



18+

# Как ПОДГОТОВИТЬ бизнес-план

СОВЕТЫ НАЧИНАЮЩЕМУ  
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЮ

---

Надежда Котельникова

Надежда Котельникова

**Как подготовить бизнес-  
план. Советы начинающему  
предпринимателю**

«ЛитРес: Самиздат»

2018

**Котельникова Н.**

Как подготовить бизнес-план. Советы начинающему  
предпринимателю / Н. Котельникова — «ЛитРес: Самиздат»,  
2018

ISBN 978-5-5321-2675-6

Думаете об открытии бизнеса или развитии существующего? Чтобы избежать потери времени, сил и денег, необходимо составить бизнес-план. В этом Вам поможет изучение практически полезной информации, представленной в данной книге. Вы узнаете о том, что необходимо сделать до открытия бизнеса, как продумать механизм его функционирования, как рассчитать затраты и оценить выгодность вложений. В конце книги приведены задания, выполнив которые, получите бизнес-план для себя, инвесторов, кредиторов.

ISBN 978-5-5321-2675-6

© Котельникова Н., 2018  
© ЛитРес: Самиздат, 2018

# Содержание

|                                                                                      |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------|----|
| От автора                                                                            | 5  |
| Модуль 1. Предприниматель как основатель бизнеса                                     | 6  |
| 1.1 Что значит быть предпринимателем?                                                | 8  |
| 1.2 Экспресс обоснование предпринимательской идеи                                    | 10 |
| 1.3 Способы открытия бизнеса: самостоятельно или по франшизе                         | 12 |
| 1.4 Выбор названия бизнеса и регистрация торговой марки                              | 16 |
| 1.5 Типичные ошибки, которые совершает начинающий предприниматель                    | 19 |
| Модуль 2. Организационно-правовые и налоговые аспекты открытия бизнеса               | 21 |
| 2.1. Государственная регистрация индивидуального предпринимателя и юридического лица | 22 |
| Конец ознакомительного фрагмента.                                                    | 25 |

## От автора

К написанию этой книги меня подтолкнули собственные дети, которые еще учась в институте, пожелали открыть свой небольшой бизнес. Пришлось выступать инвестором. До этого я много лет занималась практикой финансового консультирования уже состоявшихся предпринимателей, бизнес которых в основном находился на стадии роста или зрелости. Опыт же создания бизнеса с самого начала был только мой собственный, как партнера консалтинговой компании. Надо признать, что открытие консалтингового бизнеса было основано на знаниях и не требовало серьезных финансовых вложений. А вот в бизнес детей и их партнеров пришлось вложить свои накопления. И чтобы они вернулись, потребовалось выступить, не только инвестором, но ещё и консультантом.

Потом как-то незаметно появились клиенты – начинающие предприниматели. Пришло понимание, каких именно знаний не хватает желающим открыть свой бизнес. Также за советом стали обращаться люди, которые при открытии своего первого дела ничего не просчитывали, и зарабатывали благодаря удачному стечению обстоятельств: низкой конкуренции при высоком спросе на их товар (работу, услугу). Но времена изменились, высокий уровень конкуренции и насыщение потребителей заставляют предпринимателей делать расчеты. Особенно если для открытия бизнеса требуется значительная сумма денег, стоит заранее просчитать целесообразность вложений во избежание нервного срыва от потери капитала или необходимости отдавать последнее кредиторам, у которых взяли деньги.

Основываясь на вопросах из практики, разбила книгу на семь модулей. В каждом модуле приведены цели, ключевые термины, список рекомендуемой литературы, непосредственно текст и вопросы для самопроверки.

Цели модуля, позволят Вам понять, чему Вы сможете научиться после изучения темы.

Ключевые термины позволят овладеть бизнес-терминологией.

Прочитав книги из списка рекомендуемой литературы, Вы изучите опыт других людей и, возможно, используете его в своем бизнесе.

Постарайтесь обдумать ответы на вопросы после каждого модуля, применить их к Вашей бизнес идеи.

И вероятнее всего, Вам необходим бизнес план, чтобы убедить инвесторов в целесообразности вложений денег в свой бизнес. Вдумчивое изучение тем модуля, позволит выполнить Вам задания в конце книги. Последовательно выполняя задания, Вы сможете оценить целесообразность реализации бизнес идеи и составить бизнес план для себя, инвесторов и кредиторов.

*Полезного Вам прочтения, искренне Ваша Надежда Котельникова.*

## Модуль 1. Предприниматель как основатель бизнеса

*Не бойтесь делать то, что не умеете. Помните, ковчег построил любитель, – профессионалы построили Титаник. – Дэйв Бери, американский публицист*

### Цели модуля

#### В ходе изучения модуля Вы:

- поймете, что значит заниматься бизнесом;
- научитесь проводить экспресс оценку привлекательности бизнес идеи с точки зрения рынка и финансов;
- познакомитесь с типичными ошибками, которые совершает начинающий предприниматель.

#### После изучения модуля Вы научитесь:

- выбирать способ открытия бизнеса;
- проводить экспресс оценку привлекательности бизнес идеи;
- правильно выбирать название для нового бизнеса.

### Ключевые термины модуля

Предприятие – это самостоятельно хозяйствующий субъект, созданный в соответствии с действующим законодательством для производства и реализации продукции, выполнения работ и оказания услуг в целях удовлетворения общественных потребностей и получения прибыли.

Организация – группа людей, деятельность которых сознательно координируется для достижения общей цели или целей.

Экономика предприятия – система знаний, связанных с процессом разработки и принятия хозяйственных решений в ходе деятельности предприятия.

Бизнес – взаимосвязанный комплекс деятельности и активов, осуществляемый и управляемый в целях обеспечения дохода инвестора или других экономических выгод лицами, определяющими политику организации.

Предпринимательство – инициативная экономическая деятельность, осуществляемая за счет собственных или заемных средств на свой риск и под свою ответственность, ставящая главными целями получение прибыли и развитие собственного дела.

Предприниматель – самостоятельный субъект рыночных отношений, действующий на свой риск в целях получения прибыли.

Прибыль – финансовый результат деятельности предприятия, рассчитывается как разница между заработанными доходами и понесенными расходами бизнеса за определенный период времени.

Франчайзинг (франшиза) – это способ сотрудничества, когда одна сторона передает другой право на определённый вид бизнеса, технологии, бизнес-модель и товарные знаки.

Паушальный взнос – это стоимость франшизы, которая платится владельцу франшизы за то, что он дает право предпринимателю работать под своим товарными знаками, по своим технологиям, со своими товарами.

Роялти – это регулярный (чаще ежемесячный) платеж владельцу франшизы.

Коммерческая концессия – это название франчайзинга в Российском законодательстве. Договор коммерческой концессии – документ, который подлежит обязательной государственной регистрации.

### **Рекомендуемая литература**

- 1) Кавасаки Г. Стартап: 11 мастер–классов от экс-евангелиста Apple и самого дерзкого венчурного капиталиста Кремниевой долины/ пер. с англ., – М.: ООО «Юнайтед пресс», 2010. – 254 стр.
- 2) Кампрад И. Есть идея! История ИКЕА /Ингвар Кампрад, Бертил Торекуль; Пер. с англ. – М.: Альпина Пблишер, 2013. – 293 с.
- 3) Кордок Р.П. Апгрейт мышления: Взгляд на бизнес с высоты 10 000 метров/ Пер. С англ. – М.: Альпина Бизнес Бук, 2006. – 155 с.
- 4) Крок Р. McDonald's. Как создавалась империя /Рэй Крок, Роберт Андерсон; Пер. с англ. – М.: Альпина Пблишер, 2016. – 260 с.
- 5) Мацусита К. Миссия бизнеса/ Коносуке Мацусита; пер. с англ. – М.: Альпина Пабlishерз, 2010. – 193 с.
- 6) Найт Ф. Продавец обуви. История компании Nike, рассказанная ее основателем / Фил Найт; Пер. с англ. – М.: Эксмо, 2017. – 512 с.
- 7) Трамп Д. Мысли по-крупному и не тормози! / Дональд Трамп при участии Билла Занкера; Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Бук, 2008. – 310 с.
- 8) Уолтон С. Как я создал Walmart /Сэм Уолтон; Пер. с англ. М.: Альпина Пблишер, 2016. – 224 с.
- 9) Шульц Г. Как чашка за чашкой строилась Starbucks /Говард Шульц, Дори Джонс Йенг; Пер. с англ. – 4-е изд. – М.: Альпина Пблишер, 2016. – 284 с.
- 10) Эш, Мэри Кэй Mary Kay@: путь к успеху / Мэри Кэй Эш; пер. с англ. – 2-е изд. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2010. – 256 с.

## 1.1 Что значит быть предпринимателем?

Мысль об открытии собственного бизнеса посещает очень многих людей. Возможность стать владельцем собственного бизнеса кажется более привлекательной, чем перспектива работать наемным работником. Особенно для молодых людей. Как правило, люди при открытии собственного дела хотят:

- зарабатывать больше, чем они могли бы получать наемным работником;
- получить возможность работать на себя;
- не испытывать давление начальства;
- получить возможность самостоятельно принимать решения;
- получить возможность эффективно использовать свои умения и навыки;
- получить возможность самостоятельно планировать свое время.

Открытие собственного бизнеса требует от предпринимателя:

- прежде всего, организованности, которая выражается в умении планировать свое время и время других;
- финансовой дисциплины;
- умения спланировать команду, так как доход предпринимателя в бизнесе напрямую зависит от того насколько эффективно работают его партнеры и наемный персонал;
- выносливости и отменного здоровья;
- склонности к риску;
- умения предвидеть ситуацию (а чтобы быть успешным предпринимателем важно быть на шаг впереди рынка).

Владельцу собственного бизнеса на первоначальном этапе потребуется овладеть самыми разными навыками:

- продавца – убеждать покупателей приобретать товары и услуги у вас, а не у конкурентов;
- снабженца – работать с поставщиками, чтобы те не подводили со сроками и давали самые хорошие цены;
- маркетолога /SMM (Social Media Marketing) менеджера – чтобы организовать продвижение товара на рынок и привлечь внимание к продукту через социальные сети;
- бухгалтера – чтобы самому вести налоговый и управленческий учет и не тратить деньги;
- руководителя – предприниматель должен добиться, чтобы его команда выполняла его указания.

По мере развития бизнеса предприниматель сможет нанять на работу специалистов профессионалов, и тогда на первое место выступит навык предпринимателя как организатора и руководителя.

Перед открытием собственного бизнеса рекомендуется составить перечень преимуществ и недостатков работы: на себя, на государственном предприятии, на другого предпринимателя или частную организацию. Сравнение следует провести по следующим параметрам: оплата труда, оплата больничных листов, отпуск, пенсия, независимость и гарантия работы. И следует учесть, что свой бизнес – это ответственность круглые сутки. Предприниматель несет ответственность перед партнерами, которых он вовлек в бизнес и инвесторами, у которых он взял деньги.

Бизнес требует постоянного внимания в любое время суток, поэтому предпринимателю требуется поддержка других, например, семьи или друзей. Прежде чем принять окончательное решение об открытии бизнеса необходимо посоветоваться с близкими людьми и обсудить возможные последствия решения об открытии своего дела. Близким предпринимателя необходимо ясно представлять себе, что его (ее) внимание на первоначальном этапе будет полно-

стью сосредоточено на бизнесе, и скорее всего в бизнес будут вкладываться семейные деньги. На практике предприниматель часто становится рабом своего бизнеса: работает по 12-14 часов в сутки, зарабатывает не так уж много, почти не тратит время на себя и т.п. Но если все правильно организовать бизнес, то со временем действительно можно иметь хороший доход и свободное время. Внимательное изучение материала этой книги и применение его на практике поможет Вам избежать ряда ошибок и потери капитала на этапе становления бизнеса.

## 1.2 Экспресс обоснование предпринимательской идеи

Перед тем как отрывать предприятие, предпринимателю следует провести экспертную оценку идеи. Бизнес идею следует оценить с точки зрения:

**востребованности продукта (работы, услуги)**, которые предприниматель собирается предложить рынку. Следует ответить на вопрос, почему потребители будут приобретать товар именно у вновь открывшегося предприятия, а не у конкурентов. Необходимо оценить емкость рынка – возможный объем реализации товара при определенном уровне цен;

**технической осуществимости реализации бизнес идеи.** Предпринимателю необходимо оценить, можно ли технически создать продукт готовый к продаже. А также оценить доступность ресурсов, необходимые для создания продукта (работы, услуги);

**серьезности намерения предпринимателя** заниматься данным видом бизнеса;

**способности предпринимателя создавать продукт и продавать его.** Необходимо понимать, каким образом будет создаваться продукт и как предприниматель будет его продавать. Для этого необходимо четко представлять себе механизм функционирования бизнеса (подробнее в модуле 3);

**затрат, связанных с открытием бизнеса.** Предпринимателю следует составить детальный план вложений в бизнес. Рассчитать календарный план реализации проекта. Расчет бюджета вложений на открытие бизнеса, и выбор источников его финансирования представлен в модуле 4;

**прибыли, которую предприниматель сможет заработать.** Для этого необходимо понять предполагаемый доход от продажи продукта (работы, услуги) и текущие затраты на его создание. Также следует рассчитать срок окупаемости вложений в бизнес и оценить риски, связанные с открытием и функционированием бизнеса (подробно информация представлена в модуле 5).

При открытии бизнеса важно понимать, когда предприниматель начнет зарабатывать. Как правило, от идеи до прибыли предприниматель проходит следующие шаги:

1. Возникновение идеи.
2. Экспертная оценка бизнес идеи.
3. Привлечение денежных средств (поиск партнеров, инвесторов, кредиторов).
4. Приобретение ресурсов необходимых для открытия бизнеса.
5. Создание продукта (работы, услуги).
6. Вывод продукта (работы, услуги) на рынок.
7. Регистрация бизнеса, выбор организационной формы и режима налогообложения.
8. Ведение операционной деятельности бизнеса. Именно на этом этапе предприниматель начинает зарабатывать прибыль от своего проекта.

При открытии бизнеса и выводе продукта (работы, услуги) на рынок следует учитывать жизненный цикл продукта. Жизненный цикл товара (продукта, работы, услуги) – это время с момента первоначального появления товара на рынке до прекращения его реализации на том же рынке. Каждый продукт живет на рынке определенное время. Рано или поздно он вытесняется другим, более совершенным. Чтобы зарабатывать, предпринимателю необходимо постоянно выводить на рынок новые товары (продукты, работы, услуги). Ниже приведена краткая характеристика этапов жизненного цикла продукта:

Этап 1. Вывод товара на рынок. Данный этап характеризуется очень высокой степенью неопределенности результатов, поскольку заранее трудно определить будет ли иметь успех новый товар. Предприниматель должен активно информировать потребителей о новом товаре.

На этом этапе как правило высокие затраты на производство и продвижение товара не компенсируются заработанной выручкой. Поэтому прибыли на данном этапе нет.

Этап 2. Рост объемов продаж. Характеризуется быстрым развитием продаж. Если товар (продукт, работы, услуги) оказались востребованными рынком наступает рост объемов продаж. Чтобы удовлетворить растущий спрос предпринимателю требуется больше денег для производства или закупки товара. На этом этапе затраты бизнеса часто не компенсируются заработанной выручкой.

Этап 3. Достижение максимального объема продаж. Данный этап характеризуется получением прибыли от продаж данного товара на данном рынке. Важно контролировать и не допускать роста затрат, связанных с производством (закупкой) и продвижением товара. Стабилизация продаж может быть сигналом к тому, что надо либо расширять товарный ассортимент (выводить другой товар на рынок), либо выходить на новые рынки.

Этап 4. Неуклонное снижение объема продаж. На данном этапе важно вовремя сокращать объемы вложений в товар (продукт, работу, услуги) и постепенно заменять товар новым продуктом либо диверсифицировать бизнес в другое направление.

При оценке бизнес идеи предпринимателю важно помнить, что никто в мире не начинал свой бизнес, уже изначально имея все необходимые навыки и знания. Самым лучшим учителем является практика, которая научит извлекать уроки из своих ошибок и постоянно совершенствоваться.

## **1.3 Способы открытия бизнеса: самостоятельно или по франшизе**

Ниже рассмотрим способы открытия бизнеса.

Первый – изобретение и вывод на рынок инновационного продукта, вроде iPhone в свое время. Как правило, такие продукты ожидаемы потребителями. Но чтобы завоевать рынок предпринимателю требуются значительные инвестиции для запуска масштабного производства и формирования разветвленной сети продаж. Ключевым фактором, успеха здесь является умение предпринимателя продавать товар и привлекать деньги инвесторов в свой проект.

Второй – вывод на рынок аналога уже существующего продукта, с частичным его улучшение или без. Здесь источниками бизнес идей – могут служить, хобби, предыдущее место работы, просто наблюдения за рынком, неудовлетворенность спроса определенным продуктом в регионе.

Например, в 1992 году двум предпринимателям (Любимцеву Вадиму и Шутову Павлу) пришла идея организовать в Новосибирске продажу мороженого с лотков на улицах города. Идея имела успех, так как в то время в городе наблюдался дефицит этого продукта, и в городе не было специализированной торговли мороженым. Впоследствии продажа мороженого с лотков выросла до уровня крупного бизнеса «Инмарко». Подробнее о создании этой и других компаний Вы можете познакомиться на сайте [brandpedia.ru](http://brandpedia.ru).

Первые два вида бизнеса являются самостоятельным способом открытия бизнеса.

Третий способ открытия бизнеса – по франшизе. Этот способ, на первый взгляд, самый простой и безопасный. Ведь проще взять то, что удачно реализовано в другом регионе или стране, что уже апробировано и приносит там доход и реализовать у себя. В этом случае риск потери вложений снижается по сравнению с двумя первыми способами. Но не всегда то что реализовано где-то получается удачно скопировать. В реальной жизни все компании получаются разными. Компании разные потому, что работают на разных рынках, даже если они работают в одной сфере деятельности. Компании разные просто, потому что у них разные системы ценностей, этапы жизненного цикла, опыт и цели собственников, стиль управления и окружающая внешняя среды. И поэтому решение одной и той же ситуации может быть разным в компаниях одинакового размера, отрасли и рынка, но разной организационной культуры или связей с органами власти и т.д. А все решения в компании влияют на прибыль прямо или косвенно. Поэтому, несмотря на то, что вместе с франшизой предпринимателю предоставляют способ создания продукта и технологию его продажи под единым брендом, предприятие предпринимателя будет отличаться от предприятия франчайзера. Работа по франшизе имеет свои плюсы и минусы.

Плюсы:

- использование уже раскрученного товарного знака. Предпринимателю не придется вкладывать огромные деньги в рекламу, потому что усилия на раскрутку бренда уже приложены франчайзером. Следует отметить, что этот плюс проявляется, когда приобретена франшиза именно раскрученного бренда;

- предпринимателю понятен механизм функционирования бизнеса, бизнес-модель;

- предпринимателю понятно кто может быть клиентом, кто и почему будет покупать продукт;

- хорошие франчайзеры не бросают своих партнеров на произвол судьбы, а проводят им обучение, предоставляют эффективные способы построения бизнеса и советы в плане использования своих нововведений. Это помогает научиться и набраться опыта от профессионалов, вместо того, чтобы учиться на своих ошибках;

– контрагенты и поставщики, с которыми придётся взаимодействовать также гарантированы франчайзером, не нужно заниматься поиском поставщика того или иного товара, ингредиента, остерегаться сделки с фирмой-однодневкой.

Таким образом, при помощи франчайзинга предприниматель может инвестировать свои силы и средства в уже успешный бизнес, получать багаж бесценного опыта, узнаваемый бренд, уже налаженные связи и сформированную репутацию. Одним словом, получать конкурентные преимущества на рынке уже с первых дней работы.

Минусы:

– при покупке франшизы следует уплатить значительный паушальный взнос и затем выплачивать ежемесячные роялти;

– придётся следовать бизнес-модели франчайзера, собственные идеи придётся оставить. То есть основным из недостатков является ограничения на свободу деятельности, установленные франчайзером;

– франчайзеры могут обязывать закупать продукцию у конкретных контрагентов, которые могут её поставлять по завышенным ценам;

– франчайзер может применять ограничения по выходу из франчайзинговой системы, путем заключения договора концессии. И указать в договоре запрет на открытие организаций в данной сфере деятельности в течение какого-нибудь периода. Тем самым, франчайзер пытается обезопасить себя от прямого конкурента.

### Пример.

Мнение регионального владельца франшизы Poked реальные квесты. Хочу поделиться с Вами с какими плюсами и минусами мы столкнулись при работе по франшизе. В момент открытия бизнеса это было для нас чем то новым и совершенно не понятным, ни сами бизнес процессы ни само создание квеста. Не понятен был тот момент, что будут делать люди зашедшие в комнату на час, какие загадки они должны разгадывать, какой сценарий должен быть. Поэтому было принято решение о приобретении франшизы. Начнем с плюсов: 1 Нам стал понятен механизм создания квеста 2. Были высланы все необходимые материалы для его открытия. На этом плюсы закончились.

Минусы: 1. Материалы оказались недоработанными 2. Изменение условий работы по ходу работы (начинали работать на условиях договора о сотрудничестве, но в процессе становления компании франчайзи попыталась в одностороннем порядке изменить этот договор на договор концессии) 3 Неумение франчайзи отличать региональный спрос потребителя от спроса в городах миллиониках 4. Постоянное требование разнообразных отчетов.

Исходя из этого, могу прийти к выводу, что если возможно надо самим реализовать продукт, пусть это и займет некоторое время. Могу с уверенностью сказать что если у франшизы нет громкого имени типа Макдональдс, Зара и т.д. то смысл ее приобретения можно ставить под большое сомнение.

Предположим, взвесив все «за» и «против», предприниматель делает первый шаг на пути к созданию бизнеса по франшизе. В первую очередь, он должен определиться со сферой деятельности и оценить эту деятельность в том регионе, где собирается открыть бизнес. Большая часть успеха будет зависеть напрямую от подобранной команды, и в ряде случаев от выбранного месторасположения бизнеса. Далее следует определиться с франчайзером. Обязательно следует ознакомиться с документами франчайзера. Проверить все юридические документы, документы на регистрацию товарного знака, уточнить какие права на него будут переданы по договору концессии. Ниже приведены основные моменты, которые должен содержать договор концессии между франчайзером и предпринимателем:

предмет договора (франшиза);

срок заключения договора. Если срок договора не указан, то он считается заключенным на 5 лет. Срок действия договора не может превышать срок действия предоставленного права на товарный знак.

права и обязанности обеих сторон. В договоре должен быть полный перечень прав, предоставляемых предпринимателю и система поддержки его бизнеса;

размер паушального взноса и что в него входит;

порядок расчета и уплаты роялти;

ограничения деятельности предпринимателя. Франчайзер может обязывать предпринимателя реализовывать продукцию (работы или услуги) по установленным правообладателем ценам, а также ограничивать территории, на которых предприниматель может продавать товары, выполнять работы или оказывать услуги.

условия прекращения договора.

Заклученный договор концессии подлежит регистрации в Роспатенте.

## 1.4 Выбор названия бизнеса и регистрация торговой марки

Если предприниматель желает, чтобы его предприятие было узнаваемо на рынке, важно правильно выбрать название бизнеса. Название бизнеса или создаваемого бренда должно быть:

- лаконичным, простым;
- легким для восприятия на слух и запоминающимся;
- легким для визуального восприятия. Название должно быть читаемым с первого взгляда;
- легко произносимым. Труднопроизносимыми считаются бренды, в которых три или четыре согласные буквы идут друг за другом;
- незанято на рынке, то есть при выборе названия бренда нельзя нарушать чужие права.

Прежде чем дать название своему бизнесу стоит проверить, не попадёт ли он под действие чужих товарных знаков. Закон запрещает использовать названия, которые совпадают с уже зарегистрированными товарными знаками. Кроме того, следует избегать названий, которые совпадают не полностью, но покупатель может решить, что всё это – продукт одной фирмы (Kenzo – Enzo, Lancome – Loncame). Их могут признать сходными, что тоже считается незаконным использованием чужого товарного знака. За незаконное использование чужого товарного знака грозит:

административная ответственность (статья №14.10 КоАП РФ). Административный штраф в размере пятикратной стоимости контрафактных товаров и их конфискация;

гражданско-правовая ответственность (статьи № 1515 и № 1537 ГК РФ), компенсация до 5 миллионов рублей или в размере двукратной стоимости контрафактных товаров;

уголовная ответственность (статья №-180 УК РФ), лишение свободы на срок до 6 лет со штрафом до 500 тысяч рублей.

Разберем понятие товарного знака, торговой марки и бренда. Товарный знак – обозначение, служащее для индивидуализации товаров юридических лиц или индивидуальных предпринимателей. Свидетельством на товарный знак признается исключительное право на зарегистрированный товарный знак. (ГК РФ Глава 76. Права на средства индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг и предприятий). Товарный знак регистрируется на 10 лет. Далее необходимо продлевать его действие, причем продлевать можно неограниченное количество раз. Товарный знак РФ действует только на территории РФ. С одной стороны, китайские производители смогут производить на своей территории товары с логотипом, зарегистрированным в РФ, с другой стороны, они не смогут ввозить эти товары на территорию РФ.

«Торговая марка» в деловом обороте имеет похожий смысл, но в Гражданском Кодексе РФ ни разу не упоминается, поэтому с юридической точки зрения применять этот термин не совсем корректно. Бренд – это логотип + репутация + узнаваемость + впечатления + ассоциации + .... Как он связан с товарным знаком? Товарный знак можно назвать «юридической стороной бренда». Бренду нужна защита, ее как раз и обеспечивает товарный знак.

Можно выбрать названия уже зарегистрированных товарных знаков в случае если:

- товарные знаки, зарегистрированные в других странах. Если предприниматель не планирует вести бизнес за границей, то может проверять только товарные знаки, зарегистрированные в РФ. Товарный знак охраняется только в той стране, где зарегистрирован.
- товарные знаки товаров или услуг, никак не связанных с видом деятельности предпринимателя. Если товарный знак, который полностью совпадает с названием бренда предпринимателя, но зарегистрирован для продажи обуви, а предприниматель разрабатывает веб-сайты, угроза отсутствует;

– товарные знаки, которые зарегистрировали более 10 лет назад и не продлили. Товарный знак нужно продлевать каждые 10 лет, после этого его правовая охрана прекращается.

Предпринимателю следует самостоятельно проверить, не используется ли кем-то уже товарный знак. Для этого необходимо осуществить этапы поиска и анализа товарных знаков.

**Этап 1. Поиск зарегистрированных товарных знаков.** Все зарегистрированные в России товарные знаки содержатся в базах Роспатента, поиск по которым является платным. Но некоторые сервисы собирают информацию и дают к ней бесплатный доступ, например, [online patent](http://online.patent.ru/). Предпринимателю необходимо сформулировать поисковые запросы следующим образом:

искать каждое слово отдельно, если название состоит из нескольких слов;

использовать поисковые маски: запрашивать «дом», если в названии есть слово «домашний»;

проверять синонимы, похожие слова и перевод на английский язык (пятёрочка – пятачок, дом – home, aribolt – oribold).

Такой поиск займет много времени, то зато появится шанс не пропустить схожие названия.

**Этап 2: Анализ найденных товарных знаков.** При анализе найденных названий необходимо:

создать выборку из идентичных и похожих товарных знаков;

исключить из выборки те знаки, срок действия которых не истёк и которые пересекаются с вашей деятельностью. Так как если ваше название и сфера деятельности полностью совпадают с уже зарегистрированным товарным знаком, придётся придумывать другое название;

На практике возникают неоднозначные ситуации. Например, предприниматель собирается производить косметику, и имеется чужой товарный знак, зарегистрированный в отношении салонов красоты. Не следует выбирать данное название, так как покупатель может решить, что всё это продукт одной компании, ведь крупные салоны иногда выпускают косметику собственных торговых марок. Из-за этого могут признать продукты однородными и решить, что предприниматель незаконно использует чужой товарный знак. Чтобы принять правильное решение в спорных ситуациях, придётся внимательно изучить нормы Роспатента (<http://www.rupto.ru/>) по определению сходства обозначений и однородности товаров и услуг и поискать похожие ситуации в судебной практике.

После того как предприниматель выбрал название следует задумать о регистрации своего товарного знака. Стоит зарегистрировать товарный знак, если предприниматель собирается развивать собственный уникальный бренд, желает сделать его узнаваемым, и ему важна репутация создаваемого бизнеса. Зарегистрировать товарный знак могут:

юридические лица (ООО, АО)

физические лица со статусом индивидуального предпринимателя

Ниже приведены основные причины для регистрации товарного знака в Роспатенте:

**Защита от конкурентов.** Зарегистрированный в качестве товарного знака бренд предотвратит возможность выпуска контрафакта недобросовестными конкурентами, что в противном случае может привести к потере части рынка и репутации.

**Увеличение стоимости бизнеса.** Наличие зарегистрированного и раскрытого товарного знака может существенно увеличить рыночную стоимость бизнеса. И соответственно, предприниматель сможет выгодно продать бизнес.

**Возможность масштабировать бизнес по франшизе.** Товарный знак является необходимым объектом при заключении договора коммерческой концессии.

**Защита от недобросовестных партнеров.** Предположим, на начальном этапе бизнеса предприниматель зарегистрировал товарный знак на своё ИП (индивидуальный предприниматель). В дальнейшем при расширении бизнеса, он с партнером организует ООО (общество с

ограниченной ответственностью). Предприниматель сможет заключить от лица индивидуального предпринимателя договор концессии. ООО будет перечислять предпринимателю деньги за право использования товарного знака. Тем самым предприниматель совершенно заслужено будет получать доход, а также обезопасит себя от ситуации, когда партнеры захотят «забрать» у него долю в бизнесе. Понятно, что если товарный знак к этому моменту раскручен и бренд узнаваемый, то его смена приведет к колоссальной потере дохода.

Оптимизация налогообложения. В рамках закона существуют алгоритмы при участии товарного знака, которые позволяют существенно оптимизировать налогообложение. Например, ИП на упрощенной системе налогообложения и ООО на общей системе налогообложения заключают между собой договор концессии. ООО будет перечислять ИП деньги за право использования товарного знака, тем самым увеличит свои расходы и снизит налогооблагаемую базу. ИП будет платить 6% с полученного дохода. В то время как налог на прибыль организации составляет 20%.

Для регистрации товарного знака предпринимателю необходимо проделать следующие шаги:

- необходимо удостовериться, что у выбранного наименования есть такая юридическая возможность;
- оплатить первую часть пошлин (минимум 14 200 рублей).
- подготовить комплект заявочной документации и отправить его на рассмотрение в Роспатент (Москва);
- пройти процедуру делопроизводства до получения положительного решения;
- оплатить вторую часть пошлин (примерно 16 200 рублей) и получить свидетельство.

По срокам весь процесс регистрации товарного знака займет около 14-18 месяцев. На основании российской заявки можно подать международную заявку с указанием нужных стран, и в каждой из этих стран начнется своя процедура рассмотрения регистрации товарного знака.

Если предпринимателю покажется, что права на его товарный знак кто-то нарушает, то инициатива по ликвидации этого нарушения должна исходить от него, то есть государственные органы не будут самостоятельно отслеживать нарушения. Разберем, что делать предпринимателю, когда он предполагает незаконное использование своего торгового знака:

- 1) убедиться, что предполагаемый нарушитель действительно использует его торговый знак. Должно быть тождественное, или сходное до степени смешения обозначение. Деятельность предполагаемого нарушителя должна быть связана с перечнем товаров и услуг из свидетельства предпринимателя о регистрации торгового знака;
- 2) зафиксировать факт использования: купить образец продукции, сделать скриншот сайта (можно его заверить у нотариуса) и т.д.;
- 3) предъявить претензию с требованиями. Это может быть прекращение использования, выплата компенсации или убытков, заключение договора концессии;
- 4) если не получается договориться, можно обратиться в суд. Но перед обращением обязательно еще раз убедиться, что правильно выполнили первые два пункта этого списка.

Отслеживать незаконное использование торгового знака должен его правообладатель, органы государственной власти не обязаны это делать. Важно понимать, что регистрация товарного знака автоматически не устраняет недобросовестную конкуренцию – регистрация товарного знака дает законные основания, чтобы побороться с ней.

## 1.5 Типичные ошибки, которые совершает начинающий предприниматель

Можно выделить типичные ошибки, которые совершает начинающий предприниматель.

**Первая.** Не умение и/или нежелание считать денежные средства. На этапе осуществления вложений в бизнес важно записывать все расходы. После открытия бизнеса необходимо придерживаться основных правил управления денежными средствами.

**Вторая.** Отсутствие контроля за погашением задолженности клиентов.

**Третья.** Привлечение кредита без четкого понимания, когда он будет возвращен. Нет расчетов сроков окупаемости проекта, прогноза движения денежных средств.

**Четвертая.** Недопонимание основ маркетинга, неправильно определенный портрет потребителя и канал продаж.

**Пятая.** Неумение управлять своим временем.

**Шестая.** Незнание основ бухгалтерского и налогового учета.

**Седьмая.** Неумение строить финансовые взаимоотношения с партнерами по бизнесу и наемным персоналом. С партнерами по бизнесу необходимо договориться о делении обязанностей и прибыли (подробнее в модуль 4, тема 4). Наемные работники должны понимать за выполнение каких обязанностей они получают заработную плату. Механизм начисления и выплаты заработной платы должен быть понятен предпринимателю и работнику.

**Восьмая.** Отсутствие понимания того факта, что главным активом бизнеса являются люди. Важно понимать следующую взаимосвязь:

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Эффективность бизнеса измеряется ростом благосостояния его собственников, которое достигается через увеличение их денежного дохода и роста стоимости бизнеса.                                                                                                                                     |
| Собственник имеет право на заработанную прибыль бизнесом.                                                                                                                                                                                                                                         |
| Прибыль рассчитывается как разница между заработанной выручкой и понесенными расходами за определенный период времени.                                                                                                                                                                            |
| Выручка будет, если только у компании будут постоянно клиенты. Именно клиенты, приобретая товар, приносят в компанию деньги.                                                                                                                                                                      |
| Клиенты будут приобретать товар, только если их устраивает цена, качество, скорость и качество обслуживания. Достичь высокого качества изготовления и продажи товара (услуги) можно только имея отлаженные бизнес процессы: продажи, закупка товарно-материальных ценностей, управления бизнесом. |
| Качество бизнес процессов напрямую зависит от людей, работающих в бизнесе. Непродуманный подбор партнеров и наемных работников в бизнес, непродуманная система их мотивации может разрушить реализацию даже самой прибыльной бизнес идеи.                                                         |

Открывать бизнес имеет смысл только когда предприниматель уверен, что благодаря объединению людей для работы в бизнесе будет достигнут синергетический эффект. Достижение синергетического эффекта в бизнесе проявляется в том, что объединение людей позволяет получить больший результат по сравнению с тем, если бы они действовали по отдельности. Синергетический эффект будет достигнут только благодаря грамотному управлению людьми.

### Вопросы для самопроверки

- 1) Что хотят достичь люди при открытии собственного бизнеса?
- 2) Какими навыками должен обладать предприниматель?
- 3) По каким параметрам следует оценивать бизнес идею?
- 4) Какие преимущества и недостатки открытия бизнеса по франшизе вы можете назвать?
- 5) На что необходимо обратить внимание при заключении договора франшизы?
- 6) В какой момент времени предприниматель начинает зарабатывать прибыль?
- 7) Какие типичные ошибки совершает начинающий предприниматель?

## Модуль 2. Организационно-правовые и налоговые аспекты открытия бизнеса

*Незнание закона не освобождает от ответственности. Зато знание – запросто.*  
*Станислав Ежи Лец, польский сатирик*

### Цели модуля

#### **В ходе изучения модуля Вы познакомитесь:**

- с процедурой государственной регистрации бизнеса;
- режимами налогообложения РФ;
- критериями выбора банка для обслуживания бизнеса;
- критериями выбора помещения для бизнеса.

#### **После изучения модуля Вы научитесь:**

- выбирать наиболее подходящий режим налогообложения для конкретного бизнеса;
- рассчитывать налоговую нагрузку для бизнеса на упрощенном режиме налогообложения;
- рассчитывать налоговую нагрузку для владельцев бизнеса;
- выбирать банк для обслуживания бизнеса;
- анализировать договор аренды.

### Ключевые термины модуля

Государственная регистрация – юридический акт, удостоверяющий право юридического или физического лица осуществлять предпринимательскую деятельность.

Индивидуальный предприниматель – физическое лицо, зарегистрированное в установленном законом порядке и осуществляющее предпринимательскую деятельность без образования юридического лица.

Юридическое лицо – организация, которая имеет обособленное имущество и отвечает им по своим обязательствам, может от своего имени приобретать и осуществлять гражданские права и нести гражданские обязанности, быть истцом и ответчиком в суде (статья 48 ГК РФ).

Общество с ограниченной ответственностью – это организационно-правовая форма коммерческих корпоративных организаций (корпораций), является непубличным обществом.

Общий режим налогообложения – основной режим налогообложения для юридических лиц и индивидуальных предпринимателей.

Специальные режимы налогообложения – льготные, по отношению к общей системе налогообложения, предусматривают освобождение налогоплательщика от уплаты налога на прибыль, налога на добавленную стоимость, в ряде случаев налога на имущество взамен уплаты единого налога.

Аренда – форма имущественного договора, при которой собственность передается во временное пользование арендатору за арендную плату.

### Рекомендуемые сайты

- 1) Официальный сайт Федеральной налоговой службы (ФНС)
- 2) Официальный сайт Министерства финансов
- 3). Официальный сайт Министерства труда и социальной защиты
- 4) Официальный сайт Федеральная служба по труду и занятости
- 5) Официальный сайт компании «Консультант Плюс». Справочно-правовая поддержка

## **2.1. Государственная регистрация индивидуального предпринимателя и юридического лица**

Существует правило – любой бизнес нужно поставить на учет. Отсутствие регистрации может повлечь административную, налоговую, а в исключительных случаях – уголовную ответственность. Деятельность считается предпринимательской, когда от ее ведения происходит регулярное получение прибыли. Поэтому разовая продажа товара еще не является бизнесом.

Когда у предпринимателя есть постоянные клиенты, поставщики и имущество для дальнейшего извлечения прибыли, стоит задуматься о регистрации деятельности. То есть сначала надо оценить целесообразность идеи, затем найти деньги на ее реализацию, подготовиться непосредственно к моменту открытия бизнеса, найти первых клиентов, понимать, что клиенты будут и дальше, а только потом регистрировать бизнес. С момента регистрации бизнеса необходимо вести налоговый учет и платить налоги. А организации еще обязаны вести бухгалтерский учет. Поэтому просто так регистрировать бизнес не следует. И надо понимать, что процедура регистрации бизнеса очень простая, а вот ликвидации достаточно сложная.

Но если, решили зарегистрировать бизнес, то следует сделать выбор – стать индивидуальным предпринимателем или зарегистрировать юридическое лицо. Рассмотрим преимущества и недостатки вышеперечисленных форм организации бизнеса.

### ***Преимущества регистрации бизнеса в качестве индивидуального предпринимателя.***

Не нужно вести бухгалтерский учет. Индивидуальный предприниматель ведет только налоговый учет.

Не надо платить налог на дивиденды с личных доходов предпринимателя.

Объем отчетности, которую нужно представлять разным контролирующим органам, значительно меньше, чем у юридического лица.

Суммы штрафов за одни и те же нарушения законодательства в большинстве случаев значительно ниже, чем для юридических лиц.

Возможно применение патентной системы – одного из самых удобных и лояльных налоговых режимов.

Госпошлина при регистрации ниже, документов требуется меньше, чем при регистрации юридического лица.

Упрощенная кассовая дисциплина.

### ***Недостатки регистрации бизнеса в качестве индивидуального предпринимателя.***

Ответственность по обязательствам всем имуществом, даже если оно не участвует в предпринимательской деятельности.

Ограничение на ведение некоторых видов деятельности, например, банковской.

Сложнее расширять бизнес, возможны проблемы с кредитованием, привлечением сторонних инвестиций.

Индивидуальный предприниматель – единоличный владелец бизнеса, привлечь партнера в бизнес не получится.

### ***Преимущества регистрации бизнеса в качестве юридического лица.***

Возможность зарегистрировать бизнес с партнером (соучредителем).

Проще работать с контрагентами – юридическими лицами.

Проще расширять бизнес, проще кредитоваться в банках и привлечь инвесторов.

***Недостатки регистрации бизнеса в качестве юридического лица.***

Госпошлина при регистрации выше, документов требуется больше, чем при регистрации индивидуального предпринимателя.

Необходимость ведения бухгалтерского учета.

Выше налоговая нагрузка на учредителя ООО (за счет уплаты налога на дивиденды 13 %).

Объем отчетности, которую нужно представлять разным контролирующим органам, значительно больше, чем у индивидуального предпринимателя.

Подготовить документы для регистрации бизнеса можно на официальном сайте Федеральной налоговой службы.

**Основные шаги для регистрации индивидуального предпринимателя (ИП).**

Первый шаг. Выбор видов деятельности при открытии ИП на основании общероссийского классификатора видов экономической деятельности (ОКВЭД). Коды ОКВЭД – это статистические сведения, предназначенные для того, чтобы сообщить государственным органам, чем именно планирует заниматься новый субъект предпринимательской деятельности. Указывают коды согласно специальному документу – Общероссийскому классификатору видов экономической деятельности, который и дал название аббревиатуре «ОКВЭД». В 2017 году действует только одна редакция классификатора – ОКВЭД-2 (другое название ОКВЭД-2014 или ОК 029-2014 (КДЕС ред. 2)).

Если заявитель впишет в заявление коды не того Классификатора, то получит отказ в регистрации. Кодов ОКВЭД можно в заявлении написать сколько угодно. Но основным считается тот вид деятельности, полученные доходы от которого выше в сравнении с доходами от другой деятельности за прошлый год.

Второй шаг. Подготовка комплекта документов для открытия ИП:

- заявление о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя;
- копия всех страниц российского паспорта;
- уплата госпошлины в размере 800 руб.;
- заявление о постановке на учет физического лица в налоговом органе для получения ИНН – идентификационного номера налогоплательщика, если не получали раньше;
- заявление о применении упрощенной системы налогообложения (при выборе данного режима).

Если все документы в порядке, через 3 рабочих дней в налоговой инспекции предприниматель может получить:

- лист записи Единого государственного реестра индивидуальных предпринимателей (ЕГРИП);
- уведомление о постановке на учет физического лица в налоговом органе в качестве индивидуального предпринимателя;
- свидетельство о постановке на учет физического лица в налоговом органе (если не выдавалось раньше). В нем указывается идентификационный номер налогоплательщика – ИНН.

Действия индивидуального предпринимателя после регистрации.

Необходимо обратиться в отдел статистики по месту прописки и получить у них письмо статистики зарегистрированного ИП где прописаны коды, связанные с предпринимательской деятельностью.

Заказать печать/сделать электронную цифровую подпись (ЭЦП) и открыть расчетный счет в банке. Это необязательно, но печать/ЭЦП и банковский счет могут потребоваться для

заключения гражданско-правовых договоров с другими предпринимателями или организациями, а также для проведения безналичных расчетов.

**Основные шаги для регистрации Общества с ограниченной ответственностью (ООО).**

## **Конец ознакомительного фрагмента.**

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.