

Лохматова Татьяна Сергеевна

студентка

Брянский филиал

ФГБОУ ВО «Российская академия народного

хозяйства и государственной службы

при Президенте Российской Федерации»

г. Брянск, Брянская область

РОЛЬ БИЗНЕС-ПЛАНА В РАЗВИТИИ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ

***Аннотация:** в статье рассмотрен актуальный вопрос значения бизнес-планирования в формировании и развитии малого бизнеса. Даны определения малого предпринимательства и бизнес-плана, обозначены их взаимосвязь. Рассмотрены основные пункты бизнес-плана, которые являются наиболее важными для деятельности малого предпринимательства.*

***Ключевые слова:** малое предпринимательство, бизнес-план, маркетинговый план, производственный план, финансовый план, оценка рисков.*

Малое предпринимательство – это предпринимательская деятельность, осуществляемая субъектами рыночной экономики в соответствии с установленными законами, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом в качестве, и может осуществляться юридическим лицом [1, с. 104].

Развитие малого предпринимательства в Российской Федерации играет огромную роль в части повышения стабильности общества, эффективности социально-экономической системы, а также действенности экономических и социальных институтов в стране, в том числе путем увеличения численности среднего класса.

Бизнес-план – это эффективный, современный инструмент, который позволяет показать выгодность бизнеса и привлечь возможных контрагентов, потенциальных финансовых партнеров.

Бизнес-план представляет собой результат исследований и организационной работы, имеющей целью изучение конкретного направления деятельности фирмы (продукта или услуг) на определенном рынке в сложившихся организационно – экономических условиях.

Особенностью бизнес-плана как стратегического документа является его сбалансированность по постановке задач с учетом реальных финансовых возможностей фирмы. Чтобы бизнес-план был принят, он должен быть обеспечен необходимыми финансовыми ресурсами. Это в значительной мере определяет характер проектов (концепций), которые изучаются при разработке бизнес-плана. Эти проекты должны быть не только инновационными, но и достаточно полно проработанными, показывать какие затраты необходимы на их реализацию и что это экономически даст [2, с. 243].

Структура бизнес-плана не выдвигает строгих требований к составлению, но предполагает наличие определенных пунктов, обязательных в любом случае. Наиболее важными являются маркетинговый план, производственный план, финансовый план и оценка рисков.

Маркетинговый план занимает особое место в бизнес-плане.

В организации, которая действует в сфере малого бизнеса, маркетинговый план служит, прежде всего, для привлечения потенциальных партнеров и инвесторов. Сотрудникам организации он позволит эффективно осуществлять товарную политику в соответствии с потребностями рынка, а также обеспечивать продвижение товаров (работ, услуг).

Целью разработки этого раздела бизнес-плана является определение содержания маркетинговой деятельности организации, обоснование ее приоритетных направлений и конкретных мероприятий.

Подразделами маркетингового плана являются план продаж и стратегия маркетинга.

Производственный план – это один из важнейших разделов бизнес-плана, так как в нем подробно описывается, как организация сможет обеспечить выпуск запланированных объемов товаров.

Основная цель его разработки – доказать инвесторам, что организация может произвести предусмотренный планом маркетинга объем продукции (работ, услуг).

К основным подразделам производственного плана можно отнести программу производства и реализации продукции, план материально-технического обеспечения и план затрат на производство и реализацию продукции.

Финансовый план является заключительным разделом бизнес-плана. Правильно составленный финансовый план даёт представление о реальной оценке инвестиционной привлекательности данного бизнеса, его рентабельности. Это один из ключевых разделов бизнес-плана.

Цель финансового плана – показать полную картину ожидаемых финансовых результатов деятельности организации по реализации проекта. Только после составления финансового плана можно сделать вывод о прибыльности проекта, его экономической эффективности.

Стоит сказать, что современный бизнес, конечно, невозможен без риска.

Цель разработки плана риска – предоставить надежную информацию о возможных угрозах и вызовах внешней и внутренней среды, препятствующих реализации намеченных организацией целей, задач и результатов.

Для инвестора объективная оценка риска обеспечивает уверенность в целесообразности и надежности вложения средств [3, с. 19].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что предприятия малого бизнеса испытывают острую потребность в разработке бизнес-планов в силу необходимости планирования своей деятельности, привлечения инвесторов, партнеров и максимального учета возможных рисков.

Бизнес-план предприятия малого бизнеса позволит убедить инвесторов в том, что предприниматель нашел привлекательные возможности развития

собственного бизнеса, позволяющие эффективно осуществлять намеченные планы.

Список литературы

1. Тупицын А.Л. Финансовый бизнес-план малого предприятия: учеб. пособие. – Новосибирск, 2005. – С. 104.
2. Меркулова А.В. К вопросу о субъектах предпринимательских правоотношений // Ученые записки Орловского государственного университета. – 2014. – №4 (60). – С. 243.
3. Богомоллова В.А. Бизнес-планирование: учебное пособие / В.А. Богомоллова, Н.М. Белоусова, О.В. Кублашвили, Р.Ю. Ролдугина. – М., 2014. – С. 19.