**Научная статья : Бизнес-планирование как способ укрепления позиции предприятия.**

*Шорохова А.В, Жумабаева С.Ж.*

*Преподаватели ГБПОУ ВАТТ-ККК Фершампенуазский филиал.*  
  
Статья посвящена изучению вопроса позиционирования бизнес-планирования в качестве механизма укрепления позиции предприятия на современном рынке. Автором обозначены основные понятия в разрезе бизнес-планирования в условиях российской экономики. На основании проведенного литературного анализа выделена необходимость использования методик бизнес-планирования на отечественных предприятиях.  
  
**Ключевые слова**: бизнес-планирование, бизнес-план, предприятие, конкурентоспособность, инвестирование.

В динамических рыночных условиях в деятельности организаций, особенно стратегически ориентированных, возникает потребность в осуществлении новых предпринимательских замыслов, реализации инновационных и других проектов, что, в свою очередь, требует умения разрабатывать бизнес-план. Актуальность работы обусловлена интенсивностью глобализационных и информационных процессов в обществе и мировой экономике, которая диктует новые условия для укрепления позиций предприятий на рынках всех сфер функционирования. Среди авторов, которые посвятили свои работы изучению вопросов бизнес-планирования в условиях современной экономики можно выделить таких, как: Будякова А. А., Моисеенко Ж. Н., Короткова О. В., Кривоносова А. В., Мусагалиева Л. В., Гужвина Н. А., Сафонова А. С., Кудрявцев А. А., Шальнева В. В., Кириенкова А. И. и пр. Современные условия хозяйствования заставляют предпринимателей искать новые методы и подходы к управлению для обеспечения конкурентоспособности предприятий и повышения эффективности бизнеса.

Одним из таких методов является составление бизнес-плана. Бизнес-план — это краткое, точное, доступное и понятное описание предполагаемого бизнеса, важнейший инструмент при рассмотрении большого количества различных ситуаций, позволяющий выбрать наиболее перспективные решения и определить средства для их достижения . Зарубежная практика управления предприятиями, достигшими значительных успехов в бизнесе, среди множества применяемых методов управления также предпочитает бизнес-планирование. Исследование деятельности зарубежных фирм показывают, что причинами абсолютного большинства банкротств компаний выступают просчеты или отсутствие бизнес-планирования. Но, к сожалению, в России применение бизнес-планирования для совершенствования и повышения эффективности предприятия находится на крайне низком уровне, и на данном этапе большинство предприятий и предпринимателей довольно скептически относятся к такому методу управления . ﻿ Статья посвящена изучению вопроса позиционирования бизнес-планирования в качестве механизма укрепления позиции предприятия на современном рынке. Автором обозначены основные понятия в разрезе бизнес-планирования в условиях российской экономики. На основании проведенного литературного анализа выделена необходимость использования методик бизнес-планирования на отечественных предприятиях.

Во-первых, такое отношение связано с тем, что развитие рыночных отношений в РФ происходило довольно быстро и в значительной степени стихийно, что обусловило поздний приход бизнес-плана как ключевого элемента управления предприятием на территории нашего государства. Во-вторых, стоит отметить, что сегодня законодательство не закрепляет обязательность разработки бизнес-плана. Последний является новым документом для большинства отечественных предприятий. Несмотря на стремление страны повысить стандарты качества услуг и принципов ведения бизнеса, широко распространена позиция, отрицающая целесообразность разработки развернутого бизнес-плана и предусматривает в качестве альтернативы краткое технико-экономическое обоснование. Бизнес планирование представляет собой один из важнейших элементов эффективного управления предприятием.

Бизнес планирование — это построение плана, способа будущих действий, определение экономического содержания и последовательных шагов, ведущих к намеченной цели . Необходимость разработки бизнес-плана с целью укрепления позиции предприятия на рынке определяется как внешними, так и внутренними факторами. Такими внешними факторами могут стать: заказ органов государственной власти, органов местного самоуправления или бюджетной организации; необходимость получения банковского кредита на полное или частичное финансирование нового проекта, в связи с чем организация должна представить на рассмотрение финансово-кредитного учреждения (банка, кредитного союза и т. п.) соответствующий бизнес-план по реализации проекта. Поэтому бизнес-план считается ключевым звеном в обеспечении:

-заемного финансирования; – потребности доведения новой бизнес-идеи до потенциальных партнеров и или инвесторов, где бизнес-план может стать действенным средством убеждения этих субъектов в целесообразности вкладывания своих ресурсов в проект;

– продажи собственного бизнеса, в случае чего разработка бизнес-плана может ускорить этот процесс, поскольку этот документ является действенным средством убеждения потенциальных покупателей в выгодности сделки .

К внутренним факторам, которые обуславливают необходимость разработки бизнес-плана, можно отнести:

1. создание организации, начало нового бизнеса (так называемый «Start-Up»), в контексте чего бизнес-план поможет учесть особенности внешней среды, просчитать возможные риски и выработать соответствующие сценарии развития будущего организации;

2) расширение бизнеса (образование дочерних компаний, совместных предприятий);

3) потребность в проверке новой бизнес-идеи и оценке реальных шансов для ее воплощения, где бизнес-план выступает основой для оценки перспектив развития нового проекта, а его составление является, по сути, апробацией бизнес-идеи на бумаге, поэтому в случае выявления ее несовершенства организация не понесет финансовых потерь;

4) необходимость объективной сверки целей деятельности организации с наличием необходимых для их реализации ресурсов;

5) перманентная адаптация деятельности организации к динамическим рыночным изменениям, что, в свою очередь, также требует разработки бизнес-плана . Предприниматель для того, чтобы укрепить позиции своей компании на существующем рынке, должен строго придерживаться всего бизнес-плана, начиная с рассмотрения отрасли и текущего положения предприятия на рынке (при наличии такового) до оценки максимальной прибыли, которую получат инвесторы после капиталовложений .

Таким образом, назначение бизнес-плана состоит в том, что он помогает организации реально оценить идею, воплотить ее в соответствующую документацию, обосновать эффективность и спрогнозировать сильные и самые слабые стороны проекта, привлечь необходимые ресурсы и управлять процессом его реализации. Однако проблема выбора методики, которая лучше всего отвечала бы потребностям организации по составлению бизнес-плана, до сих пор остается открытой в практической плоскости.

**Литература**: Будякова А. А., Моисеенко Ж. Н. Роль бизнес-плана в управлении предприятием // Вестник Донского государственного аграрного университета. 2015. № 4–1 (18). С. 44–48.

Короткова О. В. Особенности разработки бизнес-планов на малых предприятиях // Синергия Наук. 2017. № 16. С. 178–186.

Кривоносова А. В. Структура бизнес-плана и сущность бизнес-планирования на предприятии // Научный и интеллектуальный потенциал. Самара: ООО «Центр научных исследований и консалтинга», 2017. С. 14–16.

Мусагалиева Л. В., Гужвина Н. А. Цель, задачи и особенности составления бизнес-плана на предприятии // Актуальные проблемы аграрной экономики. пос. Персиановский: ФГБОУ ВПО Донской государственный аграрный университет, 2014. С. 143–145.

Сафонова А. С., Кудрявцев А. А. Бизнес-план и его роль в управлении предприятием // Управление реформированием социально-экономическим развитием предприятий, отраслей, регионов. М.: ИП Тугушев С. Ю., 2013. С. 174–178. Шальнева В. В., Кириенкова А. И. Оценка эффективности бизнес-плана на предприятии // Научный вестник: финансы, банки, инвестиции. 2016. № 2 (35). С. 67–71