

ИНВЕСТИЦИИ. ФАКТЫ И КОММЕНТАРИИ

СОДЕРЖАНИЕ ВЫПУСКА

1.	ДОСТУП К ИНОСТРАННОМУ КАПИТАЛУ: ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПОТЕРЬ.....	4
2.	ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ: ПИФЫ ЕВРООБЛИГАЦИЙ.....	8
3.	КРЕДИТОВАНИЕ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ: РОСТ ПОКАЗАТЕЛЕЙ.....	13
4.	СОВЕТЫ ИНОСТРАННОМУ ИНВЕСТОРУ: КАК НАЧАТЬ БИЗНЕС В РОССИИ (продолжение, начало в выпусках 34,35,36).....	15
5.	В ПОМОЩЬ НАЧИНАЮЩЕМУ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЮ: БИЗНЕС-ПЛАН СОЗДАНИЯ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА.....	18
6.	КАК ИНВЕСТОР ПРИНИМАЕТ РЕШЕНИЕ: ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ.....	26
7.	ВНИМАНИЮ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ ИНВЕСТОРОВ: ПАСПОРТА ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ. РЕСПУБЛИКА САХА (ЯКУТИЯ).....	29

В выпуске использована информация из открытых источников.
Бюллетень подготовлен Департаментом содействия инвестициям и инновациям ТПП РФ
т. (495) 620-0224
(главный редактор – вице-президент ТПП РФ Дмитрий Курочкин,
ответственный за выпуск – директор Департамента содействия инвестициям и
инновациям Алексей Вялкин, vyalkin@tpprf.ru).

В качестве приложения к этому выпуску мы представляем вашему вниманию новое исследование компании KPMG по развитию рынка страхования в Российской Федерации.



КПМГ В РОССИИ И СНГ

Новая реальность: обзор рынка страхования в России

Июль 2014 г.

kpmg.ru



1. ДОСТУП К ИНОСТРАННОМУ КАПИТАЛУ: ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПОТЕРЬ.



С начала второго полугодия 2014 года наблюдается резкое сокращение объема и количества сделок по привлечению иностранных инвестиций российскими компаниями. Фондовый рынок идет вниз, стоимость кредитных ресурсов растет. Во многих регионах заморожены инвестпроекты, что усиливает рецессионные тенденции в экономике.

Неопределенность отбивает у серьезных инвесторов желание наращивать сотрудничество с российским бизнесом, а то и вовсе иметь с ним дело. Санкции ударяет по привлекательности российских компаний и банков для иностранных партнеров.

Инвестбанкиры и консультанты практически единодушны: сегодня доступ России к международным (прежде всего, западным) рынкам капитала почти полностью перекрыт. Между тем до сих пор зарубежные рынки капитала, в основном западные, играли заметную роль в обеспечении нашей экономики финансовыми ресурсами. По данным МВФ, за 2011–2013 годы Россия привлекла от зарубежных инвесторов в капитал отечественных компаний около 400 млрд. долларов за счет размещения ценных бумаг, получения банковских кредитов и в виде прямых иностранных инвестиций. В среднем около 133 млрд. в год, что эквивалентно почти 7% среднегодового ВВП в названный период. По меркам развивающихся стран это - не самый высокий показатель, но и не низкий.

Внешний долг России
на начало 2014 года,
млрд долл.

Общий долг России

- Долг «РАСШИРЕННОГО ПРАВИТЕЛЬСТВА»*
- Долг государственных компаний и банков
- Долг частных компаний и банков

*Совокупный долг правительства, органов исполнительной власти субъектов РФ и Банка России



77,8

298,2

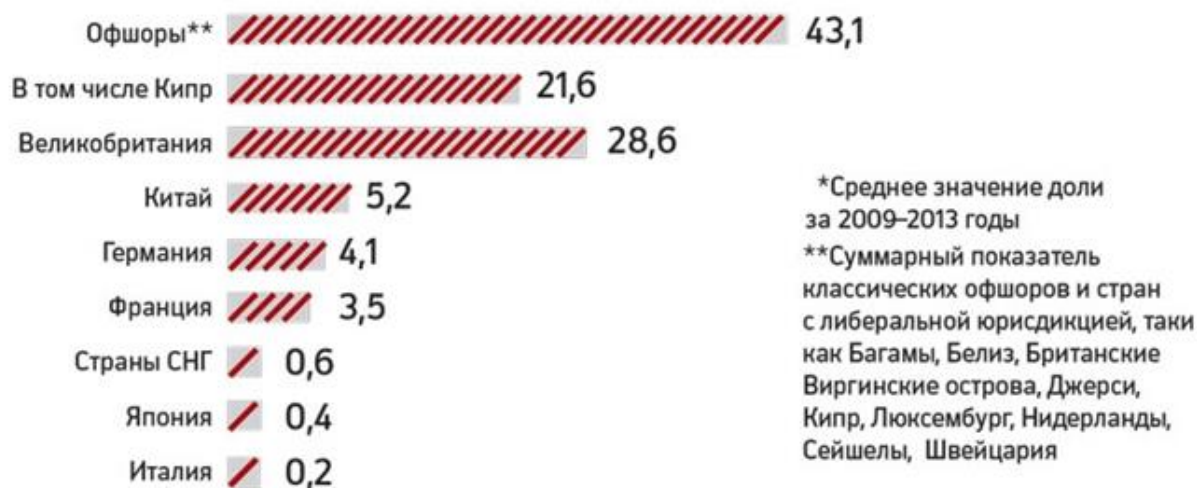
351,0

До 2014 года международные инвесторы считали, что российское государство финансово более устойчивое, а потому требовали с него меньшей премии за риск. Теперь стоимость внешнего фондирования для правительств России и Бразилии сравнялась. Инвесторов морально поддержало агентство Standard & Poor's, которое в конце апреля снизило суверенный рейтинг России по обязательствам в иностранной валюте с BBB до аналогичного бразильскому BBB- (это минимальный инвестиционный уровень, ниже начинается «мусорный»).

Однако с формальной точки зрения кредитное «качество» России намного выше. Весь ее внешний долг составляет 32% ВВП, тогда как у Бразилии – 73%. Согласно апрельским прогнозам МВФ, 2014 год Россия завершит с дефицитом бюджета в 0,7%, Бразилия – в 3,3%. У нас сальдо текущего баланса положительное, в размере 2,4% ВВП, у бразильцев – минус 3,6%. Рост ВВП и инфляции примерно одинаковые – менее 2 и 5–6% соответственно. Standard & Poor's все это видит и признает, что опустило рейтинг России не из-за реального ухудшения состояния экономики, а из-за риска потерь, которые наша страна понесет в случае введения против нее действительно жестких санкций. Таким образом, Россия «наказана» как бы заранее, авансом.

Кажется, что у России настолько большой внешний долг (в начале года он составлял около 730 млрд. долларов), что его бремя станет неподъемным из-за ухудшения условий или полной невозможности рефинансирования обязательств перед кредиторами. Однако с этим долгом и вообще с иностранными вложениями в Россию все не так просто.

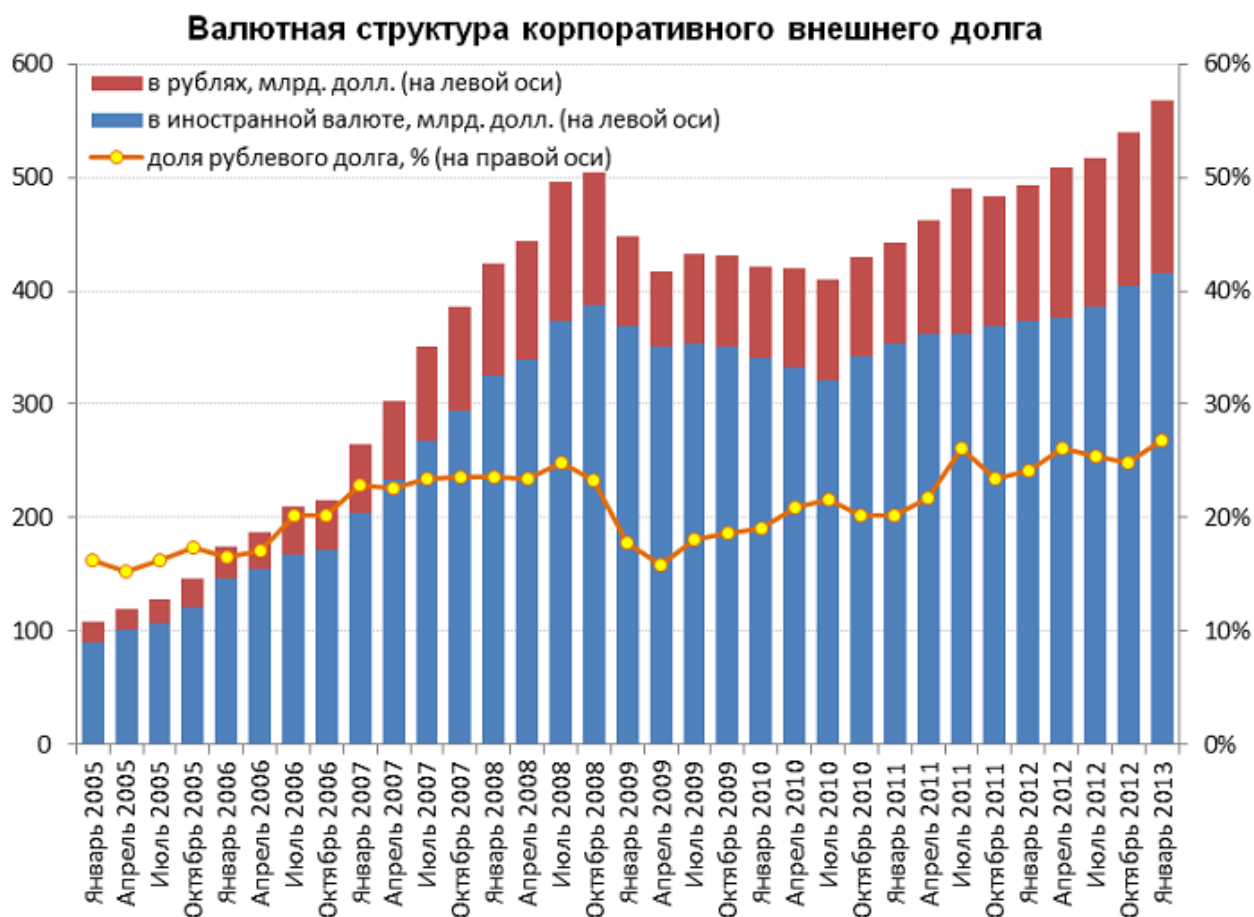
Доля стран-кредиторов в общем объеме кредитов и займов, привлеченных российскими предприятиями в 2009-2013 гг.*, %



По данным ЦБ РФ, в общем объеме кредитов и займов, полученных отечественными компаниями от иностранцев за последние пять лет, 43% – средства, привлеченные из стран с либеральной юрисдикцией – от Багам и Сейшел до Кипра и Люксембурга. На эти же государства приходится порядка 80% (!) накопленного объема прямых иностранных инвестиций в капитал российских компаний (300 из 376 млрд долларов на начало 2013-го). Для сравнения, на страны «Большой

семерки» приходилось около 10% (50 млрд долларов). Это цифровая иллюстрация так называемой офшорной экономики, когда западная финансовая инфраструктура используется российским бизнесом в значительной мере для «переупаковки» активов. Деньги выводятся на зарубежные счета, а потом возвращаются в статусе иностранных инвестиций.

«ВТБ Капитал» подсчитал, что из 650 млрд. долларов внешнего долга компаний и банков по состоянию на начало 2014-го приблизительно 200 млрд. – долг компаний самим себе.



Источник: расчеты Интерфакс-ЦЭА по данным Банка России.

На обслуживание «настоящего» внешнего долга в 450 млрд. в нынешнем году должно быть направлено 40 млрд. долларов, а в последующие годы – примерно по 50 млрд. Допустим, стоимость фондирования вырастет не на 1,5 процентных пункта, что мы уже увидели, а на 3–5. Тогда полное рефинансирование внешнего долга за счет новых займов (если бы компании не использовали собственные ресурсы для погашения обязательств) привело бы к утяжелению процентных платежей максимум на 2 млрд. долларов в год. По масштабам российской экономики немного. Так, на экспорте товаров страна ежегодно зарабатывает сотни миллиардов долларов. В 2013-м – свыше 500 млрд., при этом положительное сальдо торгового баланса составило 180 млрд. долларов. Заметим, что в первом квартале 2014-го сальдо было еще больше, чем в январе-марте прошлого года.

В целом крупные российские компании, на которые приходится подавляющая часть внешнего корпоративного долга, готовы к ухудшению условий фондирования

на внешних рынках. Во-первых, у многих из них накоплены значительные свободные денежные средства. Бизнес получил хороший урок во время кризиса 2008–2009 годов и с тех пор улучшил управление ликвидностью. Во-вторых, крупнейшие компании продолжают генерировать неплохие средства от операционной деятельности, которые и служат источником выплаты долга. В-третьих, недостаток нового фондирования на внешних рынках могут частично компенсировать отечественные банки, которые имеют значительную валютную и рублевую ликвидность и готовы увеличивать объем кредитов российским корпорациям.



Теоретически в случае полного бойкота российских компаний на западных рынках капитала в ход могут быть пущены международные резервы России, составляющие чуть меньше 490 млрд. долларов. Санкции со стороны США и их союзников по логике вещей будут направлены главным образом против государственных компаний. На них, к слову, приходится едва ли не половина внешнего долга российских компаний и банков, а конкретно – почти 300 млрд. долларов на начало 2013 года. Кстати, весь государственный внешний долг, включая обязательства самого правительства (около 80 млрд.), целиком и полностью покрывается резервами. И если понадобится, правительство, конечно же, придет на выручку госкомпаниям и банкам, как это было в 2008–2009 годах. Поможет оно и частным компаниям из стратегических секторов экономики. Другое дело, что частному бизнесу на сей раз помощь будет оказываться более точно.

Между тем и у государственных, и у частных компаний есть возможность хотя бы в какой-то мере компенсировать недостачу западных капиталов увеличением заимствований на азиатских рынках. По мнению экспертов ТПП РФ, в ближайшее время мы станем свидетелями значительного роста инвестиций со стороны КНР – как прямых (уже есть пример – проект «Ямал СПГ»), так и финансовых (сделка

между «Роснефтью» и CNPC). Российский бизнес активизировал контакты с Гонконгом – финансовыми воротами Азии вообще и Китая в частности. В апреле Газпромбанк зарегистрировал там «дочку», которая займется работой на рынке ценных бумаг. А ВЭБ в конце мая планирует открыть представительство, задачей которого будет именно организация привлечения капиталов в Россию.

Быстрого эффекта ждать не следует, даже для частичной переориентации на азиатские площадки потребуется год-два напряженной организационной работы. Власти США и Европы наверняка осознают, что Россия сможет продержаться (пусть и не говоря о нормальном развитии) без западных капиталов как минимум несколько лет. А также то, что, выдавив российских клиентов из западной финансовой системы, они лишат ее огромных доходов, заодно помогая укрепиться конкурентам – международным финансовым центрам Азии. Поэтому есть надежда, что в среднесрочной перспективе американские и европейские власти сочтут игру в жесткие санкции не выгодной для своих финансово-экономических структур.

2. ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ: ПИФЫ ЕВРООБЛИГАЦИЙ.



Еврооблигации, или евробонды, российских компаний – финансовый инструмент, давно и хорошо знакомый корпоративным и профессиональным инвесторам. Обычным инвесторам, рядовым гражданам, он известен не очень хорошо, хотя за последние год-полтора несколько крупнейших управляющих компаний России запустили паевые инвестфонды,

«заточенные» под вложения в такие облигации.

О результативности ПИФов судить рано, слишком короткий у них «стаж». Пока вроде бы все неплохо: за первое полугодие стоимость пая в таких ПИФах прибавила в среднем 4,9% (у традиционных фондов облигаций данный показатель составил 2,2%). Но не стоит принимать решение, основываясь только на этом сравнении. У еврооблигаций есть свои преимущества и недостатки как перед обычными облигациями, так и перед еще более обычными банковскими депозитами.

Сам термин «еврооблигации» может быть неверно истолкован непрофессиональными инвесторами. «Евро» – не потому, что облигации деноминированы в евро, а потому, что размещаются на финансовых площадках Европы с учетом местного законодательства. К слову, российские эмитенты выпустили немало евробондов в рублях.

В середине 2014 года в списке 30 крупнейших розничных (открытых) ПИФов облигаций по размеру активов было семь фондов, которые закрепили ставку на валютные облигации в инвестиционной декларации и в собственных названиях. Все фонды управляются ведущими российскими компаниями: УК «Сбербанк Управление Активами», УК «Газпромбанк – Управление активами» и т.д. В большинстве случаев эти ПИФы запускались не с нуля, а путем перепрофилирования существовавших традиционных фондов, работавших на внутреннем, рублевом рынке облигаций. Например, этим сейчас занята УК «Альфа-Капитал», которая готовит один из своих старых фондов к новой жизни. Можно предположить, что не позднее чем через год все крупнейшие УК обзаведутся розничными ПИФами валютных облигаций. все

больше ПИФов обращаются за консультациями по организации инвестирования в валютные облигации. Чем объясняется возросший интерес к этому инструменту со стороны УК?

Внутривидовая борьба

Прирост рублевого капитала, размещенного в российские долговые инструменты, деноминированные в рублях и долларах*, %



*Прирост рублевых инвестиций в долларовые инструменты оценен с учетом роста курса доллара к рублю за соответствующий период
 **Инвестиции в гипотетический портфель, на две трети состоящий из корпоративных и на треть – из государственных рублевых облигаций. Изменение стоимости портфеля рублевых облигаций оценено через средневзвешенное изменение индексов агентства

Cbonds.ru: индекса корпоративных облигаций IFX-Cbonds (с весом 66,6%) и индекса государственных облигаций Cbonds-GBI RU (с весом 33,3%). Изменение стоимости портфеля валютных облигаций оценено через средневзвешенное изменение индексов агентства Cbonds.ru: индекса еврооблигаций российских компаний и банков с кредитным рейтингом инвестиционного уровня Euro-Cbonds IG Russia (33,3%),

индекса еврооблигаций российских компаний и банков с кредитным рейтингом ниже инвестиционного уровня Euro-Cbonds NIG Russia (33,3%), индекса государственных еврооблигаций Euro-Cbonds Sovereign Russia (33,3%)
 ***Прирост средств оценен на основе средневзвешенных ставок по вкладам, открытым на год, в конце предшествовавшего периода
 ****Данные за первое полугодие

Источник: Cbonds.ru, Банк России

На данном этапе «валютные» ПИФы работают почти исключительно с еврооблигациями правительства, компаний и банков России, деноминированными в долларах, реже – в евро. Для управляющих компаний рынок российских еврооблигаций – очень удобное место для работы, потому что он весьма емкий и ликвидный. В июне объем таких бумаг, находящихся в обращении, превышал 230 млрд долларов (из них чуть больше 180 млрд приходилось на выпуски компаний и банков). В пересчете на рубли это около 8 трлн, что сопоставимо с рынком

внутреннего долга, составляющего около 10 трлн рублей. Для сравнения, стоимость активов всех ПИФов облигаций в конце июня не превышала 50 млрд рублей.

С точки зрения надежности еврооблигации в целом привлекательнее рублевых бумаг, размещаемых на внутреннем рынке. Они выпускаются по международным законам, и процедура возврата денег по ним в случае дефолта эмитента гораздо более понятна. Впрочем, до сих пор дефолтов по еврооблигациям не было вовсе. Стандартные требования к эмитенту (трехлетняя аудированная отчетность по международным стандартам, наличие кредитного рейтинга, сравнительно большой масштаб бизнеса, при котором расходы на организацию размещения оказываются экономически обоснованными) отсекают от рынка евробондов большое количество малых и средних компаний, которые наиболее опасны в плане потенциальных дефолтов.

Что касается доходности евробондов, то, с точки зрения инвесторов, оперирующих рублями, их ценность обусловлена как регулярным процентным доходом, так и выгодой от роста стоимости доллара по отношению к рублю. В очень упрощенном виде выгода от работы с евробондами образуется следующим образом.

Взять, к примеру, пятилетние долларové еврооблигации Сбербанка с погашением в июне 2015 года. Ставка купона (регулярно выплачиваемого процентного дохода) по ним – 5,2% годовых. В начале июля рыночная цена этих бумаг превышала их номинальную стоимость (ту, которая будет возвращена инвесторам при погашении выпуска) примерно на 5,3%. Так происходит в случаях, когда инвесторы перекупают друг у друга бумагу, поскольку считают вложения в нее привлекательными даже при меньшей доходности. Купив «Сбербанк-19» в начале июля и продержав до самого погашения, вы обеспечили бы доходность инвестиций в 4,1% годовых за оставшиеся пять лет. Это так называемая доходность к погашению – yield to maturity (YTM).

Рыночная цена может достаточно сильно колебаться, в том числе падать ниже номинала. В этом случае YTM подскочит, скажем, до 5 или 6% годовых. Но вас рыночные колебания касаться не будут: купив бумагу под 4,1%, вы ровно столько и получите, если продержитесь до конца.

Сбербанк считается квазисуверенным эмитентом (госкомпании и банки фактически подменяют собой на долговом рынке правительство, которому просто не нужны масштабные заимствования валюты), следовательно, более надежным. Поэтому его бонды котируются дорого, а доходность ниже, чем у большого числа других еврооблигаций.

По данным агентства Cbonds.ru, средневзвешенная YTM корпоративных евробондов в начале июля составляла 5–6%. Для сравнения, доходность рублевых корпоративных облигаций колебалась около 9,5%. Причем, как правило, чем дальше срок погашения бумаги, тем выше доходность. В частности, выпуск еврооблигаций «Северстали» с погашением в 2016 году котируется с YTM приблизительно в 3%, а в 2022-м – более 6%.

Это не означает, что для того, чтобы обеспечить вложениям более высокую доходность за счет инвестиций в «длинные» облигации, инвестор должен сидеть в них до самого погашения через несколько лет. При прочих неизменных обстоятельствах (главное – не меняется существенно уровень процентных ставок в экономике, например из-за изменения политики монетарных властей) рыночная цена облигации будет более-менее устойчиво, но медленно расти, что вместе с

регулярными купонными выплатами обеспечит хорошую доходность даже при небольшом (год-два) сроке инвестирования.

Ведущие российские фонды, использующие валютные инструменты

	Фонд Управляющая компания Фонд, в инвестиционной декларации и названии которого официально закреплена ставка на валютные инструменты (дата запуска фонда)	Стоимость чистых активов млн руб.	Прирост стоимости пая за первое полугодие 2014-го	
			%	в долларовом выражении, ² %
1	«Сбербанк – Фонд облигаций Илья Муромец» «Сбербанк Управление Активами»	6916,5	1,36	▼ –1,36
2	«Резервный» Доверительная Инвестиционная Компания	6578,8	1,34	▼ –1,38
3	«Резервный. Валютные инвестиции» (октябрь 2013 г.) Доверительная Инвестиционная Компания	6464,5	3,91	▲ 1,12
4	«Райффайзен – Облигации» «Райффайзен Капитал»	5492,3	1,19	▼ –1,52
5	«Альфа-Капитал Резерв» «Альфа-Капитал»	2635,3	1,24	▼ –1,47
6	«Газпромбанк – Облигации плюс» «Газпромбанк – Управление активами»	2148,6	2,90	▲ 0,14
7	«Сбербанк – Фонд рискованных облигаций» «Сбербанк Управление Активами»	2011,2	3,74	▲ 0,96
8	«Капиталь-Облигации» «Капиталь»	1556,0	2,71	▼ –0,04
9	«Сбербанк – Еврооблигации» (апрель 2013 г.) «Сбербанк Управление Активами»	1440,9	4,05	▲ 1,26
10	«ВТБ – Фонд Казначейский» «ВТБ Капитал Управление Активами»	1351,8	2,63	▼ –0,12
11	«Ингосстрах облигации» «Ингосстрах – Инвестиции»	1260,1	4,82	▲ 2,01
12	«УРАЛСИБ Консервативный» УРАЛСИБ	1248,3	2,42	▼ –0,33

Но может и не обеспечить – все зависит от конъюнктуры рынков. В 2013 году еврооблигации отечественных компаний принесли инвесторам убыток в 0,3%, судя по индикатору полной доходности (total return, учитывает доход как от изменения цены облигации, так и от процентных платежей со стороны эмитента) Euro-Cbonds Sovereign Russia, который рассчитывает Cbonds.ru. Дело не в каких-то локальных российских проблемах, инвесторы по всему миру сбрасывали облигации, сильно пострадала даже любимая тихая гавань самых консервативных инвесторов – государственные облигации США. Между тем с учетом роста курса доллара к рублю даже в 2013-м еврооблигации принесли доходность в 7,4% в рублевом выражении.

Предположим, за предстоящие пять лет курс доллара к рублю вырастет на 30%, что эквивалентно ежегодному приросту на 5,4%. В этом случае рублевая доходность инвестиций в еврооблигации «Сбербанк-19» составит порядка 9,5% годовых. Бумаги многих других эмитентов принесут еще более высокую доходность.

Состоятельные россияне давно облюбовали этот инструмент. Многие из них, достигнув определенного благополучия, теперь вполне довольны доходностью в 4–5% по валютным инструментам, ценя их в качестве страховки от потенциальной девальвации. В портфелях данной категории инвесторов доля российских

еврооблигаций достигает 80%. Интерес к евробондам поддерживается благодаря тому, что их доходность выше ставок по валютным вкладам в банках.

Именно на это делают упор управляющие компании, раскручивая фонды еврооблигаций в качестве лучшей альтернативы банковским депозитам. Скажем, в официальных документах фонда «Сбербанк – Еврооблигации» о цели инвестирования прямо так и написано: «...получение доходности, превышающей ставки банковских депозитов в долларах США». А управляющие фондом «Ингосстрах еврооблигации» уточняют, что работают на «обеспечение доходности, превышающей среднюю ставку валютного депозита в банках топ-10».

Если исходить из данных ЦБ РФ о средневзвешенных ставках, то в конце 2013-го можно было открыть вклад в долларах на один год под 3,2% годовых (ставки по вкладам в евро у большинства банков практически не отличаются от ставок по долларовым вкладам). Это обеспечило бы прирост сбережений к середине года на 1,6% – маловато. В большинстве банков, открываете вы депозит на один год или на пять лет, ставка будет одна и та же – за принятие долгосрочных рисков вкладчиков не поощряют. Между тем и особенных рисков нет: львиная доля вкладов подпадает под государственную систему страхования.

Для сравнения, в среднем по семи фондам валютных облигаций прирост стоимости пая в долларовом выражении составил 2,07%. То есть по доходности фонды все-таки превзошли вклады (1,6%), хоть и ненамного – на 0,5 процентного пункта. Однако использование усредненной статистики банковских ставок не совсем правильно.

В Сбербанке стандартный годовой вклад, допустим, на 100 тыс. долларов в начале июля можно было открыть всего под 0,95% годовых, в ВТБ 24 – под 1,05% годовых. В ведущих частных банках ставки повыше, но все равно «прижимистые». Например, в Райффайзенбанке – 1,3%, в Альфа-Банке – 2,1%. Более щедры банки второго эшелона. В банке «Русский стандарт» и ТКС Банке долларовые сбережения на год можно пристроить под 4%, что сравнимо с годовой доходностью ПИФов валютных облигаций, если вычислить ее на основе результатов за прошедшее полугодие.

Между всеми этими банками, с точки зрения вкладчиков, нет никакой разницы. Все они входят в систему государственного страхования вкладов, правда, гарантируется возврат средств только в пределах 700 тыс. рублей или соответствующего эквивалента в иностранной валюте. Но госгарантии не имеют значения, когда нужно разместить не несколько сотен тысяч рублей (либо долларов и евро в соответствующем эквиваленте), а несколько миллионов. Приверженцу банковских вкладов с объемом сбережений, скажем, в 10 млн. рублей для их защиты придется открыть депозиты почти в 15 банках.

Валютные вклады, по крайней мере, не уступают по привлекательности ПИФам валютных облигаций еще и потому, что управляющие компании при погашении паев раньше определенного срока вычитают из их расчетной стоимости так называемую скидку (это правило действует в отношении всех категорий розничных ПИФов). Так, если вы держали паи фонда «Райффайзен – Еврооблигации» меньше чем полгода, то скидка составит 2%, полгода-год – 1%. А в случае с «ВТБ – Фонд Еврооблигаций» доходность пая будет уменьшена на 2 и 1,5% соответственно.

При погашении паев позже, чем через год, скидки, как правило, вообще отсутствуют. В случае с фондами облигаций, которые в принципе не рассчитаны на

сверхвысокую доходность, данный фактор играет не последнюю роль. Уж если вкладываться в подобные фонды, то на длительный срок.

Впрочем, дело не только в таких вот «операционных» издержках. Куда важнее то, что при более длительном сроке вложений инвестор в меньшей степени рискует стать жертвой краткосрочных колебаний рыночной конъюнктуры. Если ваша цель – разместить средства на срок до одного года, выбирайте банковский вклад. Если больше, вполне подойдут еврооблигации и профильные ПИФы. Лучшие возможности открываются при инвестировании в эти инструменты на срок от трех лет.

3. КРЕДИТОВАНИЕ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ: РОСТ ПОКАЗАТЕЛЕЙ.



Крупные частные банки активно взяли за обслуживание индивидуальных предпринимателей (ИП). В этот сегмент банки пошли из-за снижения доходов по корпоративному кредитованию.

Онлайн-сервис «Мое дело. Интернет-бухгалтерия» составил рейтинг из топ-50 банков, работающих с индивидуальными предпринимателями (есть у РБК). Согласно его результатам, примерно половина от общего объема выданных ИП кредитов (654,6 млрд. руб.) приходится на Сбербанк (306,6 млрд. руб.). Но также из рейтинга видно, что частные банки стали быстро наращивать портфели. Лидерами по приросту кредитования ИП среди частных банков на 1 июля стали банк «Петрокоммерц», Татфондбанк, Райффайзенбанк, Рост Банк, Ханты-Мансийский банк. За последний год портфель кредитов ИП в этих банках вырос на 50% и более, а за последние четыре года — в разы.



Так, у банка «Петрокоммерц» с июля 2013 года по июль 2014-го портфель кредитов ИП вырос на 87,2%, до 4,3 млрд. руб., с 2010 года он увеличился в 20 раз. У

Татфондбанка за год портфель вырос на 63%, до 1,7 млрд. руб., с 2010 года — в 11 раз. Ханты-Мансийский банк нарастил портфель на 32,9%, до 7,6 млрд. руб. (за четыре года в семь раз). За последний год резко вырос портфель у Райффайзенбанка — на 50%, до 9,8 млрд. руб.

Существенный рост свидетельствует о том, что банки эту категорию заемщиков стали выделять в свою приоритетную группу клиентов и начали предлагать соответствующие продукты для нее. Довольно много госбанков, а также крупных частных и иностранных банков малому бизнесу, в частности тому, к которому относятся ИП, практически никогда не уделяли внимания и работали с крупными корпоративными клиентами. Когда в начале 2012 года появилась тенденция сокращения маржи в сфере кредитования крупных клиентов, банки стали искать более маржинальный сегмент и вышли со своими предложениями к малому бизнесу и ИП. И, соответственно, стали расти в этом сегменте. Поэтому у средних банков, которые исторически кредитовали именно этот сегмент, рост оказался более органичным.



По расчетам экспертов, сегмент кредитования этой категории клиентов формирует менее 2% от кредитного портфеля банковской системы и остается сравнительно небольшим для сектора. Возможно, отчасти кредиты ИП могут быть оформлены как частные розничные кредиты физическим лицам, в частности кредиты VIP-клиентам.

4. СОВЕТЫ ИНОСТРАННОМУ ИНВЕСТОРУ: КАК НАЧАТЬ БИЗНЕС В РОССИИ (продолжение, начало в выпусках 34, 35, 36).

Законодательство о компаниях

Ликвидация

Компания может быть ликвидирована на основании:

- решения общего собрания акционеров/участников о ликвидации;
- решения суда в случае несостоятельности или банкротства компании;
- решения суда в случае грубых нарушений компанией каких-либо законов;
- истечения срока или по достижении цели, ради которой была учреждена компания (если это предусмотрено уставом).

Ликвидационные процедуры предусматривают создание ликвидационной комиссии и снятие компании с налогового учета. Снятие с налогового учета может послужить причиной значительных задержек в выполнении всех необходимых процедур, так как для получения разрешения на снятие с налогового учета нередко проводится налоговая проверка компании.

После создания ликвидационной комиссии к ней переходят все права по оперативному управлению компанией.

Если у ликвидируемой компании отсутствует достаточное количество активов для выполнения всех обязательств, то применяется процедура банкротства.

Несостоятельность (банкротство)

Закон о банкротстве обеспечивает защиту кредиторов компании и устанавливает процедуры, выполняемые в случае банкротства. Под банкротством подразумевается невозможность отвечать по всем финансовым претензиям со стороны кредиторов, либо признанная судом неспособность компании соблюдать и выполнять свои финансовые обязательства. Юридическое лицо признается неплатежеспособным и соответственно может быть объявлено банкротом в судебном порядке в случае неисполнения своих финансовых обязательств в течение трех месяцев после наступления срока их исполнения.

Процедура банкротства может быть инициирована, если сумма задолженности юридическому лицу превышает 100 тыс. руб. (~3125 долл. США), а физическому лицу – 10 тыс. руб. (~312,5 долл. США).

РЮЛ признается несостоятельным и, соответственно, может быть в судебном порядке объявлено банкротом в случае неспособности выполнить свои финансовые обязательства (в сумме, составляющей ~3500 долл. США) в течение трех месяцев после наступления срока их исполнения.

Реорганизация

Гражданский кодекс, Закон об акционерных обществах и Закон об обществах с ограниченной ответственностью разрешают слияния, консолидацию, разделение и преобразование компаний.

Такая реорганизация предполагает последовательность действий, например, проведение налоговой проверки компании налоговыми органами, письменное

уведомление кредиторов о том, что они вправе требовать ускоренного исполнения или прекращения обязательств компании, и т.п. В некоторых случаях это может привести к тому, что реорганизация компании потребует значительных затрат времени и усилий.

Нормативно-правовые акты о труде

Взаимоотношения между работодателями и работниками регулируются в первую очередь Трудовым кодексом Российской Федерации (далее – Трудовой кодекс).

Помимо Трудового кодекса трудовые отношения также регулируются иными правовыми актами Российской Федерации, содержащими нормы трудового права (включая локальные правовые акты, принятые работодателем), коллективным договором (если таковой был заключен) и непосредственно трудовыми договорами.

Наемные работники пользуются правами и льготами, устанавливаемыми российским трудовым законодательством. Российское законодательство о труде устанавливает также виды трудовых договоров и условия их заключения, внесения в них поправок и расторжения. Трудовой кодекс содержит важное положение, в соответствии с которым трудовые договоры не могут предусматривать условия, ухудшающие положение работников по сравнению с установленным трудовым законодательством.

Социальное партнерство

Понятие «социальное партнерство» в Трудовом кодексе определяется как система взаимоотношений между работниками, работодателями, органами государственной власти и органами местного самоуправления, направленная на регулирование и согласование интересов работников и работодателей в сфере трудовых отношений, например:

- переговоры по подготовке коллективных договоров;
- взаимные консультации по вопросам трудовых отношений;
- участие работников в управлении организацией;
- участие сторон партнерства в досудебном разрешении споров.

Коллективный договор

Коллективный договор заключается между работодателем и работниками. Законодательство не требует обязательного заключения коллективного договора, если это не является обязательным условием одной из сторон. Представителями работников при заключении коллективного договора, как правило, выступают профессиональные союзы. Работодателя представляет генеральный директор или его (ее) уполномоченный (уполномоченные) представитель (представители).

Закон позволяет сторонам самостоятельно определять содержание коллективного договора, но при этом в нем не могут устанавливаться условия, менее благоприятные по сравнению с устанавливаемыми Трудовым кодексом. Коллективный договор подлежит регистрации в соответствующем государственном органе по труду.

Роль профессиональных союзов

В соответствии с Трудовым кодексом работодатель принимает решения по определенным вопросам с учетом мнения соответствующего профсоюзного органа (органов) (при наличии такого органа (органов) в организации). Профессиональные союзы в России формируются, как правило, на уровне предприятий, а не отрасли.

Условия найма

Гарантии для работников

Российское трудовое законодательство предусматривает определенные гарантии для работников, в том числе:

- нормальная продолжительность рабочего времени не может превышать 40 часов в неделю.
- сверхурочная работа допускается для отдельных категорий работников при определенных обстоятельствах, однако в общем случае продолжительность сверхурочной работы не должна превышать для каждого работника 4 часов в течение двух дней подряд и 120 часов в год. Сверхурочная работа оплачивается в следующем размере: не менее чем в полуторном размере за первые два часа и не менее чем в двойном размере за последующие часы, и за работу в выходные и нерабочие праздничные дни. Также, по желанию работников, им могут быть предоставлены дополнительные дни отдыха в качестве компенсации за сверхурочную работу.

Запрещается требовать от работника выполнения работы, не обусловленной трудовым договором, за исключением случаев, когда это является производственной необходимостью. В таких случаях работник может быть временно переведен на другую работу у того же работодателя на срок до одного месяца. Перевод на работу, требующую более низкой квалификации, допускается только с письменного согласия работника. Выполнение дополнительных функций по требованию работодателя допускается только с письменного согласия работника, при этом необходимо оформление соответствующей документации.

Работники имеют право на 12 оплачиваемых праздничных дней в году и ежегодный оплачиваемый отпуск продолжительностью 28 календарных дней. Для некоторых категорий работников установленная законодательством минимальная продолжительность ежегодного отпуска может превышать 28 календарных дней.

В случае болезни работникам выплачивается пособие по временной нетрудоспособности из средств работодателя и Фонда социального страхования РФ; размер пособия зависит от уровня оплаты труда и составляет от 60% до 100% заработка работника в зависимости от стажа работы, но не более установленного лимита (в 2012 г. – примерно, 1200 руб. за день болезни (около 40 долл. США)). Работодатели могут выплачивать пособие по временной нетрудоспособности в большем размере за свой счет.

Работникам сохраняется заработная плата на время выполнения ими обязанностей профсоюзных деятелей, выступления в суде, голосования и исполнения других государственных или общественных обязанностей с отрывом от производства.

В определенных ситуациях работникам выплачивается выходное пособие.

Работники имеют право на такие социальные льготы, как отпуск по беременности и родам, оплачиваемые праздничные дни и ежегодный оплачиваемый отпуск.

Сверхурочная работа разрешена для определенных категорий работников при соблюдении ряда условий.

Женщины имеют право на оплачиваемый отпуск по беременности и родам продолжительностью 70 календарных дней (84 дня при одновременном рождении более одного ребенка) и на оплачиваемый отпуск по уходу за ребенком продолжительностью 70 календарных дней (86 дней в случае послеродовых осложнений и 110 дней при одновременном рождении более одного ребенка). Данный отпуск предоставляется в рамках социального страхования и оплачивается в размерах, установленных законодательством. Независимо от стажа работы в конкретной компании женщинам предоставляется ежегодный оплачиваемый отпуск, который они могут использовать непосредственно перед отпуском по беременности и родам или сразу после него, или реализовать это право в течение первых трех лет после рождения ребенка. В течение отпуска по беременности и родам до достижения ребенком возраста полутора лет матери выплачивается пособие социального страхования. Отцы, бабушки/дедушки и другие родственники при определенных обстоятельствах имеют право на оплачиваемый отпуск по уходу за ребенком.

Работники вправе создавать профессиональные союзы и участвовать в управлении компанией. Первичная профсоюзная организация представляет интересы работников при взаимодействии с работодателем, обеспечивает соблюдение условий коллективного договора и участвует в разрешении трудовых споров в предусмотренном законодательством порядке.

Российское трудовое законодательство предусматривает для работников целый ряд таких гарантий, как социальные выплаты и льготы, выходное пособие, выплачиваемое при увольнении, оплата сверхурочной работы и т.п. *(продолжение в следующем выпуске Бюллетеня)*

5. В ПОМОЩЬ НАЧИНАЮЩЕМУ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЮ: БИЗНЕС-ПЛАН СОЗДАНИЯ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА.

Уважаемые коллеги!

В Департамент содействия инвестициям и инновациям ТПП РФ регулярно поступают запросы с просьбой о содействии в подготовке бизнес-планов по созданию различных предприятий.

Мы продолжаем знакомить вас с типовыми планами, которые позволят подготовить ваш собственный документ и, надеемся, избежать на этапе подготовки проекта серьезных организационных ошибок.

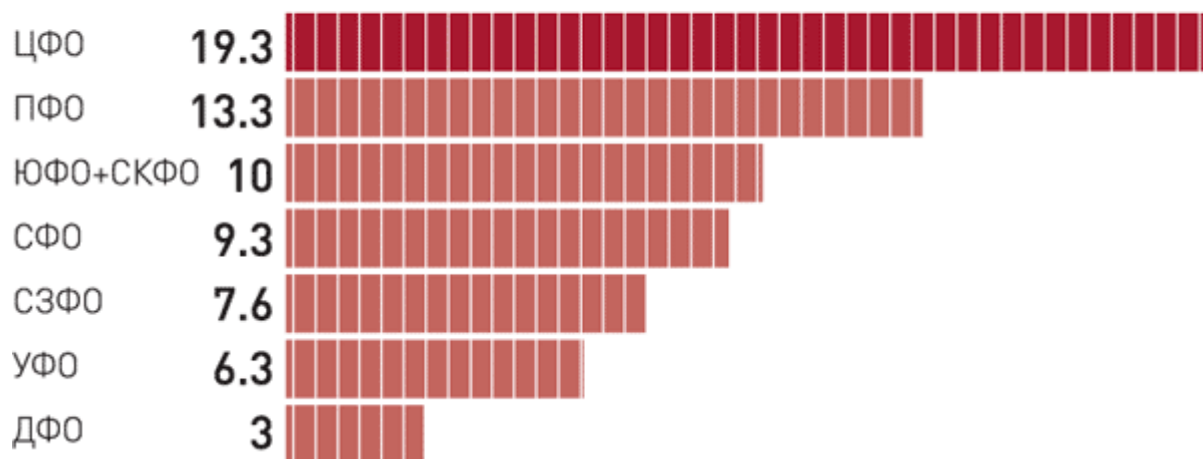
Пример бизнес-плана создания интернет-магазина.

Инвестиции в разработку торгового сайта — это лишь «вершина айсберга» предстоящих затрат по запуску самостоятельного интернет-магазина. Основные инвестиции пойдут на offline.

Одни, вдохновленные успешным западным опытом, расценивают это как венчурный бизнес, т.е. хотят таким образом «прощупать рынок» и «попробовать». Другие «строят» интернет-магазин как дополнение к традиционному бизнесу (например, к реальной сети розничных или оптовых продаж). Третьи же рассматривают возможность создания интернет-магазина «с нуля», чтобы превратить его в основную самостоятельную торговую площадку. В последнем случае бизнес можно назвать «чистым» или классическим интернет-магазином.

РЫНОК E-COMMERCE В РОССИИ (КОЛИЧЕСТВО ИНТЕРНЕТ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ПО ИТОГАМ 2013 ГОДА), МЛН ЧЕЛ.

Источник: ФОМ



Бытует мнение, что открытие «чистого» интернет-магазина — самый низкозатратный и слабозависящий от внешних неблагоприятных факторов способ ведения бизнеса. Ему не страшны риски повышения арендной платы, расторжения договора аренды, снижения цен на товар, хранящийся на складе. Преимущества у «чистого» интернет-магазина безусловно есть, но на самом деле, интернет-магазин — это довольно затратный бизнес, требующий постоянного внимания. Естественно, здесь и далее в описании бизнес-плана за основу берется предположение, что создаваемый «с нуля» интернет-магазин предназначен для законной торговли легальными товарами. Торговля маргинальными товарами (пиратской аудиовидео продукцией, поддельными документами, запрещенными препаратами и пр.) подчиняется совсем другим законам — здесь онлайн-магазины-однодневки остаются вне конкуренции и в рецептах выживания не нуждаются.

Вопреки распространенному мнению, интернет-магазин далеко не во всем виртуален. При ближайшем рассмотрении собственная легальная торговая площадка в Интернете вообще мало чем отличается от обычного, т.е. физически существующего магазина (например, хозяйственного или книжного). Судите сами: для полноценного функционирования электронного магазина точно так же нужна бухгалтерия, кассовый аппарат (для работы с наличными платежами), компетентные продавцы-консультанты, сотрудники, отвечающие за маркетинг, служба доставки (внешняя договорная или собственная). Само собой, нужен и офис для размещения сотрудников. Правда, представительских функций такой офис не выполняет, клиенты туда обычно не приходят, поэтому помещение может быть отнюдь не категории А или В. Главное, чтобы в нем были необходимые

коммуникации (несколько телефонных линий и выделенный канал доступа в Интернет).

Недостатки интернет-магазинов по сравнению с традиционными (назовем их оффлайновыми) очевидны. Главное — отсутствие у посетителей возможности поддержать товар в руках.

Но и преимущества тоже довольно значительны. Главное из них — электронные магазины дают возможность наиболее гибко реагировать на запросы рынка и предлагать привлекательные цены, минимизируя свои издержки. Так, например, владельцу «чистого» интернет-магазина не требуется арендовать дорогие торговые площади, содержать большой штат сервисного персонала (охрана, уборка, излишний штат продавцов и пр.), арендовать склады и хранить значительные товарные запасы. Его торговые площади — страницы сайта, а склад — пакет договоров с надежными поставщиками.

Базовые инвестиции

Из чего складываются затраты инвестора, открывающего легальный интернет-магазин, торгующий абстрактным стандартизированным товаром?

Предположим, речь идет об открытии относительно небольшого магазина с ассортиментом на уровне 300 товарных позиций без собственной курьерской службы. Тогда в структуре затрат можно выделить несколько основных блоков, большинство которых характерны для любого торгового бизнеса и вовсе не специфичны для интернет-магазина.

Блок единовременных затрат на startup включает следующее:

Позиция	Расходы, долл.США
Организационные расходы. Они включают в себя оплату услуг юридической компании по регистрации предприятия в форме ООО, расходы на открытие расчетного счета в банке, внесение минимального уставного капитала, установку электронной системы «банк-клиент».	2000
Покупка минимального набора офисной мебели	1500
Закупка компьютеров и оргтехники для организации 4х рабочих мест (рабочие станции, внутренний сервер, многофункциональное устройство, факс, шредер, кассовый аппарат)	4000
Монтаж локальной сети и настройка оборудования	1000
Закупка специализированного сервера для интернет-магазина и размещение его на площадке провайдера	1300
Разработка сайта электронного магазина (витрины и административного интерфейса). В такую сумму обойдется разработка онлайн витрины (каталога) со средствами оформления заказа. По сути, речь идет о самом простом варианте интернет-магазина начального уровня, чего на первом этапе развития бизнеса вполне достаточно.	От 3000
Краткосрочная рекламная кампания в Интернете	От 1000

Итого: 13 800 долл. (прибл. 510 000 рублей по среднему курсу обмена валюты на 08.09.2014). В приведенной «смете» есть потенциал сокращения затрат

приблизительно на 10%, который, возможно, компенсирует «непредвиденные расходы».

Блок ежемесячных затрат может быть представлен следующим образом.

Позиция	Расходы, долл.США
Расходы на бухгалтерское обслуживание	От 800
Аренда офиса, не требующего ремонта (помещение площадью около 20 кв. м)	600
Абонентская плата за телефонные линии и доступ в Интернет	400
Абонентская плата за размещение сервера магазина на площадке провайдера	150
Зарплата персоналу (2 менеджера по продажам, менеджер по развитию, системный администратор, курьер для внутренних поручений). Наиболее «критична» должность менеджера по развитию, в функции которого входит поиск наилучших цен и условий. Менеджерам по продажам, как и продавцам в обычном магазине, не требуется вести самостоятельный поиск клиентов, достаточно лишь оперативно обслуживать входящие заказы. Это снижает предъявляемые профессиональные требования и, соответственно, уровень зарплаты. Предполагается, что один менеджер по продажам способен обслужить около 50–70 заказов в день.	4000
Офисные расходы (расходные материалы для оргтехники, канцелярские товары и пр.)	200

Итого: 6150 долл. (227 550 руб.) постоянных издержек ежемесячно. То есть издержки на разработку сайта электронного магазина, скорее всего, будут ниже или, по крайней мере, сопоставимы с затратами на его месячную эксплуатацию.

Конечно, во всех перечисленных «итого» опытный предприниматель без труда найдет статьи затрат, подлежащие частичному сокращению. Можно постараться найти более дешевую аренду, закупить менее дорогое оборудование или, например, вместо двух менеджеров по продажам нанять одного. Тем не менее существенного сокращения затрат (даже на 25–30%), следуя этой схеме, добиться сложно. Она и так исповедует «минималистский» подход.

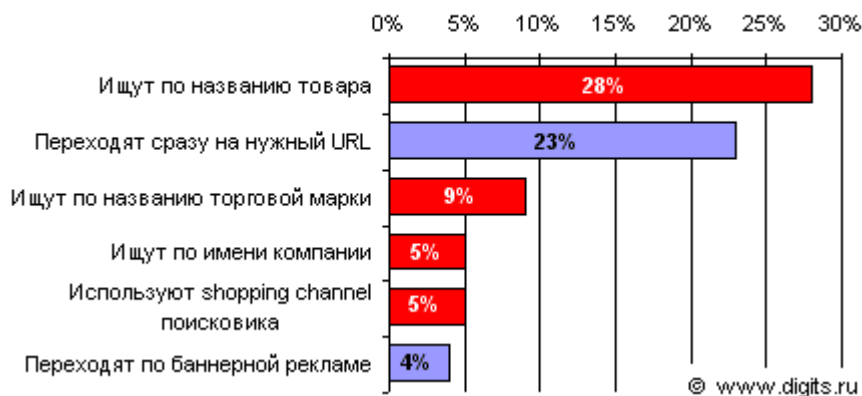
Если расчеты верны, то на круг получается, что (очень условно) для достижения рентабельности и получения прибыли «чистому» интернет-магазину требуется получать ежемесячную прибыль, почти вдвое превышающую чистые ежемесячные расходы — порядка 12 000 долл. «грязными» с учетом налогов. Получается, что если прибыль от продажи некоего условного товара составляет 10 долл., то в месяц магазину требуется реализовать 800 единиц такого товара или около 36 единиц условного товара каждый рабочий день.

С таким объемом справится, конечно, и один менеджер по продажам, но и доход в 10 долл. с проданной единицы был большой условностью. А чем меньше прибыль с проданной единицы товара, тем выше требуемый оборот и расчетная нагрузка на менеджеров.

Клиенты и доставка

Как и в любом розничном торговом бизнесе, главный актив интернет-магазина — клиентская база. Но и здесь существуют свои особенности. Покупатели, обращающиеся в российские интернет-магазины не в первый раз, — люди отнюдь не избалованные и обычно не питающие иллюзий насчет того, что их заказ будет доставлен со скоростью пиццы. Все прекрасно понимают, что продавец интернет-магазина не сидит на коробках с нужным товаром, а курьер не «бьет копытом» под дверь, готовый сорваться с места. Большинство догадываются, что товар продавцу нужно будет заказывать у одного или нескольких поставщиков, отправлять курьера к ним на склад, а затем уж он поедет к покупателю. Поэтому, как ни крути, через час в вашу дверь не позвонят.

Как потребители находят товары в интернете.



Но покупатели интернет-магазинов вправе рассчитывать на три вещи.

1. Своевременную доставку в разумный срок (на второй или на третий день), в обещанный промежуток времени.
2. Реальную возможность поставки товара, представленного на интернетвитрине. Магазин на то и электронный, чтобы в каталоге оперативно отображалось текущее состояние ассортимента. Хуже нет, когда посетитель тратит время на оформление заявки, теряет время на ожидание, а выясняется, что выбранной товарной позиции «временно нет в наличии».

Такой посетитель вряд ли обратится в «горе магазин» еще раз.

3. Цену (по крайней мере, без учета доставки), чуть более низкую, чем в традиционной рознице. Разница может быть не очень существенной, но посетители интернет-магазинов считают, что своим ожиданием они расплачиваются за более выгодную с финансовой точки зрения покупку.

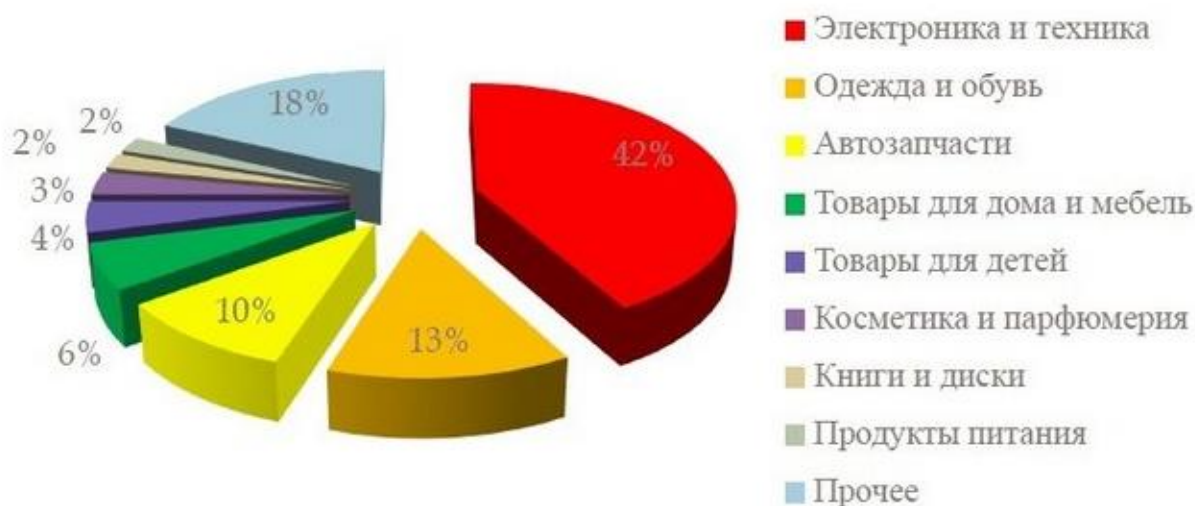
Покупатели интернет-магазинов уже привыкли к тому, что доставка стоит денег, поэтому к фразам о «бесплатной доставке» относятся с элементом иронии (понятно, что ее стоимость в этом случае «размыта» в цене товара). Поэтому сейчас большинство магазинов прописывает стоимость доставки отдельной строкой (от 50 руб. за малогабаритный груз). Покупателей это не смущает, а магазинам дает возможность декларировать в каталогах более низкие цены.

Стоимость доставки крупногабаритных товаров (например, копировальных аппаратов или телевизоров) может составлять 200 и более рублей или «размываться» в цене устройства.

Организация доставки, так же как и вопрос обеспечения гарантийных обязательств, требует тщательного расчета на этапе составления бизнесплана. Возможно, организация собственной курьерской службы (по крайней мере, на первом этапе) окажется нецелесообразной.

Особенно пока число покупателей невелико. В крупных городах услуги предлагают многие специализированные курьерские службы, самостоятельно обеспечивающие логистику и доставку «от двери до двери». Цены снижаются по мере возрастания объемов и находятся на вполне приемлемом уровне. Даже в сфере несрочной бизнес корреспонденции они составляют 2,5–3,5 долл. за доставку. Именно возможность привлечения внешней службы была учтена при расчете нашего случая базовых инвестиций в интернет-магазин.

Интернет-торговля в Российской Федерации (материальные товары, 2013 г., доля %)



Если создание интернет-магазина — затея отнюдь не копеечная, а прогореть весьма несложно, то почему же онлайн-торговые площадки растут в Сети, как грибы после дождя? Тем более что у всех перед глазами примеры успешного электронного бизнеса. Не стоит забывать, что ныне признанным и популярным интернет-магазинам пришлось пройти довольно долгий и затратный путь становления, выработки особых отношений с поставщиками, неизбежного «набивания шишек» и рекламной «раскрутки». Они стартовали в период зарождения рынка электронной торговли в нашей стране, а руководство ими осуществляли высококвалифицированные менеджеры — специалисты в традиционном торговом бизнесе. Так что их успех не показателен для startup магазинов с бюджетом развития на уровне 20–30 тыс. долл. (т.е. не выходящих за рамки статуса малого бизнеса).

Значительная часть интернет-магазинов создается как сетевое дополнение к бизнесу компаний, осуществляющих традиционный торговый бизнес, причем уже успешный (например, www.tehnosila.ru). Они создаются, в значительной мере, в имиджевых целях и как элемент стратегии развития. Им можно особо не заботиться о самоокупаемости своего интернет направления. Задача — привлечь на сайт

посетителей, которые ознакомятся с каталогом товаров, сравнят цены и характеристики, найдут то, что им нужно, а затем приедут в магазин за покупкой. Или, наоборот, увидят понравившуюся вещь в магазине, вернутся домой и закажут с сайта (с доставкой и специальной скидкой). Впрочем, польза обычно есть. Так, по информации одной из крупных сетей салонов сотовой связи, интернет-магазин обеспечивает около 5% всех продаж сотовых телефонов. Мода на создание интернет-магазинов для обслуживания основного бизнеса проистекает из простой логики.



Крупной торговой компании, ориентированной на продажу товаров массового спроса, сайт в любом случае нужен. Посетители придут на него явно не за тем, чтобы прочитать историю создания фирмы. Значит, на таком сайте обязательно должен присутствовать обновляемый каталог продукции — динамический, формируемый из базы данных, с иллюстрациями и описаниями. А технически от сайта с динамическим каталогом товаров до интернет-магазина — один шаг. Достаточно лишь добавить средства оформления заказа и некоторые специфические для интернет-магазинов функции. Если не усложнять задачу, а реализовать только действительно необходимые покупателям функции, то сайт со статусом интернет-магазина будет стоить немногом дороже сайта с каталогом. Вот и еще одна причина «роста грибов» — затраты почти те же, зато появляется дополнительный торговый инструмент.

Кроме того, для работы побочного интернет-магазина не требуется заметного расширения инфраструктуры, можно опереться на существующую. То же касается и маркетинговых

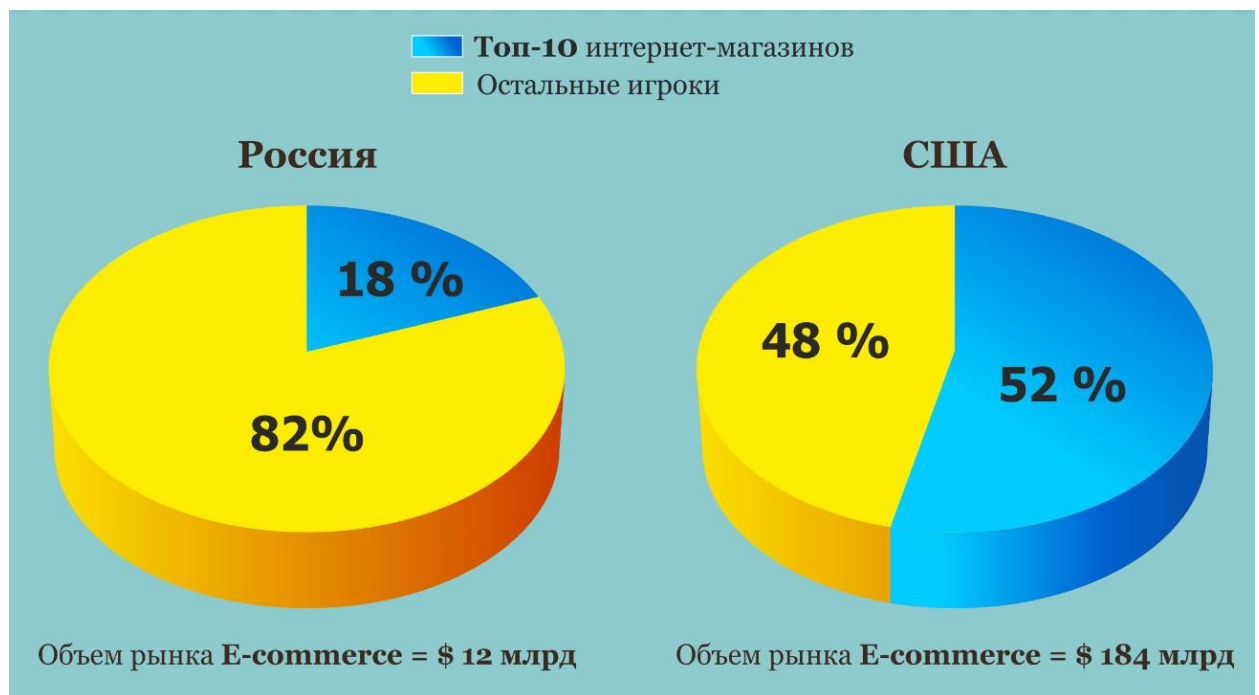
мероприятий: дополнительный интернет-магазин не потребует самостоятельной специальной рекламной кампании и дополнительных затрат. Достаточно указывать его адрес в рекламе традиционного бизнеса. Во всех остальных случаях придется

предпринимать конкретные шаги по рекламной «раскрутке» магазина. Конечно, золотое правило «хороший сайт (т.е. магазин) сам себя раскрутит» работает и здесь. Но только магазин в отличие от «просто сайта» — это не удовольствие. Он вызывает постоянные расходы уже с первого дня своего существования, и для него важно быстро привлечь к себе интерес. Каждый день «просто» магазина грозит новыми издержками.

В заключение необходимо еще раз подчеркнуть, что ошибкой было бы считать, что при создании интернет-магазина самое главное — создать эффектный и удобный для посетителей сайт. Как и в любом бизнесе, в этом случае главным остается эффективный бизнес план:

- * что продавать;
- * как обеспечивать рентабельность;
- * каковы требуемые затраты на создание и поддержание необходимой инфраструктуры;
- * пути развития;
- * разработка рекламной стратегии, способов обеспечения конкурентного преимущества и решение прочих вопросов.

Степень концентрации рынка электронной торговли (сравнение России и США)



В этом контексте сайт магазина, сама интернет витрина — это лишь один из важных элементов инфраструктуры. К тому же, согласно приведенным выше расчетам, элемент не самый затратный по сравнению с остальными. Сегодня интернет-магазин в России — весьма перспективный способ ведения бизнеса. Аудитория «жителей Сети» стремительно растет, а успешная работа пионеров интернет торговли повышает общее доверие ко всем онлайн-магазинам, в том числе — начинающим.

Но в любом случае успех ждет только тех инвесторов, которые серьезно подойдут к запросам покупателей и уделят повышенное внимание инфраструктуре, а не закончат процедуру «старта» магазина сразу после запуска эффектного сайта. Ведь в отличие от образовательных и развлекательных интернет проектов в случае с онлайн-магазином главный фактор — не столько наличие профессионального сайта и увеличение посещаемости, сколько рост потока довольных обслуживанием клиентов. Секрет успеха этого предприятия кроется в ответе на главный вопрос: чем торговать? Если товар востребован на рынке и не встречает пока сильной конкуренции, то интернет-магазин — одна из не самых затратных форм начала торгового бизнеса. Если же это условие не соблюдено, то даже самая передовая форма организации торговли не приведет предприятие к успеху.

Обращаем ваше внимание, что представленный материал является примером бизнес-плана. Соответственно, цифры, приведенные в нем, могут расцениваться лишь как ориентировочные, поскольку рынок и цены постоянно меняются. Вместе с тем, приведенный бизнес-план позволяет получить ясное представление о шагах, которые нужно будет предпринять для успешного запуска описываемого бизнеса, и может служить хорошим шаблоном для подготовки собственного бизнес-плана.

6. КАК ИНВЕСТОР ПРИНИМАЕТ РЕШЕНИЕ. ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ.

В процессе общения с частными инвесторами эксперты Департамента содействия инвестициям и инновациям ТПП РФ обратили внимание, что в большинстве случаев процесс рассмотрения бизнес-плана и, как следствие, принятие положительного или отрицательного решения об инвестировании проходит примерно по одинаковому пути. Условно этот процесс можно разделить на 4 ключевых этапа, понимание которых может сильно облегчить предпринимателю путь к заветным инвестициям.

Давайте рассмотрим эти этапы.

Схема принятия решения инвестором.



Этап 1. Сфера бизнеса и сумма инвестиций

Как правило, это два первых фактора, на которые смотрит инвестор. Если ему неинтересна запрашиваемая сумма (как в большую, так и в меньшую сторону), то чаще всего дальнейший разговор вряд ли приведет к успеху. И если при варианте, когда сумма слишком велика, еще можно попробовать договориться о совместном инвестировании с другими партнерами (что тоже нечасто срабатывает, особенно, когда будущие партнеры незнакомы друг с другом), то в случае очень малой для инвестора суммы заинтересовать его практически невозможно. Обычно он просто не

хочет тратить свое время на контроль за своими вложениями, когда они незначительны, ему проще найти другое предложение.

Сфера бизнеса это также очень значимый на первом этапе переговоров фактор. Если инвестору она совершенно незнакома, вероятность того, что он вложит средства, не очень высока. Бывает, что инвестор, узнав к какой сфере относится предлагаемый бизнес-план, сразу отказывается, даже не посмотрев на ключевые показатели проекта. Например, человек, заработавший свой капитал в сфере производства стройматериалов, может с недоверием и опаской относиться к сфере туристических услуг или, к примеру, сфере IT. Поэтому предприниматель должен иметь четкий и обоснованный реальный бизнес-план, чтобы суметь продать и защитить его в самых сложных случаях.

Этап 2. Бизнес-идея и итоговые ключевые показатели проекта

Если первый этап принятия решения пройден успешно, то далее инвестор обязательно посмотрит резюме и ключевые показатели. На этом этапе самое главное - это вызвать максимальный интерес к своему проекту, начиная с бизнес-идеи и заканчивая финансовыми показателями.

На фото: «Взаимодействие с инвестором: теория и практика». Информационно-методический семинар ТПП РФ» (03.09.2014, г.Нерюнгри)

Именно поэтому очень важно, чтобы резюме бизнес-плана давало четкое представление о предлагаемой бизнес-идеи и кратко характеризовало проект в целом с позиций маркетинга, продаж, производства, персонала и финансов. Важно очень четко выделить преимущества предполагаемого бизнеса и описать, какие потребности клиентов он будет решать.



Итоговые ключевые показатели проекта также должны быть включены в резюме. Как минимум там должны быть срок выхода проекта на безубыточность, срок возврата инвестиций, объем продаж и чистая прибыль. Также инвестор может запросить такие показатели как EBITDA (прибыль до вычета расходов по уплате налогов, процентов и начисленной амортизации), NPV (чистая приведенная стоимость) и IRR (внутренняя норма доходности).

Если предприниматель сумел вызвать интерес к своему проекту, то далее идет самый длительный и сложный этап.

Этап 3. Детальный разбор бизнес-плана

Допустим ваша бизнес-идея и показатели заинтересовали инвестора, после этого готовьтесь отвечать на вопросы обо всем и вся, начиная от обоснования стоимости аренды офиса и количества сотрудников и заканчивая выбором рекламных каналов и динамикой продаж.

Конечно, каждый случай индивидуален и если инвестор хорошо знает рынок, на котором вы планируете работать, многие ответы он увидит сам из показанных вами данных, но, тем не менее, продолжительная работа с финансовой моделью и данными ваших исследований и предположений наверняка вам обеспечена.

На этом этапе обычно выявляется, насколько глубоко сам предприниматель участвовал в создании бизнес-плана. Если вы делали всю работу самостоятельно или очень плотно на каждом этапе взаимодействовали с подрядчиком, который занимался подготовкой бизнес-плана, проблем, скорее всего, не возникнет, и вы спокойно сможете обосновать любую цифру. А вот если вы практически не участвовали в создании, не пропустили через себя всю информацию, при этом итоговый документ представляет собой некий «типовой бизнес-план», созданный на примерно типовых для выбранного рынка данных, то защитить его будет на порядок сложнее.

Поэтому для успешного прохождения данного этапа, да и для реальной оценки планируемого бизнеса в целом, предприниматель просто обязан максимально критично и детально вникать во все этапы создания бизнес-плана, независимо от того, сам он его делает или заказывает профессионалам.

Этап 4. Оценка рисков

Итоговым этапом в рассмотрении бизнес-плана обычно является оценка рисков проекта. В принципе этот этап является частью детального разбора, но он настолько важен, что имеет смысл выделить его отдельно. Потому что инвестору может понравиться все – идея, ее реализация, планируемые показатели, но если предприниматель не покажет, какие действия он планирует предпринять в случае возникновения различных рисков и как это отразится на проекте, инвестиций он, скорее всего, не получит. Риски бывают совершенно разного характера, как внутренние (проблемы с персоналом, увеличение стоимости проекта и т.п.) так и внешние (экономический кризис, повышение стоимости оборудования или сырья, появление сильного конкурента и т.п.). Спрогнозировать и просчитать их все конечно нереально. Но вполне можно обойтись двумя действиями:

1. Выделить ключевые риски и прописать меры по их устранению.
2. Сделать расчеты показателей проекта для трех сценариев – оптимистичный, реальный и пессимистичный. Такой расчет является упрощенным вариантом анализа чувствительности проекта.

В итоге вы сможете показать, какой реальный рабочий план вы себе ставите, что получится в случае очень успешного развития и в случае серьезных проблем. Зачастую частному инвестору такой информации бывает достаточно.

Итак, резюмируем — для получения положительного решения об инвестировании важно выполнение следующих условий:

1. Инвестора устраивает запрашиваемая сумма и он знаком со сферой деятельности планируемого бизнеса.
2. Инвестору интересна бизнес-идея и планируемые ключевые показатели.

3. Инвестор получил исчерпывающие ответы на детальные вопросы по каждому аспекту бизнес-плана.

4. Инвестор оценил риски и меры по их устранению.

7. ВНИМАНИЮ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ ИНВЕСТОРОВ. ПАСПОРТА ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ. РЕСПУБЛИКА САХА (ЯКУТИЯ).



Предлагаем вашему вниманию проекты резидентов Государственного автономного учреждения Республики Саха (Якутия) «Технопарк «Якутия» в г. Нерюнгри.

1. Реконструкция и модернизация производства по изготовлению водогрейных генераторов (котлов) нового поколения.

Инициатор проекта - ООО Инновационное предприятие «РусНовТех» (Республика Саха (Якутия), г. Нерюнгри).

Цели проекта:

- Увеличение объема производства водогрейных генераторов различных типов, установочной мощностью от 1 кВт до 500 кВт на базе существующего изобретения;
- Снабжение теплом и горячей водой по низкой цене.

Суть проекта: Отопление промышленных предприятий, коттеджных поселков, санаторных и спортивных объектов, школ и дошкольных учреждений, а также производство горячей воды для нужд потребителей в автономном режиме.

Краткое описание:

- Реконструкция и модернизация существующего здания цеха:

- ✓ Замена парка металлообрабатывающих станков новыми моделями;
- ✓ Расширение номенклатуры водогрейных генераторов до 15 типов;
- ✓ Увеличение объема выпуска водогрейных генераторов.

- Отработка кооперации и совместного производства генераторов

- В рамках проекта будет создано высокотехнологичное предприятие по производству водогрейных генераторов (котлов) на 138 рабочих мест.



Общая стоимость проекта - 60 млн. руб., из них:

- Инвестиции - 36 млн. руб.
- Собственные средства - 30 млн. руб.

Окупаемость – 2 года;

Внутренняя норма доходности (IRR) – 36 %

2. Производство Дигидрокверцетина и на его основе БАД кормовых добавок и косметологических средств.

Инициатор проекта – ООО «ЛенаВита» (Республика Саха (Якутия), г. Нерюнгри).



Основа проекта – разработки российских учёных в области производства и применения **Дигидрокверцетина (Таксифолина)** и уникальность Якутских растений по наличию и биологической активности веществ, продлевающих и улучшающих качество жизни. Благодаря высокому содержанию дигидрокверцетина (ДГК) в исходном сырье и отлаженному процессу его производства, возможно снижение себестоимости конечного продукта в три раза ниже сложившейся. Качество будет гарантировано высокой технологичностью производства, постоянным лабораторным контролем, международной сертификацией продукции.

Дигидрокверцетин обладает высокой фармакологической активностью и является эталонным антиоксидантом. Обладает мощным противовоспалительным и противоаллергенным свойствами, укрепляет и восстанавливает соединительную ткань, способствует снижению уровня холестерина, усиливает действие многих полезных веществ (витамина С и витамина Е); укрепляет сосуды и капилляры, улучшает микроциркуляцию крови, препятствует образованию тромбов, снижает воспалительные явления в простате, укрепляет иммунитет. Дигидрокверцетин включен в Государственный Реестр лекарственных средств, допущен к применению в пищевой промышленности в качестве пищевого антиоксиданта.

Уникальность проекта заключается в использовании при создании БАДов, помимо дигидрокверцетина, вытяжек из радиолы Розовой (Золотого корня) и ягеля, что ранее не применялось.

Спектр применения дигидрокверцетина достаточно широк, он применяется в производстве различной продукции:

- в фармацевтической промышленности для производства БАД и лекарственных средств (профилактика различных заболеваний оксидативного стресса);
- в пищевой промышленности в качестве антиоксиданта (продление срока годности продукции).
- в сельском хозяйстве для производства кормовых добавок значительно повышающих продуктивность животноводства.

Для снижения стоимости проекта получение дигидрокверцетина из заготовленного сырья планируется производить на оборудовании партнера проекта в

Амурской области, а производство БАДов и кормовых добавок разместить в г. Нерюнгри.

Необходимы инвестиции начального этапа на формирование устойчивого спроса в размере 15 млн. руб.

В дальнейшем предполагается строительство собственного комплекса по производству первичного Дигидрокверцетина на территории региона. Предварительный объем инвестиций – 500 млн. руб.

В случае вашей заинтересованности в реализации проектов, а также за дополнительной информацией
просьба обращаться в Департамент содействия инвестициям и инновациям ТПП России
(контактное лицо: Сергей Звягин, т. (495) 620-0584, эл. почта: zsv@tpprf.ru.