

БИЗНЕС-ПЛАН ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА

Волкова Юлия Сергеевна,

студент

ФГБОУ ВО

Уральский государственный университет путей сообщения

(УрГУПС)

Научный руководитель: Селина Ольга Викторовна

к.э.н., доцент

ФГБОУ ВО

Уральский государственный университет путей сообщения

(УрГУПС)

В статье представлено определение значение бизнес-плана для организации инвестиционного планирования организации, раскрываются функции и цели бизнес-плана, также представлен алгоритм разработки реализации бизнес-плана инвестиционного проекта. Актуальность темы настоящей работы объясняется тем, что любой предприниматель предприятия малого бизнеса, вне зависимости, начинающий он или уже давно работающий на рынке, обязан не только точно знать потребность в финансовых, материальных, трудовых и интеллектуальных ресурсах на ближайшую перспективу, а также предполагать источники их извлечения, но и уметь грамотно и точно оценить эффективность применения таких ресурсов в процессах производства продукции и производственной и хозяйственной деятельности компании.

The article presents the definition of the importance of a business plan for the organization of investment planning of an organization, reveals the functions and goals of the business plan, and also presents an algorithm for developing the implementation of the business plan of an investment project. The relevance of the topic of this work is explained by the fact that any entrepreneur of a small

business, regardless of whether he is a beginner or has been working in the market for a long time, must not only accurately know the need for financial, material, labor and intellectual resources in the near future, as well as assume the sources of their extraction, but also be able to competently and accurately assess the effectiveness of the use of such resources in the production processes and production and economic activities of the company.

Ключевые слова: бизнес-план, инвестиционное планирование, экономическая эффективность.

В современных условиях хозяйствования возрастает актуальность бизнес–планирования как инструмента организации и координации менеджмента организации, обеспечивающее разработку программы действий от начала до ее завершения. Независимо от того, какие коммерческие проекты реализуются, планирование бизнеса основано на систематическом использовании методологии достижения эффективности при реализации любого типа деловых операций и сохранении приемлемых уровней рисков.

Бизнес–план представляет собой стратегический документ планирования инвестиционного проекта, в котором описываются все основные аспекты будущей коммерческой организации, осуществляется анализ и оценка рисков, а также определяются способы их решения. Эффективный бизнес–план определяет целесообразность вложений и прибыльность.

Не будет преувеличением назвать бизнес–план основой управления организацией. Сам процесс разработки и реализации бизнес–плана, включающий детальный анализ экономических и организационных вопросов, постоянно побуждает мобилизоваться. Целью такого плана может быть получение кредита, привлечение инвестиций, определение стратегических и тактических ориентиров, оценка рыночного положения организации, достижение необходимых результатов по объемам сбыта продукции и др.

Бизнес–план — многоплановый управленческий инструмент, предусматривающий решение стратегических и тактических задач независимо от его функциональной ориентации, в том числе организационно–управленческую и финансово–экономическую оценку состояния организации, выявление потенциальных возможностей бизнеса, анализ сильных и слабых его сторон, формирование инвестиционных целей на планируемый период.

Инвестиционный бизнес–план выступает как объективная оценка результатов инвестиционной деятельности организации и в то же время как необходимый инструмент оценки проектно–инвестиционных решений. В таком плане характеризуются основные положения деятельности коммерческой организации, прогнозируются изменения в ее финансовом состоянии в результате реализации инвестиционного решения, определяется эффективность и целесообразность осуществления инвестиций. Следовательно, инвестиционный бизнес–план выступает одновременно как поисковая, исследовательская и проектная работы.[1]

Планирование направлено на достижение определенных целей. Ознакомимся с рисунком 1 для наглядности.

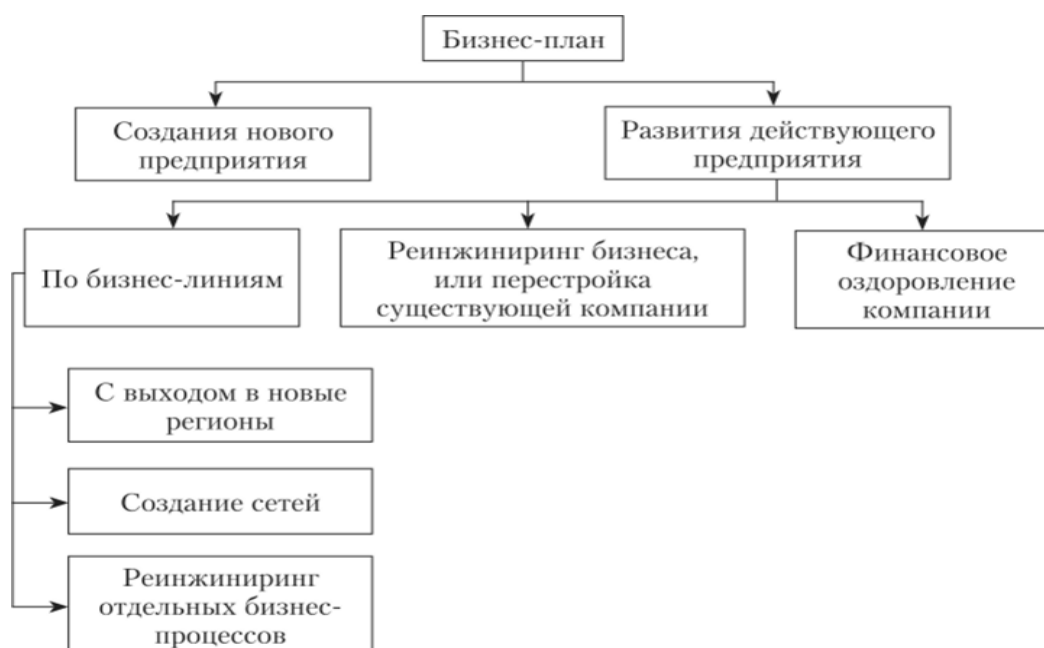


Рисунок 1 – Цели создания бизнес–плана

Спланировать инвестиционную деятельность организации — значит составить план ее развития и в дальнейшем контролировать его выполнение, оценивая эффективность на каждом этапе реализации. Основу инвестиционного бизнес–планирования составляют обработка информации по обоснованию предстоящих действий и определение наилучших способов достижения намеченных целей.

Главная цель инвестиционного бизнес–планирования состоит в том, чтобы определить наиболее эффективное направление развития организации и на основе его экономического обоснования и пошаговых инструкций осуществлять реализацию инвестиций с учетом приемлемых рисков.[3]

Из этой главной цели вытекает ряд *частных целей* инвестиционного бизнес–планирования:

- согласованность целей подразделений (как целей более низкого порядка) с целями, заложенными в бизнес–план (как целями более высокого порядка);
- принятие превентивных мер для предотвращения потенциальных проблем финансового характера (например, избежание снижения прибыльности бизнеса путем диверсификации активов);
- координация бизнес–плана с финансовой стратегией организации во избежание их непредвиденного воздействия друг на друга, препятствующего реализации инвестиционных решений;
- подготовка инвестиционного решения путем его экономического обоснования в инвестиционном бизнес–плане;
- определение основных методов контроля за реализацией инвестиционного бизнес–плана;
- информирование персонала о выбранных направлениях развития организации и возможная коррекция их должностных инструкций для согласования действий при выполнении инвестиционного бизнес–плана.

Список литературы:

9. Герасимова, О.О. Маркетинг и ценообразование: курс лекций/ О.О. Герасимова.- Витебск: УО «ВГТУ», 2017. –174 с. 10. Гринченко, Ю. Л. Ценовые стратегии на современных рынках. Какие решения предлагает маркетинг? / Ю. Л. Гринченко// Маркетинг и маркетинговые исследования. 2017. –74 с.
18. Статистический сборник: Розничная и оптовая торговля в Республике Беларусь под ред. В.А. Кулешевич, Н.И. Новик, Л.П. Западинская, Е.М. Палковская, 2016. – 156 с.
19. Сулейменова, Б. М. Система продвижения товаров и услуг как один из инструментов комплекса маркетинга / Б.М. Сулейменова// Маркетинг в России и за рубежом. 2018. – 166 с.