

# **РОЛЬ БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ**

Гусельникова Ю.П.

(Уральский государственный экономический университет, Екатеринбург)

Научный руководитель:

Шемятихина Л.Ю., канд. пед. наук, доцент

Бизнес-планирование является эффективным инструментом управления, используемым практически повсеместно в условиях современной экономической ситуации, вне зависимости от сферы деятельности, её масштабов, а также формы собственности предприятий малого и среднего бизнеса<sup>1</sup>.

Бизнес-планирование можно характеризовать как рабочий инструмент для только создаваемых и уже существующих организаций. Бизнес-план представляет собой краткое, доступное и понятное описание предприятия, ключевых механизмов при изучении будущей деятельности на рынке. Бизнес-план предоставляет возможность для выявления актуальных проектных решений в долгосрочной перспективе, определения и расчета средств для их достижения. Всё это и способствует увеличению значимости бизнес-планирования в современных экономических условиях.

Чтобы увидеть целостную картину, касающуюся бизнеса, необходимо построить план. Он является неким прогнозом на будущее для оценки возможных перспектив. Есть конкретные задачи бизнес-планирования:

- определить, в каких направлениях может развиваться организация, и какое место на целевых рынках она будет занимать;
- сформулировать долго- и краткосрочные цели, а еще разработать стратегию и тактику их достижения;

---

<sup>1</sup> Гришин, В. В. Разрабатываем бизнес-стратегию фирмы. Практическое пособие / В.В. Гришин, В.Г. Гришина. [Текст]: - М.: Дашков и Ко, 2016. - 206 с. - Режим доступа: <http://www.knidka.info>

- выбрать конкретных людей, ответственных за каждый пункт реализации бизнес-планирования;
- представить основные показатели товаров и услуг, которые будут предложены на рынке потребителям;
- провести оценку производственных и торговых издержек по их созданию и реализации;
- выяснить, как правильно мотивировать работников, чтобы они четко выполняли требования для реализации намеченных планов;
- сделать оценку финансового положения организации.

Бизнес-планирование на предприятии имеет свои важные причины:

- если на развитие нужны деньги и приходится искать инвесторов, то первое на что они будут смотреть – подробный бизнес-план, который поможет понять будут ли вложения выгодными;
- планирование помогает обозначить цели, к которым нужно будет стремиться в развитии предприятия;
- развитие бизнес-планирования можно назвать неким помощником для решения насущных проблем. В плане расписываются методы подбора кадров, правила заключения сделок и другие нюансы политики организации;
- предвидение разных ситуаций, поэтому разрабатывая план нужно рассматривать не только оптимистический сценарий;
- проведение анализа, исследований и получение знаний. Эта причина связана с тем, что во время разработки плана придется изучить диафрагму потребителей, конкурентов и другие важные аспекты.

В данных экстренных ситуациях, сопровождающихся мгновенными изменениями в отрасли, времени на изменение ключевой стратегии нет. В этой связи ведущий менеджер организации должен предвидеть появление

различных колебаний на рынке и принимать грамотные управленческие решения<sup>2</sup>.

Осуществив анализ стратегии нескольких крупнейших отечественных организаций, можно выделить несколько разделов, составляющих общую структуру, которая лежит в основе всякого бизнес-планирования:

- наличие корпоративной цели, предполагающей чёткое формулирование решений, которая относится к производимой продукции либо предоставляемым услугам, а также поиск новых рынков для сбыта товаров;

- исследование уровня конкуренции, которое подразумевает анализ собственных конкурентных преимуществ, а также преимущества конкурентов, разработка мероприятий в целях повышения конкурентоспособности организации;

- необходимость инновационной деятельности, которая предполагает не только разработку различных идей, но их реализацию.

В этом разделе прописываются различные инновационные технологии, которые планируется внедрить в организации в будущем времени;

- ресурсы обеспечения организации. Этот пункт подразумевает определение величины оборотного и основного капитала, дебиторской и кредиторской задолженности, а также осуществляется отдельное выделение инвестиций, их величина, источники и направления их использования;

- исследование рынка, которое подразумевает не только выявление границ рынка, но также и исследования эффективности рассматриваемого рыночного сегмента, а также степень конкуренции в нём.

Большинство фирм составляет бизнес-план на год, в которых отражаются направления деятельности фирмы в планируемый период и коротко характеризуется дальнейшее развитие. Есть и фирмы, которые составляют бизнес-план на срок до 5 лет, но только крупные компании, уже

---

<sup>2</sup> Гришин, В. В. Разрабатываем бизнес-стратегию фирмы. Практическое пособие / В.В. Гришин, В.Г. Гришина. [Текст]: - М.: Дашков и Ко, 2016. - 206 с. - Режим доступа: <http://www.knidka.info>

добившиеся определенного успеха на рынке, составляют бизнес-план и реализуют бизнес-планирование на период более 5 лет<sup>3</sup>.

Правильно разработанный план помогает продумать стратегию и понять, насколько реально воплотить существующие идеи. С его помощью можно избежать ошибок, которые часто приводят к краху. Есть основные функции бизнес-планирования:

- стимулирование и мотивация намеченных сделок и других действий;
- прогнозирование желаемого состояния бизнеса с учетом совокупности разных факторов;
- оптимизация предприятия в конкретной социально-экономической среде;
- координация всех структурных подразделений фирмы для получения общего результата;
- бизнес-планирование способствует осуществлению безопасного управления, поскольку будет осведомленность о возможных рисках;
- помогает упорядочить работу и контролировать выполнение плана, чтобы вовремя выявить ошибки и их скорректировать.

Бизнес план включает в себя основные разделы:

- титульный лист, содержащий информацию о названии предприятия, полном наименовании документа и основную контактную информацию;
- информация об уставном капитале, численности сотрудников, ключевых финансово-экономических показателях и так далее;
- маркетинговый план, который посвящен исследованию рынка, анализу конкурентов, выбранной ценовой и маркетинговой стратегии;
- производственный план, который предоставляет описание местоположения, потребности в ресурсах и площадях, технологии производства, потребности в оборудовании;

---

<sup>3</sup> Горемыкин, В. А. Бизнес-план. Методика разработки. 25 реальных образцов бизнес-плана / В.А. Горемыкин. - М.: Ось-89, 2016. - 592 с.

- финансовый план, в котором приводятся расчёты будущих доходов, затрат, выручки, а также содержатся способы финансирования проекта;
- организационно-правовой план, в котором указывается организационная структура предприятия, подразделения, а также их функции, кадровая политика, правовое обеспечение;
- расчёт эффективности проекта, который содержит основные показатели окупаемости и доходности<sup>4</sup>.

Необходимо принять во внимание тот факт, что в настоящее время в условиях увеличения динамичности внешней среды, выбрать неизменную единую долгосрочную стратегию для работы на рынке практически не представляется возможным, можно осуществить разработку и предложить лишь подходящую на данный момент, то есть временную стратегию развития.

Бизнес-план выступает в качестве важнейшего документа, который позволяет привлечь инвестиции, требуемые для развития и совершенствования бизнеса. Именно грамотно составленный бизнес-план служит для убеждения инвесторов в привлекательности организации, в надёжности и финансовой окупаемости инвестиционного проекта [9, с. 221].

Разумеется, лишь наличие грамотного бизнес-плана не выступает в качестве гарантии достижения поставленных целей, для эффективной реализации бизнес-идеи от предпринимателя требуется умелое искусное управление проектом.

Бизнес-планы составляются на различные проекты, к примеру, для организации кафе быстрого обслуживания, пиццерии, магазина, фитнес-клубов, промышленного центра.

По мнению ряда отечественных учёных, российская действительность в первую очередь осложняет реализацию процесса стратегического планирования деятельности отечественных организаций, это связано с объективными и субъективными причинами.

---

<sup>4</sup> Веснин, В.Р. Основы менеджмента: Учебник / В.Р. Веснин. - М.: Проспект, 2015. – 320 с.

В качестве объективных причин можно назвать:

- увеличение динамики факторов внешней среды;
- низкий уровень финансовых знаний организаций;
- высокий уровень зависимости организаций от государственной поддержки в виде государственного заказа, финансирования, контроля.

В качестве субъективных причин можно назвать:

- цейтнот, приоритет текущей деятельности;
- стереотип того, что стратегическое планирование не оказывает воздействие на эффективность деятельности организации;
- недостаточная квалифицированность и профессионализм менеджеров в сфере стратегического планирования;
- определённые недостатки методической базы, в особенности той, которая учитывает отраслевую специфику организаций;
- преобладание негативного мнения о планировании, как результата деятельности высшего уровня управления организации<sup>5</sup>.

Статистические данные свидетельствуют о том, что более 50 % отечественных организаций неэффективно используют инструмент планирования.

К эффективным системам, как правило, относятся те, в которых отклонения между плановыми и фактическими результатами составляют величину более 30 %. Этот факт свидетельствует о существенности сложившейся проблемы, в силу того, что стратегический план представляет собой фундаментальную основу управленческой деятельности всех организаций.

Традиционно принято считать, что бизнес-планирование представляет собой зону ответственности высшего управленческого состава, тем не менее, мировой опыт свидетельствует о том, что имеет огромное значение

---

<sup>5</sup> Буров, В.П. Бизнес-план фирмы. Теория и практика: Учебное пособие / В.П. Буров. [Электронный ресурс]: — М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. — 192 с. - Режим доступа: <http://lukyanenko.at.ua>

реализация принципа открытости и привлечения к процессу стратегического планирования руководителей отделов, подразделений, специалистов, поставщиков, потребителей и партнёров – этот подход способствует усилению эффективности процесса бизнес-планирования.

Необходимо принять во внимание тот факт, что в настоящее время в условиях увеличения динамичности внешней среды, выбрать неизменную единую долгосрочную стратегию для работы на рынке практически не представляется возможным, можно осуществить разработку и предложить лишь подходящую для данного момента, то есть временную стратегию развития.