

Роль бизнес-плана в оценке и обосновании реализации проекта



Бизнес-план — это чёткая программа действий предприятия, рассчитанная на определённый срок.



Бизнес-план необходим менеджерам и производителям, поставщикам, банкам и инвесторам для эффективного решения организационно-экономических вопросов, возникающих при техническом, материальном, трудовом, финансовом и правовом обеспечении производства и реализации продукции. В нем обосновывают идеи, цели и задачи развития предприятия, пути и эффективность их реализации в условиях конкуренции, меняющейся ситуации на рынках сбыта продукции, различного рода рисков.

Цель разработки бизнес-плана - подтвердить с помощью конкретных расчетов и анализа эффективность производственно-хозяйственной деятельности предприятия.



По своему характеру бизнес-план является не только особым плановым документом, но и своеобразным средством рекламы. Поэтому его содержание и стиль изложения должны быть строго регламентированы, имеющаяся в нем информация должна быть по возможности конкретной и внушать оптимизм. Показывая различные риски, не следует акцентировать на них особое внимание, чтобы у возможных инвесторов не возникло ощущение неуверенности в эффективной реализации бизнес - плана.

Условия предоставления средств инвесторам или кредиторам во многом зависят от того, как подготовлен бизнес-план. Поэтому сверхзадачей разработчиков бизнес-плана является не только получение средств от инвестора, но и получение их на приемлемых условиях.



Большинство российских предпринимателей склонно впадать в крайности. Одни полагают, что наличие тщательно оформленного бизнес-плана реально помогает решать проблемы и гарантирует успех. Другие считают, что «вся эта писанина» не имеет никакого отношения к реальному бизнесу, которым им приходится заниматься.

По мнению Игоря Лавровского, директора консалтинговой фирмы Rapid Development Systems: «...российский бизнес пока что лишь копирует западный, причем копирует не фундаментальные основы, а лишь внешние признаки. Несмотря на все спонсируемые средства массовой информации, промоушн-проекты, арт-бизнесы, общая атмосфера в российском бизнесе тяжелая и гнетущая, потому что он повернут внутрь самого себя, фрагментирован, склонен не к росту и развитию, а к насильственной борьбе за непонятно кому нужное существование».

Существуют четыре основные причины составления бизнес-плана:

1. Возможность обнаружить проблемы «на бумаге» до того, как они возникли.

Можно спорить с тем, какую из причин составления бизнес-плана поставить на первое место, а какую - на второе или третье. И трудно возражать, если кто-то сочтет, что вторую и третью причины нужно поменять местами. Но совершенно точно: бизнес-план в первую очередь нужен тому, кто задумывает изменения в своем бизнесе, и для того, чтобы взглянуть на себя со стороны. Новое дело всегда предполагает некоторый прогноз развития событий. Здесь обязательна попытка для самого себя уяснить основные направления бизнеса, его сильные и слабые стороны, прикинуть примерный объем денег. Все это необходимо для того, чтобы, трезво оценив ситуацию, иметь представление о реальных перспективах развития бизнеса.

Существуют четыре основные причины составления бизнес-плана:

2. Без бизнес-плана практически невозможно привлечение инвестиций.

Термин «бизнес-план» стал модным в 1991-1992 гг. Это было время «отрицательных» банковских ставок: инфляция больше, чем проценты по кредиту, поэтому отдавать нужно «пустые» деньги. В таких условиях получение кредита часто определялось личными взаимоотношениями банкира и заемщика, а не качеством бизнеса. Поэтому в ответ на предложения по разработке бизнес-плана можно было услышать: «Скажите, пожалуйста, а есть ли гарантии, что по нему дадут деньги?» Уже тогда правильный ответ звучал так: «Гарантировать можно только то, что без бизнес-плана денег не дадут». И это было сущей правдой. Чем ближе к цивилизованному рынку, тем жестче становится это правило.

Существуют четыре основные причины составления бизнес-плана:

3. Бизнес-план - это стандартный документ ознакомления с предприятием и обязательное требование со стороны цивилизованного рынка.

Как и всякое явление, бизнес-планирование переживает взлеты и падения. Сейчас на Западе само собой понимается, что у фирмы должен быть бизнес-план. Например, можно обратить внимание на такие строки в средствах массовой информации: «В связи с разрастающимся финансово-экономическим кризисом фирма (далее стоит название весьма уважаемой в деловом мире фирмы) должна откорректировать свои бизнес-планы». Это говорит о том, что на Западе принято иметь тщательно продуманный бизнес-план, систематически корректируемый в соответствии с меняющимися условиями. Его отсутствие является в глазах иностранных партнеров существенным недостатком предприятия, отражающим слабость управления компанией.

Существуют четыре основные причины составления бизнес-плана:

4. Бизнес-план - это инструмент контроля и управления.

Бизнес-план - это стартовая точка и базис плановой и исполнительской деятельности предприятия, единый источник стратегической информации о нем. Бизнес-план прямо воздействует на все результаты работы предприятия.

Таким образом, на основе вышеизложенного, бизнес-план может выполнять три функции:

- технико-экономического обоснования
- инструмента управления, руководства по претворению задуманного в жизнь, сборника критериев, по которым будет дана оценка работе предприятия.
- инструмента для обеспечения финансирования предприятия.

Ценность бизнес-плана не ограничивается необходимостью убедить инвесторов в том, что у предприятия есть достойная поддержка бизнес-идея. Он имеет важное значение и для управленческого персонала фирмы, поскольку точно определяет содержание целей предприятия, а также время и пути их достижения. Бизнес-план обобщает анализ возможностей для осуществления бизнеса в конкретной ситуации и дает четкое представление о том, каким образом менеджмент данной компании намерен использовать этот потенциал. Велико его значение и для привлечения деловых партнеров, создания совместных предприятий, а также для получения финансирования.