

УДК 338.984

Шипицина Яна Александровна

магистрант направления «Экономика»
Челябинский государственный университет
Россия, Челябинск

yana-cport@mail.ru

Yana S. Shipitsina

master of the direction of preparation «Economy»,
Chelyabinsk State University
Russia, Chelyabinsk

yana-cport@mail.ru

**ПОНЯТИЕ И СУЩНОСТЬ БИЗНЕС-
ПЛАНИРОВАНИЯ В СИСТЕМЕ
ПЛАНИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ
ОРГАНИЗАЦИИ**

**CONCEPT AND ESSENCE OF BUSINESS
PLANNING OF THE SYSTEM OF PLANNING
OF DEVELOPMENT OF THE ORGANIZATION**

Аннотация

Статья посвящена вопросам эволюции содержания определения «бизнес-план» и его сущности. Раскрывается трактовка термина «бизнес-план» отечественными и зарубежными авторами, предлагается авторское понятие и характеризуются его цель, задачи, функции, принципы.

Ключевые слова:

бизнес-план, цель, задачи, функции, принципы бизнес-плана

Abstract

Article is devoted to questions of evolution of content of definition "business plan" and its entities. Interpretation of the term "business plan" by domestic and foreign authors reveals, it is offered author's a concept and his purpose, tasks, functions, the principles are characterized.

Keywords:

business plan, purpose, tasks, functions, principles of the business plan

Монографический обзор экономической литературы позволил выделить ряд различных определений понятия «бизнес-план».

Так, например, С. Баринов считает, что бизнес-план – это аналитический документ для планирования предпринимательской деятельности, в нем описываются все основные аспекты будущего коммерческого предприятия, анализируются все проблемы, с которыми оно может столкнуться, а также определяются способы решения этих проблем. Правильно составленный бизнес-план в конечном счете отвечает на вопрос [1, с.44]: стоит ли вообще вкладывать деньги в это дело и принесет ли оно прибыль?

Очень схожее определение бизнес-плана приводит Б.П. Клоков [2, с.34]: Бизнес-план – это документ, в котором описываются основные характеристики проекта (предприятия), анализируются возможные проблемы его реализации и намечаются пути решения этих проблем. Бизнес-план дает ответ на главный вопрос: стоит ли начинать бизнес?

Бухаров А.В. предлагает иное определение: бизнес-план – это документ, описывающий цели и задачи будущей коммерческой деятельности фирмы, а также стратегию их достижения [3, с.41].

По мнению Царева В.И., бизнес-план – перспективный документ, являющийся важной основой внутрифирменного планирования производства продукции, составленный на отрезок времени в 3-5 лет (реже на 10 лет вперед) [4, с.4].

Экономист А.С. Пелих характеризует бизнес-план как документ, который включает в себя разработку цели и задач, которые ставятся перед предприятием на ближайшую и далекую перспективу, оценку текущего состояния экономики, сильных и слабых сторон производства, анализ рынка и информацию о клиентах. В нем дается оценка ресурсов, необходимых для достижения поставленных целей в условиях конкуренции [5, с.44].

Обобщенным и адаптированным к отечественным условиям хозяйствования понятием бизнес-плана может быть следующее: бизнес-план – это типовое (унифицированное) документально оформленное проектное решение на достаточно отдаленную перспективу, в котором дается научно обоснованная оценка возможных на данном сегменте рынка конечных целевых экономических, финансовых и иных результатов деятельности предприятия, базирующихся на реальном производственном, инвестиционном, материально-техническом, организационном и логистическом обеспечении.

Основные цели бизнес-плана предприятия разделяют на 3 группы, представленные на рисунке 1, к его задачам при этом относятся:

- формирование организационно-управленческой и финансово-экономической оценки состояния предприятия (настоящего и будущего);
- выявление потенциальных возможностей коммерческой деятельности организации;
- формирование инвестиционно-проектных целей деятельности предприятия.

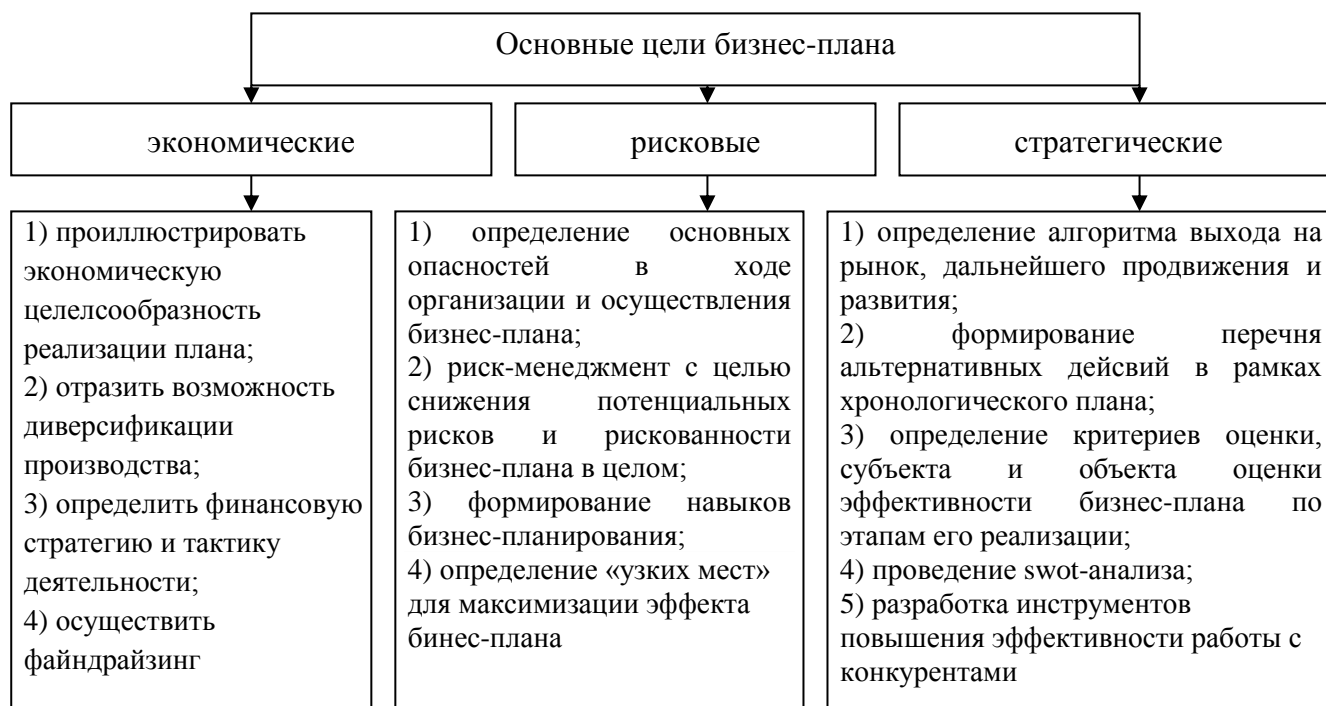


Рисунок 1 – Основные цели бизнес-плана [2]

Функции бизнес-плана представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Функции бизнес-плана

Внутренние функции	Внешние функции
<ol style="list-style-type: none"> 1) определение текущего состояния предприятия, опыта ведения хозяйственной деятельности, возможных альтернатив ведения бизнеса с целью повышения эффективности функционирования или максимально результативного входа на рынок; 2) оценка всех возможных вариантов использования существующих ресурсов и мощностей с целью улучшения работы и задействования имеющихся резервов; 3) разработка основ кадровой политики с целью предотвращения «кадрового голода» как в начале работы, так и на этапах текущего функционирования; 4) контроль основных результатов работы предприятия в соответствии с экономическими, стоимостными и прочими результатами; 5) имиджевая работа как в ходе формирования будущего бизнеса, так и в рамках его реализации; 6) работа по усилению финансовой надежности реализации бизнес-плана. 	<ol style="list-style-type: none"> 1) привлечение для реализации проектов инвестиций; 2) участие в государственных тендерах и конкурсах проектов с целью получения государственного финансирования; 3) разработка основных разделов в соответствии с методиками UNIDO для унификации и повышения вероятности получения кредитных средств; 4) организационно-финансовое обоснование необходимости создания совместных производств, предприятий с использованием иностранного капитала и других форм совместной деятельности; 5) выявление возможного эффекта диверсификации деятельности предприятия

Главными принципами, которыми следует руководствоваться при разработке бизнес-планов, являются принципы [3]:

- непрерывности;
- многовариантности;
- множества реализуемых целей;
- количественной оценки целей развития предприятия;
- научности;
- оптимальности;
- сбалансированности;
- преемственности;
- системности и гибкого (быстрого) реагирования.

Данные принципы представляют собой правила, при нарушении которых значимость и объективность бизнес-плана существенно снижаются.

Цели, задачи, функции и принципы бизнес-планирования определяют комплексность рассматриваемого процесса – это проявляется в том, что бизнес-планы составляют как для внешнего (чтобы представить дело в наиболее выгодном свете людям извне, например, инвесторам), так и для внутреннего (в этом случае проводится анализ всех сильных и слабых сторон бизнеса) использования.

В бизнес-плане обосновываются общие и специфические элементы функционирования предприятия в условиях рынка, выбор стратегии.

Как правило, при подготовке бизнес-плана для внутреннего использования анализируются многие проблемы и слабые места проекта, которые не предназначены для глаз потенциальных инвесторов.

В то же время обсуждение этих сложных вопросов и поиск путей их решения позволит заявителям самим для себя получить реальное представление о возможных препятствиях реализации предложенного проекта и более объективно оценить ситуацию внешней среды бизнеса.

Кроме того, эти аспекты могут интересовать будущих инвесторов при оценке целесообразности вложения финансовых средств и определения их оптимального размера.

Например, при более тщательном анализе имеющихся ресурсов, может оказаться, что сумма инвестиций существенно снизится. Или изменится график получения финансовых средств вследствие более тщательного планирования работ, что особенно важно при использовании кредитных ресурсов, предполагающих

выплату процентов за использование финансовых средств. Помимо этого, такое планирование может снизить и сумму необходимых инвестиций, поскольку при реализации некоторых проектов уже на первых его стадиях возможно получение денежных средств от продаж. В этом случае получение инвестиционного кредита может стать неверным стратегическим решением, поскольку компания будет вынуждена большую часть доходов отдавать инвестору. Все варианты стратегии развития предприятия должны быть проработаны заранее, привлечение инвестора окажется оправданным только в том случае, если обе стороны согласятся с целесообразностью этого решения.

В то же время бизнес-план, составленный только для внешнего пользования, часто приукрашивает реальность, что в дальнейшем может оказать разрушающее воздействие в процессе его реализации. Поэтому при разработке любого варианта бизнес-плана следует как можно более реалистично оценивать, как имеющиеся ресурсы, так и рыночные перспективы. При этом следует отметить, что бизнес-план, как правило, систематически обновляется, в него вносятся изменения, связанные как с переменами, происходящими внутри фирмы, так и с изменениями на рынке, где действует фирма, и в экономике страны в целом.

Таким образом, в настоящее время отсутствует единое определение бизнес-плана, в связи с чем предлагается трактовать его как программу осуществления бизнес-операции, действий фирмы, содержащая сведения о фирме, товаре, его производстве, рынках сбыта, маркетинге

Список использованных источников

1. Баринов, С. Прогнозирование и планирование в условиях рынка / С. Баринов. – М.: Инфра-М, 2015. – 260
2. Клоков, Б.П. Управление финансовой деятельностью предприятия / Б. П. Клоков. – М.: Финансы и статистика, 2016. – 780 с.
3. Бухаров, А.В. Внутрифирменное планирование / А.В. Бухаров. – М.: АО «ДИС», 2015. – 231с.
4. Царев, В.И. Бизнес-планирование в условиях рынка / В.И. Царев. – М.: Инфра-М, 2015. – 260
5. Пелих, А.С. Бизнес-планирование /А.С. Пелих. – М.: АО «ДИС», 2015. – 231с.