

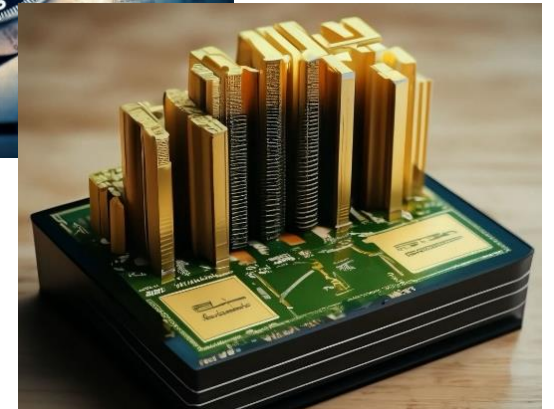
Финансы и Unit-экономика

Анна Ворончихина
2026 г.



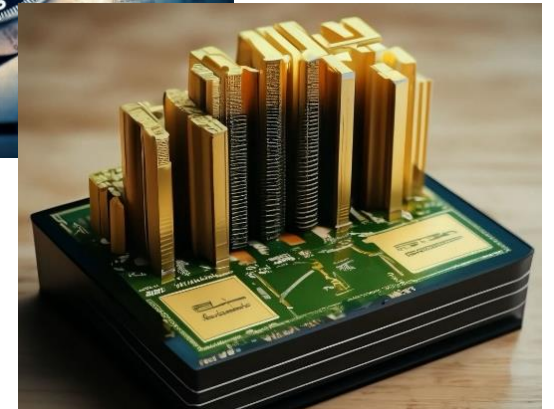
Программа

- Введение
- Юнит-экономика стартапа
- Финансовая модель стартапа



Программа

- Введение
- Юнит-экономика стартапа
- Финансовая модель стартапа



Экономика – это общественная наука

Предмет изучения экономики -

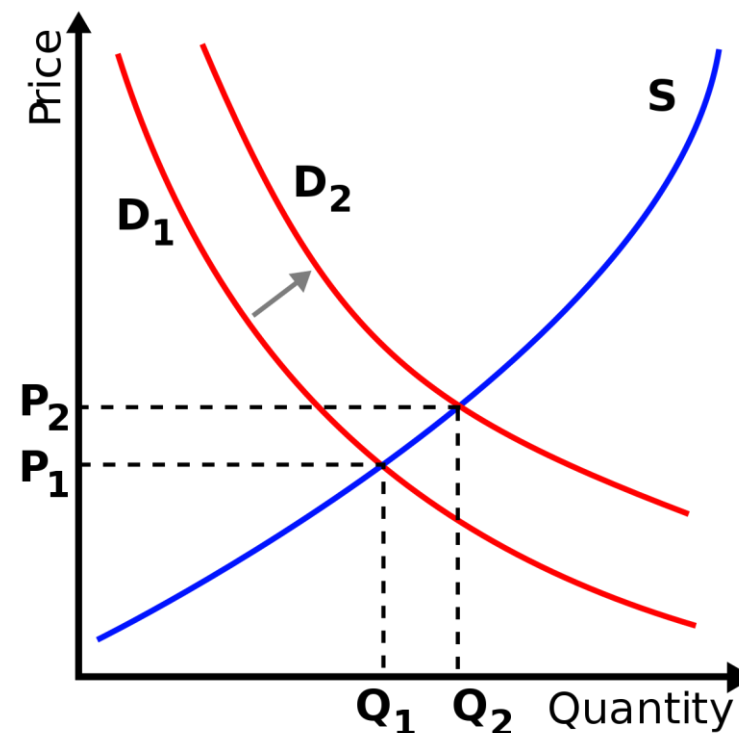
закономерности особенности и процессы производства, распределения, обмена и потребления общественных благ и услуг и взаимоотношения, из них вытекающие

Принципы экономики:

- Принцип ограниченности ресурсов
- Принцип рациональности
- Принцип равновесия
- Принцип альтернативности
- Принцип оптимальности (приращения предельных величин)

«Экономическая теория не есть набор уже готовых рекомендаций, применимых непосредственно в хозяйственной политике. Она является скорее методом, чем учением»

Пол Хейне, «Экономический образ мышления»



Макро- и микроэкономика

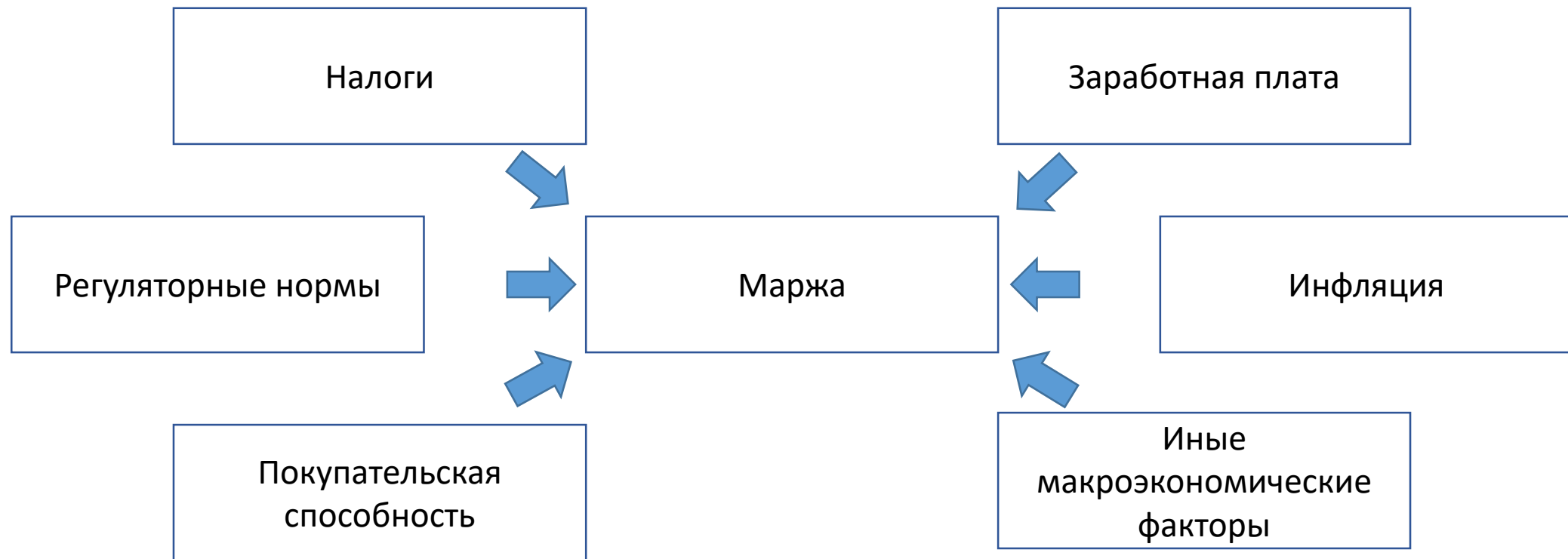
Макроэкономика изучает экономическую жизнь государства: состояние цен на товары и услуги, уровень безработицы и инфляции, объем ВВП, показатели национального благосостояния, отношения с другими государствами.



Микроэкономика исследует хозяйственную деятельность домохозяйств, компаний, отдельных отраслей. Анализирует, как они работают по отдельности и взаимодействуют друг с другом*.



Влияние макроэкономических трендов на доходность стартапа



Pragmatic Framework

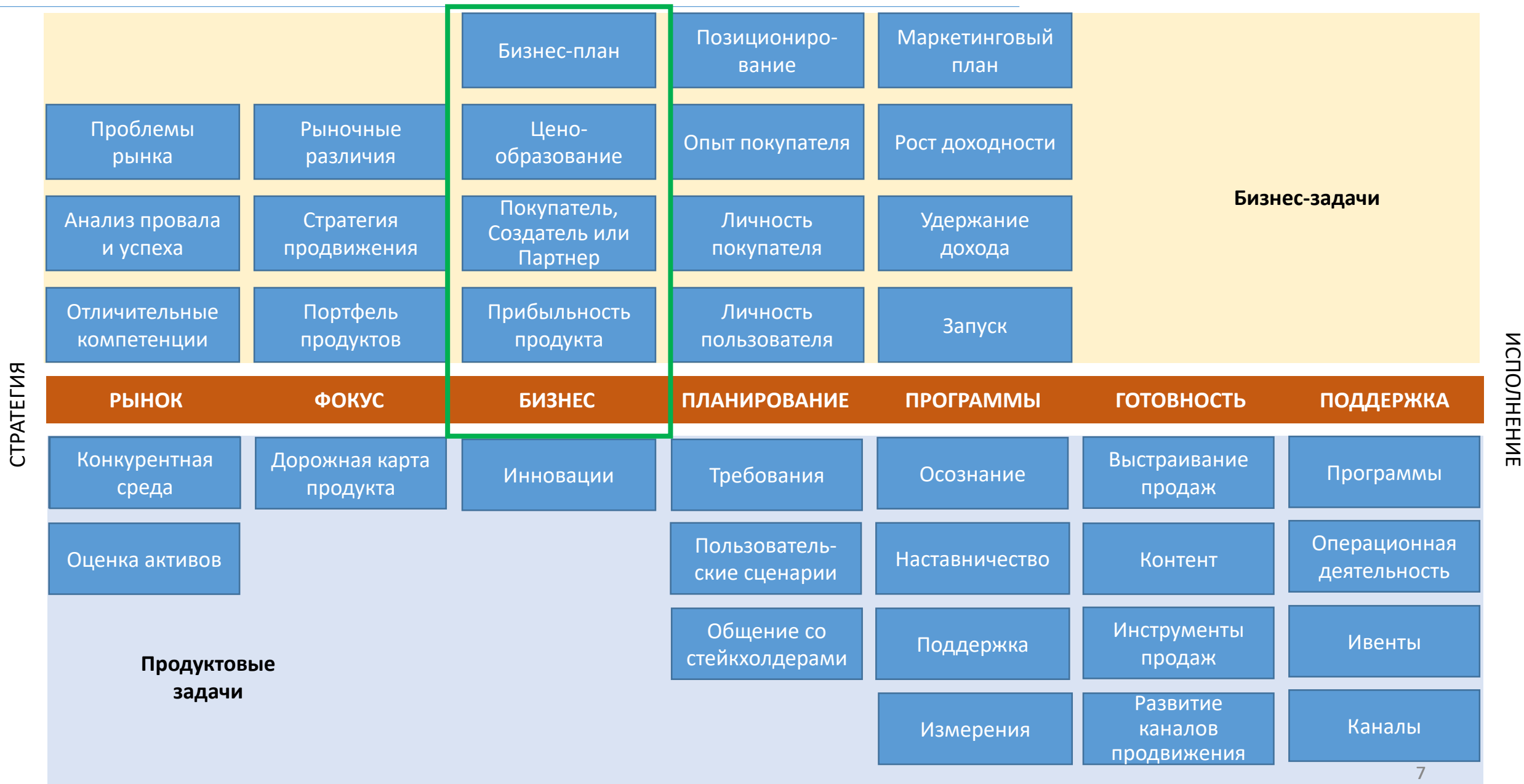
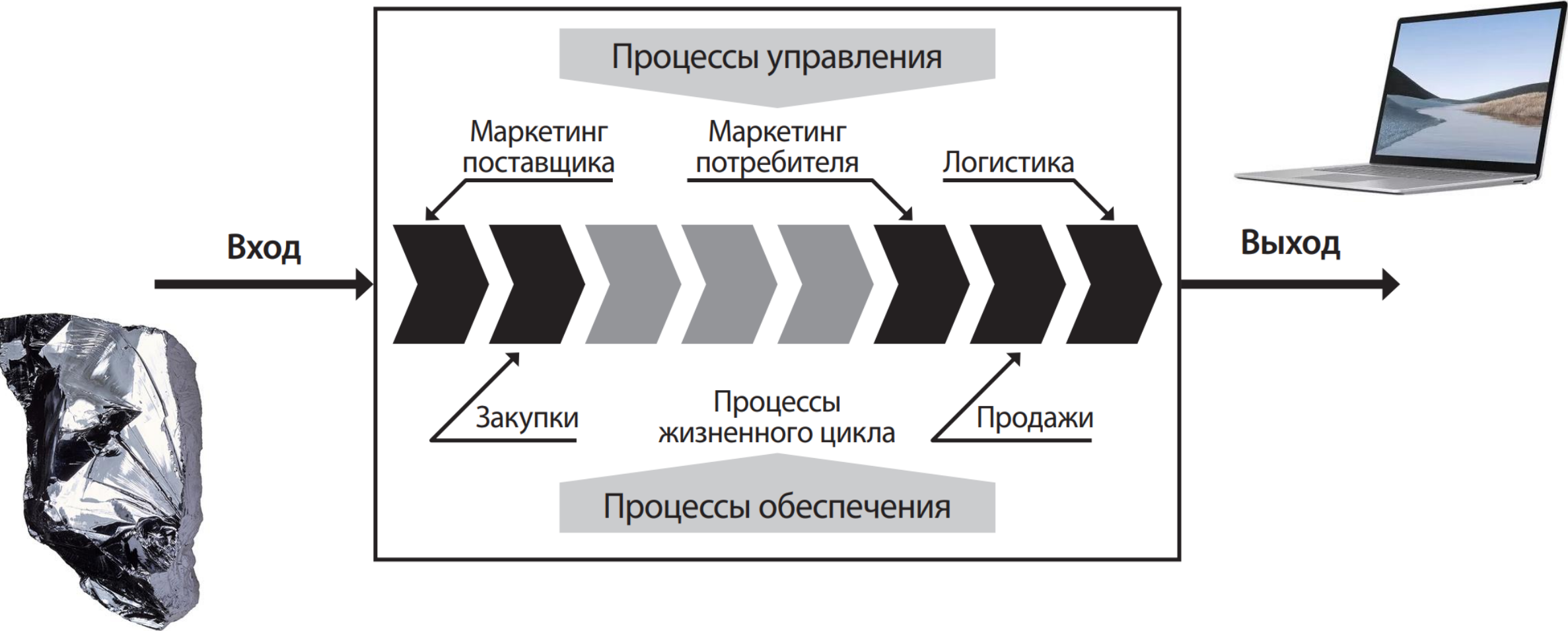
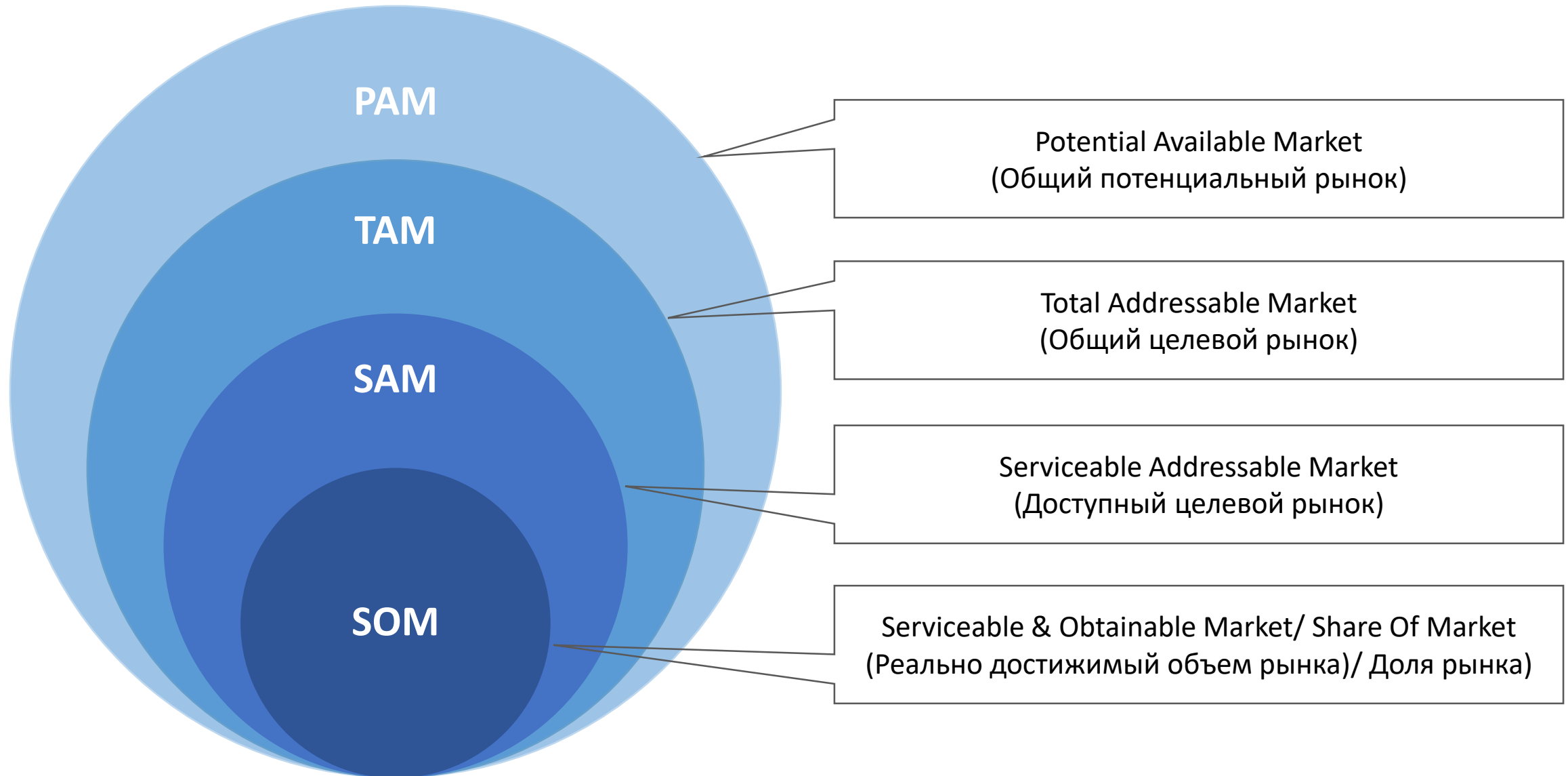
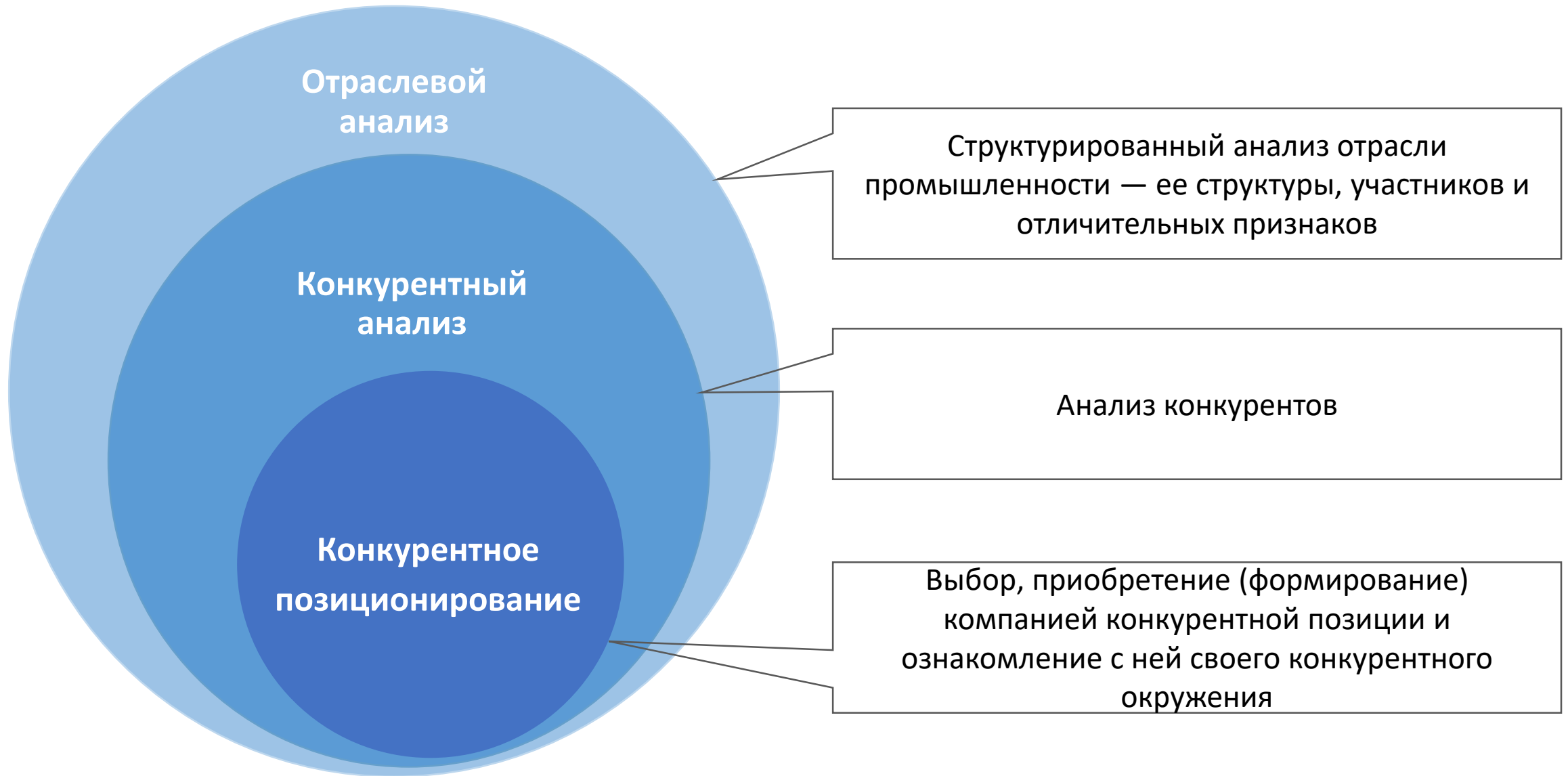


Схема корневых бизнес-процессов компании





Направления конкурентного анализа по М. Портеру



Система управления финансами

– это комплекс взаимосвязанных процедур, инструментов и подходов, которые используются для эффективного управления денежными ресурсами организации.

Финансовое планирование и бюджетирование

процесс определения целей и стратегий финансового управления компанией, а также разработки бюджета, который определяет ожидаемые результаты и распределение финансовых ресурсов на определенный период

Управление рабочим капиталом

управление текущими активами и обязательствами компании (запасы, дебиторская и кредиторская задолженность), для обеспечения нормального функционирования бизнеса и достижения финансовых целей

Финансовый анализ и отчетность

процесс сбора, анализа и интерпретации финансовой информации (отчеты о прибылях и убытках, о финансовом положении и о движении денежных средств), позволяет компании оценить свою финансовую производительность, выявить проблемные области и принять меры для их решения

Управление инвестициями и финансовыми ресурсами

принятие решений о вложении капитала в различные проекты и инвестиции, управление активами и пассивами предприятия, управление долговым финансированием и привлечение новых источников финансирования

Финансовый риск-менеджмент

анализ и оценка финансовых рисков, разработка стратегий для управления ими и принятие необходимых мер для минимизации потенциальных убытков

Финансовые документы

Учетная политика

(принятая компанией совокупность способов ведения бухгалтерского учета-первичного наблюдения, стоимостного измерения, текущей группировки и итогового обобщения фактов хозяйственной деятельности)

Бюджеты

(документы, описывающие деятельность компании в целом или отдельной функциональной области (например продажи, закупки, производство и т. д.) за определённый период, выраженный количественно в стоимостных и/или натуральных показателях)

Управленческий баланс

(финансовый отчет, содержащий полную информацию о финансовом положении компании на конкретный момент времени)

Бухгалтерская отчетность

(совокупность данных об имущественном и финансовом положении организации и о результатах ее хозяйственной деятельности за конкретный отчетный период)

Сметы (бюджеты) продукта/ услуги/ проекта/ и т.п.

(финансовый документ с полным расчетом или планом предстоящих расходов на осуществление какой-либо деятельности.

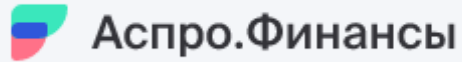
Платежный календарь

(план по тратам и поступлениям компании на определенный период)

Финансовая модель бизнеса

(система показателей, по которой можно оценить состояние бизнеса)

ПО для управления финансами на предприятии



- сервис финансового учета, помогает собственнику и финансовому специалисту быть в курсе финансового состояния бизнеса, планировать и анализировать денежные потоки компании, контролировать издержки.



- сервис учета финансов для бизнеса. Автоматизирует внесение данных и строит отчеты: ДДС, ОПУ, Баланс.



- все системы налогообложения, распознавание первички, управление финансами, склад и производство, зарплата и кадры, электронная отчетность.



- цифровые инструменты и сервисы для решения задач бухгалтерии



- система программ для автоматизации управления и учета на предприятиях, включает в себя решения для комплексной автоматизации предприятий, продукты для управления финансами, ведения бухгалтерского учета



RunaWFE

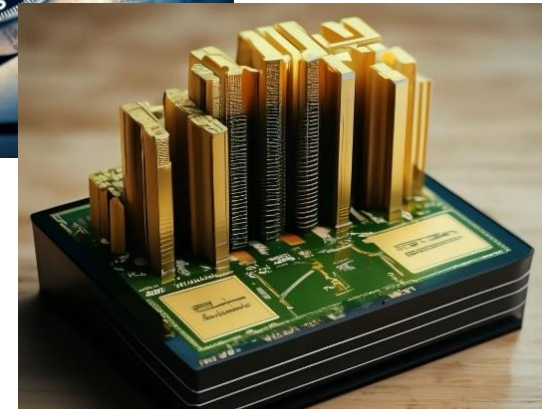
- low-code инструмент для автоматизации бизнес-процессов, аналитики, документооборота, производства, планирования, складского учета, и т.д., решение подходит для предприятий любого размера



- решение для управления финансами, используется для отслеживания и анализа финансовой устойчивости организаций, а также для прогнозирования будущих финансовых результатов. Есть полная двухсторонняя интеграция с "1С: Предприятие", а также банк-клиентами

Программа

- Введение
- Юнит-экономика стартапа
- Финансовая модель стартапа

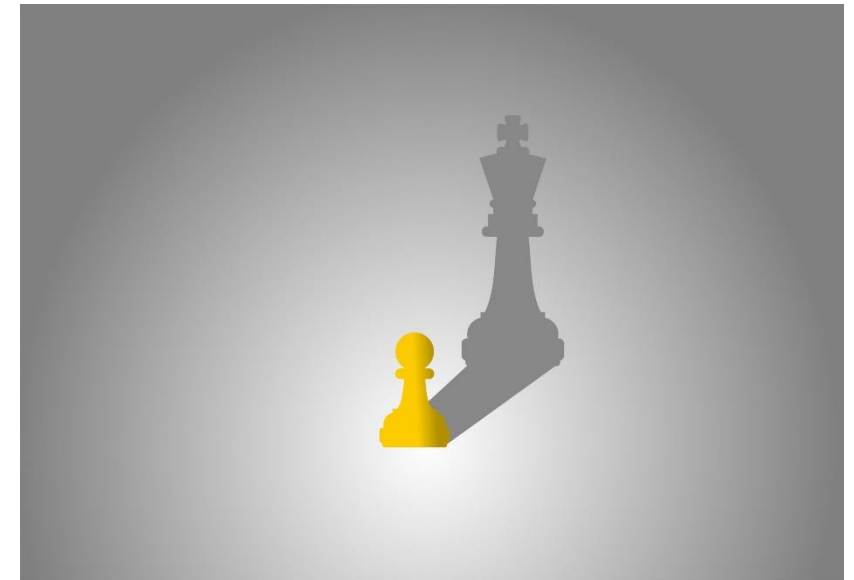


Чем юнит-экономика отличается от экономики компании?



Юнит-экономика (unit-экономика, unit economics) — метод экономического моделирования, который помогает определить прибыльность бизнеса через расчет прибыльности бизнес-юнита (единицы товара или одного клиента).

Главная задача юнит-экономики — оценить прибыль бизнеса.



Сильные и слабые стороны юнит-экономики

Сильные стороны:

- разобраться в бизнес-процессах,
- увидеть реальный доход компании,
- определить прибыльные и убыточные позиции,
- понять, стоит ли рассчитывать на масштабирование бизнеса,
- оценить, как работают разные источники рекламы,
- предметно вести переговоры с инвесторами

Слабые стороны:

- высокая степень неопределенности прогнозов,
- сложность расчета метрик,
- юнит-экономика работает только как экономика бизнеса на моно-продукте или одном направлении, что актуально для ранних стадий стартапов, но не работает как экономика компании при ее росте

Метрики стартапа

Метрики стартапа - это данные, на основе которых можно судить об успешности стартапа, и принимать управленческие решения: о стратегии развития, масштабировании, привлечении дополнительных инвестиций и т. д.)



Базовые метрики стартапа

Привлечение	Число привлеченных клиентов (UA) Стоимость привлечения клиента (CAC) Коэффициент конверсии клиента (C1)
Заказы	Количество заказов Средняя стоимость заказа Средний доход на одного покупателя (ARPC)
Выручка	Рост месяц за месяцем (MOM) Коэффициент «Заказ-поставки» (Book to Bill)
Себестоимость	Точка безубыточности
Прибыль	Пожизненная ценность клиента (LTV) Коэффициент удержания клиента (CRR) Отток клиентов (Churn rate)



Воронка продаж и выручка

Выручка = Средний чек X Количество продаж

Воронка продаж:

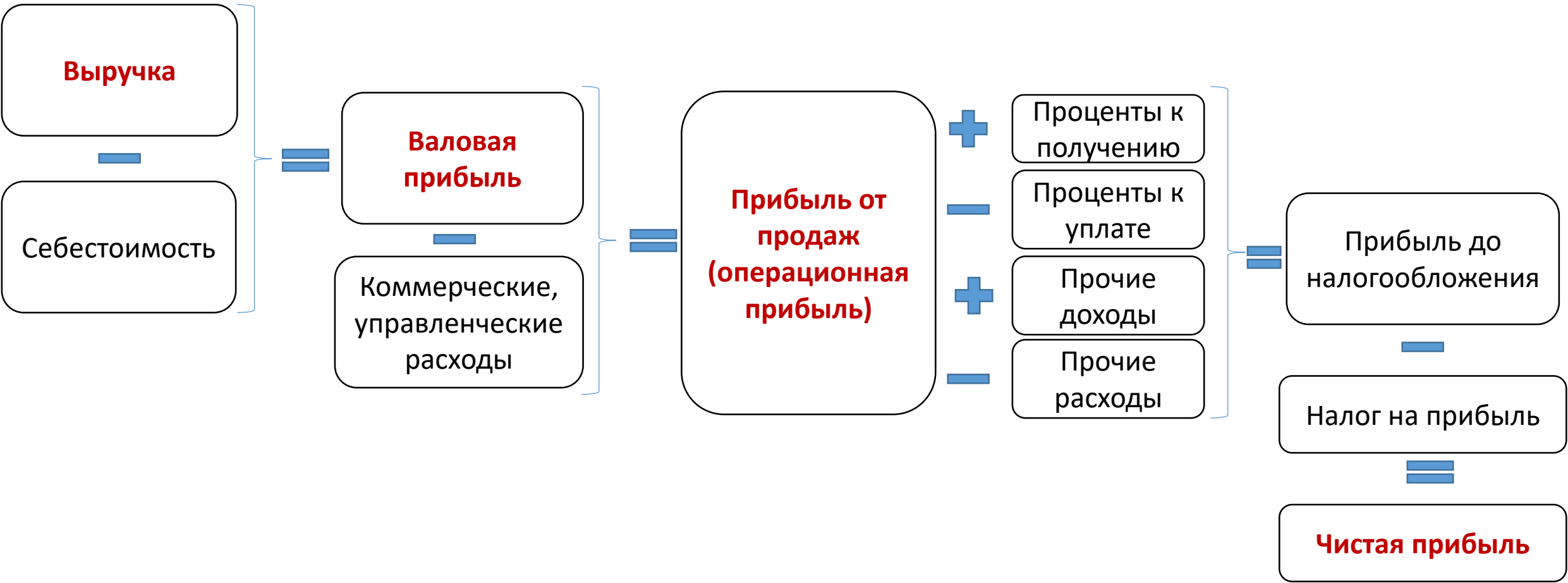
- количество просмотров в соцсети;
- процент роста просмотров каждый месяц;
- конверсия в заявку;
- количество заявок;
- конверсия в продажу;
- количество продаж;
- средний чек.

		январь-21
Допущения		
Подписки на начало первого месяца	0	
Рост неотслеживаемых подписок за м	15,00%	
Неотслеживаемые подписки за первь	100	
Расходы на привлечение в 1й месяц:	\$100	
Скорачение расходов в месяц	\$0,50	
Пользователи на начало 1го месяца	0	
Первоначальный коэфф-т конверсии	20,00%	
Прирост за месяц	0,05%	
Отток за месяц	1,50%	
Подписки и платящие пользователи		
Подписки		
Подписки на начало месяца		0
Новые подписки		
Неотслеживаемые подписки (PR, органические, виральные,...)		
Рост неотслеживаемых подписок за месяц		100
Новые неотслеживаемые подписки		
Отслеживаемые подписки (поисковые системы, реклама,...)		
Расходы на маркетинг		\$5 000
Расходы на привлечение на одну новую отслеживаемую подписку		\$100
Новые отслеживаемые подписки		50
Итого новые подписки		150
Подписки на конец месяца		150
Платящие пользователи		
Пользователи на начало месяца		0
Конверсия		20,00%
Новые пользователи		
Потерянные пользователи из-за оттока (churn)		0
Пользователи на конец месяца		0

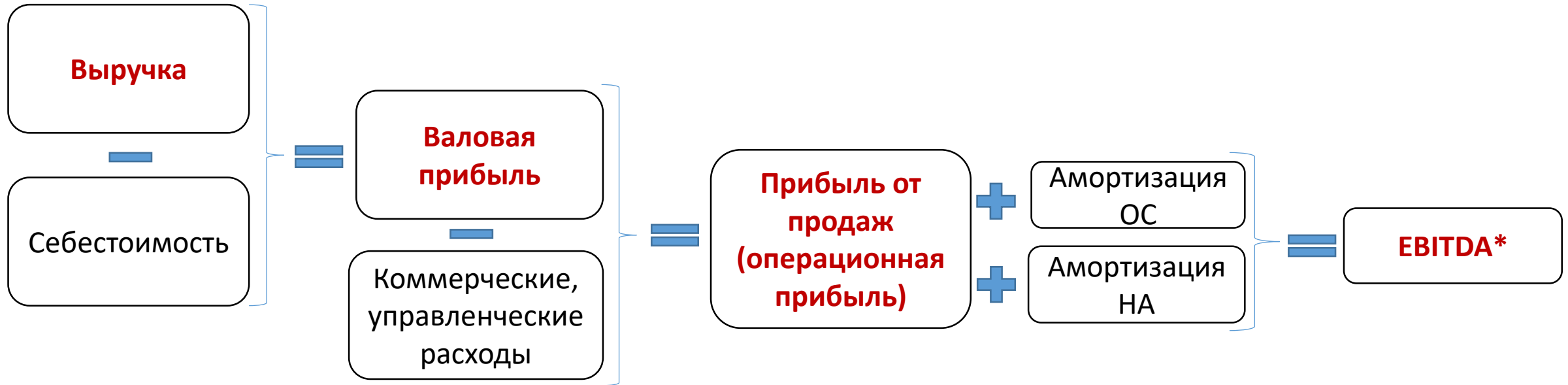


Производство инноламп	период —	январь
Выручка	10 342 087	728 725
Выручка опт	0,7	=C10*\$B\$3*
Выручка розница	0,3	\$B\$11
Заходы на сайт	1 000	1 030
Процент роста количества показов	3%	
CV1 (конверсия сайта)	4%	
Заявка		41
CV2 (конверсия в оплаты)	50%	
Оплаченные заказы		21
Средний чек опт	50 000	
Средний чек розница	1 250	
Стоимость клика	20	
Расходы на рекламу		-20 600

Финансовые результаты



Финансовые результаты



**Earnings before interest, taxes, depreciation and amortization*

Операционные расходы (OPerating EXpenditure)

Финансирование текущей деятельности –
распределенные риски

Приобретаются выгоды в текущем периоде

Краткосрочные цели

Направлены на создание продуктов и услуг



Операционные расходы

Переменные расходы –

расходы, которые зависят от объема выручки. Это могут быть расходы на закупку материалов, доставку, упаковку, бонусы продавцам — для каждого конкретного вида бизнеса они будут свои.

Постоянные расходы –

расходы, которые не зависят от объема выручки, их бизнес несет независимо от объемов производства и выручки.

Прямые расходы:

- расходные материалы;
- упаковка;
- доставка;
- зарплата рабочим, занятым на производстве
- аренда цеха;
- аренда склада;
- доставка;
- зарплата работникам склада.

Прямые расходы напрямую связаны с бизнесом и включаются в себестоимость продукции.

Косвенные расходы:

- зарплата руководства, бухгалтера, и офисных сотрудников;
- аренда офиса;
- коммунальные платежи;
- логистика;
- расчетно-кассовое обслуживание;
- и т.п.

В зависимости от бизнес-модели переменные расходы можно считать в абсолютных цифрах, либо в процентах от выручки.

Инвестиционные расходы (CAPital EXpenditure, CAPEX)

Финансирование развития – высокие риски без гарантии результата

Приобретаются выгоды в отдаленном будущем

Долгосрочные цели

Направлены на создание активов, используемых в бизнесе



Метрики доходности стартапа

Средний доход с одного активного пользователя за период (Average Revenue per User):

$$\text{ARPU} = \frac{\text{Доход за период}}{\text{Число активных пользователей}}$$

Средний доход с одного активного пользователя в течение суток (Average Revenue Per Daily Active User):

$$\text{ARPPU} = \frac{\text{Дневная выручка}}{\text{Число активных пользователей за сутки}}$$

Средняя выручка на одного платящего пользователя (Average revenue per paying user или customer):

$$\text{ARPPU (ARPC)} = \frac{\text{Доход за период}}{\text{Число платящих пользователей}}$$



LTV — Life Time Value (пожизненная ценность), или CLV (Customer Lifetime Value)

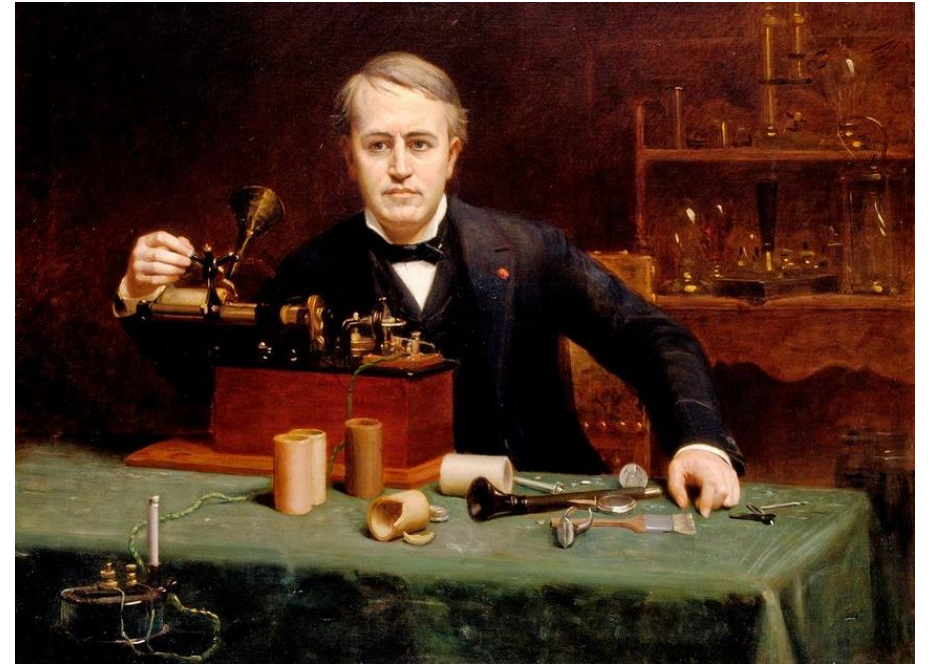
1. Простой метод расчета:

$$\text{LTV} = \text{Lifetime} \times \text{ARPU}$$

где Lifetime - средняя продолжительность жизни клиента

2. Сложный метод расчета:

$$\text{LTV} = \text{ARPD} \times \int_0^T S(t) dt, \text{ где } S(t) = ax^b$$



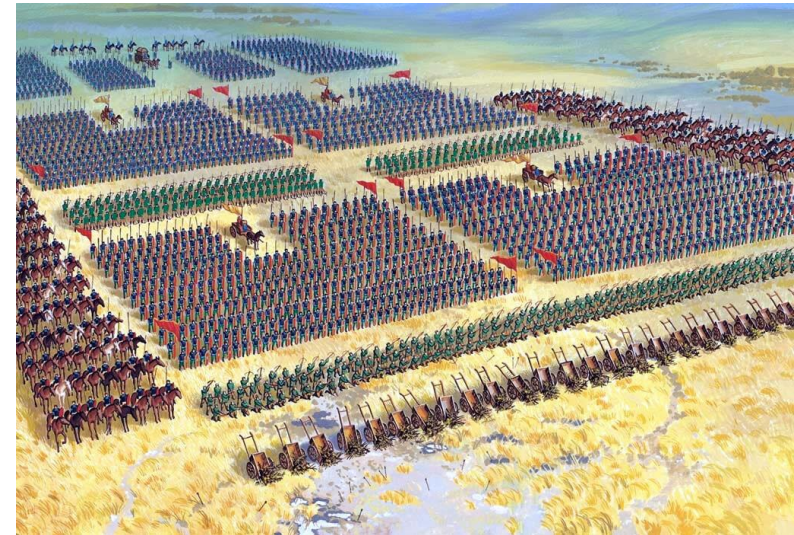
Когортный анализ

Когортный анализ — это разновидность анализа, во время которого мы делим пользователей на группы, когорты, и анализируем поведение каждой когорты в отдельности. Когорты обычно выделяют по признаку времени — то есть смотрят, когда конкретно люди совершили то или иное действие.

Когорта* — это сегмент целевой аудитории или группа людей, совершивших какое-то действие в определенный период времени.

В чем польза когортного анализа?

- 1) помогает удержать пользователей,
- 2) рассказывает о привычках клиентов,
- 3) показывает, почему пользователи уходят,
- 4) позволяет оценить эффективность рекламы.



*Понятие «когорта» появилось в II в. до н.э. Когóрта (лат. *cohors*, буквально «огороженное место») — одно из главных тактических подразделений римской армии. Десять когорт составляли легион.

Пример когортного анализа

Схема проведения когортного анализа

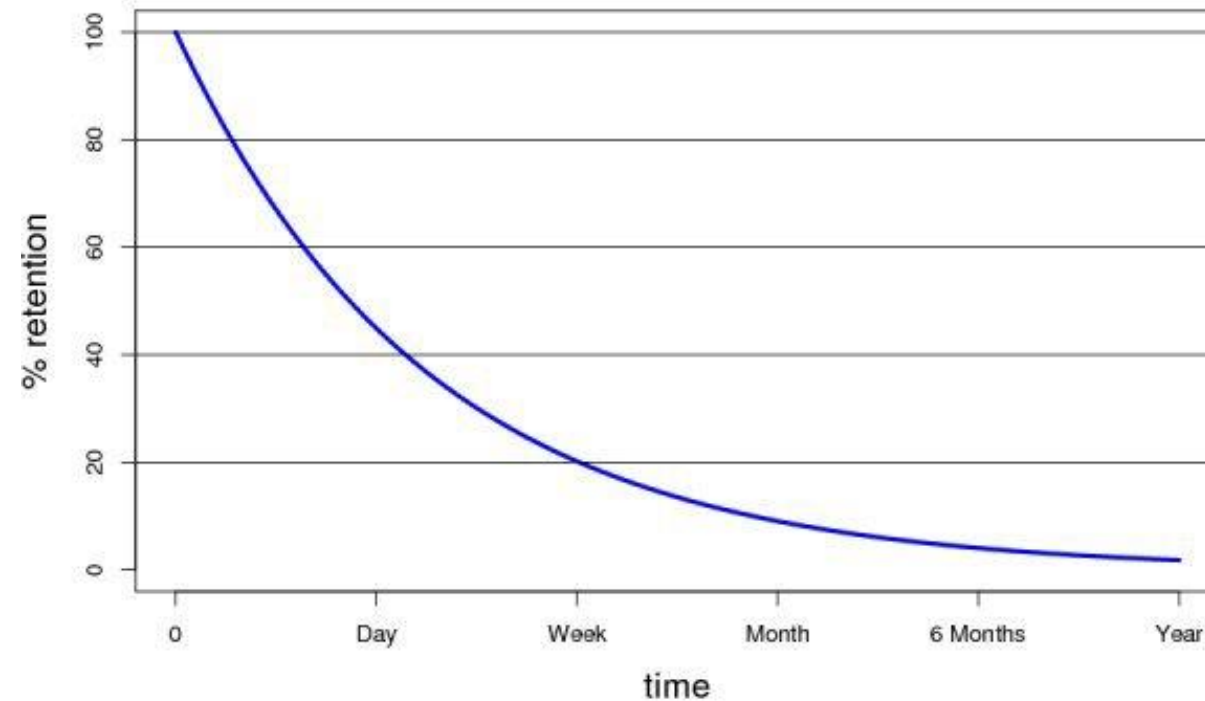
Шаг	Пример
1) Признак когорты. Определяем, по какому именно действию объединяем людей в группы: первый визит, покупка, установка и т.п.	Подписка на программный продукт
2) Размер когорты. Решаем, за какой промежуток времени нужен анализ: неделя, месяц, год.	Год
3) Отчетное время. Решаем, на какие именно группы поделим пользователей. Это могут быть когорты по дням, неделям, месяцам или даже годам.	Месяц
4) Ключевой показатель. Собираем нужные данные, например по конверсиям, объему продаж, среднему циклу жизни клиента и т.п.	Чистый отток клиентов (Net Churn Rate)
5) Значение когорты. Группируем данные по когортам	Сформированы значения когорты по месяцам
6) Визуализируем данные, чтобы наглядно увидеть поведение каждой конкретной когорты и сравнить когорты друг с другом (Строим графики, диаграммы, собираем таблицы и т.п.)	Собрали таблицу с данными

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1	Процент чистого оттока клиентов по сравнению с предыдущим месяцем													
2	Месяц срока жизни клиента													
3		Значение когорты	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
4	июл.24	32	0,00%	0,00%	11,00%	6,25%	13,35%	7,81%	0,00%	-5,76%	0,00%	0,00%	0,00%	6,57%
5	авг.24	20	4,65%	0,00%	0,00%	4,32%	5,20%	5,56%	0,00%	11,84%	7,86%	-6,34%	0,00%	
6	сен.24	27	0,00%	3,45%	11,54%	4,33%	7,80%	4,40%	4,75%	0,00%	3,20%	5,00%		
7	окт.24	12	0,00%	3,70%	0,00%	3,20%	0,00%	3,25%	2,45%	0,00%	0,00%			
8	ноя.24	17	0,00%	9,09%	5,43%	5,40%	7,20%	8,90%	0,00%	0,00%				
9	дек.24	32	0,00%	5,26%	6,15%	6,78%	15,00%	3,00%	16,57%					
10	янв.25	11	0,00%	5,88%	7,69%	4,76%	0,00%	0,00%						
11	фев.25	21	0,00%	0,00%	4,00%	6,43%	5,87%							
12	мар.25	25	0,00%	12,50%	14,60%	13,15%								
13	апр.25	18	11,11%	0,00%	1,48%									
14	май.25	18	0,00%	5,40%										
15	июн.25	22	0,00%											
16	Среднее	21	1,31%	3,77%	5,16%	4,55%	4,54%	2,74%	1,98%	0,51%	0,92%	-0,11%	0,00%	0,55%

Для простого когортного анализа можно используют встроенные инструменты: метрики на сайтах или отдельную аналитику в Mindbox. Есть и специальные инструменты, которые можно подключить к сайту, например Amplitude или Mixpanel

Коэффициент удержания клиентов (Customer Retention rate)

$$\text{CRR} = \frac{\text{Число клиентов в конце периода} - \text{Число пришедших клиентов за период}}{\text{Число клиентов на начало периода}} \times 100\%$$



*По данным Harvard Business Review, увеличение коэффициента удержания клиентов на 5% повышает прибыль на 25–95%.

Отток клиентов (Churn rate)

Churn rate = $\frac{\text{Количество ушедших клиентов за период}}{\text{Общее число клиентов за период}} \times 100\%$

Churn rate, или отток клиентов, — метрика, которая показывает, сколько клиентов потеряла компания за определённый период. Показатель нужен, чтобы понимать, как часто клиенты отказываются от продуктов компании. Если клиенты уходят часто, прибыль компании снижается.

Это происходит, потому что на привлечение нового клиента бизнес тратит больше денег, чем на удержание существующего.

Отрасль	Средний уровень оттока клиентов
программное обеспечение	4,75%
цифровые медиа и развлечения	6,42%
образование	7,22%
потребительские товары и розничная торговля	7,55%
деловые и профессиональные услуги	6,59%
здравоохранение	6,03%

Чистый отток выручки за период (Net MRR Churn rate)

$$\text{Net MRR Churn rate} = \frac{\text{Недополученный MRR за период} - \text{MRR от расширения за период}}{\text{MRR на начало периода}} \times 100\%$$

Net MRR Churn rate, или чистый отток выручки за период учитывает потерянный доход от ушедших клиентов и полученный доход от существующих клиентов через апсейлы, кросс-продажи или обновления подписки. Он дает представление о чистом влиянии на регулярный доход компании.



Метрики затрат на привлечение потребителей

Затраты на привлечение одного платящего клиента (Subscriber (Customer) Acquisition Costs):

$$\text{SAC (CAC)} = \frac{\text{Затраты на маркетинг}}{\text{Число привлеченных клиентов}}$$

Стоимость привлечения одного клиента, установившего приложение (Cost per customer acquisition):

$$\text{CPA} = \frac{\text{Затраты на маркетинг}}{\text{Количество установок}}$$

«Вирусный коэффициент» или «фактор виральности»:

$$\text{K-factor} = \text{Отправленные приглашения} \times \text{Конверсия}$$



Точка безубыточности (Break-even point, BEP)

Точка безубыточности — объём продукции предприятия, при которой общая сумма издержек и общая сумма выручки равны, и предприятие не получает прибыли и не несёт убытков

$$\text{BEP} = \frac{\text{Постоянные издержки}}{1 - \frac{\text{Переменные издержки}}{\text{Цена продажи}}}$$
$$\text{BEP} = \frac{\text{Постоянные издержки}}{\text{Выручка} - \text{Переменные издержки}} \times \text{Выручка}$$

Точка безубыточности позволяет владельцам бизнеса оценить сценарии, при которых их бизнес будет рентабельным

Эффективность привлечения пользователей через канал продвижения (Return on Marketing Investment)

$$\text{ROMI} = \frac{\text{LTV} - \text{CAC}}{\text{CAC}} \times 100\%$$

Если ROMI > 0%, то маркетинг этого канала прибыльный.



Расчет метрики ROMI для стартапа

Эффективность привлечения пользователей через канал продвижения:

$$\text{ROMI} = \frac{\text{LTV} - \text{CAC}}{\text{CAC}} \times 100\%, \text{ где:}$$

$$\text{LTV} = \text{Lifetime} \times \text{ARPU}$$

$$\text{ARPU} = \frac{205\,360 \text{ руб.}}{2\,000 \text{ чел.}} = 102,68 \text{ руб./чел.}$$

Lifetime = 3 мес.

$$\text{LTV} = \text{Lifetime} \times \text{ARPU} = 102,68 \times 3 = 308,04 \text{ руб.}$$

$$\text{CAC} = \frac{\text{Чистые затраты на маркетинг}}{\text{Число привлеченных клиентов}} = \frac{30\,000 \text{ руб.}}{150 \text{ чел.}} = 200,00 \text{ руб./чел.}$$



$$\text{ROMI} = \frac{308,04 - 200,00}{200,00} \times 100\% = 54,01$$

Рентабельность инвестиций

- Рентабельность инвестиций (Return on Investment)

$$ROI = \frac{\text{Доход от инвестиций*} - \text{Инвестиции}}{\text{Инвестиции}}$$

**При расчете ROI необходимо учитывать следующее:*

- инфляция может существенно повлиять на реальную прибыль от инвестиций, поэтому важно рассчитывать доходы с учётом коэффициента инфляции;*
- налоги уменьшают чистую прибыль, однако зачастую предприниматели забывают вычесть обязательные отчисления при расчёте выручки;*
- кроме основных инвестиций, предприятие может понести дополнительные расходы. К ним относятся, например, комиссии при покупке или продаже активов и операционные расходы на ремонт или обслуживание. Их также нужно учитывать для вычисления ROI*

Долговая нагрузка

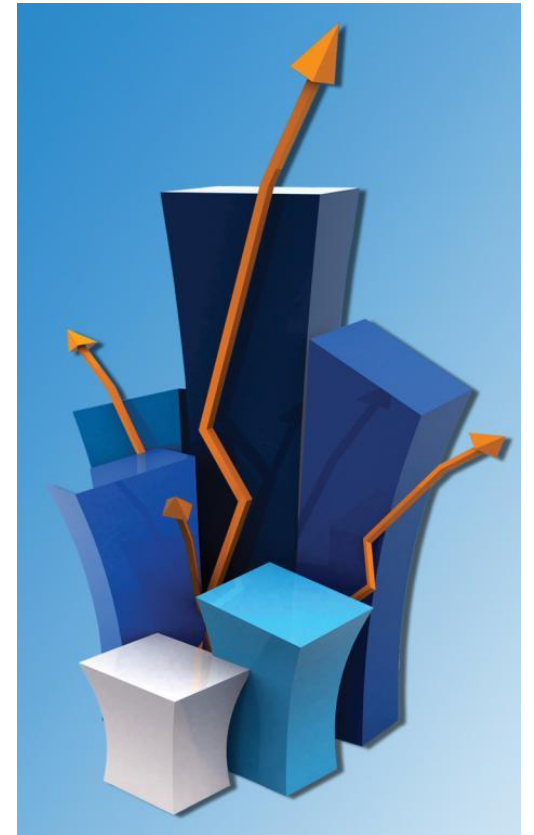
Долг/EBITDA — коэффициент, используемый в финансовом анализе для определения уровня долговой нагрузки компании.

Показатель представляет собой отношение совокупного долга и прибыли до уплаты процентов по кредитам, налога на прибыль, учета износа и начисленной амортизации

$$\text{Debt to EBITDA Ratio} = \frac{\text{Debt}}{\text{EBITDA}} \leq 3$$

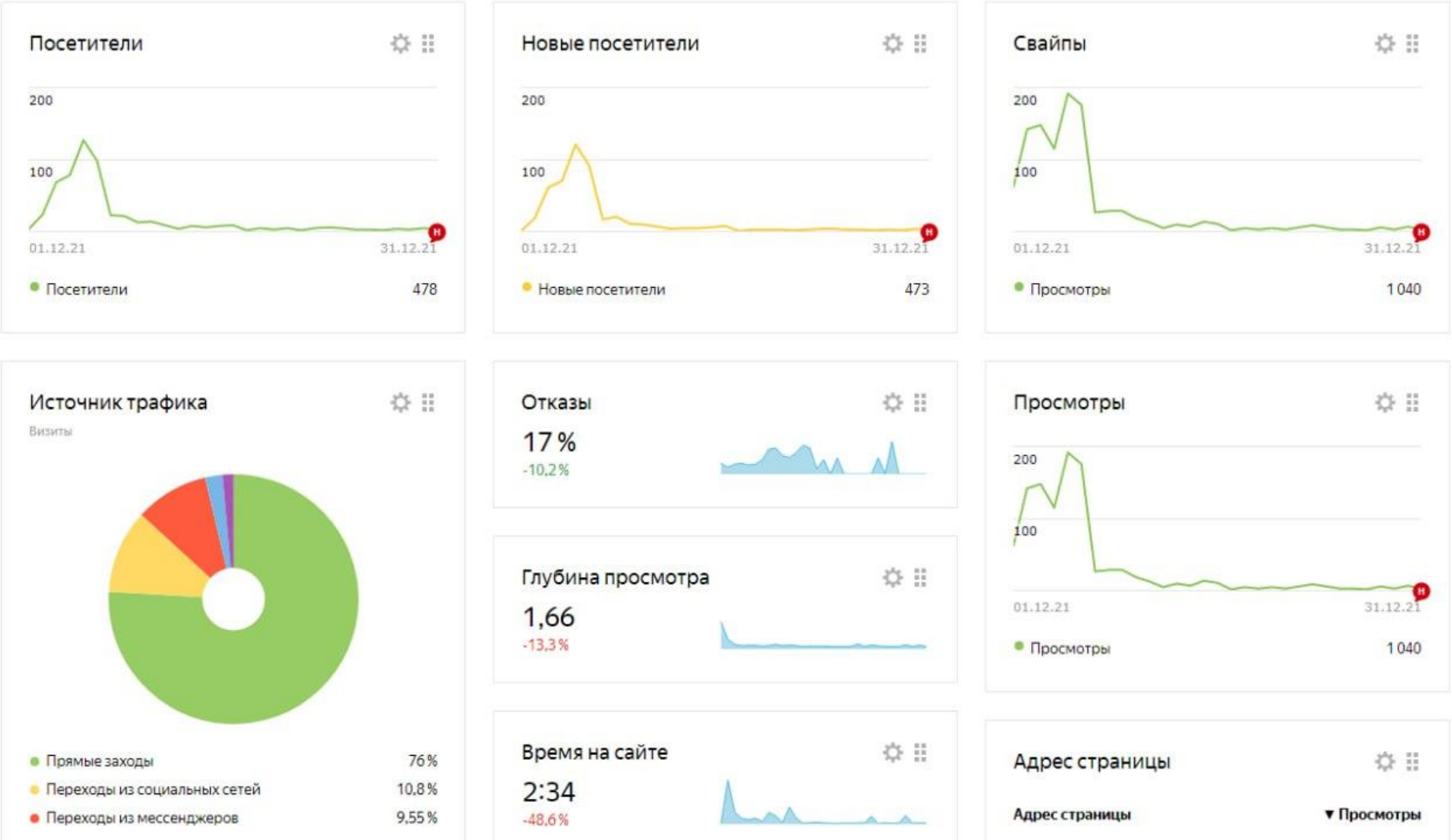
В международной практике «нормальным» представляется коэффициент Долг/EBITDA, значение которого ≤ 3 . Компании с показателем Долг/EBITDA, превышающим 4–5 (в зависимости от отрасли), характеризуются высокой долговой нагрузкой и, как правило, имеют сложности с погашением существующей задолженности и последующим привлечением заемных средств.

Соотношение Долг/EBITDA важно инвесторам, придерживающимся дивидендной стратегии. Чем выше долг компании относительно ее прибыли, тем больше средств будет уходить на его обслуживание, а не на выплаты акционерам.



Аналитические ресурсы для проектов в сети*

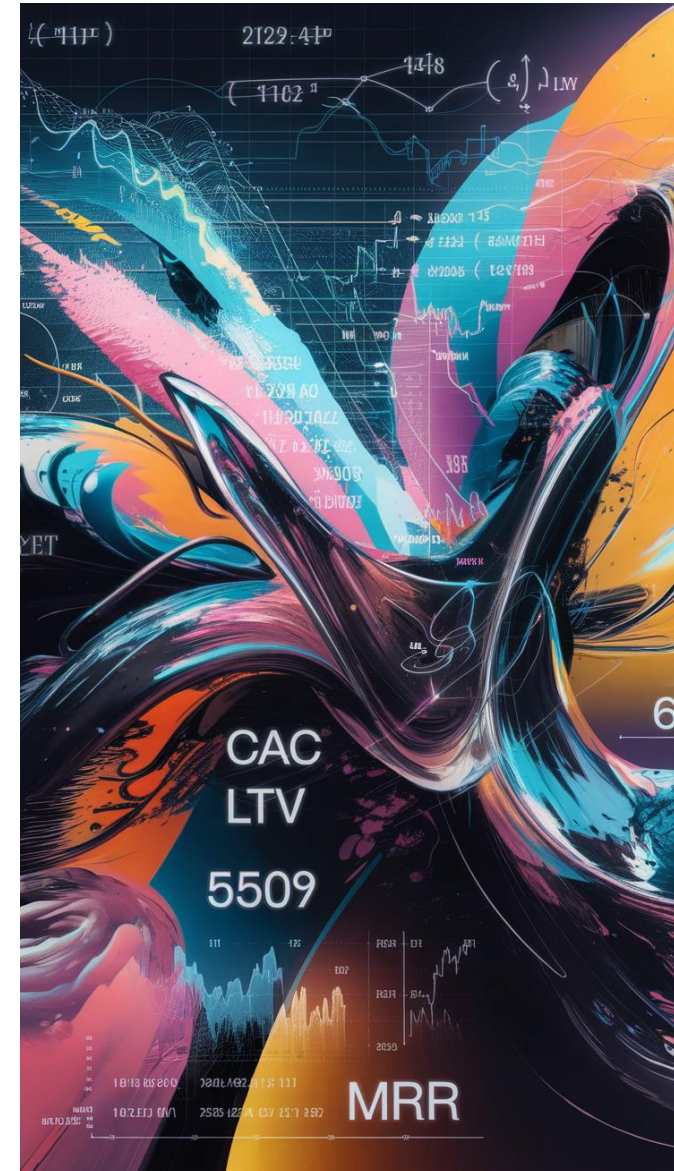
- <https://grafana.com/>
- <https://prometheus.io/>
- [Google Analytics](#)
- [AppMetrica](#)
- [Яндекс.метрика](#)



*[List of web analytics software](#)

Пример расчета юнит-экономики

Метрика	Наименование	О чем?
UA	User acquisition	Пользователи, которые перешли на страницу, чел.
B	Customers (Clients, Buyers)	Покупатели, чел.
C	Conversion	Конверсия из пользователя в покупателя
COGS	Cost of good sale	Производственная себестоимость (прямые переменные затраты), руб.
1s COGS	Cost of first good sale	Дополнительные расходы на первую продажу, руб.
AvP	Average price	Средний чек, руб.
APC	Average payment cost	Число повторных покупок, ед.
CPA	Cost per acquisition	Стоимость привлечения пользователя (расходы на рекламу), руб.
SAC (CAC)	Subscriber (Customer) Acquisition Costs	Стоимость привлечения покупателя (расходы на рекламу), руб.
FixCOGS	Fixed cost of good sale	Постоянные затраты, руб.
Lifetime		Средняя продолжительность жизни клиента, мес.
в руб.:		
ARPC	Average revenue per paying user или customer	Средняя выручка на одного покупателя
ARPU	Average Revenue per User	Доход на пользователя
APRU – CPA		Доход на пользователя за вычетом рекламы
CM	Contribution margin	Маржинальная прибыль
		<i>Маржинальная прибыль по продукции</i>
Profit		Прибыль
BEP	Break-even point	Точка безубыточности
LTV	Lifetime Value	Пожизненная ценность клиента
ROMI	Return on Marketing Investment	Рентабельность канала продвижения



Программа

- Введение
- Юнит-экономика стартапа
- Финансовая модель стартапа



Финансовая модель стартапа

Часть бизнес-плана стартапа, представляющая собой модель бизнеса в цифрах.

Финмодель включает в себя:

- структуру бизнеса и взаимосвязь с системой показателей для оценки состояния стартапа и принятия управленческих решений

- прогнозный P&L

- прогноз денежных потоков по поступлениям и затратам

и позволяет определить потребности в привлечении финансовых средств



Финансовая модель стартапа помогает ответить на важные вопросы

1. Как будут достигнуты заявленные цели? Какие показатели необходимо для этого обеспечить?
2. Сколько выручки и прибыли компания зарабатывает за год?
3. Какая у компании точка безубыточности?
4. Масштабируется ли ваш бизнес?
5. Какие показатели существенно влияют на размер прибыли?
6. Какие ключевые точки роста у вашего бизнеса?
7. Какие «узкие» места есть в бизнесе и как их можно устранить?
8. Какие инвестиции и ресурсы требуются?



Структура финансовой модели

Работаем с гипотетической моделью

Период, на который составляем финансовую модель – 5 лет.

Данные для аналитической записки:

- компания **ООО «Латерн»** занимается производством дронов для работы в шахтах;
- стартовала в 2024 году;
- рынок B2B;
- действует УСН «Доходы минус расходы»;
- с инвестором заключен договор конвертируемого займа на 5 лет;
- компания получила поддержку в виде оборотного кредитного лимита в МСП-Банке;
- амортизация начисляется линейным способом;
- ...



Движение денежных средств (ДДС, CF)

Зачем?

- увидеть остатки на счетах,
- понять, откуда приходят деньги и куда они уходят,
- проанализировать движение денег по продуктам/ проектам/ направлениям





Амортизация.

Способы начисления:

- а) линейный способ;
- б) способ уменьшаемого остатка;
- в) способ списания стоимости по сумме чисел лет срока полезного использования;
- г) способ списания стоимости пропорционально объему продукции (работ).

Проценты по кредитам и займам:

- а) Проценты по текущим кредитам и займам относятся на операционную деятельность, платятся из выручки и уменьшают операционную прибыль,
- б) Проценты по инвестиционным кредитам учитываются в составе инвестиционного актива и погашаются посредством начисления амортизации.

Налоги.

Система налогообложения, НДС, НДФЛ, соц. взносы

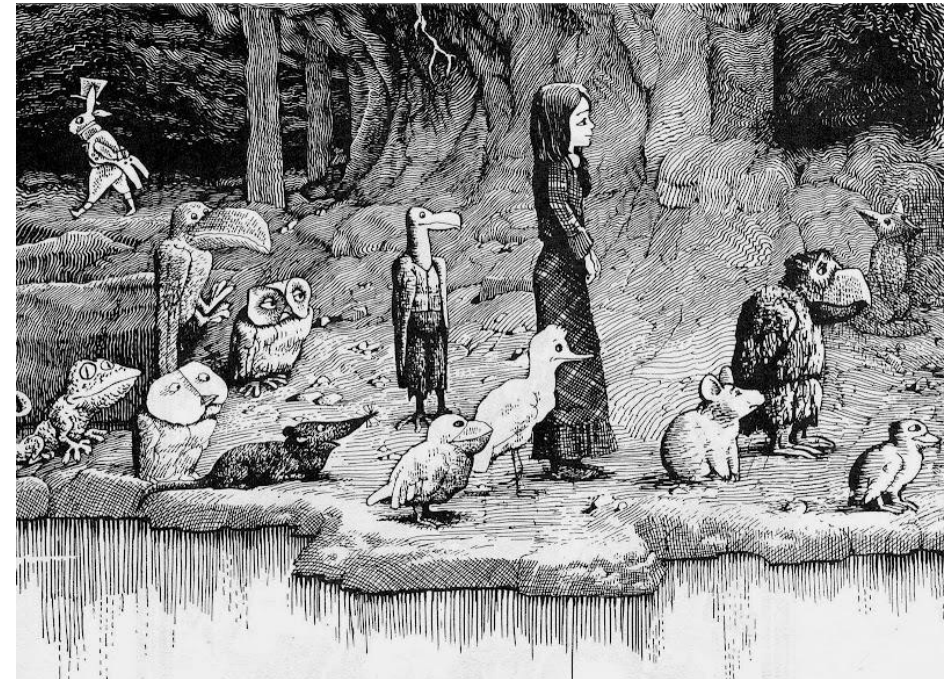
По ОС списание стоимости для целей налогообложения (УСН) с учетом периода приобретения:

I кв – по 1/4 стоимости ОС

II кв – по 1/3 стоимости ОС

III кв – по 1/2 стоимости ОС

IV кв – единовременно вся стоимость ОС



Основные системы налогообложения для юридических лиц

Вид системы	Налогооблагаемая база дохода и ставка налога	Иные налоги и сборы	Сдаваемая отчетность	Ведение бухучета, сдача бухгалтерской отчетности	Ограничения
ОСН	Налог на прибыль – 20% от доходов, уменьшенных на величину расходов	- НДС - Налог на имущество организаций - Транспортный налог - Земельный налог - Страховые взносы - НДФЛ	Декларация по налогу на прибыль Декларация по НДС 6-НДФЛ, 2-НДФЛ 4-ФСС, СЗВ-М, СЗВ-ТД и РСВ	ведут бухучет, сдают бухгалтерскую отчетность	нет
УСН “доходы”	Единый налог- 6% от всех доходов	- НДС (возникает, если выручка за 2025 год > 20 млн. руб.) - 20% (либо 5(7)%- без вычета входного НДС)* - Налог на имущество организаций - Транспортный налог - Земельный налог - Страховые взносы - НДФЛ	Декларация по УСН 6-НДФЛ, 2-НДФЛ 4-ФСС, СЗВ-М, СЗВ-ТД и РСВ, декларация по НДС (последняя – если применимо)		1. Размер годового дохода до 490,5 млн. руб. 2. Размер дохода за 9 месяцев 2026 года для перехода на УСН с 01.01.2027 – до 367,875 млн руб. 3. Виды деятельности 4. Количество сотрудников до 130 чел. 5. Остаточная стоимость ОС до 218 млн. руб. 6. Ограниченный перечень расходов (“доходы минус расходы”) 7. Доля участия в ООО других организаций не должна превышать 25 % 8. Не должно быть филиалов
УСН “доходы минус расходы”	Единый налог – 15% от доходов, уменьшенных на величину расходов				
		* см. следующий слайд			

Критерий доходов за истекший календарный год оценивается ежегодно: за 2025, 2026, 2027 и последующие годы.

= Если доходы налогоплательщика УСН за 2025 год не превысили **20 млн рублей**, то с начала 2026 года он освобожден от уплаты НДС.

= Если доходы налогоплательщика УСН за 2026 год не превысили **15 млн рублей**, то с начала 2027 года он освобожден от уплаты НДС.

= Если доходы налогоплательщика УСН за 2027 год и последующие годы не превысили **10 млн рублей**, то с 2028 года он освобожден от уплаты НДС.



АвтоУСН* и УСН

Вид системы	Налогооблагаемая база дохода и ставка налога	Особенности	Иные налоги и сборы	Ограничения
УСН “доходы”	Единый налог- 6% от всех доходов	1. Налоговый период – календарный год. 2. Ведут учет и сдают отчетность самостоятельно 3. Применяется на всей территории РФ 4. Ведение КУДиР	- НДС при ввозе и как агент* - Налог на имущество организаций - Транспортный налог - Земельный налог - Страховые взносы - НДФЛ по прогрессивной шкале * с 01.01.2025 – НДС (20% (либо 5(7)%- без вычета входного НДС), если доход за предыдущий год превысил 60 млн. руб.	1. Размер годового дохода – до 450 млн. руб. 2. Виды деятельности 3. Количество сотрудников – до 130 чел. 4. Остаточная стоимость ОС – до 200 млн. руб. 5. Ограниченный перечень расходов (“доходы минус расходы”) 6. Доля участия в ООО других организаций не должна превышать 25 % 7. Не должно быть филиалов
УСН “доходы минус расходы”	Единый налог – 15% от доходов, уменьшенных на величину расходов			
АвтоУСН “доходы”	Единый налог- 8% от всех доходов	1. Налоговый период – календарный месяц 2. Автоматизированная система учета и сдачи отчетности 3. С 01.01.2025 – разрешено на всей территории РФ при принятии региональных законов 4. Не нужно вести КУДиР	- НДС при ввозе и как агент* - Налог на имущество организаций - Транспортный налог - Земельный налог - Страховые взносы - НДФЛ по прогрессивной шкале	1. Размер годового дохода до 60 млн. руб. 2. Виды деятельности 3. Количество сотрудников до 5 чел. 4. Остаточная стоимость ОС до 150 млн. руб. 5. Расчетные счета открыты только в уполномоченных банках 6. 3/пл выплачивается только безналом 7. Не применяются другие налоговые режимы
АвтоУСН “доходы минус расходы”	Единый налог – 20% от доходов, уменьшенных на величину расходов (Минимальный налог: 3% от полученного дохода)			

*Федеральный закон №17-ФЗ от 25.02.2022 (ред. От 29.10.2024) «О проведении эксперимента по установлению специального налогового режима «Автоматизированная упрощенная система налогообложения»



Чистый оборотный капитал или Net Working Capital — показатель финансовой устойчивости компании. Он показывает, испытывает ли бизнес трудности с погашением своих обязательств.

$NWC = \text{Оборотные активы} - \text{Краткосрочные обязательства}$

1. Оборотные активы:

- наличные и их эквиваленты;
- временные финансовые вложения;
- дебиторская задолженность;
- товарные запасы.

2. Краткосрочные обязательства:

- обязательства перед поставщиками;
- краткосрочные займы и кредиты;
- другие краткосрочные обязательства.

Метрики экономической эффективности стартапа

Срок окупаемости проекта (pay-back period)— это время, которое нужно, чтобы общая сумма доходов от проекта покрыла все затраты на его реализацию. Показатель важен инвесторам и предпринимателям, он позволяет сделать вывод, насколько быстро вложенные средства вернутся и начнут приносить прибыль.

Простой срок окупаемости проекта – это период времени, за который сумма чистого денежного потока от нового проекта покроет сумму вложенных в него средств. Может измеряться в месяцах или годах. Данный показатель является базовым для всех инвесторов и позволяет сделать быструю и простую оценку для принятия решения: вкладывать средства в бизнес или нет.

Простой срок окупаемости

Чистая приведенная стоимость проекта, NPV

Внутренняя норма прибыли, IRR

Индекс доходности, PI

$$PBP = \frac{\text{Первоначальные инвестиции}}{\text{Годовой денежный поток}}$$

Метрики экономической эффективности стартапа

Net Present Value, или чистая приведенная стоимость (NPV) – метрика, используемая для оценки экономической эффективности инвестиционных проектов. Она позволяет измерить разницу между общим текущим денежным притоком и затратами на проект с учетом временной стоимости денег.

Простой срок окупаемости

Чистая приведенная стоимость проекта, NPV

Внутренняя норма прибыли, IRR

Индекс доходности, PI

$$NPV = \sum_{t=1}^{t=n} \frac{CF_t}{(1+r)^t} - I$$

или

$$NPV = CF_0 + CF_1/(1+r) + CF_1/(1+r)^2 + CF_2/(1+r)^3 \dots - I$$

где:

CF_t – чистый приток денежных средств за период t ,

r – ставка дисконтирования (годовая), отражающая риск ожидаемых денежных потоков,

n – количество периодов,

I – первоначальные инвестиции

Метрики экономической эффективности стартапа

Внутренняя норма доходности (internal rate of return, IRR, ВНД)— это процентная ставка, при которой уравнивается приведённая стоимость будущих денежных поступлений и стоимость первоначальных инвестиций, чистая приведённая стоимость (NPV) равна 0.

Простой срок окупаемости

Чистая приведенная стоимость проекта, NPV

Внутренняя норма прибыли, IRR

Индекс доходности, PI

IRR применяют обычно в следующих случаях:

- для сравнения несколько инвестиционных проектов. При прочих равных будет понятно, у какого доходность выше.
- для оценки рисков использования кредитов. Например, если ВНД проекта — 20 %, значит, можно взять кредит с процентом ниже и получить прибыль благодаря разнице ставок.
- для анализа бизнес-плана, чтобы разобраться, какой приток денег окупит инвестиции за конкретный срок

Метрики экономической эффективности стартапа

Индекс доходности (profitability index, PI) - результат отношения сумм дисконтированного дохода и вложенного капитала. Индекс показывает, сколько копеек приносит каждый рубль, потраченный на реализацию проекта.

Простой срок окупаемости

Чистая приведенная стоимость проекта, NPV

Внутренняя норма прибыли, IRR

Индекс доходности, PI

$$PI = \frac{PV}{I}$$

где:

PV – суммарный дисконтированный денежный поток,

I – первоначальные инвестиции

$PI > 1$ – проект является прибыльным и рекомендуется к реализации

$PI = 1$ – проект не приносит ни прибыли, ни убытков

$PI < 1$ – проект убыточен и не рекомендуется к реализации



PI учитывает требуемую доходность капитала, отраженную в ставке дисконтирования, и только после этого рассчитывает дополнительный прирост стоимости. В приросте стоимости, рассчитанном на основе PI, фактор времени учтен только в части применения дисконтирования.

IRR содержит полную доходность инвестиций.

Структура финансовой модели

Работаем с гипотетической моделью

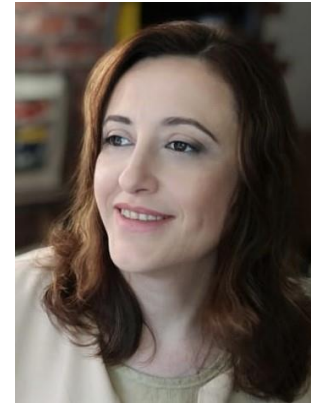
Период, на который составляем финансовую модель – 5 лет.

Данные для аналитической записки:

- компания **ООО «Латерн»** занимается производством дронов для работы в шахтах;
- стартовала в 2024 году;
- рынок B2B;
- действует УСН «Доходы минус расходы»;
- с инвестором заключен договор конвертируемого займа на 5 лет;
- компания получила поддержку в виде оборотного кредитного лимита в МСП-Банке;
- амортизация начисляется линейным способом;
- ...



Спасибо за внимание!



Анна Ворончихина

E-mail: corpfin.av@gmail.com

Telegram: [@AnnyVoron](https://t.me/@AnnyVoron)

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/in/anna-voronchikhina-559509187/>

Мой ТГ-канал: <https://t.me/bizinnewbraveworld>