

МИНИСТЕРСТВО ИНВЕСТИЦИЙ И ИННОВАЦИЙ
КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ

ОСНОВЫ СОСТАВЛЕНИЯ БИЗНЕС-ПЛАНОВ



МАЛЫМ И СРЕДНИМ
ПРЕДПРИЯТИЯМ –
БЛАГОПРИЯТНЫЕ
УСЛОВИЯ ДЛЯ БИЗНЕСА

*Методическое пособие
для субъектов малого и среднего
предпринимательства
Красноярского края*

Красноярск, 2012

Министерство инвестиций и инноваций
Красноярского края

ОСНОВЫ СОСТАВЛЕНИЯ БИЗНЕС-ПЛАНОВ

Информационный справочник
для субъектов малого и среднего предпринимательства
Красноярского края

Красноярск

2012

УДК 332.1

ББК 65.9(2Рос-4Крн)-131

О-753

О-753 Основы составления бизнес-планов: информационный справочник для субъектов малого и среднего предпринимательства Красноярского края.
– Красноярск, 2012. – 64 с.

Настоящее издание подготовлено с целью информирования предпринимателей об основах составления бизнес-планов. Оно содержит рекомендации по ключевым пунктам бизнес-плана, а также описание типичных ошибок, допускаемых предпринимателями при разработке данного вида проектной документации.

Представляет интерес для руководителей малых и средних предприятий, а также для тех, кто планирует начать свое дело.

ДАННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ПРЕДНАЗНАЧЕНЫ ДЛЯ РАСПРОСТРАНЕНИЯ СРЕДИ
СУБЪЕКТОВ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА
КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ
РАСПРОСТРАНЯЕТСЯ БЕСПЛАТНО

УДК 332.1

ББК 65.9(2Рос-4Крн)-131

© Министерство инвестиций и инноваций
Красноярского края, 2012

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
1. БИЗНЕС-ПЛАН И ЕГО РОЛЬ В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЕМ.....	5
2. РЕКОМЕНДАЦИИ ПО СОСТАВЛЕНИЮ ОСНОВНЫХ РАЗДЕЛОВ БИЗНЕС-ПЛАНА.....	7
2.1. РЕЗЮМЕ.....	7
2.2. ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ ОБ ОРГАНИЗАЦИИ	12
2.3. ОПИСАНИЕ ТОВАРОВ / УСЛУГ И ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА.....	13
2.4. ПЛАН МАРКЕТИНГА И АНАЛИЗ РЫНКА	16
2.5. ПЛАН ПРОИЗВОДСТВА / ГРАФИК РАБОТ	21
2.6. ПЛАН ПО ПЕРСОНАЛУ	24
2.7. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН.....	26
2.8. АНАЛИЗ РИСКОВ ПРОЕКТА	31
3. БИЗНЕС-ПЛАНЫ И ПОЛУЧЕНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ	33
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	44
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	46
ПРИЛОЖЕНИЕ 1. ПЕРЕЧЕНЬ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ ИСТОЧНИКОВ ИНФОРМАЦИИ ПО ТЕМАТИКЕ СОСТАВЛЕНИЯ БИЗНЕС-ПЛАНОВ	46
ПРИЛОЖЕНИЕ 2. ПЕРЕЧЕНЬ ОРГАНИЗАЦИЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ ПОДДЕРЖКИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В КРАСНОЯРСКОМ КРАЕ, ОКАЗЫВАЮЩИХ ПОМОЩЬ В СОСТАВЛЕНИИ БИЗНЕС-ПЛАНОВ.....	48
ПРИЛОЖЕНИЕ 3. РЕКОМЕНДАЦИИ ВНОВЬ СОЗДАННЫМ СУБЪЕКТАМ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА, ПРЕТЕНДУЮЩИМ НА ВОЗМЕЩЕНИЕ ЧАСТИ РАСХОДОВ, СВЯЗАННЫХ С ПРИОБРЕТЕНИЕМ И СОЗДАНИЕМ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ И НАЧАЛОМ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	52

ВВЕДЕНИЕ

Целью данной брошюры является ознакомление предпринимателей, решивших открыть собственный бизнес, с основами составления бизнес-планов.

Бизнес-план действительно является основой бизнеса. Составлять его «для галочки» и относиться к нему только как к еще одному формальному документу, необходимому инвестору для принятия решения о предоставлении заемных средств, – значит придерживаться крайне недальновидного подхода. Бизнес-план нужен не только и не столько потенциальному инвестору, сколько самому предпринимателю: именно при его составлении он сможет не только структурировать свои бизнес-идеи и превратить их в конкретные направления деятельности, не только провести анализ рынка и конкурентной среды, но и осознать, как его задумка, привлекательная, в том числе, своей абстрактностью, может быть реализована в существующих условиях. Бизнес-план позволяет понять, является ли идея действительно удачной, учитывая уровень затрат на ее воплощение, деятельность ближайших конкурентов, или же необходимо внести коррективы в изначальный план.

Кроме того, именно от качества составления бизнес-планов напрямую зависит принятие инвестором решения о финансировании проекта. Нередки случаи, когда даже перспективные проекты остаются без внимания инвесторов из-за плохо составленного бизнес-плана.

В данном издании содержатся основные рекомендации по составлению ключевых разделов бизнес-плана, а также приведены типичные ошибки, которые допускают предприниматели при составлении этого документа. Следует обратить внимание на то, что изучения лишь одной брошюры будет недостаточно для составления качественного бизнес-плана, особенно если у вас нет подобного опыта. С этой целью в приложении 1 приведен список учебно-методических материалов, ознакомление с которыми позволит углубить ваши знания в области бизнес-планирования и разработать качественный бизнес-план, который обязательно привлечет внимание потенциального инвестора.

Желаем удачи в реализации ваших проектов!

1. БИЗНЕС-ПЛАН И ЕГО РОЛЬ В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Многие предприниматели предпочитают активные действия составлению какой бы то ни было проектной документации, к которой относится и бизнес-план. Его разработка требует достаточно много времени, усилий, проведения серьезной предварительной работы без немедленной отдачи. Однако в современных условиях мало предпринимателей, которые успешно создают и развивают свой бизнес без предварительного анализа того, каким потенциалом обладает их бизнес-идея, и без выработки плана действий, в том числе и на долгосрочную перспективу.

Основными целями составления бизнес-плана являются:

- разработка плана развития бизнеса в средне- или долгосрочной перспективе с учетом текущего состояния предприятия, перспектив развития целевого рынка, а также внешнего окружения;
- выработка конкретных и измеримых целей предприятия или определение его будущего состояния;
- определение конкретных методов, стратегии и тактики реализации бизнес-идеи в четких временных рамках;
- создание основы для мониторинга и контроля реализации проекта, а также системы измерения результатов деятельности;
- выработка обоснования для получения заемных средств от инвесторов.

При составлении бизнес-плана важно придерживаться следующих принципов.

- **Ясность.** Бизнес-план необходимо написать простым для восприятия языком, не стоит перегружать его специализированной терминологией – документ должен быть понятен инвестору, который может оказаться и не специалистом в вашей отрасли. Вместе с тем не стоит использовать сленговые, жаргонные фразы или обыденный язык.

-
- **Логичность.** Бизнес-план не должен представлять собой нагромождение разрозненных и дублирующих друг друга сведений – всегда следует придерживаться системы изложения (без логических противоречий и ошибок), а также четкой структуры бизнес-плана (один из вариантов которой представлен в данной брошюре).
 - **Краткость.** 500-страничный бизнес-план не свидетельствует ни о глубине проработки проекта, ни о качестве предварительного анализа; по возможности следует сокращать все второстепенные или имеющие опосредованное отношение к сути бизнес-проекта пункты, особенно это касается описания технологических процессов и/или общетеоретических выкладок.
 - **Информативность.** При необходимости максимально компактного изложения материала важно помнить, что недостаток информации – одна из наиболее распространенных причин отказа инвесторов от финансирования проекта. Требуется предоставить как можно более полные сведения о компании и ее состоянии, учредителях, конкурентном окружении, перспективах рынка и т.д.
 - **Обоснованность.** Декларативные или голословные утверждения – еще одна типичная проблема бизнес-планов. Любое утверждение, носящее дискуссионный характер (а самоочевидных утверждений в бизнес-плане следует избегать), должно быть подтверждено соответствующими фактами, цифрами, исследованиями и т.д.
 - **Правдивость.** Не стоит переоценивать свой потенциал или сообщать не совсем достоверную информацию – при выявлении того, что указанные вами факты не соответствуют действительности, будет достаточно сложно получить кредит на развитие вашего бизнеса.

Единственно верной структуры бизнес-плана не существует. В зависимости от целей/задач, особенностей предприятия и т.д. отдельные пункты могут меняться, однако в любом бизнес-плане, как правило, должно быть отражено следующее:

-
- резюме проекта;
 - общая информация об организации;
 - описание товаров/услуг и технологического процесса;
 - план маркетинга и анализ рынка;
 - план производства/график работ;
 - план по персоналу;
 - финансовый план;
 - анализ рисков проекта.

В следующем параграфе мы рассмотрим каждый из представленных пунктов.

2. РЕКОМЕНДАЦИИ ПО СОСТАВЛЕНИЮ ОСНОВНЫХ РАЗДЕЛОВ БИЗНЕС-ПЛАНА

2.1. РЕЗЮМЕ

Представляет собой краткое описание сути проекта. Подготовка резюме необходимо уделить достаточно много времени, поскольку это первое, что прочтет потенциальный инвестор и на основе чего будет принимать решение о том, следует ли более детально изучить бизнес-план. Как правило, в резюме включают:

- информацию о компании и ее собственниках – краткую справку о компании, руководителях, основных направлениях деятельности, производимой продукции, а также основных финансовых показателях за прошлые периоды;
- суть проекта – описание бизнес-идеи, концепции, реализации которой требует привлечения дополнительных финансовых ресурсов;
- выводы, сделанные по результатам анализа рынка (объемы, перспективы развития, место компании на рынке);
- информацию о персонале – схему структуры управления, а также краткую информацию о качестве и количестве привлекаемого персонала;
- финансовый план – сведения о требуемых заемных средствах и направлениях их расходования, а также прогнозируемый доход, объем чистой прибыли, период окупаемости инвестиций.

Рекомендации

- Главная цель резюме – заинтересовать потенциального инвестора. Следовательно, упор следует делать на обосновании перспективности бизнеса, а также описании конкурентных преимуществ проекта. Но еще более важно показать, что вложение средств в проект с высокой долей вероятности принесет соответствующую отдачу. Это можно сделать путем расчета соответствующих показателей (ROI, IRR, NPV и др.).

ROI (Return on Investment) – «Возврат на инвестиции». Показатель, характеризующий уровень доходности или убыточности бизнеса. ROI является отношением суммы прибыли или убытков к сумме инвестиций. Как правило, выражается в процентах.

Например, вы занимаетесь розничной торговлей. Ваша чистая прибыль на конец периода составила 800 000 руб., при этом вы вложили в оборудование, рекламу, ремонт помещения и т.д. 4 млн руб. В этом случае ROI равен 0,2, или 20%.

Срок окупаемости – это период времени, необходимый для того, чтобы доходы покрыли затраты на инвестиции. Срок окупаемости рассчитывают как отношение Инвестиции / (денежные поступления за 1 период + амортизация).

Например, размер инвестиций в производство составил 3 млн руб. Денежные поступления за 1 год составили 800 тыс. руб., затраты на амортизацию — 200 тыс. руб. Следовательно, срок окупаемости составляет 3 года.

NPV (англ. Net present value) – чистая приведенная стоимость. Показывает величину денежных средств, которые инвестор рассчитывает получить от проекта после того, как поступления окупят первоначальные затраты. Рассчитывается показатель по следующей формуле:

$$NPV = \sum_{t=0}^N \frac{CF^t}{(1+i)^t} = \sum_{t=1}^N \frac{CF^t}{(1+i)^t},$$

где CF – денежный поток (cashflow), t – временной период, I – ставка дисконтирования, которая представляет собой процентную ставку, зависящую от ряда факторов, влияющих на денежные потоки (например, ставка рефинансирования, уровень инфляции и т.д.).

Например, вы хотите понять, стоит ли выпускать новый продукт. В первый период t=0 показатель CF будет отрицательным, так как вам необходимо вложить деньги в производство, продвижение товара и т.д. Пусть затраты составляют 300 тыс. руб., а в

последующие периоды – 100 тыс. руб. При этом начиная со следующего года $t=1$ вы планируете получать доход в размере 250 тыс. руб. Ставка дисконтирования при этом равна 20%. Попробуем рассчитать NPV на три года:

$$T = 0 \quad \frac{-300\,000}{(1+0.2)^0}, \text{ приведенная стоимость (PV) } = -300\,000$$

$$T = 1 \quad \frac{(250\,000-100\,000)}{(1+0.2)^1}, \quad (PV) = 125\,000$$

$$T = 2 \quad \frac{(250\,000-100\,000)}{(1+0.2)^2}, \quad (PV) = 104\,166$$

$$T = 3 \quad \frac{(250\,000-100\,000)}{(1+0.2)^3}, \quad (PV) = 86\,805$$

NPV получаем посредством сложения всех PV. В нашем случае – 15 971 руб. NPV больше нуля, поэтому есть смысл инвестировать в проект. Впрочем, принимая решение, следует сравнить NPV по альтернативным проектам. Также нельзя забывать, что в реальной ситуации денежные потоки в каждый отдельный период (как и расходы), как правило, не равны.

IRR (Internal rate of return) – внутренняя норма доходности. Представляет собой процентную ставку, при которой NPV равен 0, выводится из формулы

$$NPV = -IC + \sum_{t=1}^N \frac{CF^t}{(1+IRR)^t}, \text{ где } IC = -CF_0$$

Из нескольких проектов инвестор скорее всего выберет проект с большим значением IRR.

-
- Резюме в целом должно повторять структуру бизнес-плана. По сути, там должна быть представлена ключевая информация и выводы по основным пунктам проекта.
 - После прочтения резюме у потенциального инвестора должно сложиться четкое понимание того, 1) что собой представляет ваша компания, 2) в чем заключается ваша бизнес-идея и 3) в каком объеме ее реализация потребует финансирования, а также какую выгоду инвестору может принести поддержка вашего проекта. Попробуйте прочитать резюме с точки зрения инвестора, который раньше ничего не слышал о вас и вашем проекте. Если при этом на три указанных вопроса вы не сможете дать четкого ответа, его следует дополнить.

Типичные ошибки

- Представленные показатели доходности никак не обоснованы. Иными словами, отсутствуют ссылки на приведенные в самом бизнес-плане расчеты, основанные на надежных данных. В отсутствие таких расчетов цифры, как правило, выглядят «взятыми с потолка».
- Резюме проекта содержит набор декларативных и/или ничем не обоснованных утверждений («Это самый перспективный проект за последние 10 лет в отрасли X»; «Проект сочетает высокую норму доходности с крайне низкой степенью риска»). Как правило, подобные формулировки отпугивают инвесторов. Конечно, немного здоровой рекламы не повредит, однако всегда лучше представить в выгодном свете факты и положения, подтвержденные предварительным анализом, описанные в терминах конкретной ценности для инвестора, чем подменить описание проекта набором рекламных слоганов.
- В резюме отсутствует описание объекта финансирования. Например, объектом финансирования не может служить «полнение оборотных средств»; необходимо представить конкретные статьи расходования привлеченных средств.

-
- Резюме занимает один абзац или по своим размерам сопоставимо с бизнес-планом. Всегда помните, что резюме – это краткое описание проекта, его объем должен составлять не более 2–2,5 стр. формата А4.

2.2. ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ ОБ ОРГАНИЗАЦИИ

В данном разделе представлена информация о вашей компании. Как правило, здесь необходимо отразить следующие параметры:

- организационно-правовая форма, год создания, имена и фамилии учредителей, их доли в уставном фонде предприятия;
- история создания и развития компании;
- организационная структура;
- основные направления деятельности, а также ключевые результаты, которых достигла компания за время своего существования (примеры успешных проектов);
- информация о ключевых сотрудниках компании (представленная, как правило, в виде их резюме).

Рекомендации

- Если компания образована недавно (старт-ап), следует дать подробное резюме основных участников проекта, где были бы указаны образование, опыт работы, ключевые результаты и достижения в профессиональной деятельности.
- Необходимо представить основные элементы стратегии компании, а также примерный план дальнейшего развития бизнеса. Как правило, инвесторам не интересно финансировать единичную акцию (например, покупку транспортных средств при открытии компании, занимающейся грузоперевозками), приоритетны для них те проекты, которые имеют конкретный план развития на ближайшие пять-семь лет.
- Цели компании на ближайшую перспективу должны носить конкретный и измеримый характер (например, занять 10%

рынка к 2015 г.; открыть не менее 20 торговых точек в Красноярском крае к концу 2016 г. и др.). Если у компании есть миссия/видение, корпоративные ценности и т.д., их описанию также следует уделить определенное место, однако не стоит слишком увлекаться: помните, конкретные цели компании, способствующие достижению роста прибыли, для инвестора всегда представляют больший интерес, чем красиво описанные, но абстрактные ценности.

Типичные ошибки

- В приложениях к бизнес-плану не представлены копии соответствующих документов (устав компании, свидетельство о регистрации юридического лица, выписка из ЕГРЮЛ, документ о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя, свидетельство о постановке на учет в налоговом органе и др.) .
- В разделе представлена слабо верифицируемая информация (например, «наша компания имеет большое количество клиентов» – если вы выносите такое утверждение, то следует, как минимум, представить список ваших клиентов).
- Проекты, которые были реализованы сотрудниками компании в течение их трудовой деятельности, представляются как проекты самой компании. Подобные попытки «приукрасить действительность», как правило, негативно сказываются на отношении инвесторов к потенциальному объекту финансирования.

2.3. ОПИСАНИЕ ТОВАРОВ / УСЛУГ И ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА

Данный раздел содержит подробную информацию о производимых товарах и услугах. Здесь необходимо ответить на следующие вопросы:

- Каковы характеристики производимого товара/оказываемой услуги?

-
- Кто является производителем/поставщиком комплектующих частей?
 - Каков срок хранения продукта и существуют ли специальные нормативы хранения товара?
 - Является ли товар комплементарным по отношению к другим товарам (используется ли он совместно с иной категорией товаров)?
 - Является ли данный товар предметом роскоши, товаром повседневного спроса, товаром первой необходимости (от этого, в частности, зависит процесс ценообразования)?
 - Каков порядок предоставления услуги?
 - Существуют ли какие-либо нормы, регламентирующие процесс производства товара/оказания услуги?
 - Каковы товары-заменители, существующие на рынке, и каковы их основные характеристики?
 - Каков технологический процесс производства товара/схема предоставления услуги?
 - Как формируется цена на продукт/услугу? Насколько ценовая политика компании соотносится с ценовой политикой конкурентов?

Рекомендации

- Технологический процесс лучше представить в виде блок-схемы с краткими пояснениями к каждому этапу. Детальное описание каждого этапа производства с использованием большого количества технических терминов не добавит бизнес-плану большой ценности. Отсутствие описания процесса производства приведет к тому, что инвестор будет воспринимать ваш проект как «черный ящик», наличие же его позволит обосновать, в том числе, цену товара, а также план работ.
- Необходимо описать окружение, в котором реализуется товар/предоставляется услуга. Например, мы хотим открыть мини-маркет. Что же необходимо описать? Ассортимент това-

ров, с указанием конкретных наименований, поставщиков и приблизительных цен, а также представить подробный план магазина с указанием мест расположения стеллажей, стоек и т.д., разделением на отделы, указанием мест для кассиров, охранников, планом перемещения клиентов по магазину и т.д.

- Важно показать, что основные характеристики товара соответствуют требованиям целевой аудитории, в связи с чем товар будет востребован. Так, если вы решите производить и продавать экзотические фрукты в Красноярском крае, то предварительно необходимо изучить потенциальный спрос, чтобы удостовериться, что данный продукт может быть привлекателен для населения конкретного региона.

Типичные ошибки

- Наличие фраз «Аналогов на рынке продукту X не существует», «Данная услуга абсолютно уникальна» и т.д. Действительно уникальные (и при этом нужные) продукты появляются на рынке не так часто, без достаточно серьезного обоснования такие утверждения воспринимаются как декларации или рекламные лозунги, за которыми, как правило, не стоит сколько-нибудь серьезного анализа аналогичных товаров и услуг. Другим же аспектом «уникальности» может быть то, что похожего продукта/услуги действительно не существует по той простой причине, что в его наличии нет никакой нужды. Ответить на этот вопрос поможет анализ потребительских предпочтений.
- Представленная цена на товар/услугу никак не обоснована (прежде всего, в терминах постоянных и переменных издержек, а также дохода предпринимателя) или вообще отсутствует.

2.4. ПЛАН МАРКЕТИНГА И АНАЛИЗ РЫНКА

Проведение первичного анализа рынка необходимо, чтобы определить целесообразность выполнения того или иного проекта. Так, может оказаться, что барьеры входа на рынок очень высоки, или же ситуация на рынке неблагоприятна. Как правило, составление данного раздела требует наибольших усилий и затрат (как временных, так и денежных) со стороны разработчика бизнес-плана. Раздел также предполагает проведение и/или приобретение ряда исследований рынка и потребительских предпочтений. Основной задачей раздела является определение объемов продаж, прибыли и доли рынка – параметров, от которых, по большому счету, зависит удача или неуспех проекта. Существует большое количество различных подходов к разработке плана маркетинга («5 Си», «4 Пи», «7 Эс» и др.), однако, обобщая эти подходы, можно сказать, что в итоге в разделе должна содержаться следующая информация:

Потребители. Кто является вашими потенциальными клиентами? К какому рыночному сегменту/нише они относятся? Каковы их основные характеристики? (пол, возраст, социальный статус, семейное положение, образование, уровень дохода, основные потребности, ожидания, установки и др.). Почему потребители могут быть заинтересованы именно в вашем товаре/услуге?

Конкуренты. Кто является прямыми и косвенными конкурентами вашей компании? Каковы их продукты/услуги и чем они отличаются от того, что предлагаете вы?

Каналы сбыта. Как именно вы будете реализовывать свою продукцию? Будете ли выстраивать партнерскую сеть дистрибуции или же будете продавать товар, используя собственные торговые точки?

Продвижение. Какие мероприятия вы планируете провести, чтобы привлечь клиентов и распространить информацию о своем товаре/услуге? Какие конкретно методы рекламы и продвижения вы планируете использовать? Какой бюджет вы готовы заложить на маркетинг? Каковы наиболее эффективные каналы продвижения именно вашей продукции?

Важной составляющей является также анализ рынка, в рамках которого вам будет необходимо ответить на следующие вопросы:

- Каков объем рынка? Каковы показатели динамики изменения объемов рынка?
- Каковы перспективы развития рынка?
- Каковы основные сегменты рынка? Какие из них наиболее перспективны? Какой сегмент/долю рынка планируете занимать вы?
- Существуют ли барьеры на вход?
- Какова эластичность спроса?
- Какие изменения на рынке могут привести к изменению потребительских предпочтений?
- Каковы основные тенденции продаж товаров/услуг, аналогичных вашим?
- Какова норма прибыли по товарам/услугам, аналогичным вашим?

Рекомендации

- Необходимо рассматривать не рынок вообще, а рынок локальный, в рамках которого будет осуществляться деятельность компании. Например, если вы решили открыть розничный магазин в городе X в регионе Y, то рассматривать общее состояние ритейла в России, безусловно, полезно, но наибольший интерес будет представлять насыщенность рынка города X, его основные сегменты, потребительская база и т.д.
- Требуется уделить особое внимание описанию прямых конкурентов, выявлению их слабых и сильных сторон (прибегнув, например к SWOT-анализу), а также описанию того, в чем состоят ваши собственные конкурентные преимущества. Так, если вы открываете мини-маркет в городе X, то проводить сравнительный анализ, например с супермаркетом «Перекресток», расположенным в мегамолле за пределами города, не совсем правильно, поскольку вы не конкурируете с ним на од-

ном поле. Гораздо полезнее было бы рассмотреть мини-маркет, расположенный в соседнем квартале, поскольку именно с ним вы будете бороться за покупателей.

- При проведении анализа конкурентов необходимо обращать внимание на следующие пункты: продукт (характеристики, упаковка, качество, наличие дополнительных услуг и т.д.); цена (как образуется, существует ли система скидок); сеть дистрибуции (каков охват рынка, как организован процесс логистики), продвижение товара (рекламная стратегия, бренд, возможности стимулирования спроса), финансовые возможности (оборот, движение денежных средств, «финансовое плечо» и т.д.).
- При анализе рынка и конкурентов необходимо не забыть про анализ факторов внешней среды – так называемых СТЭП-факторов (аббревиатура расшифровывается как «социальные, технологические, экономические и политические»). К сожалению, разработчики бизнес-планов часто игнорируют внешние факторы, которые, однако, могут оказать огромное влияние на успешность реализуемого проекта. Например, если вы занимаетесь производством и реализацией сельскохозяйственной продукции (допустим, зерновых), то при составлении прогнозов по объемам продаж было бы крайне недальновидно не рассматривать такой фактор, как вероятность наступления засухи и, соответственно, нереализации товара. При рассмотрении внешних факторов и их влияния на ваш проект было бы полезно воспользоваться методом экстраполяции текущих тенденций (часто является ненадежным методом), методом сценарного планирования (предполагает создание соответствующих параметрических моделей, где в расчет принимается значительное число факторов: изменение потребительских предпочтений, состояние рынка, действия конкурентов, реализация тех или иных рисков и т.д.), методом сбора экспертных мнений (здесь определяющим фактором являются личности самих экспертов), построения математических и финансовых моделей. Анализ факторов внешней среды часто требует

привлечения сторонних специалистов, однако наличие такого анализа значительно повышает уверенность инвестора в вероятности успеха вашего проекта.

Типичные ошибки

- Обзор рынка скачан из открытых источников в сети Интернет. Как правило, такие обзоры носят поверхностный характер. Более того, использование готовых обзоров, находящихся в открытом доступе (а не приобретенных, например, у проверенных провайдеров, предоставляющих информацию на профессиональной основе), в бизнес-плане свидетельствует о том, что какой-либо анализ со стороны разработчика вообще не имел места, что, в свою очередь, подрывает доверие инвестора к такого рода проектам.
- План маркетинга не содержит перечня конкретных мероприятий (с указанием их стоимости, сроков реализации, конечных результатов, ответственных лиц и т.д.), перечислены только «хрестоматийные» методы продвижения, например «расклейка объявлений», «сарафанное радио», «баннеры, реклама на радио» и др.
- Потенциальные потребители описаны на крайне общем уровне («население города X»; «крупные и мелкие оптовики, розница»). Например, если вы планируете открыть компанию, оказывающую услуги шиномонтажа в городе X, то в корне неверным было бы описание потенциальных потребителей как «население города X, а также транзит». Необходимо уточнить, на какую конкретно целевую аудиторию вы ориентированы («владельцы машин стоимостью от 1 млн руб., численность которых, согласно исследованию, проведенному компанией ХХХ, в городе X составляет 350 тыс. человек»). Таким образом, вы демонстрируете понимание ваших потенциальных потребителей, а также способность предложить именно тот пакет услуг, который будет в наибольшей степени соответствовать потребностям вашей целевой аудитории.

-
- При описании поставщиков и дистрибьюторов используются такие фразы, как «на настоящий момент имеются устные/предварительные договоренности о поставках/распространении». Следует помнить, что «устные договоренности» для инвестора эквивалентны отсутствию таковых, поскольку значение имеет только наличие конкретных договоров, например, договора о поставке.

2.5. ПЛАН ПРОИЗВОДСТВА / ГРАФИК РАБОТ

Данный раздел бизнес-плана обычно вызывает наибольшее число вопросов. Здесь должно содержаться описание конкретных мероприятий, работ, которые необходимо выполнить для достижения целей проекта. Предпочтительно использовать так называемую иерархическую структуру работ (ИСР), которая представляет собой декомпозицию работ на более мелкие и более управляемые элементы, требуемые для достижения материальных результатов проекта. ИСР может выглядеть как на рис. 1.

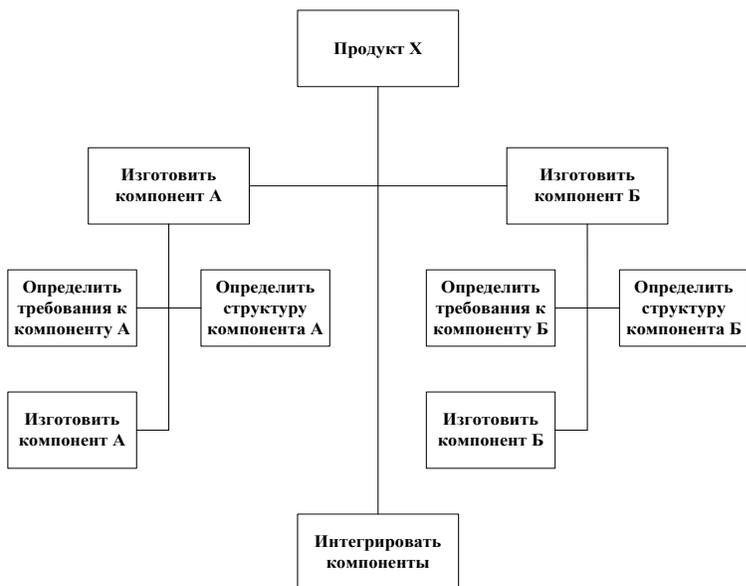


Рисунок 1. Иерархическая структура работ

Самый низший уровень декомпозиции – это набор работ, в котором стоимость и график работ могут быть оценены с достаточной степенью точности. Достижение уровня пакетов работ и является целью проведения декомпозиции.

В дополнение к ИСР полезно использовать диаграмму Гантта, наглядно иллюстрирующую календарный план работ. Даже без нее календарный план работ должен отражать следующие параметры (табл. 1).

Таблица 1

Пример календарного плана

Пакет работ	Продолжительность	Начало работ	Окончание работ	Человеческие ресурсы	Стоимость работ

Рекомендации

- Чтобы проверить, достаточно ли полно проведена декомпозиция применительно к каждому пакету работ, необходимо ответить на следующие вопросы:
 - Есть ли один четкий результат, который будет получен по выполнении пакета работ?
 - Есть ли один работник, ответственный за выполнение данного пакета работ?
 - Можно ли с достаточной степенью точности оценить стоимость и продолжительность реализации пакета работ?

Если на все вопросы дан положительный ответ, то декомпозицию работ следует признать удовлетворительной.

- В данный раздел следует также включить смету на закупку материалов/оборудования. При закупке оборудования необходимо аргументировать, почему именно оно подходит наилучшим образом для планируемого производства (посредством сравнения с аналогами, существующими на рынке, и определения наилучшего варианта исходя из соотношения цена/качество).

Типичные ошибки

- Декомпозиция работ проведена не полностью, то есть оценить стоимость и продолжительность работ не представляется возможным. Например, такая суммарная задача как «Строительные работы» явно требует дальнейшей конкретизации до уровня отдельных операций.
- В плане не учтены выходные и праздничные дни, а также так называемые «вводные факторы». Например, для выполнения определенного вида работ необходимо получить разрешение от соответствующего государственного органа. Время на получение разрешения обязательно необходимо учитывать в календарном плане, определяя другие виды работ на период ожидания.
- Не названы конкретные модели (спецификации) используемого оборудования/тип используемых материалов, не приведено обоснование выбора конкретного оборудования.

2.6. ПЛАН ПО ПЕРСОНАЛУ

В данном разделе содержится информация о качестве и количестве персонала, привлекаемого к реализации бизнес-проекта. В этом пункте необходимо отразить следующие элементы:

- существующее/планируемое штатное расписание с указанием конкретных должностей и окладов;
- план обеспечения проекта персоналом;
- организационная структура организации с указанием конкретных должностей;
- должностные инструкции ключевых сотрудников. Особое внимание следует уделить требованиям, предъявляемым к квалификации нанимаемого персонала (уровень образования, опыт работы, требуемые знания и навыки).

Рекомендации

- Если планируется привлекать большое количество персонала, необходимо указать источники подбора сотрудников, а также методы, при помощи которых будет оцениваться уровень их компетентности.
- Если в ходе проекта требуется проведение обучающих мероприятий, следует дать название конкретных курсов/тренингов с указанием провайдера, продолжительности и стоимости обучения, а также обоснование необходимости его проведения.
- Необходимо указать конкретные задачи, требующие решения, а уже потом – то, какие сотрудники позволят эти задачи решить. Например, если компания не планирует активной PR-деятельности, то целесообразность введения в штат должности PR-менеджера будет крайне спорной.

Типичные ошибки

- Указано только название должности в отсутствие какого-либо описания рабочего места. В этом случае инвестору довольно

затруднительно определить, насколько оправданно привлечение определенных категорий персонала.

- В штатном расписании присутствуют избыточные или дублирующие должности. Например, в небольшой компании из 10 человек вряд ли целесообразно вводить должности бухгалтера и финансового директора, так как, вероятно, на первоначальном этапе деятельности организации эти должности будут взаимозаменяемыми.

2.7. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

Данный раздел является обязательной составляющей любого бизнес-плана. Основные элементы раздела:

- прогноз потоков денежных средств на ближайшие пять лет. Как правило, в первые два года он является помесечным, далее – поквартальным;
- прогноз прибылей и убытков на ближайшие пять лет;
- прогноз объемов продаж;
- ориентиры для балансовых отчетов на конец каждого периода;
- финансовая документация за прошлые периоды: баланс, отчет о доходах и расходах, отчет о движении денежных средств и др.;
- предпосылки и допущения, лежащие в основе прогнозов, а также подробные расчеты полученных показателей.

Рекомендации

- Не забудьте включить в финансовый план следующие статьи:
 - накладные расходы;
 - расходы на ФОТ;
 - постоянные и переменные издержки производства;
 - расходы на рекламу;
 - представительские расходы;
 - юридические и бухгалтерские издержки;
 - резерв на непредвиденные расходы.
- Необходимо указать планируемые поступления для каждого вида товаров или услуг. Поступления рассчитывают следующим образом: из доходов вычитают издержки, что дает денежный поток до вычета налогов. Затем вычитают нало-

ги, предусмотренные законодательством. После этого вычитают или прибавляют налог на добавленную стоимость, в зависимости от того, является ли предприятие получателем или плательщиком НДС. Затем вычитают проценты по банковскому кредиту. Конечная цифра является итогом, которая показывает соотношение прибылей и издержек. Если требуются большие капиталовложения, в течение первых месяцев или даже лет цифра, вполне вероятно, будет отрицательной.

- Допущения, на основе которых строятся финансовые планы (например, сколько товара и по какой цене будет продано в определенный период), должны быть основаны на предварительно собранной информации, в том числе результатах анализа рынка, маркетинговых исследованиях, отраслевой информации. Вариантов составления финансового плана существует достаточно много, применение тех или иных форм зависит от специфики конкретного предприятия. В целом же финансовый план основывается на следующих формах. В таблицах 2 и 3 приведены примерные формы финансового плана.

Таблица 2

Схема отчета о доходах и расходах¹

		Год
	Поступления (выручка от реализации)	
<i>минус</i>	Стоимость проданных товаров	
<i>равно</i>	Результат от реализации (валовой доход)	
<i>минус</i>	Операционные расходы	
<i>равно</i>	Прибыль (или убыток) от производственной деятельности	
<i>минус</i>	Налоги	
<i>равно</i>	Чистая прибыль (или убыток)	

¹ По материалам: Зуб А.Т., Стати М.П. Деловое планирование и администрирование (2008).

Баланс предприятия – основные статьи

Статья баланса	Что включает
Активы	
Основной капитал	Здания, сооружения, оборудование, транспортные средства и др.
Оборотный капитал	Свободные денежные средства, счета к получению, запасы и др.
Прочие активы	Депозиты, патенты, нематериальные активы
Пассивы	
Краткосрочные обязательства	Налоги, зарплата, краткосрочные кредиты
Долгосрочные обязательства	Долгосрочный кредит, долгосрочный договор лизинга и др.
Собственный капитал	Накопленная прибыль, капитал, вложенный в предприятие собственниками бизнеса

- Стоит делать корректировку финансового плана с учетом инфляции, изменения валютного курса, налоговых поступлений и т.д.
- Если предприятие вновь создано (а значит, финансовой отчетности за прошлый период не существует), то следует рассматривать перспективы его развития, рассчитав такие показатели (носящие прогностический характер), как чистая дисконтированная стоимость предприятия, внутренняя норма доходности, текущая окупаемость, возврат на инвестиции, норма рентабельности, ставка доходности активов и оборачиваемости товарно-материальных запасов и др. Необходимо также рассчитать точку безубыточности. Определение точки безубыточности означает расчет такого объема продаж, который приводит проект в состояние равновесия, то есть проект не

приносит прибыли и не имеет убытков. Вложенная сумма денег полностью возвращена, но еще не принесла прибыли. Постоянные и переменные затраты на производство единицы товара рассчитывают в плане производства. Оптимальную цену единицы товара, по которой потребители готовы приобретать продукт, рассчитывают в плане маркетинга.

СПРАВКА

Точка безубыточности может рассчитываться в денежном или натуральном выражении. Для ее расчета в денежном выражении следует применять формулу

$$Tб = Ип / (Сe - Ипер) / Сe ,$$

где Тб – точка безубыточности; Се – стоимость реализации единицы продукции; Ип – постоянные издержки (не зависят от количества произведенной продукции), Ипер – переменные издержки на единицу продукции (возрастают пропорционально увеличению объема производства).

Допустим, наши постоянные издержки составляют 30 тыс. руб, переменные – 4 тыс. руб, стоимость единицы продукции – 5 тыс. руб. Рассчитаем точку безубыточности:

$$Tб = 30\ 000 / (5000 - 4000) / 4000 = 120\ 000.$$

Таким образом, чтобы покрыть все издержки (при этом не получив прибыли), вам необходимо продать товара на 120 тыс. руб.

Для расчета точки безубыточности в натуральном выражении (в единицах продукции) следует применять формулу:

$$Tб = Ип / Сe - Ипер.$$

Рассчитаем точку безубыточности в натуральном выражении для того же примера: $Tб = 30\ 000 / (5000 - 4000) = 30$. Таким образом, для достижения точки безубыточности нам необходимо реализовать 30 единиц продукции.

Типичные ошибки

- «Автоматическая экстраполяция» данных для получения финансового прогноза. Например, ваш горизонт планирования составляет пять лет. Вы составили финансовый план на один год, после чего просто скопировали данные для последующих лет. Очевидно, это означает фактическое отсутствие финансового прогноза, поскольку довольно наивно предполагать, что цены и/или норма выручки останутся неизменными в будущем году.
- Не показаны расчеты, которые были произведены, и допущения, которые были сделаны для получения ключевых финансовых показателей. Не обоснованы показатели выручки предприятия. При отсутствии детально описанных допущений об объемах продаж (на основе отраслевой информации, анализа рынка, исследования потребительских предпочтений и т.д.) показатели выручки выглядят «взятыми с потолка».

2.8. АНАЛИЗ РИСКОВ ПРОЕКТА

Риски проекта – это один из пунктов, представляющих наибольший интерес для инвестора. Риски, в общем случае, представляют собой возможность или вероятность опасности, потери или других неблагоприятных последствий. Бизнес-план должен предусматривать риски, специфические как для конкретной области, так и для конкретного проекта (экономические, социальные, технологические и др.).

Рекомендации

- К анализу рисков следует, по возможности, привлекать отраслевых экспертов, которые могут оценивать как вероятность наступления тех или иных рисков, так и последствия их реализации.
- Риски, возникающие в ходе проекта, желательно разделить по уровню потенциального негативного воздействия на реализацию проекта. Для этого можно применять как качественные, так и количественные методы. Примером качественного метода является так называемая матрица сопоставления: первый риск сопоставляется со всеми остальными и в каждой паре определяется наиболее значимый, затем второй риск сопоставляется со всеми остальными и т.д. Таким образом выбирается наиболее значимый риск. Примером количественного метода является расчет ожидаемой денежной величины. Для этого следует определить вероятность наступления рисков (от 0 до 1), а также возможные финансовые последствия наступления риска (измеряемого в деньгах) и умножить первое на второе, определяя резерв, который необходимо заложить с целью снижения значимости риска.
- Для каждого риска следует разработать соответствующие меры реагирования или план действий в случае наступления риска. Наиболее известные стратегии реагирования на риски – принятие, избегание, снижение и перенос (страхование).

Типичные ошибки

- Анализ рисков проведен на основе субъективного мнения разработчика, без отсылки к соответствующей исторической информации или мнениям авторитетных экспертов.
- Описываемые риски носят неконкретный характер. Так, на риск «общее ухудшение состояния дел в отрасли» практически невозможно отреагировать, поскольку он описан крайне абстрактно. Необходимо указывать конкретные проблемы, с которыми может столкнуться предприниматель в процессе реализации проекта.
- Предлагаемые меры реагирования на риски носят неконкретный характер. Например, такая мера реагирования на риск «нереализации большей части продукции», как «грамотное планирование», носит крайне абстрактный характер, в то время как следует предлагать конкретный план действий в случае наступления того или иного риска.
- В разделе указываются риски, наступление или ненаступление которых полностью зависит от разработчиков и качества бизнес-плана. Так, риск «некачественного управления проектом» вряд ли стоит включать в перечень основных рисков, если только разработчик не хочет продемонстрировать инвестору свою потенциальную некомпетентность.

3. БИЗНЕС-ПЛАНЫ И ПОЛУЧЕНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ

Наличие проработанного бизнес-плана может стать одним из условий получения субсидий и грантов, выделяемых предпринимателям в рамках реализации программ развития малого и среднего предпринимательства.

В настоящий момент на территории Красноярского края реализуется долгосрочная целевая программа «Развитие субъектов малого и среднего предпринимательства в Красноярском крае» на 2011–2013 годы. Для получения двух форм финансовой поддержки, предусмотренных программой, от предпринимателей требуется предоставление бизнес-планов. К таким формам поддержки относятся¹:

- гранты на осуществление предпринимательской деятельности безработными гражданами;
- субсидии на возмещение части расходов, связанных с приобретением и созданием основных средств и началом предпринимательской деятельности.

При разработке бизнес-планов, которые необходимо представлять в составе документов на получение субсидий (грантов), следует учитывать не только общие принципы составления бизнес-планов, описанные в настоящей информационной брошюре, но и конкретные требования, предъявляемые к бизнес-планам и предусмотренные соответствующим порядком предоставления субсидии (гранта).

Так, при разработке бизнес-плана (проекта) для получения гранта, предоставляемого на осуществление предпринимательской деятельности безработными гражданами, рекомендуется ориентироваться на критерии, которыми руководствуются эксперты конкурсной

¹ С информацией о порядке и условиях предоставления субсидий и грантов, комплекте документов, необходимых для получения финансирования, и других можно ознакомиться на Интернет-портале по поддержке малого и среднего предпринимательства Красноярского края <http://www.smb24.ru>, а также в приложениях к долгосрочной целевой программе «Развитие субъектов малого и среднего предпринимательства в Красноярском крае» на 2011–2013 годы.

комиссии при оценке представляемых проектов. В частности, к таким критериям относятся показатели социальной направленности и экономической эффективности проектов²:

- вид предпринимательской деятельности. Наивысший приоритет отдается таким отраслям, как переработка сельскохозяйственной продукции; сбор и переработка дикоросов; производство продуктов питания; переработка и утилизация отходов; жилищно-коммунальное хозяйство; бытовые услуги населению; производство изделий из дерева; производство прочих неметаллических минеральных продуктов (стекла, кирпича, цемента, изделий из бетона, гипса, обработка камня и другое); текстильное и швейное производство; деятельность в области спорта;
- отношение суммы собственных финансовых средств к сумме предполагаемых средств гранта. Наивысший балл получают проекты, где показатель равен 75% и выше;
- количество создаваемых рабочих мест. Наивысший балл получают проекты, в результате реализации которых создается 10 и более рабочих мест;
- социально-экономическая значимость проекта. Приоритет отдается проектам с высокой вероятностью их реализации и социальной значимостью;
- срок окупаемости проекта. Приоритет имеют проекты, срок окупаемости которых составляет менее одного года или один год.

Бизнес-проект (бизнес-план) создания и ведения предпринимательской деятельности, который должен быть представлен в составе

² См.: Порядок и условия организации и проведения конкурса по отбору проектов безработных граждан для предоставления грантов на осуществление предпринимательской деятельности, перечень расходов, на финансирование которых предоставляются гранты, порядок и условия предоставления грантов на осуществление предпринимательской деятельности победителям конкурсного отбора, порядок предоставления отчетности об использовании грантов, возврата средств в краевой бюджет получателями грантов (Приложение 3 к долгосрочной целевой программе «Развитие субъектов малого и среднего предпринимательства в Красноярском крае» на 2011–2013 годы).

документов на получение субсидии на возмещение части расходов, связанных с приобретением и созданием основных средств и началом предпринимательской деятельности, также оценивается по ряду критериев, на которые необходимо обратить внимание и попытаться дать ответы при разработке плана. Согласно порядку предоставления субсидий на возмещение части расходов, связанных с приобретением и созданием основных средств и началом предпринимательской деятельности³, бизнес-проекты (бизнес-планы) соискателей субсидий оцениваются в соответствии с критериями оценки социально-экономической реализуемости бизнес-проектов (бизнес-планов). Данные критерии утверждены Приказом Министерства инвестиций и инноваций Красноярского края от 16 апреля 2012 года № 86-п. Перечень критериев, используемых для оценки, представлен в табл. 4.

³ См.: Порядок и условия предоставления субсидий вновь созданным субъектам малого предпринимательства на возмещение части расходов, связанных с приобретением и созданием основных средств и началом предпринимательской деятельности, перечень подлежащих субсидированию затрат субъектов малого предпринимательства, связанных с приобретением и созданием основных средств и началом предпринимательской деятельности, категории физических лиц — учредителей юридических лиц, являющихся субъектами малого предпринимательства, относящихся к приоритетной целевой группе (Приложение 4 к долгосрочной целевой программе «Развитие субъектов малого и среднего предпринимательства в Красноярском крае» на 2011–2013 годы).

Таблица 4

Критерии оценки социально-экономической реализуемости бизнес-проектов (бизнес-планов)

№ п/п	Критерий	Характеристика факторов (критериев)	Вес факторов, оценка баллов
1	2	3	4
I.	Факторы, характеризующие бизнес-проект		0,09 5
<i>1.1.</i>	<i>Структура бизнес-проекта</i>		<i>0,30</i>
а)	наличие обязательных разделов (элементов) бизнес-проекта	присутствуют разделы: – резюме; – описание товаров (работ, услуг); – исследование и анализ рынка; – маркетинговый; – организационный; – производственный; – налогообложение; – финансовый; – движение денежных средств; – анализ рисков	5
		отсутствует хотя бы один из обязательных разделов	3
<i>1.2.</i>	<i>Наличие у инициатора проекта опыта работы в запроектированной сфере деятельности, профильного образования и квалификации</i>		<i>0,35</i>
а)	имеется опыт, квалификация, образование	Имеются данные об опыте, квалификации и образовании инициатора проекта в запроектированной сфере деятельности	5
б)	имеется образование квалификация	Имеются данные о квалификации и образовании инициатора проекта в запроектированной сфере деятельности	3
в)	имеется только опыт	Имеются данные об опыте работы в запроектированной сфере деятельности	2
г)	отсутствуют опыт, квалификация, образование	Нет данных	0

1.3.	<i>Достоверность расчетов в бизнес-проекте</i>		0,35
а)	финансовые расчеты выполнены без ошибок на срок, превышающий срок окупаемости проекта, но не менее чем на 3 года	По разделам: налогообложение, финансовый проект, движение денежных средств	5
б)	финансовые расчеты выполнены без ошибок на срок менее чем за 3 года, но превышающий срок окупаемости проекта.		3
в)	данные в описательной части бизнес-проекта не соответствуют данным в расчетах по разделам: налогообложение, финансовый проект, движение денежных средств		2
г)	расчеты выполнены с ошибками, ошибки влекут неверный результат		0
II.	Факторы, характеризующие рынок товаров (работ, услуг)		0,126
2.1.	<i>Конкурентная среда</i>		0,65
а)	проведен анализ местных конкурентов и конкурентов, поставляющих на местный рынок аналогичный товар (работу, услугу)	список с наименованием конкурентов, указанием места осуществления ими деятельности, характеристикой производимых ими товаров (работ, услуг)	5
		характеристика производимых конкурентами товаров (работ, услуг)	3
б)	проведен анализ сильных и слабых сторон конкурентов, определены их доли на рынке и их влияние на отрасль	анализ проведен	2
		анализ не проведен	0
2.2.	<i>Оценка возможности занять долю на рынке</i>		0,35

а)	определена основная категория потребителей	оценка емкости рынка проводится на основании статистического или иного доступного информационного материала	2
б)	проведена оценка предпочтений потребителей		2
в)	определена емкость рынка		2
г)	отсутствуют данные		0
III.	Факторы, характеризующие товары (работы, услуги)		0,091
3.1.	<i>Описание товаров (работ, услуг)</i>		0,65
а)	Наличие описания конкурентных преимуществ товаров (работ, услуг) по сравнению с аналогами и товарами-заменителями	Имеется описание выпускаемого товара (работ, услуг), его свойств. Расписан ассортимент товаров (работ, услуг)	5
б)	Наличие описания товаров (работ услуг)	Имеется только описание товаров (работ услуг)	3
3.2.	Конкурентные преимущества товара (работ, услуг)		0,35
а)	по цене	Ставится оценка по каждому критерию	2
б)	по качеству		2
в)	по сопутствующему сервису		0,5
г)	по новизне		0,5
IV.	Факторы, характеризующие маркетинг		0,172
4.1.	<i>Ценовая политика</i>		0,33
а)	Определение цен на товары (работы, услуги)	указаны цены реализации товаров (работ, услуг), возможный темп роста, анализ среднерыночных цен	5
		указаны цены реализации товаров (работ, услуг), но их обоснование отсутствует	3
		цены на проектируемый к производству товар (работы, услуги) не соответствуют ситуации на рынке	2
		данные о ценах отсутствуют	0

4.2.	<i>Проектируемые методы сбыта</i>		0,22
а)	имеется описание мероприятий по продвижению товаров (работ, услуг)	Ставится оценка по каждому критерию	2
б)	определены каналы сбыта товаров (работ, услуг)		1
в)	запроектированы мероприятия по расширению рынка сбыта		1
4.3.	<i>Обоснование объема реализации товаров (услуг, работ)</i>		0,45
а)	Анализ объема реализации товаров (услуг, работ)	объем реализации товаров (услуг, работ) спрогнозирован и обоснован не менее, чем на 3 года	5
		отсутствует обоснование объема реализации товаров (услуг, работ)	3
		отсутствует прогноз объема реализации товаров (услуг, работ)	1
V.	Факторы, характеризующие производство		0,145
5.1.	<i>Технология</i>		0,45
а)	имеется описание технологии производства и организации производственного процесса	этапы, алгоритм, схемы, принципы работы оборудования и т.п. (для непроизводственных проектов обязательно описание порядка оказания услуг, основных требований к этому процессу)	5
б)	отсутствует описание технологии		3
в)	отсутствует описание производственного процесса		3
5.2.	<i>Производственные ресурсы</i>		0,37
а)	указан перечень основного производственного оборудования	Ставится оценка по каждому критерию	1
б)	указан перечень вспомогательного оборудования		1
в)	указана техническая характеристика оборудования		1
г)	указаны поставщики оборудования		1
д)	имеется квалифицированный персонал		1

5.3.	<i>Формирование себестоимости</i>		0,18
а)	указаны затраты на сырье и материалы	Ставится оценка по каждому критерию. Если по бизнес-проекту аренда помещений (основных средств) не требуется, по подпункту «в» ставится «1»	1
б)	указаны расходы на оплату труда		1
в)	указана аренда помещения, основных средств		1
г)	указаны налоговые платежи		1
д)	указаны прочие расходы (транспортные расходы, расходы на сертификацию, согласование, услуги связи, проценты по кредитам и т.п.)		1
VI.	Финансовые факторы		0,189
6.1.	<i>Обеспеченность финансовыми средствами (собственными, заемными) на реализацию проекта</i>		0,65
а)	Доля собственных (заемных) средств в общем объеме инвестиций на реализацию бизнес-проекта	76% и выше	5
		от 51% включительно до 75%	4
		от 31% включительно до 50%	3
		от 10% включительно до 30%	2
		менее 10%	1
6.2.	<i>Наличие собственных средств (доля собственных средств в общем объеме средств, необходимых для реализации проекта)</i>		0,35
а)	Доля собственных средств в общем объеме инвестиций на реализацию бизнес-проекта	76% и выше	5
		от 51% включительно до 75%	4
		от 31% включительно до 50%	3
		от 10% включительно до 30%	2
		менее 10%	1
VII.	Социально-экономические факторы		0,073
7.1.	<i>Развитие рынка труда</i>		0,65
а)	Количество новых рабочих мест (без учета инициатора)	свыше 10	5
		от 6 до 10	4
		от 2 до 5	3
			2

7.2.	<i>Уровень заработной платы</i>		0,35
а)	Отношение уровня заработной платы по бизнес-проекту к величине прожиточного минимума по Красноярскому краю, установленного на соответствующий календарный год, и МРОТ	выше величины прожиточного минимума по Красноярскому краю	5
		соответствует величине прожиточного минимума, установленного в Красноярском крае	4
		ниже величины прожиточного минимума, установленного в Красноярском крае, но выше МРОТ	3
		Соответствует или ниже МРОТ	0
VIII. Факторы риска и эффективности			0,109
8.1.	<i>Комплексность (полнота) оценки рисков</i>		0,33
а)	Проведен анализ рисков реализации бизнес-проекта	перечислены риски и проведен их анализ	5
		риски перечислены, но отсутствует их анализ	3
		перечень рисков не представлен	1
8.2.	<i>Мероприятия по снижению негативного воздействия рисков</i>		0,33
а)	имеется описание мероприятий по снижению негативного воздействия наиболее значимых рисков (с высокой степенью вероятности), влияющих на реализацию бизнес-проекта	Если в пункте 8.1. отсутствует анализ рисков, то оценка не ставится	5
			3
б)	отсутствует описание мероприятий по снижению негативного воздействия рисков		3
8.3.	<i>Экономическая эффективность реализации бизнес-проекта</i>		0,34
а)	окупаемость проекта	период окупаемости проекта до 2 лет	5
		период окупаемости проекта от 2 до 3 лет	4
		период окупаемости проекта свыше 3 лет	3

Показатели социально-экономической эффективности проектов безработных граждан, направляемых для предоставления грантов на осуществление предпринимательской деятельности

№ п/п	Показатель	Значение показателя	Количество баллов
1	2	3	4
1	Вид предпринимательской деятельности*	<ul style="list-style-type: none"> • переработка сельскохозяйственной продукции; • сбор и переработка дикоросов; • производство продуктов питания; • переработка и утилизация отходов; • жилищно-коммунальное хозяйство; бытовые услуги населению; • производство изделий из дерева; производство прочих неметаллических минеральных продуктов (стекла, кирпича, цемента, изделий из бетона, гипса, обработка камня и другое); • текстильное и швейное производство; • деятельность в области спорта 	10 баллов
		<ul style="list-style-type: none"> • сельское хозяйство; • народные промыслы и ремесла; • туризм; • иные обрабатывающие производства 	7 баллов
		<ul style="list-style-type: none"> • общественное питание; • транспортные услуги 	4 балла
		иные виды деятельности	1 балл
2	Исключен – Постановление Правительства Красноярского края от 22.05.2012 № 227-п		

3	Количество создаваемых рабочих мест (в течение первых трех месяцев с момента государственной регистрации получателя гранта в качестве индивидуального предпринимателя или государственной регистрации юридического лица, учредителем (соучредителем) которого выступил получатель гранта)*	10 и более рабочих мест	10 баллов
		9 рабочих мест	9 баллов
		8 рабочих мест	8 баллов
		7 рабочих мест	7 баллов
		6 рабочих мест	6 баллов
		5 рабочих мест	5 баллов
		4 рабочих места	4 балла
		3 рабочих места	3 балла
		2 рабочих места	2 балла
		1 рабочее место	1 балл
0 рабочих мест	0 баллов		
4	Социально-экономическая значимость проекта	высокая вероятность реализации проекта при высокой социальной значимости	10 баллов
		при высоких рисках проект несет ярко выраженную социальную направленность	7 баллов
		высокая вероятность реализации проекта при низкой социальной значимости	4 балла
		при высоких рисках реализации проекта низкая социальная значимость	1 балл
5	Срок окупаемости проекта	до 1 года включительно	10 баллов
		более 1 года до 2 лет включительно	7 баллов
		более 2 лет до 3 лет включительно	4 балла
		свыше 3 лет	1 балл

Примечание. Для безработных граждан – инвалидов и (или) выпускников учреждений профессионального образования применяется коэффициент 1,1 к итоговой сумме баллов.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В завершение краткого обзора по бизнес-планированию нам хотелось бы дать несколько заключительных советов начинающим предпринимателям.

Во-первых, после изучения данной брошюры некоторым может показаться, что составление бизнес-плана – это слишком сложное занятие, которое потребует неоправданно много времени и сил, поэтому самым простым выходом будет скачать готовый бизнес-план из сети Интернет (благо, недостатка в таковых нет) и, поменяв пару названий, представить его на суд инвестора. Этот подход нельзя назвать продуктивным. Как правило, примеры бизнес-планов, представленные в Интернете, обладают достаточно низким качеством. К тому же скачанный бизнес-план, как правило, виден невооруженным глазом. Готовые бизнес-планы имеет смысл использовать только в качестве примера, или в крайнем случае, базового шаблона, который, однако, должен быть наполнен вашим собственным содержанием.

Во-вторых, если вы все-таки чувствуете, что уровня вашей квалификации не хватает, чтобы составить качественный бизнес-план, то разумно было бы воспользоваться услугами профессионалов. Если у вас есть в наличии свободные средства, то лучше обратиться к консультантам. Однако будьте осторожны! Подходить к выбору компании, оказывающей услуги по составлению бизнес-планов, следует очень тщательно, так как на рынке есть немало недобросовестных консультантов, которые составляют некачественные бизнес-планы (а иногда также просто скачивают их из Интернета). Необходимо внимательно изучить сайт компании, побеседовать с консультантами, задав несколько прицельных вопросов, которые позволят понять, насколько они разбираются в бизнес-планировании и вашей отрасли, посмотреть примеры их работ. Полезно также воспользоваться рекомендациями знакомых бизнесменов.

Если же по тем или иным причинам свободные средства у вас отсутствуют, то на территории Красноярского края действует достаточное количество организаций, составляющих инфраструктуру поддержки предпринимательской деятельности, которые за умеренную

плату или даже на бесплатной основе оказывают помощь в составлении бизнес-планов. Перечень таких организаций приведен в приложении 2.

В целом же хотелось бы подчеркнуть, что главное – это наличие удачной и перспективной бизнес-идеи, направленной не на единовременное извлечение прибыли, а на развитие вашего бизнеса в долгосрочной перспективе. При наличии такой идеи, а также понимания рынка, на котором вы предполагаете работать, составление бизнес-плана превратится скорее в техническую задачу, решить которую не составит большого труда.

ПРИЛОЖЕНИЯ

ПРИЛОЖЕНИЕ 1. ПЕРЕЧЕНЬ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ ИСТОЧНИКОВ ИНФОРМАЦИИ ПО ТЕМАТИКЕ СОСТАВЛЕНИЯ БИЗНЕС-ПЛАНОВ

Список литературы

- 1) Берд П. Бизнес-план. Пошаговое руководство (2007).
- 2) Горемыкин В.А. Методика разработки. 75 реальных образцов бизнес-планов (2009).
- 3) Зуб А.Т., Стати М.П. Деловое планирование и администрирование (2008).
- 4) Лапыгин Ю.Н., Лапыгин Д.Ю. Бизнес-план. Стратегии и тактика развития компании (2011).
- 5) Маллинс Д., Комисар Р. Поиск бизнес-модели. Как спасти старт-ап, вовремя сменив план (2012).
- 6) Орлова Е.Р. Бизнес-план. Методика составления и анализ типовых ошибок (2011).
- 7) Пелих А.С. Бизнес-план, или Как организовать собственный бизнес (2008).
- 8) Петров К.Н. Как разработать бизнес-план. Практическое пособие с примерами и шаблонами (2011).
- 9) Рябых Д. Бизнес-план на практике (2008).
- 10) Савельева Н.А., Бринк И.Ю. Бизнес-план предприятия. Теория и практика (2007).
- 11) Саттон Г. Азбука составления победоносного бизнес-плана (2007).
- 12) Стоун Ф. Бизнес-план (2004).

Полезные Интернет-источники:

- 1) www.smb24.ru
- 2) www.bikr.ru
- 3) www.businessdelo.ru
- 4) www.smallbusiness.ru
- 5) www.md-bplan.ru
- 6) www.bre.ru
- 7) www.top-biznes-plan.ru
- 8) www.forbes.ru/svoi-biznes/startapy
- 9) www.openbusiness.ru

**ПРИЛОЖЕНИЕ 2. ПЕРЕЧЕНЬ ОРГАНИЗАЦИЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ ПОДДЕРЖКИ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В КРАСНОЯРСКОМ КРАЕ, ОКАЗЫВАЮЩИХ
ПОМОЩЬ В СОСТАВЛЕНИИ БИЗНЕС-ПЛАНОВ**

Наименование центра	Предоставляемые услуги	Интернет-сайт	Контактная информация
<p>Региональный центр поддержки предпринимательства Красноярского края</p>	<ul style="list-style-type: none"> оказание субъектам малого и среднего предпринимательства комплекса методических, информационных, консультационных, образовательных услуг; организация взаимодействия и сотрудничества с территориальными органами федеральных органов исполнительной власти, органами исполнительной власти субъекта Российской Федерации, органами местного самоуправления, образовательными учреждениями высшего, среднего и начального профессионального образования, научным сообществом, бизнес-инкубаторами, гарантийными фондами, Советом по развитию малого и среднего предпринимательства при Губернаторе края, общественными объединениями предпринимателей, отраслевыми ассоциациями хозяйствующих субъектов и др.; оказание субъектам предпринимательства практической помощи в осуществлении ими предпринимательской деятельности. 	<p>www.tcprp24.smb24.ru</p>	<p>660018, г. Красноярск, ул. Новосибирская, 9а Телефон: (391) 265-44-32 E-mail: ag_pb@mail.ru, info@agpb24.ru</p>

Наименование центра	Предоставляемые услуги	Интернет-сайт	Контактная информация
<p>Муниципальное автономное учреждение «Центр содействия малому и среднему предпринимательству» (МАУ «ЦС МСП»)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • консультации по вопросам организации предпринимательской деятельности; • подготовка проектов документов для субъектов малого и среднего предпринимательства; • прием и экспертный анализ заявок на получение финансовой поддержки; • обеспечение взаимодействия субъектов малого и среднего предпринимательства с органами государственной власти. 	<p>http://smbkbras.ru</p>	<p>660022, г. Красноярск, ул. Никитина, 3 «б» Телефон (391) 276-36-00 E-mail: csmssp@mail.ru</p>
<p>Красноярский региональный инновационно-технологический бизнес-инкубатор (КГАУ «КРИТБИ»)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • обучение и повышение квалификации; • командообразование; • помощь в исследовании потенциального рынка инновационного продукта; • услуги по составлению бизнес-планов; • бухгалтерские и юридические услуги; • услуги по оценке и защите интеллектуальной собственности, сертификации и лицензированию; • помощь в работе с источниками финансирования; • помощь в проведении НИОКР; • помощь в разработке и реализации PR-программ; • содействие в выводе инновационной продукции на рынок). 	<p>http://kritbi.ru</p>	<p>660041, г. Красноярск, пр. Свободный, 75 Телефон: (391) 219-04-01 E-mail: info@kritbi.ru</p>

Наименование центра	Предоставляемые услуги	Интернет-сайт	Контактная информация
<p>Красноярский городской инновационно-технологический бизнес-инкубатор</p>	<ul style="list-style-type: none"> • предоставление субъектам малого предпринимательства нежилых помещений бизнес-инкубатора; • консультационные услуги по вопросам налогообложения, бухгалтерского учета, кредитования, правовой защиты и развития предприятия, бизнес-планирования, повышения квалификации и обучения; • почтово-секретарские услуги; • централизованная бухгалтерия для начинающих предпринимателей; • маркетинговые и рекламные услуги; • помощь в проведении маркетинговых исследований; • помощь в получении субсидий, кредитов и банковских гарантий; • поиск инвесторов и посредничество в контактах с потенциальными деловыми партнерами; • поддержка при решении административных и правовых проблем; • предоставление информации по актуальным вопросам; • повышение образовательного уровня в рамках предпринимательской деятельности. 	<p>http://krskbi.ru</p>	<p>660074, г. Красноярск, ул. Киренского, 26 «б», корпус Ж, 3 этаж Телефон: (391) 291-29-54</p>

Наименование центра	Предоставляемые услуги	Интернет-сайт	Контактная информация
ООО «Корпорация экономистов»	<ul style="list-style-type: none"> • создание бизнеса и его инвестиционное развитие; • сертификация продукции и деятельности; • ведение переговоров с банкирами и чиновниками; • разработка бизнес-планов; • формирование бюджетов развития, сетевых графиков; • оценка рисков. 	<p>http://sovetniksmb.ru</p>	<p>660017, г. Красноярск, ул. Бограда, 92, оф. 302 Телефон: (391) 281-10-92 E-mail: cec_ifid@mail.ru</p>
Школа молодого предпринимателя «Свое дело»	<ul style="list-style-type: none"> • подготовка к предпринимательской деятельности; • бизнес-обучение предпринимателей; • экспертиза бизнес-идей и бизнес-проектов; • продвижение бизнес-проектов на уровне власти и бизнес-сообщества; • организация мест для получения опыта предпринимательской деятельности участниками программы подготовки молодежи к предпринимательской деятельности; • организация переговорных площадок по проблемам организации малого предпринимательства. 	<p>http://www.smb24.ru</p>	<p>660062, г. Красноярск, ул. Попова, 12 (МБУ «Молодежный центр Октябрьского района») E-mail: Proect.SvoeDelo@gmail.com Телефон: (391) 291-30-56</p>

ПРИЛОЖЕНИЕ 3. РЕКОМЕНДАЦИИ ВНОВЬ СОЗДАНЫМ
СУБЪЕКТАМ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА,
ПРЕТЕНДУЮЩИМ НА ВОЗМЕЩЕНИЕ ЧАСТИ РАСХОДОВ,
СВЯЗАННЫХ С ПРИОБРЕТЕНИЕМ И СОЗДАНИЕМ ОСНОВНЫХ
СРЕДСТВ И НАЧАЛОМ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Нормативно-правовые акты, регламентирующие условия и порядок предоставления субсидии

Приложение 4 к долгосрочной целевой программе «Развитие субъектов малого и среднего предпринимательства в Красноярском крае» на 2011–2013 годы регламентирует:

- порядок и условия предоставления субсидий вновь созданным субъектам малого предпринимательства на возмещение части расходов, связанных с приобретением и созданием основных средств и началом предпринимательской деятельности;
- перечень подлежащих субсидированию затрат субъектов малого предпринимательства, связанных с приобретением и созданием основных средств и началом предпринимательской деятельности;
- категории физических лиц — учредителей юридических лиц, являющихся субъектами малого предпринимательства, относящихся к приоритетной целевой группе.

Уполномоченный орган по предоставлению субсидии

Министерство инвестиций и инноваций Красноярского края.

Перечень затрат, подлежащих субсидированию

В перечень субсидируемых затрат субъектов малого предпринимательства, связанных с приобретением и созданием основных средств и началом предпринимательской деятельности, входят:

- расходы, связанные с приобретением и (или) изготовлением (производством), в том числе сборкой основных средств, за исключением зданий (сооружений);

-
- расходы на разработку и согласование проектно-сметной документации;
 - расходы на разработку бизнес-проекта (бизнес-плана) создания и ведения предпринимательской деятельности;
 - расходы на прохождение краткосрочного обучения по вопросам организации и ведения предпринимательской деятельности;
 - оплата государственной пошлины за регистрацию юридического лица, индивидуального предпринимателя;
 - авансовый платеж — в случае его уплаты в соответствии с заключенным договором лизинга.

Для субъектов малого предпринимательства, основной деятельностью которых является дневной уход за детьми, отнесенной к коду 85.32 Общероссийского классификатора видов экономической деятельности, утвержденного Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 22 ноября 2007 года № 329-ст, в перечень субсидируемых затрат дополнительно входят:

- разработка проектов, приобретение и монтаж систем пожаротушения (в том числе пожароохранной сигнализации, оборудования) по договорам, заключенным со специализированными организациями;
- мебель и инвентарь для оборудования помещений, используемых для организации ухода за детьми (включая игрушки, пособия по обучению детей, спортивный инвентарь, детские книги и журналы, канцелярские принадлежности);
- разработка и изготовление рекламы оказываемых услуг в средствах массовой информации, наружной рекламы, разработка, издание и распространение визиток, буклетов, каталогов, проспектов, прейскурантов, организация демонстрационных залов;
- оплата по договорам предоставления консалтинговых, охранных услуг, дошкольных услуг, оказываемых привлекаемыми специалистами;
- получение сертификатов, разрешений, лицензий, патентов, заключений;
- оплата услуг связи.

Субсидии предоставляются в размере 85% от указанных выше затрат (с учетом налога на добавленную стоимость — для получателей субсидии, применяющих специальные режимы налогообложения, и без учета налога на добавленную стоимость — для получателей субсидии, применяющих общую систему налогообложения), но не более 300 тыс. рублей одному субъекту малого предпринимательства, за исключением получателей субсидии — юридических лиц, учредителями которых являются физические лица, относящиеся к приоритетной целевой группе. Для них предельный размер субсидии не должен превышать произведения числа учредителей на 300 тыс. рублей. При этом субсидии на возмещение части затрат одного вновь созданного субъекта малого предпринимательства на разработку бизнес-проекта (бизнес-плана) создания и ведения предпринимательской деятельности предоставляются в размере не более 10 тыс. рублей, на прохождение краткосрочного обучения по вопросам организации и ведения предпринимательской деятельности — не более 5 тыс. рублей.

Субсидии не предоставляются на цели:

- приобретения автотранспортных средств для личного пользования;
- оплаты арендных платежей по договорам аренды нежилых помещений, объектов недвижимости, автотранспортных средств;
- выплаты заработной платы, иных социальных и компенсационных выплат;
- уплаты налоговых и иных обязательных платежей в бюджетную систему Российской Федерации.

Требования к заявителям

Субсидии предоставляются субъектам малого предпринимательства, с даты регистрации которых до момента обращения за государственной поддержкой прошло не более 1 года.

К приоритетной целевой группе относятся следующие категории физических лиц — учредителей юридических лиц, являющихся субъектами малого предпринимательства:

- зарегистрированные безработные;

-
- работники, находящиеся под угрозой массового увольнения (установление неполного рабочего времени, временная приостановка работ, предоставление отпуска без сохранения заработной платы, мероприятия по высвобождению работников);
 - работники градообразующих предприятий;
 - военнослужащие, уволенные в запас в связи с сокращением Вооруженных Сил.

Субсидии субъектам малого предпринимательства выплачиваются в пределах средств, предусмотренных на эти цели краевой программой и законом о краевом бюджете на очередной финансовый год и плановый период. При этом субсидии предпринимателям, осуществляющим розничную и оптовую торговлю, должны составлять не более 10% от общей суммы бюджетных средств, направляемых на реализацию данного мероприятия.

Условия предоставления субсидии:

- прохождение индивидуальным предпринимателем, руководителем или учредителем (учредителями) субъекта малого предпринимательства — юридического лица в срок не ранее трех месяцев до даты государственной регистрации предпринимательской деятельности краткосрочного обучения (от 20 до 100 часов) по вопросам ее организации и ведения;
- наличие положительного заключения комиссии с оценкой социально-экономической реализуемости представленного бизнес-проекта (бизнес-плана);
- отсутствие у субъектов малого предпринимательства просроченной задолженности по налоговым и иным обязательным платежам в бюджет Российской Федерации.

Оценку социально-экономической реализуемости представленных бизнес-проектов (бизнес-планов) проводят независимые эксперты из числа представителей некоммерческих объединений предпринимателей, входящих в состав комиссии, или привлеченных организаций в соответствии с критериями оценки социально-экономической реализуемости бизнес-проектов (бизнес-планов), утверждаемых министерством инвестиций и инноваций Красноярского края.

Пакет документов

Субъекты малого предпринимательства представляют в министерство инвестиций и инноваций Красноярского края следующие документы:

- заявление о предоставлении субсидии (оформляется согласно приложению 1 к Порядку предоставления субсидии);

- выписку из Единого государственного реестра юридических лиц или выписку из Единого государственного реестра индивидуальных предпринимателей, полученную в срок не ранее 1 января текущего финансового года;

- справки Управления Федеральной налоговой службы России по Красноярскому краю о состоянии расчетов по налогам, сборам и взносам, Пенсионного фонда Российской Федерации о состоянии расчетов по страховым взносам, пеням и штрафам, Фонда социального страхования Российской Федерации о наличии задолженности по уплате страховых взносов в Фонд социального страхования Российской Федерации, полученные в срок не ранее 30 дней до даты подачи заявки (представляются по инициативе заявителя). Если заявитель не представил указанные документы по собственной инициативе, министерство самостоятельно запрашивает документы в соответствующих органах;

- копии договоров купли-продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг), лизинга, подтверждающие приобретение и (или) создание объектов, затраты на приобретение и создание которых подлежат субсидированию;

- копии платежных документов, подтверждающих расходы, подлежащие субсидированию согласно перечню затрат, платежи, в том числе авансовые, а также частичную оплату приобретенных и созданных (приобретаемых и создаваемых) основных средств: счета-фактуры (за исключением случаев, предусмотренных законодательством, когда счет-фактура может не составляться поставщиком (исполнителем, подрядчиком), счета, в случае безналичного расчета — платежные поручения, в случае наличного расчета — кассовые (или товарные) чеки и (или) квитанции к приходным кассовым ордерам;

- копии документов, подтверждающих получение товаров (работ, услуг): товарные (или товарно-транспортные) накладные, акты приема-передачи выполненных работ (оказанных услуг), акты приемки предмета лизинга;

- копии актов о приеме-передаче объектов основных средств, инвентарных карточек учета объектов основных средств;

- квитанции об уплате государственной пошлины за регистрацию в качестве юридического лица или индивидуального предпринимателя (в случае обращения за возмещением соответствующих расходов);

- копии бухгалтерского баланса (форма № 1), отчета о прибыли и убытках (форма № 2) за период, прошедший со дня их государственной регистрации, — для субъектов малого предпринимательства, применяющих общую систему налогообложения, справку об имущественном и финансовом состоянии (оформляется согласно приложению 2 к Порядку предоставления субсидии) — для субъектов малого предпринимательства, применяющих специальные режимы налогообложения, и индивидуальных предпринимателей, применяющих общую систему налогообложения;

- копию документа, подтверждающего прохождение краткосрочного обучения по вопросам организации и ведения предпринимательской деятельности (справка, диплом, свидетельство, сертификат, удостоверение);

- бизнес-проект (бизнес-план) создания и ведения предпринимательской деятельности;

- заключение комиссии с оценкой социально-экономической реализуемости представленного бизнес-проекта (бизнес-плана) вновь созданного субъекта малого предпринимательства.

Субъекты малого предпринимательства, основной деятельностью которых является дневной уход за детьми, дополнительно представляют копии сертификатов, разрешений, лицензий, патентов, заключений (в случае обращения за возмещением расходов, связанных с их получением).

Заявители, являющиеся юридическими лицами, в состав учредителей которых входят физические лица, включенные в приоритет-

ную целевую группу, дополнительно представляют копии документов, позволяющих отнести их к приоритетной целевой группе:

- для зарегистрированных безработных — справку о состоянии на учете в службе занятости населения;
- для работников, находившихся под угрозой массового увольнения, — копии трудовой книжки и приказа предприятия об установлении режима неполного рабочего времени, временной приостановки работ, предоставлении отпуска без сохранения заработной платы, проведении мероприятия по высвобождению работников;
- для работников градообразующих предприятий — копию трудовой книжки, подтверждающей осуществление трудовой деятельности на градообразующем предприятии;
- для военнослужащих, уволенных в запас в связи с сокращением Вооруженных Сил, — копию военного билета или другого документа, подтверждающего стаж непрерывной службы.

Все копии должны быть заверены заявителем и представлены вместе с подлинниками документов. После сверки подлинники документов возвращаются заявителю.

Заявление с прилагаемыми документами могут быть представлены в министерство инвестиций и инноваций Красноярского края в электронной форме. Все документы, представляемые в электронной форме, удостоверяются электронной подписью заявителя в соответствии с постановлением Правительства Российской Федерации от 25.06.2012 № 634 «О видах электронной подписи, использование которой допускается при обращении за получением государственных и муниципальных услуг».

Представляемые документы по форме и содержанию должны соответствовать действующему законодательству. Заявитель несет ответственность за достоверность представляемых документов для получения субсидии в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации.

Процедура рассмотрения заявок на получение финансовой поддержки

- Этап 1.** Заявитель представляет в министерство инвестиций и инноваций Красноярского края комплект документов, необходимых для подачи заявки на получение субсидии.
- Этап 2.** Заявка регистрируется министерством инвестиций и инноваций Красноярского края. По требованию заявителя министерство выдает расписку в получении документов.
- Этап 3.** Министерство инвестиций и инноваций Красноярского края в течение 30 дней со дня регистрации заявки рассматривает поступившие документы и принимает решение о предоставлении субсидии либо об отказе в предоставлении субсидии и информирует заявителя о принятом решении в течение пяти дней со дня его принятия.
- Этап 4.** Министерство инвестиций и инноваций Красноярского края осуществляет расчет субсидии на основании документов, представленных заявителем.
- Этап 5.** Субсидия предоставляется получателю путем списания средств с лицевого счета Министерства на расчетный счет получателя.

ДЛЯ ЗАМЕТОК

ДЛЯ ЗАМЕТОК

ДЛЯ ЗАМЕТОК

ДЛЯ ЗАМЕТОК

Официальное издание

Подготовлено Министерством инвестиций и инноваций
Красноярского края

ОСНОВЫ СОСТАВЛЕНИЯ БИЗНЕС-ПЛАНОВ

Информационный справочник
для субъектов малого и среднего предпринимательства
Красноярского края

Печать офсетная. Бумага офсетная.

Формат 60x90/16. Усл. печ. л. 4,0.

Тираж 5000 экз. Заказ № 23092

Отпечатано ООО «РИЦ ОРИОН»
г. Красноярск, ул. Телевизорная, 1 стр. 26
тел. (391) 290-33-44

ДАННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ПРЕДНАЗНАЧЕНЫ ДЛЯ РАСПРОСТРАНЕНИЯ СРЕДИ
СУБЪЕКТОВ МАЛОГО И СРЕДНЕГО
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ