

Приложение 3  
к Положению  
о порядке предоставления  
государственной поддержки предприятиям и  
организациям, реализующим инвестиционные  
проекты в Республике Татарстан

Список изменяющих документов  
(в ред. Постановлений КМ РТ от 05.09.2002 N 523,  
от 02.10.2006 N 493, от 25.08.2008 N 608,  
от 13.07.2015 N 512)

Форма

МАКЕТ  
БИЗНЕС-ПЛАНА ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА С ПОЯСНЕНИЯМИ

1. Разделы бизнес-плана:

ТИТУЛЬНЫЙ ЛИСТ  
СОДЕРЖАНИЕ  
КОНФИДЕНЦИАЛЬНОСТЬ  
КРАТКОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРОЕКТА И ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ  
РЫНОК И КОНКУРЕНЦИЯ  
ТОВАР И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ  
ПЛАН РЕАЛИЗАЦИИ ТОВАРА  
ПЛАН ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПРЕДМЕТАМИ И СРЕДСТВАМИ ТРУДА  
ПЛАН ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВА  
ПЛАН ПО ТРУДОВЫМ РЕСУРСАМ  
ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВАЯ ФОРМА РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА  
ОЦЕНКА РИСКА И СТРАХОВАНИЕ  
ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ  
ПРИЛОЖЕНИЕ:

- документы, определяющие проблему и необходимость реализации проекта,
- фотография и рисунок товара,
- календарный план-график реализации проекта (с выходом на проектную мощность),
- перечень закупаемого оборудования,
- документы, подтверждающие поставку сырья, материалов, комплектующих для производства запланированного товара (услуг) по заложенным в себестоимость нового товара ценам и в требуемых объемах,

- документы, подтверждающие сбыт товара (услуги) по запланированным ценам и объемам (договора, протоколы намерений и др.),

- копии балансового отчета и основных финансовых результатов предприятия заявителя проекта (и предприятия - изготовителя товара, если оно не является заявителем) за текущий год и 2 полных предыдущих,

- копии патентов, авторских свидетельств, сертификатов,

- расчет необходимого объема оборотных средств по прилагаемой форме,

- документы, подтверждающие приобретение оборудования с указанием его наименования, обозначения, страны и фирмы-изготовителя, цены, количества, условий поставки, величин таможенных и импортных пошлин и т.д.

## 2. Форма "ТИТУЛЬНОГО ЛИСТА" И ЕГО ОФОРМЛЕНИЕ

Форма титульного листа представлена на [рис. 1](#)

Рег. N \_\_\_\_\_

"Утверждаю"  
Руководитель предприятия

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ 19\_\_ г.

(печать)  
(в случаях, когда  
законодательством  
Российской Федерации  
установлена обязанность  
иметь печать)

### БИЗНЕС-ПЛАН ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА

\_\_\_\_\_

(наименование проекта)

\_\_\_\_\_

Наименование предприятия: \_\_\_\_\_

Организационно-правовая форма: \_\_\_\_\_

Уставный капитал: \_\_\_\_\_

Доля государства в уставном капитале: \_\_\_\_\_

Адрес: \_\_\_\_\_

Телефон: \_\_\_\_\_

Факс: \_\_\_\_\_

Руководитель проекта: \_\_\_\_\_

Месторасположение производства, в которое вкладываются  
средства: \_\_\_\_\_

Лицо для контактов по проекту - \_\_\_\_\_: тел. \_\_\_\_\_, факс \_\_\_\_\_

Главный бухгалтер - \_\_\_\_\_: тел. \_\_\_\_\_, факс \_\_\_\_\_

Директор по производству - \_\_\_\_\_: тел. \_\_\_\_\_, факс \_\_\_\_\_

Куратор в банке - \_\_\_\_\_: тел. \_\_\_\_\_, факс \_\_\_\_\_

(город)

(Дата составления)

Рис. 1 Форма титульного листа

Назначение титульного листа - дать общее представление о наименовании проекта, предприятия-заявителя, его организационно-правовой форме, форме собственности и реквизитах. Объем - не более 20 - 25 строк.

Регистрационный номер присваивают в органе, куда представлен бизнес-план.

На подпись руководителя ставится печать.

После слов "БИЗНЕС-ПЛАН ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА" приводится полное наименование проекта.

Наименование предприятия приводится полное.

Возможные организационно-правовые формы: ОАО, ЗАО, ТОО, ООО и т.п.

Возможные формы собственности: федеральная, республиканская, муниципальная, смешанная и т.п.

Далее указываются величина уставного капитала и доля государства в уставном капитале.

Внизу указываются месяц, год, место составления бизнес-плана (например: январь 1997 год, г. Казань).

### 3. Раздел "СОДЕРЖАНИЕ"

В разделе приводятся наименования разделов бизнес-плана и номера страниц.

#### 4. Раздел "КОНФИДЕНЦИАЛЬНОСТЬ" и его оформление

Цель раздела - заявление разработчика о необходимости неразглашения содержания бизнес-плана.

Объем 3 - 5 строк.

Рекомендуемое изложение: "Информация и данные, содержащиеся в этом бизнес-плане, являются строго конфиденциальными и предоставляются при условии, что они не будут переданы третьим лицам без предварительного согласия разработчика бизнес-плана".

#### 5. Разработка раздела "1. КРАТКОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРОЕКТА И ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ"

Цель раздела - заинтересовать потенциального инвестора в проекте на основе краткого описания его наиболее важных, по мнению разработчика, положений проекта.

Этот раздел является рекламой проекта, которая должна содержать убедительные доводы в пользу его выгоды. Подробное обоснование выгоды должно быть изложено во всех предыдущих разделах бизнес-плана. Раздел является кратким изложением бизнес-плана.

Общие рекомендации:

- пишите его после того как будут написаны последующие разделы бизнес-плана;
- обратитесь к опытным специалистам, чтобы они оценили, насколько убедительно составлен раздел;
- в зависимости от общего объема бизнес-плана, объем этого раздела должен составлять не более 10 процентов (1 - 2 страницы);
- четкая и убедительная информация этого раздела должна характеризовать ваш проект как жизнеспособный;
- это один из самых важных разделов, от того как он составлен, будет зависеть, найдет ли Ваше предложение отклик у потенциальных инвесторов.

Изложение раздела - произвольное. Рекомендуемые вопросы для освещения:

Суть проекта (3 - 5 строк).

Общая характеристика проблемы со ссылками на документы.

Цель вложения средств:

- модернизация;
- новое строительство;
- завершение строительства;
- создание производства нового товара;
- увеличение объемов продажи до ...;
- получение чистой прибыли;
- увеличение доли предприятия на существующем рынке до ...%.

Общая характеристика и особенности продукции:

- новизна (принципиально новая, новый дизайн, сборка на зарубежных комплектующих, наличие собственных "ноу-хау", модернизация известной конструкции, аналог лучших зарубежных товаров, аналог выпускаемой продукции);
  - основные преимущества и отличия;
  - патентозащищенность;
  - сертифицированность продукции, технологии;
  - масштабы и направления использования (Республика Татарстан, Российская Федерация, страны Содружества Независимых Государств, экспорт в другие страны, импортозамещение);
  - характер применения товара по видам рынков:
- а) рынок товаров производственного назначения:

общепромышленное применение,  
специальное промышленное применение,

б) рынок товаров индивидуального (потребительского) назначения:

массовое применение (товар удовлетворяет физиологическим потребностям человека, используется для обеспечения безопасности и защиты человека, используется в быту и т.д.),  
ограниченное применение.

Перспективность рынка предлагаемого товара.

Если товар относится к рынку товаров производственного назначения (прибор, оборудование, технология и др.), то описывается характер отрасли, подотрасли или сектора экономики, в которых будет использоваться продукция проекта:

- развивающаяся;
- стабильная;
- стагнирующая;
- новая и быстро меняющаяся;
- давно существующая;
- не подверженная быстрым изменениям.

Если товар относится к рынку товаров потребительского (индивидуального) назначения, то перспективность такого рынка выявляется в процессе анализа:

- уровня дохода населения;
- заработной платы;
- потребительских расходов и др.

Выгодность проекта:

- коммерческая: финансовые последствия реализации проекта;
- экономическая: создание ресурсосберегающих технологий, привлечение к производству

товара других производителей Республики Татарстан;

бюджетная:

отчисления в бюджет Республики Татарстан,  
отчисления в местный бюджет;

- научно - техническая:

производство продукции, защищенной патентами и авторскими правами,  
производство продукции, конкурентоспособной на внешних рынках,  
применение современных технологий и др.;

- социальная:

создание дополнительных рабочих мест,  
использование труда инвалидов,  
расширение инфраструктуры в Республике Татарстан и др.;

- экологическая:

создание экологически чистой продукции,  
использование экологически чистого технологического процесса производства продукции,  
создание изделия, способствующего охране окружающей среды и др.

Краткая характеристика предприятия и его особенности, способствующие успешной реализации проекта:

- опыт в разработках и создании аналогичной продукции;
- наличие уникального оборудования;
- наличие уникальной технологии;
- наличие специалистов;
- наличие необходимых площадей и мощностей;
- наличие хорошо организованной сбытовой сети;
- наличие заказов и договор с поставщиками и потребителями.

Общая оценка спроса на данную продукцию:

- общая емкость рынка;

- Ваши планируемые доли на рынках;

- покупатели в Республике Татарстан, Российской Федерации, странах Содружества Независимых Государств и других зарубежных странах;

- преимущество Вашей продукции перед конкурентами;
- свойство товара, определяющие спрос на него.

Контрольные сроки по проекту (начало, завершение строительства, приобретение недостающего оборудования, выпуск пробной партии (первой промышленной серии), выход на проектную мощность.

Состояние работ по проекту на текущий момент.

Необходимые инвестиции по этапам планирования.

Недостающие (запрашиваемые) средства, способ их получения и на что они будут использованы.

Организационно-правовая форма реализации проекта:

- выделение предприятия, производящего новый товар, на самостоятельный баланс;
- предоставление производству товара отдельного субсчета и др.

Срок окупаемости и другие показатели эффективности проекта.

Финансовое резюме:

- полученные расчетные значения показателей эффективности проекта;
- отчисления в бюджет Республики Татарстан средств от реализации проекта;
- степень достоверности планируемой отдачи от вложений в проект;
- неопределенность и риск в реализации проекта и принимаемые меры для их уменьшения.

## 6. Разработка раздела "2. РЫНОК И КОНКУРЕНЦИЯ"

Цель раздела - обоснование существования неудовлетворенного спроса на предлагаемый товар и возможность удовлетворения спроса в рамках реализации проекта.

2.1. Общая характеристика рынка, предприятия и его конкурентоспособности.

В п. 2.1 бизнес-плана приводится краткая характеристика незаполненного рынка:

- неудовлетворенный спрос;
- стабильный или развивающийся характер отрасли (сферы) потребления и др., а также обосновывается перспективность выхода предприятия на рынок;
- возможность создания конкурентоспособного товара;
- готовность предприятия к выпуску такого товара;
- наличие в достаточном количестве необходимого оборудования для производства планируемого количества товара;
- налаженные связи с поставщиками;
- опыт работы в данной отрасли;
- конкурентоспособность предприятия (ноу-хау, сертифицированность системы качества, товара);
- и др.

2.2. Основные конкуренты и их общая характеристика.

В п. 2.2 бизнес-плана приводятся:

- наименование конкурентов;
- объемы продаж конкурентов;
- общие доли рынка, принадлежащие конкурентам;
- цены конкурентов на аналогичные товары;
- главные сильные и слабые стороны конкурентов;
- поведение конкурентов.

2.3. Общая характеристика фирмы и ее конкурентоспособности.

2.4. Основные потребители товара.

В п. 2.4 бизнес-плана приводятся наименование основных потребителей, тип потребителей (конечный потребитель, посредник).

2.5. Планируемые регионы сбыта.

В п. 2.5 бизнес-плана рассматриваются следующие рынки:

- Республика Татарстан;
- Российская Федерация;
- страны Содружества Независимых Государств;

- страны экспортных поставок.

2.6. Планируемые сегменты по регионам и характеристики.

2.7. Потенциальная емкость рынка по регионам.

Содержание п. 2.6 и п. 2.7 бизнес-плана определяется в процессе маркетинговых исследований рынка. Рекомендуемые методики их проведения представлены в Приложении к данному макету.

Для характеристики п. 2.6 проводится анализ потребителей и сегментация рынка.

Анализ потребителей.

Идентифицируют потребителей:

- перечень покупателей,
- покупаемые товары,
- места покупки.

Идентифицируют потребности потребителей:

- причины покупки,
- мотивы покупки,
- время покупки,
- количество покупок,
- частота покупок.

Идентифицируют поведение потребителей:

- покупательские привычки,
- процесс принятия решения о покупке,
- участники процесса принятия решения о покупке.

Различные рынки имеют различные характеристики поведения покупателей:

а) Рынки потребительских товаров:

- потребитель имеет комплексные потребности, которые зачастую осознает лишь частично;
- предлагаемый товар имеет для потребителя не только функциональное, но и эмоциональное значение;
- зачастую не происходит настоящего процесса принятия решения, а потребитель скорее ориентируется на торговую марку, руководствуется установившимися привычками или мнением других потребителей.

б) Рынки товаров производственного назначения:

- покупаемые изделия предназначаются для дальнейшего использования в производственном процессе;
- потребности потребителей основываются на ясно определенной цели;
- процесс принятия решения о покупке зачастую сложен и происходит внутри организации с большим числом лидеров, имеющих свое мнение;
- покупатель часто имеет глубокое и специальное знание продукта;
- происходит относительно много времени между первым контактом с потребителем и заключением контракта.

Сегментация рынка.

Целесообразно делить рынок на определенные сегменты на основе дифференцированного поведения потребителей. Более того, сегментация рынка - главное предварительное условие эффективного использования инструментов маркетинга.

Сегмент рынка должен отвечать трем требованиям;

1) поведение потребителей в сегменте должно быть возможно более одинаковым,

2) сегмент должен быть четко отличим от других.

3) размеры сегмента должны быть достаточно большими, чтобы предприятие, действующее на дифференцированном участке рынка, смогло окупить затраты.

Сегментация может основываться на следующих факторах:

- географические или языковые критерии (национальность, регион, преобладание городского или сельского населения и т.д.);

- социально-демографические критерии:

а) индивидуальные (возраст, пол, доход, образование, профессия, размер семьи и т.д.),

б) относящиеся к предприятию (размер, отрасль промышленности и т.д.);

- психологические критерии (способность потребителей воспринимать новизну, их жизненные цели, статус и т.д.);
- другие факторы.

Для каждого сегмента (целевой группы потребителей) определяют:

- структуру и потенциальную емкость рынка;
- потребности потребителей и критерии принятия решения о покупке;
- конкуренцию по доле захвата рынка;
- уровень рыночных цен;
- требования к продукту.

Количественными характеристиками рынка являются:

- емкость рынка;
- фаза жизненного цикла рынка;
- насыщение рынка;
- темпы роста (абсолютные значения и проценты за год);
- стабильность спроса.

Качественными характеристиками рынка является:

- структура потребностей потребителей;
- мотивы совершения покупки;
- позиция по отношению к рекламе в процессе покупки;
- интенсивность и острота конкуренции.

## 7. Разработка раздела "3. ТОВАР И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ"

Цель раздела: Дать характеристику товара, делая упор на исчерпывающее знание отличительных черт и максимальное удовлетворение запросов рынка в данном виде товара.

Рекомендации:

- правильно используйте графики и диаграммы для сравнения Вашей продукции с аналогичными изделиями конкурирующих фирм;
- используйте фотографии и рисунки, если вы считаете, что они могут быть полезны;
- не перегружайте раздел техническими подробностями, если необходимо - дайте их в Приложении;

- определите, какими преимуществами обладает Ваша продукция.

### 3.1. Описание товара.

В п. 3.1 бизнес-плана описывается товар:

- наименование;
- перечень удовлетворяемых товаром потребностей;
- основные технические характеристики;
- потребительские свойства товара;
- дизайн (эргономические и эстетические показатели);
- основные отличия и преимущества товара;
- особенности технологии изготовления.

Для товаров, планируемых к реализации на внешних рынках, указывается:

- необходимость перехода к другой системе измерения;
- необходимость внесения изменений в конструкцию;
- приемлемость для страны-рынка названия, цвета, упаковки;
- приемлемость для страны-рынка языка, содержания, диаграммы в инструкциях и другой документации, прилагаемых к товару.

### 3.2. Экологические свойства товара и технологического процесса его изготовления.

В п. 3.2 бизнес-плана описывается:

- воздействие товара на экологическую среду;
- свойства товара, благоприятно воздействующие на экологическую среду;
- возможности товара по контролю состояния экологической среды;
- обеспечение экологической и технологической безопасности.

Влияние эксплуатации товара на экологическую среду должно анализироваться особенно

тщательно у товаров, предназначенных для основного производства следующих объектов и видов промышленности:

- нефтехимическая, нефте- и газоперерабатывающая промышленность;
- химические комбинаты и предприятия по производству стекла, минеральных удобрений, пестицидов и других ядохимикатов;
- добыча и переработка всех видов полезных ископаемых, включая нефть и газ;
- предприятия по производству древесной массы, целлюлозы, полуцеллюлозы, бумаги, картона;
- фабрики по очистке, промывке и отбеливанию шерсти, кожевенные заводы, красильные фабрики;
- предприятия с гидромеханизированной добычей песчано-гравийных материалов, цементные и известковые заводы;
- микробиологические производства и заводы антибиотиков;
- склады для хранения нефтяных, нефтехимических, химических продуктов, ядохимикатов, минеральных удобрений, пестицидов, наземные хранилища природного газа, подземные хранилища горючих газов;
- животноводческие комплексы (свиноводческие, по откорму молодняка крупного рогатого скота, птицефабрики);
- мелиоративные системы;
- системы водоснабжения крупных городов;
- объекты, полигоны термической, химической переработки, утилизации и захоронения промышленных, сельскохозяйственных и других отходов;
- санитарно-технические сооружения и установки коммунального назначения: мусоросжигательные и мусороперерабатывающие заводы, свалки для складирования отходов органического происхождения (включая скотомогильники), твердых бытовых отходов районного или областного значения.

### 3.3. Состояние разработки.

В п. 3.3 бизнес-плана характеризуется состояние разработки;

- изделие окончательно разработано;
- создан макет, рабочий или опытный образец;
- изделие находится в стадии постановки на производство;
- изделие находится в стадии производства;
- имеются возможности для расширения ассортимента предлагаемого товара.

### 3.4. Дефицитные материалы, сырье, комплектующие и труднодоступные районы поставки.

В п. 3.4 бизнес-плана указывается:

- использование в товаре дефицитного сырья, материалов, комплектующих;
- труднодоступные районы поставок;
- возможность найти более доступное сырье, материалы, комплектующие и районы поставки;
- существование альтернативных поставок.

### 3.5. Научеёмкость товара и технологии. Правовая защита товара.

В п. 3.5 бизнес-плана описывается:

- использование лицензий, "ноу-хау", авторских прав,
- патентозащищенность (действующая и планируемая), сроки действия и страны;
- наличие или планирование регистрации торговой марки товара.

### 3.6. Общая характеристика конкурентоспособности товара.

Конкурентоспособность товара является относительной (по отношению к товарам-конкурентам) характеристикой. Она определяется:

- качеством товара,
- наличием торговой марки,
- состоянием рекламной деятельности,
- ценообразованием и различными видами уступок и льгот,
- уровнем послепродажного обслуживания.

Для ответа по п. 3.6 заполняют [табл. 1](#), сравнивая предлагаемый товар, его цену, продвижение и сбыт с основными товарами-конкурентами (товар А, товар Б, товар В и др.).

Для каждого фактора конкурентоспособности проставляют оценки в сравнении с предлагаемым товаром: "хуже", "одинаково", "лучше".

После чего делается качественный анализ, а его результаты используют при разработке плана реализации.

Возможно привлечение для заполнения такой таблицы группы экспертов, проставление ими количественных оценок и их обработка.

При сравнении продвижения товара на рынок, планировании рекламной кампании и составлении планов реализации помните, что эффективность стимулирования продаж для потребительских и промышленных товаров различна. Так, для товаров широкого спроса наиболее эффективна реклама. Если ее эффективность принять за 1, то эффективность стимулирования сбыта составит 0,84, личных продаж - 0,57, а пропаганды - 0,31.

Для товаров промышленного назначения наиболее эффективны личные продажи. Если их эффективность принять за 1, то эффективность стимулирования сбыта составит 0,58, рекламы - 0,37, а пропаганды - 0,26.

Таблица 1

Факторы конкурентоспособности	Оценка предлагаемого товара в сравнении с товарами конкурентов			
	Товар	Товар А	Товар Б	Товар В
<p>1. Товар</p> <p>1.1. Качество</p> <p>1.2. Техничко-экономические показатели и показатели ресурсосбережения</p> <p>1.3. Престиж торговой марки</p> <p>1.4. Дизайн</p> <p>1.5. Упаковка</p> <p>1.6. Гарантийный срок</p> <p>1.7. Уровень послепродажного обслужив.</p> <p>1.8. Надежность</p> <p>1.9. Защищенность патентом</p> <p>2. Цена</p> <p>2.1. Продажная</p> <p>2.2. Процент скидки с цены (от объема партии и т.д.)</p> <p>2.3. Условия платежей с точки зрения выгоды для потребителя:  - с отсрочкой платежей,  - предоплата.</p> <p>3. Продвижение товара на рынки А. Рынок потребительских товаров:</p> <p>3.1. Реклама</p> <p>3.2. Стимулирование сбыта</p> <p>3.3. Личные продажи</p>				

3.4. Пропаганда				
Б. Рынок промышленных товаров:				
3.1. Личные продажи				
3.2. Стимулирование сбыта				
3.3. Реклама				
3.4. Пропаганда				
4. Сбыт				
4.1. Каналы сбыта				
4.2. Размещение складских помещений				
4.3. Система транспортировки				
4.4. Система контроля за пасов				

## 8. Разработка раздела "4. ПЛАН РЕАЛИЗАЦИИ ТОВАРА"

Цель раздела: Показать, как планируется реализация товара, и документально подтвердить запланированный сбыт.

4.1. Программа рыночных исследований в процессе вывода товара на рынок и на последующих этапах жизненного цикла товара.

В п. 4.1 бизнес-плана описывается:

- план сбора и анализа рыночной информации в процессе разработки, на этапах пробных продаж, выведения на рынок и последующих этапах жизненного цикла товара;
- планируемые работы по уточнению объема продаж, ассортимента товара и рынков сбыта;
- направления совершенствования продукции с учетом срока прохождения жизненного цикла товара, ответных действий конкурентов, реакции потребителей, требований к упаковке, ее параметрам и внешнему виду.

4.2. Рекламная кампания.

В п. 4.2 бизнес-плана приводятся:

- целевые группы воздействия;
- основные цели кампании;
- средства и способы рекламы;
- сроки и частота рекламных обращений;
- исполнители.

4.3. Планирование сбыта.

В п. 4.3 бизнес-плана приводятся:

- характеристика собственной сбытовой сети и каналы сбыта товара;
- использование сбытовых сетей других фирм;
- работа под торговой маркой известной фирмы;
- использование "Паблик - рилейшнз";

4.4. Планирование послепродажного обслуживания и сервиса.

В п. 4.4 бизнес-плана характеризуется организация послепродажного обслуживания и сервиса.

4.5. Затраты на реализацию товара.

В п. 4.5 бизнес-плана указываются планируемые затраты на реализацию товара (коммерческие расходы).

4.6. Объем реализации товара во времени, по регионам и потребителям.

В п. 4.6 бизнес-плана указываются:

- объем реализации товара в натуральных и денежных единицах для планируемого срока реализации проекта. Если не известен жизненный цикл товара, то срок должен быть не менее 3 - 5 лет или до выхода на проектную мощность;
- объем реализации указывают по регионам и по основным потребителям.

4.7. Документальное подтверждение запланированного объема сбыта товара.

В п. 4.7 бизнес-плана указывается наличие документального подтверждения планируемых поставок товара на период не менее срока окупаемости проекта. Сами договора купли-продажи, протоколы намерений, оформленные по всем правилам, приводят в приложении к бизнес-плану.

## 9. Разработка раздела "5. ПЛАН ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПРЕДМЕТАМИ И СРЕДСТВАМИ ТРУДА"

Цель раздела: Привести план приобретения необходимого сырья, материалов, комплектующих, оборудования для изготовления товара.

5.1. Название региона поставки.

Рассматриваются регионы поставки: Республика Татарстан, Российская Федерация, страны Содружества Независимых Государств и другие зарубежные страны. особо выделяется свой регион, если возможно организовать замкнутый цикл производства товара в Республике Татарстан.

Пункт 5.2 - 5.6 бизнес-плана заполняются отдельно по каждому из регионов поставки.

5.2. Фирмы-поставщики по основным видам сырья, материалов, комплектующих и оборудования.

В п. 5.2 для каждого основного вида сырья, материалов, комплектующих и оборудования указывается название фирмы, город, страну. Полный перечень приобретаемого оборудования приводится в Приложении.

5.3. Объемы поставок.

В п. 5.3 объемы поставок указываются в натуральных и денежных единицах (для импорта - в валюте страны импорта).

5.4. Характер и средства доставки.

В п. 5.4 указываются характер и средства доставки необходимого сырья, материалов, комплектующих и оборудования.

5.5. Гарантированность и стабильность поставок.

В п. 5.5 подтверждают гарантированность и стабильность поставок:

- указываются альтернативные поставки по более выгодным условиям или из более доступных регионов,

- указываются лимитированные поставки, причины и пути их устранения.

5.6. Наличие протоколов намерений, договоров, контрактов на поставку.

В п. 5.6 перечисляют документы, подтверждающие поставку, а сами документы приводятся в приложении.

## 10. Разработка раздела "6. ПЛАН ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВА"

Назначение - дать представление о продуманности обеспечения производства недостающими мощностями и оборудованием.

6.1. Проведение НИОКР для обеспечения производства своими силами.

6.2. Проведение НИОКР для обеспечения производства по договору.

В п. 6.1 и п. 6.2 бизнес-плана указываются:

- этапы, сроки и стоимость НИОКР по созданию необходимого оборудования или технологического процесса для производства товара.

6.3. Этапы и сроки технологической подготовки серийного производства.

В п. 6.3 приводятся этапы и сроки технологической подготовки серийного производства.

6.4. Технологическое оборудование, необходимое для производства запланированного количества товара.

В п. 6.4 (при большом объеме - в приложении) приводится перечень оборудования, необходимого для запланированного максимального объема производства товара.

6.5. Недостающие производственные мощности и технологическое оборудование.

В п. 6.5 указываются:

- производственные мощности;
- производственные площади;
- станки;
- транспортные средства;
- вентиляционное оборудование;
- складские помещения;
- очистные сооружения;
- охрана;
- энергоносители:  
электроэнергия,  
вода,  
пар,  
газ,  
сжатый воздух;  
и др.

6.6 Способы привлечения недостающих мощностей и оборудования.

В п. 6.6 указываются:

- покупка;
- аренда;
- лизинг;
- строительство;
- использование имеющегося.

#### 6.7. Кооперация.

В п. 6.7 указывается планируемая производственная кооперация (с кем и в какой области) при изготовлении товара. Подробно описывается кооперация с предприятиями Республики Татарстан.

#### 6.8. Сертификация производства.

#### 6.9. Система контроля качества товара.

#### 6.10. Охрана окружающей среды.

В п. 6.10 описывается воздействие технологического процесса изготовления товара на экологическую среду, указывают мероприятия по охране окружающей среды при производстве товара и подтверждающие их документы.

#### 6.11. Общие издержки (управление, производство, сбыт).

#### 6.12. Прямые издержки.

#### 6.13. Охрана труда.

В пункте 6.13 указываются:

- характеристика технологического процесса, применяемого сырья, материалов и конечного продукта;

- планируемые меры по обеспечению безопасной организации производства и исключению рисков повреждения здоровья работников.

### 11. Разработка раздела "7. ПЛАН ПО ТРУДОВЫМ РЕСУРСАМ"

Ответы на пункты 7.1, 7.2, 7.4 рекомендуется представить в виде табл. 2 или табл. 3. Таблицу приводят в приложении, а в основном тексте - результаты.

#### 7.1. Обеспеченность персоналом.

#### 7.2. Необходимость и форма привлечения новых работников.

В п. 7.2 указываются формы привлечения к труду:

- постоянная работа;
- совместительство;
- надомная и т.д.

#### 7.3. Необходимость обучения.

В п. 7.3 указываются:

- специальность;
- форма обучения;
- место;
- срок;
- стоимость.

#### 7.4. Создание новых рабочих мест.

Таблица 2

Категория работников	Численность по годам реализации проекта				Часовая ставка по годам				Число человеко-часов по годам				Годовой заработок по годам			
Специалисты																
Квалифицированные рабочие																
Младший обслуживающий персонал																

Продолжение табл. 2

Всего требуется																
из них: новые рабочие места																
в т.ч. - новые рабочие места, не требующие обучения - новые рабочие места, требующие обучения																

7.5. Штатное расписание.  
(Отдельно для управления, производства и сбыта)

Таблица 3

Должность	Количество	Месячный оклад тыс. руб.	Всего	Выплаты в течение реализации проекта
				с ... месяца по ... месяц
				с ... месяца по ... месяц
				с ... месяца по ... месяц



## 12. Разработка раздела "8. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВАЯ ФОРМА РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА"

Цель раздела: спланировать организацию производства товара.

При существующем состоянии промышленных предприятий, их большой задолженности, старой системе и структуре управления существует опасность того, что выделенные средства пойдут не по назначению.

Для успешной реализации проекта необходимо выделить (обособить) проект с разумным использованием получаемой от его реализации прибыли. Должны быть показаны организационные мероприятия по реализации проекта:

- выделение подразделения, осуществляющего проект, на самостоятельный баланс со своим расчетным счетом и получение им субсчета;
- создание временной организационной структуры;
- назначение руководителя проекта;
- для существующего предприятия должна быть выполнена оценка соответствия его структуры и применяемых методов управления специфике поставленных целей проекта и путей их достижения;
- для создаваемых предприятий проектирование всех структур должно быть в максимальной степени увязано с основными положениями проекта;
- создание совместного предприятия.

## 13. Разработка раздела "9. ОЦЕНКА РИСКА И СТРАХОВАНИЕ"

Назначение - определение потенциальных проблем, трудностей и рисков, с которыми придется столкнуться в ходе реализации проекта.

Инвестор должен убедиться, что разработчик бизнес-плана реально смотрит на вещи и готов к сложностям, которые всегда сопровождают осуществление любого, даже самого подготовленного мероприятия.

Основными видами риска по месту их возникновения могут быть:

- риск отсутствия сбыта;
- риск организации производства;
- производственный риск при изготовлении продукции;
- финансовый риск, возникающий в сфере взаимоотношений с банками и финансовыми органами.

Необходимо привести:

- перечень возможных рисков с указанием субъективной оценки их возникновения и ожидаемого ущерба от этого,
- меры по профилактике и нейтрализации рисков,
- программу страхования от рисков.
- название страховой компании, с которой предполагается работать, ее реквизиты (адрес, телефон, фамилии)

## 14. Разработка раздела "10. ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ"

"Цель раздела: определить эффективность проекта.

В данном разделе необходимо представить по периодам планирования проекта по формам [таблиц 10.1 - 10.11](#) в постоянных ценах следующие данные:

- инвестиционные издержки ([таб. 10.1](#));
- график освоения проектной мощности производства ([таб. 10.2](#));
- затраты на производство и реализацию продукции (услуг) ([таб. 10.3](#));
- источники финансирования инвестиционного проекта ([таб. 10.4](#));
- план денежных поступлений и выплат по годам реализации проекта ([таб. 10.5](#));
- данные для расчета срока окупаемости проекта ([таб. 10.6](#));

данные для расчета внутренней нормы рентабельности (таб. 10.7);  
данные для расчета срока окупаемости с учетом дисконтирования и дисконтированного дохода (таб. 10.8);  
расчет НДС (таб. 10.9);  
график погашения кредита и уплаты процентов (таб. 10.10);  
бюджетный эффект от реализации проекта (таб. 10.11).  
Расчет оборотных средств выполняются по форме табл. 11.1 и приводятся в приложении к бизнес-плану.

Согласие банков или других заимодателей, включая иностранных, на предоставление средств должно быть подтверждено соответствующими документами с обязательным указанием условий предоставления кредитов (процентная ставка, условия, сроки предоставления и погашения кредита).

Продолжительность расчетного периода в течение первых двух лет (включая выпуск продукции) устанавливается в один квартал, далее - по годам.

При наличии компьютерных программ "Альт - Инвест", "Project Expert", "Аналитик" и др. рекомендуется использовать их для проведения необходимых расчетов и заполнения таблиц 10.1 - 10.10. При этом расчеты рекомендуется проводить поквартально, исследовать чувствительность показателей проекта к изменениям основных его характеристик, а также использовать другие дополнительные возможности этих программ.

Ходатайство о предоставлении средств бюджета Республики Татарстан на возвратной и платной основе должно быть подкреплено сведениями об отсутствии других источников финансирования проекта и обязательством целевого использования испрашиваемых государственных средств.

В случае стремления претендента получить государственную гарантию для привлечения инвестиций необходимо охарактеризовать риски и обосновать значение гарантии.

Исходными данными определения эффективности инвестиционного проекта служат данные плана денежных поступлений и выплат (таблица 10.5). Необходимым условием реализуемости проекта является положительное значение показателя денежного потока для каждого интервала времени (таблица 10.6).

Для оценки эффективности проекта вычисляются:

- срок окупаемости,
- внутренняя норма рентабельности  $\langle * \rangle$ ,
- срок окупаемости с учетом дисконтирования,
- чистый дисконтированный доход (ЧДД)  $\langle ** \rangle$ ,
- срок возврата кредита (для каждого кредита отдельно).
- рентабельность продаж.

Рентабельность продаж определяется как отношение прибыли от продаж к объему реализованной продукции по проекту. Принципиальным условием эффективности проекта является положение о том, что рентабельность продаж по проекту должна быть выше рентабельности продаж предприятий-конкурентов.

Рентабельность продаж рассчитывается по данным таблицы 10.8.1.

Срок окупаемости представляет собой отрезок времени с момента выдачи средств бюджета Республики Татарстан (внебюджетных фондов) на возвратной и платной основе до момента, когда разность между накопленной суммой чистой прибыли с амортизационными отчислениями и суммарным объемом инвестиций приобретает положительное значение. Срок окупаемости рассчитывается по данным табл. 10.6. В объем инвестиций включаются затраты за счет всех источников финансирования согласно итогу табл. 10.4.

Объем инвестиций при расчете срока окупаемости принимается без учета налога на добавленную стоимость.

При определении эффективности проекта показатели чистой прибыли и амортизационных отчислений относятся только к реализации инвестиционного проекта и не должны отражать результаты хозяйственной деятельности существующего предприятия, принадлежащего заявителю.

Внутренняя норма рентабельности определяется как дисконтирующий множитель,

приводящий разновременные значения баланса доходов и инвестиционных расходов к началу реализации проекта.

Она является максимальной величиной процентной ставки, при которой занятые средства окупятся за жизненный цикл проекта. исходя из условия, что сумма дисконтированных разностей денежных потоков равна нулю:

$$\sum_{t=1}^T Pt \frac{1}{(1+n)^{t-1}} = 0,$$

где  $P_t$  - ежегодная разность денежных потоков (табл. 10.7);

$T$  - суммарная продолжительность жизненного цикла проекта, включая строительство объекта и эксплуатацию основного технологического оборудования;

$n$  - внутренняя норма рентабельности.

Внутренняя норма рентабельности рассчитывается по данным таблицы 10.7.

Расчеты производятся последовательным подбором  $n$ . Принципиальным условием эффективности проекта является положение о том, что внутренняя норма рентабельности должна быть не меньше принятой процентной ставки по долгосрочным кредитам.

<\*> В инвестиционном проектировании используются также другие названия, внутренняя норма доходности (ВНД), внутренняя норма прибыли, возврата инвестиций, Internal Rate of Return (IRR).

<\*> Другие названия - чистая приведенная (или чистая современная) стоимость, интегральный эффект, Net Present Value (NPV).

Срок окупаемости с учетом дисконтирования и дисконтированный доход рассчитываются по данным табл. 10.8.

Коэффициенты дисконтирования  $at$  для постоянной нормы дисконта  $E$  рассчитываются по формуле

$$at = (1 + E)^{-(t-1)}$$

где  $t$  - номер шага расчета ( $t = 1, 2, \dots T$ ).

Срок окупаемости с учетом дисконтирования представляет собой отрезок времени с момента выдачи средств до момента, когда значение в строке 7 табл. 10.8 приобретает положительные значения.

Значение дисконтированного дохода NPV определяют как последнее значение в строке 7 табл. 10.8.

Расчеты коэффициентов оценки структуры баланса предприятия:

- текущей ликвидности,
- обеспеченности собственными средствами,
- отношение собственных средств к величине заемных средств в составе средств финансирования,

- восстановления (утраты) платежеспособности проводятся в соответствии с Постановлением Правительства Российской Федерации от 20 мая 1994 N 498 "О некоторых мерах по реализации законодательства о несостоятельности (банкротстве) предприятий". Методика расчета коэффициентов изложена в приложении 1 к вышеназванному Постановлению Правительства Российской Федерации и Методических положениях по оценке финансового состояния предприятий и установлению неудовлетворительной структуры баланса (Федеральное управление по делам о несостоятельности от 12 августа 1994 N 31-р).









всего, в том числе: налоги, относимые на финансовый результат (указать каждый в отдельности) налог на прибыль										
9. Чистая прибыль (9) = (7) - (8)										
10. То же нарастающим итогом										

Таблица 10.4

ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА,  
тыс. рублей

Наименование показателей	Средства на начало реализации проекта	1-й год					2-й год				
		Всего	I кв.	II кв.	III кв.	IV кв.	Всего	I кв.	II кв.	III кв.	IV кв.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1. Собственные средства, направляемые на финансирование проекта - всего, в том числе											
1.1. Прибыль (фонд накопления) на начало реализации проекта											
1.2. Амортизационные отчисления											
1.3. Средства от продажи акций в объеме их поступления на счет											

предприятия												
1.4. Выручка от реализации основных средств												
1.5. Учредительские взносы участников проекта												
2. Заемные средства - всего, в том числе												
2.1. Кредиты коммерческих банков (по каждому кредиту в отдельности)												
2.2. Иностранные кредиты и займы (по каждому в отдельности)												
2.3. Другие заемные средства (расшифровать)												
3. Средства государственной поддержки за счет бюджета Республики Татарстан												
ИТОГО												
Справочно: сумма государственной субсидии в соответствии с <a href="#">Постановлением</a> Кабинета Министров Республики Татарстан от 11.03.2001 N 123												

Таблица 10.5

ПЛАН ДЕНЕЖНЫХ ПОСТУПЛЕНИЙ И ВЫПЛАТ ПО ГОДАМ







Республики Татарстан												
коммерческие кредиты и займы (по каждому в отдельности)												
В2.3. Налоги и обязательные платежи: из себестоимости и прибыли (пп. 6.2.3 и 8 табл. 10.3) НДС к уплате в бюджет (п. 5 таб. 10.9)												
В.2.4. Покупка ценных бумаг												
В.2.5. Выплата дивидендов												
В.3. Сальдо денежных поступлений и выплат от финансовой деятельности (В3) = (В1) - (В2)												
Д. Денежный поток												
Д1. По годам реализации проекта (Д1) = (А3) + (Б3) + (В3)												
Д2. Накопленный денежный поток												

Таблица 10.6

ДАННЫЕ ДЛЯ РАСЧЕТА СРОКА ОКУПАЕМОСТИ ПРОЕКТА, млн руб.

Наименование показателей	I год		II год		III год
	всего	по кварталам I	всего	по кварталам I	

		II III IV		II III IV	
1	2	3	4	5	6
1. Объем инвестиций (итог табл. 10.1)					
2. То же нарастающим итогом					
3. Сумма чистой прибыли и амортизационных отчислений (табл. 10.3)					
4. То же нарастающим итогом					
5. Сальдо (4) - (2)					

Таблица 10.7

ДАННЫЕ ДЛЯ РАСЧЕТА ВНУТРЕННЕЙ НОРМЫ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ

Наименование показателей	Годы строительства и эксплуатации												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Ежегодная разность (P[t]) P[t] = (п. п. 1 - 3 табл. 10.6)													

Таблица 10.8

ДАННЫЕ ДЛЯ РАСЧЕТА СРОКА ОКУПАЕМОСТИ С УЧЕТОМ ДИСКОНТИРОВАНИЯ И ДИСКОНТИРОВАННОГО ДОХОДА NPV

Наименование показателей	Номер шага при расчете

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1. Объем инвестиций (п. 1 табл. 10.6)												
2. Сумма чистой прибыли и амортизационных отчислений (п. 3 табл. 10.6)												
3. Коэффициенты дисконтирования at												
4. (1) x (3)												
5. (2) x (3)												
6. (5) - (4)												
7. То же нарастающим итогом (NPVt)												

Таблица 10.8.1

#### РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ ПРОДАЖ

Наименование показателей	Годы					
	1	2	3	4	5	6
1. Прибыль от производства и реализации продукции						
2. Выручка от продажи продукции (в денежном выражении) без НДС и акцизов						
3. Рентабельность продаж, % (1) / (2) x 100						

Таблица 10.9



1. Привлечение кредитов										
2. Погашение задолженности по кредиту										
3. Задолженность по кредиту на конец периода										
4. Начислено и выплачено процентов - всего, в том числе за счет: средств господдержки собственных средств										
5. Сумма невыплаченных процентов, в том числе за счет: средств господдержки собственных средств										

Таблица 10.11

**БЮДЖЕТНЫЙ ЭФФЕКТ ОТ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА**  
(тыс. рублей)

Наименование статьи	1-й год	2-й год	Третий и последующие годы, всего
1. Выплаты а) предполагаемая государственная поддержка проекта			
2. Поступление средств, итого (п. 2"а" + п. 2"б" + п. 2"в" + + п. 2"г" + п. 2"д" + п. 2"е"), в том числе:			
а) налоги и платежи в бюджет (расшифровать), в том числе: в федеральный бюджет Российской Федерации в бюджет Республики Татарстан			

б) платежи за регистрацию прав на недвижимое имущество и землю			
в) отчисления на социальное страхование			
г) выручка от продажи государственного пакета акций			
д) возврат процентов по государственному кредиту			
е) возврат основного долга государству			
3. Сальдо потока (п. 2 - п. 1)			
4. То же нарастающим итогом			
5. Коэффициент дисконтирования			
6. Дисконтированная величина (п. 3 x п. 5)			
7. Чистый дисконтированный доход (ЧДД) государства нарастающим итогом: ЧДД федерального бюджета Российской Федерации ЧДД бюджета Республики Татарстан			

### 15. Оформление раздела "11. ПРИЛОЖЕНИЕ"

Цель приложений - подтвердить документально положения, изложенные в предыдущих разделах бизнес-плана.

Перечень приложений представлен в п. 2.1 данного макета бизнес-плана.

Прилагаемые копии документов должны быть читабельными.

В приложении к бизнес-плану приводится также расчет оборотных средств по форм табл. 11.1.

Таблица 11.1

#### РАСЧЕТ ПОТРЕБНОСТИ В ОБОРОТНОМ КАПИТАЛЕ (по каждому виду товара (услуги))

Наименование запасов	Единица измерения	1 год		2 год	
		всего	по кварталам I II III IV	всего	по кварталам I II III IV
1	2	3	4	5	6
1. Запасы основного сырья	дней				
	млн руб.				
2. Запасы прочего сырья	дней				
	млн руб.				
3. Запасы вспомогательных средств	дней				
	млн руб.				
4. Запасы энергоресурсов	дней				
	млн руб.				

5. Запасные части	дней				
	млн руб.				
6. Объем незавершенного производства	дней				
	млн руб.				
7. Запасы готовой продукции	дней				
	млн руб.				
8. Общая сумма	дней				
	млн руб.				
9. Прирост	млн руб.				

*Постановление КМ РТ от 07.05.1999 N 284 (ред. от 13.07.2015) "Об утверждении Положения о порядке предоставления государственной поддержки предприятиям и организациям, реализующим инвестиционные проекты в Республике Татарстан" {КонсультантПлюс}*