

Приложение 3

к Положению о порядке регистрации юридических лиц в качестве резидентов особой экономической зоны «Бремино-Орша» и лишения статуса резидента особой экономической зоны «Бремино-Орша»

Форма

УТВЕРЖДАЮ

(наименование должности руководителя, сокращённое наименование организации)

(подпись) (расшифровка подписи)

(дата утверждения)

Инвестиционный проект

« _____ »
(наименование инвестиционного проекта)

СОДЕРЖАНИЕ ¹

1. Описание проекта и продукции	стр.....
2. Анализ рынков сбыта. Стратегия маркетинга.....	стр.....
3. Производственный план.....	стр....
4. Инвестиционный план.....	стр.....
5. Оценка эффективности реализации проекта.....	стр.....
6. Календарный график реализации проекта	стр.....

¹ Наименования и содержание разделов могут быть дополнены.

1. ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА И ПРОДУКЦИИ

Данный раздел отражает основную идею проекта. Его содержание должно в сжатой и доступной форме изложить суть проекта. Целесообразно привести информацию о технологической новизне проекта, его социальной значимости.

В данном разделе также дается и характеристика организации.

При описании организации отражаются следующие вопросы:

производственно-хозяйственная деятельность организации, ее особенности (сезонный характер сбыта продукции, серийный или мелкосерийный характер производства, прочие особенности). В случае, если предусматривается расширение действующего производства, необходимо указать какая новая продукция (работы, услуги) будет производиться в ОЭЗ «Бремино-Орша», ее отличие по сравнению с ранее производимой, а также о планируемом сохранении (закрытии) действующего производства и существующих рабочих мест;

характеристика имеющихся технологий (может указываться степень новизны, наличие разработок, соответствие международным стандартам);

сведения о необходимом для реализации проекта земельном участке, его размерах с учетом санитарно-защитных зон;

сведения о необходимых для реализации проекта капитальных строениях, зданиях, сооружениях (указать планируется строительство или аренда);

сведения об основных производственных фондах и нематериальных активах, планируемых к приобретению;

планируемые мощности по выпуску продукции и их загрузка;

количество вновь создаваемых рабочих мест.

При описании стратегии развития организации раскрываются следующие вопросы:

главные цели и задачи перспективного развития (выпуск новой продукции, повышение качества ранее выпускаемой продукции, увеличение объемов производства, экономия ресурсов, внедрение новых и высоких технологий, импортозамещение и иные цели);

актуальность и новизна предлагаемого проекта;

описание необходимых для выполнения производственной программы производственных мощностей на перспективу, способ их создания (строительство, покупка, аренда);

планируемый объем производства продукции и ее потребительские характеристики;

экологическая оценка проекта – анализ воздействия будущего производства на окружающую среду, объемы отходов, предполагаемые места их утилизации, переработки;

стадии проработки основных этапов проекта;
мероприятия по достижению заданных целей.

При описании продукции, которая будет производиться организацией в результате реализации проекта, указывается следующая информация:

область применения;
основные характеристики (потребительские, функциональные, прочие характеристики продукции);
соответствие международным и национальным стандартам качества;
обеспечение гарантийного и послегарантийного обслуживания;
наличие патентов, лицензий, сертификатов;
новизна технических и технологических решений, потребительских свойств.

2. АНАЛИЗ РЫНКОВ СБЫТА. СТРАТЕГИЯ МАРКЕТИНГА

В данном разделе излагаются ключевые моменты обоснования объемов продаж продукции, основанные на анализе рынков сбыта и выработке стратегии маркетинга.

Анализ рынков должен включать:

общую характеристику рынков, на которых планируется сбыт продукции организации, оценку их емкости;

динамику развития рынков за последние 3-5 лет и прогноз тенденций их изменения;

основные факторы, влияющие на изменение рынков;

оценка возможностей конкурентов и выпускаемой ими продукции, степень их влияния на рынок;

преимущества организации перед конкурентами.

В обосновании стратегии маркетинга отражается:

стратегия сбыта (нацеленная на увеличение доли рынка, расширение существующего, продвижение на новые рынки);

обоснование стратегии ценообразования (сравнение с ценой конкурентов, а также свойств продукции – новизны, качества и иных);

оценка изменения объемов реализации продукции в перспективе;

оценка экспорта продукции, в т.ч. в ЕС, ЕАЭС.

3. ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН

Производственный план разрабатывается на срок реализации проекта.

Данный раздел должен состоять из следующих подразделов:

программа производства и реализации продукции;

материально-техническое обеспечение.

Программа производства и реализации продукции составляется на основании проведенных маркетинговых исследований, прогнозируемых цен на продукцию с учетом создаваемых производственных мощностей.

В подразделе «Материально-техническое обеспечение» производства излагаются перспективы обеспечения проекта требуемым сырьем, материалами, комплектующими изделиями, запасными частями, теплоэнергетическими и другими ресурсами.

4. ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПЛАН

Общие инвестиционные затраты определяются как сумма инвестиций в основной капитал, в т.ч. инвестиций на приобретение нематериальных активов с учетом налога на добавленную стоимость и затрат под прирост чистого оборотного капитала.

Инвестиции в основной капитал представляют собой ресурсы, требуемые для строительства, реконструкции, приобретения и монтажа оборудования, осуществления иных предпроизводственных мероприятий, а прирост чистого оборотного капитала соответствует дополнительным ресурсам, необходимым для их эксплуатации.

Сводные данные по инвестиционным затратам и источникам их финансирования по проекту (собственные, заемные и привлеченные средства) представляются, как правило, в виде таблицы. В обосновании указываются планируемые условия пользования долгосрочными кредитами.

5. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА

В данном разделе могут отражаться как прогнозируемые экономические показатели эффективности проекта (рентабельность продукции и продаж, объем выручки, в том числе экспортной, срок окупаемости проекта и т.д.), так и социально-экономические (количество создаваемых рабочих мест, влияние проекта на развитие территории, задействование по кооперации других организаций в ходе реализации продукции, удовлетворение спроса потребителей в производимой продукции, импортозамещающий характер производства и другие).

