чистый дисконтированный доход (за 3 года); - внутренняя норма доходности проекта (за 3 года).
7.	Сумма средств, инвестируемых инициатором проекта:	Указывается сумма собственных средств, вкладываемых инициатором проекта (в т.ч. в %)
8.	Необходимое финансирование по проекту: 8.1. Сумма инвестиционного	Указываются: - необходимая сумма заемных средств для осуществления проекта (в т.ч. в %);
	кредита 8.2. Процентная ставка 8.3. Срок и график кредитования 8.4. Срок возврата заемных средств 8.5. Гарантии по возврату кредита	- процентная ставка; - срок и график предоставления кредита; - срок возврата суммы и % за кредит; - гарантии возврата кредита (залог, поручительство)
9.	Сроки осуществления проекта	Указывается дата начала проекта, период планирования, дата актуальности данных по проекту.

III. ИНСТРУМЕНТАРИЙ БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ

14. Выбор системы налогообложения и анализ налоговой среды

Для корректного финансового моделирования и учета налогов в финансовых документах бизнес-плана, необходимо отметить, что все налоги предприятия подразделяются на следующие группы:

- налоги, включаемые в цену продукции (в т. ч. — НДС, акцизы, пошлины и др.);
- налоги, включаемые в себестоимость продукции (страховые взносы в государственные внебюджетные фонды, транспортный налог, земельный налог и др.);
- налоги, относимые на финансовые результаты, т. е. уменьшающие базу для налогообложения прибыли (в т. ч. налог на имущество и др.);
- налоги на прибыль (в т. ч. налог на прибыль от реализации продукции, налоги на доходы по депозитам, процентам, дивидендам по акциям и др.);
- налоги, уплачиваемые за счет части прибыли, остающейся после уплаты налога на прибыль (в т. ч. — налог на строительство объектов производственного назначения).

Налоговая нагрузка на предприятие формируется в зависимости от используемого режима налогообложения.

В РФ параллельно существуют четыре режима налогообложения:

- общий режим налогообложения (ОРН);
- специальные режимы налогообложения:
 - 1) упрощенная система налогообложения (УСН);
 - 2) единый налог на вмененный доход (ЕНВД);
 - 3) единый сельскохозяйственный налог (ЕСХН).

Отличия существующих систем налогообложения, а также основные рекомендации для расчета налогов для юридических лиц и для предпринимателей без образования юридического лица представлены ниже.

14.1. Общий режим налогообложения

В зависимости от выбранной организационно-правовой формы ведения предпринимательской деятельности, с 01.01.2010 г. основными видами налогов являются:

- налог на добавленную стоимость (НДС, гл. 21 НК РФ);
- налог на прибыль организаций (только для юридических лиц, гл. 25 НК РФ);
- налог на доходы физических лиц (только для индивидуальных предпринимателей, гл.23 НК РФ);
- налог на имущество (гл. 30 НК РФ);
- транспортный налог (гл. 28 НК РФ, Закон СПб);
- страховые взносы в государственные внебюджетные фонды: Пенсионный фонд РФ (ПФ РФ), Фонд социального страхования РФ (ФСС РФ) и Федеральный фонд обязательного медицинского страхования (ФФОМС) (федеральный закон от 24.07.2009 №212-ФЗ), а также страховой взнос на обязательное социальное страхование от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний (Постановление Правительства РФ от 02.03.2000г. №184).

Перечень учитываемых налогов для конкретного проекта при необходимости может быть детализирован. Все основные виды налогов должны быть учтены при проведении расчетов финансового плана.

Рассмотрим информацию, которую необходимо собрать в таблицу по каждому из налогов, характерных для налогового окружения проекта.

Налог на добавленную стоимость:

- 1) налогооблагаемая база: выручка от продажи продукции, работ, услуг;
- 2) ставки налога: 18%, либо 10% и 0% — на оговоренный перечень товаров;
- 3) сроки уплаты налога: ежемесячно (при выручке от продаж более 1 млн. руб. в мес.), либо ежеквартально (при выручке — менее 1 млн. руб);
- 4) расчетные ставки (используются для выделения НДС при получении денежных средств с НДС): 18/118 или 10/110.

Налог на прибыль организаций:

- 1) налогооблагаемая база: прибыль до налогообложения.
- 2) ставки налога: 20%, в т. ч. в Федеральный бюджет — 2%, в бюджеты субъектов РФ — 18%;
- 3) сроки уплаты налога: ежемесячно, либо ежеквартально (если за предыдущие 4 квартала в среднем за квартал выручка от продаж без НДС не превышала 3 млн. руб).

Страховые взносы в государственные внебюджетные фонды:

- 1) объект страхования: выплаты, вознаграждения и иные доходы, начисленные работодателями в пользу работников;
- 2) тарифы страховых взносов для страхователей, производящих выплаты физическим лицам (на 2014 год):
 - на налогооблагаемую базу до 624 тыс. руб. на 1 работника нарастающим итогом с начала года уплачивается в фонды:
 - ПФ РФ – 22%;
 - ФСС РФ – 2,9%;
 - ФФОМС – 5,1%;
 - на налогооблагаемую базу, превышающую 624 тыс. руб. на 1 работника нарастающим итогом с начала года уплачивается в фонды:
 - ПФ РФ – 10%;
 - ФСС РФ – 0%;
 - ФФОМС – 0%;
- 3) льготные тарифы страховых взносов для страхователей, производящих выплаты физическим лицам (только в ПФ РФ, только на налогооблагаемую базу до 624 тыс. руб. на 1 работника нарастающим итогом с начала года, на 2014 год, подробнее см. Федеральный закон от 02.12.2013 г. № 333-ФЗ):
 - для малых предприятий, осуществляющих деятельность в производственной и социальной сферах, социально ориентированных некоммерческих организаций, благотворительных организаций и аптечных организаций – 20%;
 - для участников проекта «Сколково» – 14%;
 - для предпринимателей в области: информационных технологий, внедрения результатов интеллектуальной (научной) деятельности, туристско-рекреационной деятельности – 8%;
- 4) сроки уплаты взносов: ежемесячно;
- 5) зачисляется: в государственные внебюджетные фонды: ПФ РФ (на формирование страховой и накопительной частей пенсии), ФФОМС, ФСС.

Налог на имущество организаций:

- 1) объект налогообложения: основные средства, учитываемые на балансе;
- 2) налогооблагаемая база: среднегодовая стоимость имущества;
- 3) ставка налога: 2,2%;
- 4) сроки уплаты налога: ежеквартально.

14.2. Упрощенная система налогообложения (УСН)

Введена в действие с 01.01.2003г. Ее правовые основы законодательно закреплены в гл. 26.2 НК РФ.

Предприятия, организации и индивидуальные предприниматели могут выбрать УСН, если у них:

- средняя численность работающих не превышает 100 человек;
- выручка от продаж за год не превышает 15 млн. руб. или 11 млн. руб. за 9 месяцев, предшествующих переходу на УСН;
- стоимость находящегося в собственности амортизируемого имущества не превышает 100 млн. руб.;

- не менее 75% уставного капитала принадлежит физическим лицам (за исключением предприятий, которые применяют труд инвалидов ¹).

Не могут быть переведены на УСН организации, имеющие филиалы и (или) представительства, а также банки, страховые компании, негосударственные пенсионные фонды, инвестиционные фонды, профессиональные участники рынка ценных бумаг, ломбарды, производители подакцизных товаров, организации, занимающиеся игорным бизнесом, частные нотариусы и другие организации, для которых установлен особый порядок налогообложения (согласно п.3 статьи 346.12. главы 26.2 НК РФ).

С переходом на УСН как для юридических лиц, так и для индивидуальных предпринимателей предусмотрена замена уплаты совокупности установленных федеральных, региональных и местных налогов и сборов уплатой *единого налога*, который начисляется по результатам хозяйственной деятельности налогоплательщика (предприятия, организации, индивидуального предпринимателя) за отчетный период. Так, предприятия, применяющие УСН, освобождаются от уплаты следующих налогов:

- НДС;
- налога на имущество;
- единого социального налога;
- налога на прибыль (для индивидуальных предпринимателей — налога на доходы физических лиц).

В то же время сохраняется действующий порядок уплаты таких налогов как: транспортный налог, таможенные платежи, государственные пошлины, лицензионные сборы, отчисления на обязательное пенсионное страхование и страхование от несчастных случаев.

Налогоплательщик самостоятельно выбирает объекта налогообложения для уплаты единого налога, причем в качестве налогооблагаемой базы могут использоваться:

- доходы, которые будут облагаться налогом (по ставке 6%);
- доходы, уменьшенные на величину расходов (по ставке 15%).

Для случая, когда в качестве налогооблагаемой базы используются доходы, уменьшенные на величину расходов, введено понятие минимального налога, который не должен быть меньше, чем 1% с доходов налогоплательщика.

Отчетным периодом является квартал, а в качестве налогового периода рассматривается год. Сроки уплаты налога — ежеквартально, до 25 числа месяца, следующего за отчетным кварталом.

14.3. Единый налог на вмененный доход

Распространяется на те категории предприятий, которые занимаются определенными видами предпринимательской деятельности, относящимися к перечню, установленному Законом².

Так, в соответствии с гл. 26.3. НК РФ эта система налогообложения (в виде единого налога на вмененный доход) может применяться по решению субъекта РФ в отношении следующих видов деятельности: оказание бытовых услуг, оказание ветеринарных услуг, оказание услуг по ремонту, техническому обслуживанию и мойке автотранспортных средств, розничной торговли, осуществляемой через магазины и павильоны с площадью торгового зала не более 150 кв. м, палатки, лотки и

¹ Такие предприятия вправе использовать УСН, если численность инвалидов составляет не менее 50% всех работников, а их доля в оплате труда – не менее 25%.

² Порядок установления и введения в действие этого налога с 01.01.2003 г. определен гл. 26.3 НК РФ, а в г. Санкт-Петербурге - Законом СПб от 04.06.03 «О введении на территории Санкт-Петербурга системы налогообложения в виде единого налога на вмененный доход для отдельных видов деятельности».

др., оказания услуг общественного питания, осуществляемых при использовании зала площадью не более 150 кв. м, оказания автотранспортных услуг (не более 20 автомобилей) и др.

Предприятия, применяющие единый налог на вмененный доход, освобождаются от уплаты следующих видов налогов: НДС, налога на имущество, единого социального налога, налога на прибыль (для индивидуальных предпринимателей — налог на доходы физических лиц). В то же время сохраняется действующий порядок уплаты иных налогов.

Ставка единого налога на вмененный доход составляет 15% от вмененного дохода¹, который был вменен законом. Законодатель сам определяет размер дохода, который должен быть получен при том или ином виде деятельности, местоположении, численности работающих и прочих условиях. Фактически получаемый доход может быть, как больше, так и меньше того дохода, с которого берется налог. Налоговым периодом является квартал.

1

Вмененный доход – потенциально возможный валовой доход плательщика единого налога за вычетом потенциально необходимых затрат, который рассчитывается с учетом совокупности факторов, непосредственно влияющих на получение такого дохода.