

Шангина Дарья Алексеевна
Магистрант 2 курс
Башкирский государственный университет
Место работы ПАО «Росбанк»
г. Уфа, Россия
dashashangina@yandex.ru

Особенности современного бизнес-планирования фирмы

Цель статьи заключается в исследовании современных особенностей бизнес – планирования фирмы. В работе использованы методы аналитического, сравнительного, статистического, ретроспективного исследования. Автором определена роль бизнес – планирования в современной действительности. Осуществлена историческая ретроспектива составления бизнес - планов, рассмотрены и проанализированы основные разделы бизнес – плана. Обозначены основные методики бизнес – планирования в современной действительности. А также рассмотрена актуальная практика в сегодняшней действительности, составление Бизнес – плана «на коленке».

Ключевые слова: бизнес – планирование, бизнес –план, UNIDO, ЕБРР, BFM Group, KPMG.

Shangina Darya
student
Bashkir State University
Ufa, Russia
dashashangina@yandex.ru

Features of Modern Business Planning of the Compony

The purpose of the article is to study the modern features of the company's business planning. The methods of analytical, comparative, statistical, and

retrospective research are used in the work. The author defines the role of business planning in modern reality. A historical retrospective of the preparation of business plans is carried out; The main sections of the business plan are considered and analyzed. The main methods of business planning in modern reality are outlined. And also considered the actual practice in today's reality, drawing up a business plan "on the knee".

Keywords: business planning, business plan, UNIDO, EBRD, BFM Group, KPMG.

Ключевым компонентом организации коммерческой деятельности в условиях общерыночной экономики является бизнес – планирование. В современном обществе бизнес – планы используют повсеместно: банки и спонсоры, у которых предприниматель планирует брать кредиты, для создания и развития своего бизнеса; сотрудники уже действующей организации для развития и формирования целей, задач и перспектив ее становления; сам предприниматель, для проанализировать своих идей, их реалистичности и целесообразности.

Бизнес – план — это элемент современного и долгосрочного планирования развития предприятия, компании или фирмы на предстоящий период времени (от 3 до 5 лет). Документ должен быть понятным, кратким и точным, так как именно он формулирует как задачи бизнеса, пути и методы преимущества целей, как и разбор способов заключения проблем, появляющихся при реализации идеи. [5, с. 7]

«Бизнес – план может быть применён и для финансового оздоровления компании, ведь в нем упоминаются вопросы получения и распределения денежных средств» [5, 10].

Бизнес – план как проект для создания нового бизнеса или для совершенствования предприятия всегда связан с инвестированием средств. Именно тогда в документ закладывают горизонт планирования до конца воплощения плана. Ключевыми вопросами бизнес – планирования в современной действительности выступают:

- 1) Обеспечение высоких темпов экономического развития за счет эффективной и результативной хозяйственной деятельности;
- 2) Максимизирование прибыли за счет привлеченных инвестиций;
- 3) Минимизирование предпринимательских рисков [3, с. 4].

Следовательно, бизнес – план развития фирмы – это не просто документ внутреннего планирования, а во всех отношениях отображение бизнеса и сферы, в которой он существует, структуры администрирования, в которой он испытывает потребность для приобретения определенных задач [2, с. 8].

Бизнес – план может включать в себя такие составляющие как получение финансового капитала у инвесторов и заемных средств у банков, а также убеждение совладельцев и сотрудников фирмы в том, что запланированные итоги осуществимы.

«Бизнес – план - это средство осуществления бизнес - стратегии фирмы. Составление этого документа необходимо для того, чтобы определить путь развития на несколько лет вперед» [5, с. 10].

Например, если речь идет об увеличении объема выпуска уже отработанных товаров или оказание укоренившихся услуг, то бизнес – план может быть свободным по структуре и содержанию. А если проектом предусмотрена организация разработки «новоиспеченной» продукции или продвижения новейших услуг, то должен быть разработан развернутый план, который включает весь срок его «воплощения в жизнь». [5 с. 19]. В плане построения бизнеса функциональность связана с тем, насколько доскональным является описание дела (предпринимательство). «Объем плана не регламентируется. Также не определены требования к размеру и структуре разделов внутри самого документа», так как это обусловлено индивидуальностью определенной фирмы и экономической ситуацией на рынке [1, с.117].

В современном мире выделяют несколько основных методик бизнес-планирования: это методика UNIDO (Организации Объединенных Наций по промышленному развитию), ЕБРР (Европейского Банка Реконструкции и Развития), BFM Group и KPMG (Международной сети фирм, предоставляющие аудиторские, налоговые и консультационные услуги). В зависимости, от того, какой из этих подходов выбран, зависит непосредственно структура самого документа.

В бизнес – планах, написанных методами ЕБРР и BFM Group, структура несколько отличается, здесь резюме идет за меморандумом о конфиденциальности. Данный документ — это документ, в котором прописано условие не разглашать содержимое бизнес – плана без согласия самого автора.

Наиболее часто используемым стандартом, представленная методика, рекомендованная Организацией Объединенных Наций по промышленному развитию (UNIDO). Согласно данной методике, после резюме следуют такие разделы, как:

- исследование рынка;
- план маркетинга;
- организационный план;
- общепроизводственный план;
- материальный план;
- разбор рисков;
- приложения.

Внутри разделов выделяются подразделы, посвященные конкретным вопросам, которые возникают при подробном рассмотрении той или иной проблемы.

«Резюме - самый главный раздел любого бизнес –плана. Оно должно быть кратким, не более трех страниц. Данный раздел бизнес – планирования пишется в заключительную очередь, при условии, когда разрешены все остальные вопросы. Резюме должно быть понятным не столько специалисту, однако и обычному бизнесмену. Также, резюме обязано заинтересовать инвестора, если данного не произойдет, не исключено, что он не будет дальше разбирать бизнес – план. Резюме, это сжатый вариант всего бизнес – плана. Изложение информации в резюме представляется довольно свободно, но необходимо все - таки начинать с главной цели предлагаемого бизнеса и идеи разрабатываемого бизнес – плана» [1, с.110-117].

Резюме должно включать: полное наименование фирмы, его реквизиты, представление предприятия, его положение на рынке сегодня, основные финансовые показатели. Кратко описываются основные потребители и конкурентоспособное превосходство данного проекта.

В общем, резюме должно дать ответ на два самых важных вопроса, возникающие у инвестора: «Что я заработаю в случае положительного результата?» и «Насколько большая вероятность лишиться капитала, либо его части?». Ответить на эти главные вопросы можно только после того, как будет полностью готов бизнес – план, исходя из этого, резюме необходимо составлять в самом конце работы над проектом.

В разделе, посвященном описанию компании, указываются основные сведения о ней. Это описание сферы бизнеса, краткая характеристика предприятия, организационная правовая форма, размер уставного капитала, характеристика менеджеров.

Также необходимо дать краткую историческую справку возникновения компании, обрисовать характер бизнеса, доступность ресурсов и месторасположения на рынке.

Когда осуществляется разработка бизнес – плана развития предприятия (компании, фирмы), очень важна функциональность рынка. Не правильная выстроенная функциональность, безуспешный анализ рынка, а также не полное его изучение как внешних, так и внутренних факторов может стать причиной реорганизации предприятия, которое может привести в том числе к банкротству молодого бизнеса

Высококонкурентные условия играют существенную роль в бизнесе, вследствие этого, в некоторых случаях, раздел с описанием конкурентов

отделяют от раздела, где говорится о принадлежности рынка. Понимание конкурентов, по всей вероятности, смягчит выбор тактики конкурентной борьбы. Основная задача исследования положения рынка – найти направление и уровень его уравновешенности.

Вслед за тем, как в бизнес – плане будут изложены условия рынка и принцип конструкции можно переходить к выбору стратегии маркетинга. Стратегии необходимо посвятить отдельный раздел документа. В данной части определяются миссии и вопросы маркетинга, мониторинг продаж, политика продвижения продуктов на рынке, критика рыночных способностей предприятия. Материал должен быть составлен ясно широкому кругу лиц: от банкиров до членов советов директоров; от рядового специалиста до генерального директора. Основными сведениями пункта маркетинга, являются:

- 1) план распределения товаров;
- 2) реклама и связь с общественностью;
- 3) условия ценообразования, допустимость уменьшения цен;
- 4) схема создания имиджа вашего бизнеса;
- 5) пути стимулирования потребителей.

Выбор способа продвижения товаров и услуг, непосредственно зависит от материального потенциала и рациональности применения одних или других методов.

«Организационный план. В этом разделе указываются основные административные должности на предприятии, кто принимает окончательные решения, кто кому подчиняется» [1, с.110-117]. Описываются точные права и обязанности каждого члена команды управления. На каждого руководителя

составляется подробная характеристика, необходимая как иллюстрация деловых качеств, так и достигнутых результатов в управлении. В ней должны быть приведены биографические данные, предшествующий опыт работы, достижения в прошлом, которые свидетельствуют о способности кандидата справляться со своими будущими обязанностями. Структуру управления лучше сделать гибкой: так как компания должна быть готова как к благоприятным, так и к неблагоприятным изменениям на рынке.

Производственный план состоит из требований к производственному помещению и применяемому оборудованию, контролирует трудовой процесс, а также процесс производства. План производства – это основа деятельности компании. Без него невозможно контролировать предприятие, отслеживать прибыль и убытки, находить пути для оптимизации.

«Финансовый план включает в себя формирование баланса, прогнозируемый доход, допустимые убытки и процесс движения денежных средств» [1, с.110-117]. Здесь содержатся такие сведения как:

- 1) ресурсы извлечения средств;
- 2) мониторинг размеров реализации;
- 3) баланс поступлений и расходов;
- 4) диаграмм итогов безубыточности;
- 5) расчет размера суммы, необходимой для запуска нового дела;
- 6) список доходов и расходов;
- 7) суммарный баланс пассивов и активов.

В конце любого бизнес – плана, вне зависимости от предпочтенной методике, размещаются приложения – которые содержат дополнительный иллюстративный материал (графики, таблицы, расчеты, патенты,

сертификаты, реклама, результаты маркетинговых исследований). Они в свою очередь дополняют основное содержание бизнес – плана. [4, с. 35].

Также, в сегодняшней действительности, актуальной является практика составления Бизнес – плана «на коленке». Это не значит, что Бизнес – план составляется (пишется) на коленке, нет, данный вид плана, пишется буквально за 2 часа, и он дает толчок для того, чтобы начать планировать свои действия. Такой бизнес – план «на коленке» помогает оперативно оценить не только свои желания, но и свои возможности. Помогает понять, действительно ли Вы хотите заняться бизнесом, или просто играют амбиции. Как правило в составлении бизнес –плана «на коленке» есть такая цепочка: мечта-цель-план: какая же у меня мечта? Какие у меня есть возможности для выполнения данной цели? И какие конкретные действия я должен сделать для воплощения моего плана в реальность? В большинстве случаев данное понятие все – таки используют самозанятое население, таких сфер, как: блогер, гид по женскому вдохновению, создатель базовой уверенности в себе, тренер по домашнему маникюру /педикюру и прочее.

В наши дни существуют компьютерные программы, для создания высокого уровня бизнес – планов, но, как правило, создание квалифицированного бизнес – плана только под силу команде высококвалифицированных специалистов. Расплата за некачественный бизнес – план слишком высока.

Список источников и литературы

1. Грачев С.А., Рахова М.В., Холодная А.К. Бизнес – планирование. Учебное пособие. – Владимир: Изд –во ВлГУ, 2017. – 110-117с.

2. Жуплей И.В. Бизнес – планирование. Учебное пособие для обучающихся по направлению подготовки Экономика. - Уссурийск: ФГБОУ ВО Приморская ГСХА, 2017. – 8.

3. Крутиков В.К., Аракелян С.А., Дорожкина Т.В., Субботина Т.Н., Якунина М.В. Бизнес – планирование. Учебно-методическое пособие. - Калуга: Изд – во Эйдос, 2017. – 4с.

4. Павлов А.В. Разработка бизнес – плана. –М., Альянс – Пресс, 2007.-212с.

5. Сергеев А.А. Бизнес – планирование. Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. – Москва: Изд –во Юрайт, 2018. – 7с, 10с, 19с.

6. Халтаева С.Р., Яковлева И.А. Бизнес – планирование. Учебное пособие. – Улан – Удэ: Изд – во ВСГТУ, 2005. – 170с.

Выходные данные статьи:

Шангина Д. А. Особенности современного бизнес-планирования фирмы. // Журнал «У». Экономика. Управление. Финансы., №4. 2020. URL: <https://portal-u.ru/index.php/journal/article/view/437>