Митринюк Д.В., Федотов А.П.
Бизнес-план, его цели, функции и особенности

*КубГТУ
(Россия, Краснодар)*

doi: 10.18411/lj-02-2020-88

idsp: ljjournal-02-2020-88

Аннотация

Правильное планирование и знание дела определённо может дать гарантию человеку надёжности и успеха своих поступков. Любой путь в большое дело начинается с малого, а в частности с обозначения роли ключевых позиций и мельчайших деталей. Данный вопрос будет актуален всегда, а пренебрежение им недопустимо, поскольку это влечёт за собой крах ещё до начала каких-либо действий.

Статья имеет научно-публицистический характер. В данной статье рассмотрены основные понятия, проблемы, функции и особенности составления бизнес-плана сегодня, частично затронута тема предпринимательства в строительстве.

Ключевые слова: бизнес план, экономика, экономические теории, цели и особенности бизнес плана, экономика строительства, строительный бизнес.

Abstract

Proper planning and knowledge of the case can definitely give a person a guarantee of reliability and success of their actions. Any path to a big business begins with a small one, and in particular with the designation of the role of key positions and the smallest details. This issue will always be relevant, and ignoring it is unacceptable, since it entails a collapse before any action begins.

The article has a scientific and journalistic character. This article discusses the main concepts, problems, functions and features of drawing up a business plan today, and partially addresses the topic of entrepreneurship in construction.

Keywords: business plan, economics, economic theories, goals and features of the business plan, construction economics, construction business.

Бизнес план – план по которому следует осуществление бизнес-операций, действий, содержащий сведения о фирме, товаре, рынках сбыта, организации операции и их эффективности.

Бизнес-план является документом, с помощью которого, инициализируется управление бизнесом, поэтому он является неотъемлемой частью стратегического планирования и руководством для исполнения и контроля.

Основная цель бизнес-плана – планирование деятельности фирмы на все периоды ее деятельности в соответствии со склонностями рынка и возможностями получения необходимых ресурсов. Составители бизнес-плана должны учитывать не только основную цель, но и такие цели как:

Социальная цель – отражает главные направления развития общества:

Улучшение экологической, психологической обстановки, создание культурных и духовных ценностей, расширение деловых взаимосвязей, нахождения баланса между профицитом и дефицитом товара.

Ревальвация статуса предпринимателя – становление и упрочнение экономического ресурса, включая производственный, финансовый, научный, духовный. Ревальвация служит залогом потенциальности осуществления последующих сделок, повышения авторитета предпринимателя, плодотворный его популярностью, чистой репутацией и гарантией качества его услуг.

Вспомогательные – обновление контактов, зарубежные поездки, вступление в разнообразные контакты и др.

В наше время бизнес-план содержит пять функций.

Первая функция – связана с допустимостью использования бизнес-плана для создания стратегии бизнеса. Эта функция стремительно требуется для образования предприятия, а так же для производства новых направлений деятельности.

Вторая функция – планирование. Она позволяет усмотреть возможности развития очередного направления деятельности, управлять процессами, возникающими внутри фирмы.

Третья функция – привлечение денежных средств: ссуд, кредитов.

В современных российских реалиях без кредитных ресурсов осуществить какой-либо крупный проект на практике – очень трудоемкая задача. Но получить кредит не так просто. Главная проблема заключается в возросшей невозвратности кредитов. Поэтому банки предпринимают комплекс мер по обеспечению возврата денежных средств, одна из таких мер – наличие проработанного бизнес-плана.

Четвертая функция – решение вопроса о привлечении средств. Только благодаря четко выраженному бизнес-плану компания может привлечь инвесторов со стороны или обеспечить себя средствами на выполнение проекта путем взятия кредита.

Пятая функция – улучшение информативности о предстоящих действиях.

При привлечении всех сотрудников в процесс создания бизнес-плана происходит улучшение информативности о предстоящих действиях, координированность усилий и создание мотивации достижения целей у сотрудников.

Подходы к разработке бизнес-плана.

Первый подход заключается в том, что основоположник проекта сам разрабатывает бизнес-план, а рекомендации получает у специалистов, в частности у инвесторов. Данный подход является более релевантным в зарубежной практике. Помимо инициаторов проекта в его создании активное участие принимают финансисты, знающие особенности рынка, существование свободных капиталов, риска данного проекта.

Особенностью второго подхода является разработка бизнес-плана “на стороне”, то есть основоположник проекта пользуется услугами фирмы, специализирующейся на области маркетинговой деятельности, создании бизнес-планов. При необходимости привлекаются эксперты и консалтинговые компании. За рубежом участие руководителя в разработке бизнес-плана считается обязательным. Многие банки и инвестиционные фонды отказываются рассматривать заявки на выдачу кредита.

Вне зависимости от способов создания в становлении бизнес-плана должны учитываться интересы и условия заинтересованных сторон:

- заказчика бизнес-плана, интерес которого состоит в реализации проекта
- инвестора, интерес которого состоит в возврате средств и получении прибыли от данного проекта
- потребителей, приобретающих продукцию, интерес которых заключается в удовлетворении потребностей.
- органов власти, интерес которых, состоит в удовлетворении общественных потребностей.

В бизнес-плане оценивается как внутренняя ситуация фирмы, так и внешняя. Он крайне необходим для характера ведения бизнеса в условиях акционерной собственности, так как только при помощи бизнес-плана директора компании принимают решение о накоплении прибыли и распределения ее между акционерами. Так же план используется для обоснования мероприятий по совершенствованию и

развитию структуры фирмы, уровня централизации управления и ответственности сотрудников.

Существуют определенные особенности при разработке бизнес-планов для различных организаций (одноточечной и многоточечной организации).

Одноточечная организация – состоящая из одного предприятия.

Многоточечная организация – состоящая из двух и более предприятий. У последних организаций бизнес-план составляется, сначала для каждого предприятия, а потом сливается воедино.

Если бизнес-план создается впервые, то для него необходимы только расчетные показатели. Если он уже существует, то в него включаются отчетные данные за предыдущий год, с которым сравниваются показатели планируемого года.

В бизнес-плане организаций с крупным инвестиционным проектом, нуждающимся в крупном финансировании, главное место занимают факторы, характеризующие проект. Затем идут обычные разделы бизнес-плана.

Бизнес-план для непроизводственных организаций отличается тем, что в плане отображают только планируемый перечень работ, которые будут предоставляться.

На первом месте – объяснение условий предоставления услуг, обеспечение прав потребителей, сертификатов.

В бизнес-плане непроизводственной организации разрабатывается оперативный план, в котором прогнозируются средства для обеспечения деятельности на определенный период.

Бизнес-план строительной компании должен содержать в себе резюме, описание услуг, которые сможет предоставить компания, маркетинговый анализ, закупка необходимого оборудования и инструментов, подбор персонала, реклама и выбор организационно-правовой структуры.

Резюме – предоставление причины, целей и информации о том, кто хочет начать бизнес.

Маркетинговый анализ – анализ релевантности выбранного направления деятельности компании.

Закупка необходимого оборудования – составление сметы, включающую наименование и стоимость выбранного инструмента, так же сумму всех стоимостей.

Подбор персонала – подбор оптимального количества человек и их должностей для нормального старта бизнеса.

Реклама – расчет средств для рекламирования данной компании.

В заключении хочется отметить актуальность данных явлений сегодня, экономическая сфера растет с каждым днем, ведётся разработка новых методов управления финансовым положением, и далеко не факт, что передовые технологии, изобретенные вчера будут иметь силу сегодня. Конкуренция – это главный двигатель прогресса человечества и развития данной сферы, крупные корпорации не хотят терять своего положения на рынке, им нужно оправдывать свое имя путем поиска новых и новых решений. Поэтому недопустимо пренебрегать новыми знаниями, если есть перспективы выхода на рынок.

1. Гаврилов В.И., Ковтуненко М.Г СОСТАВ ФУНКЦИЙ УПРАВЛЕНИЯ В БИЗНЕСЕ, ИХ ВЗАИМОСВЯЗЬ. // Кубанский государственный технологический университет (КубГТУ)
2. Пархоменко В.А., Ковтуненко М.Г., Шеина С.Г. ЭКОНОМИКА СТРОИТЕЛЬСТВА. // Кубанский государственный технологический университет (КубГТУ)
3. Харлампиева С.С., СОСТАВЛЕНИЕ РЕКЛАМНОГО ПЛАНА КАК ЧАСТИ БИЗНЕС-ПЛАНА ПРИ СТАРТЕ ЧАСТНОГО БИЗНЕСА// Маркетинг в России и зарубежом.