Рано или поздно владелец любого бизнеса приходит к пониманию, что возможности роста его компании в дальнейшем на основе только лишь ее собственных ресурсов являются крайне ограниченными. При этом не имеет значения, на каком этапе своего жизненного цикла находится компания: является она стартапом или же уже длительный период времени ведет свою деятельность на рынке. Тем не менее, не имеет никакого значения будет ли привлечено для целей дальнейшего роста финансирование от других *инвесторов* , либо же это будет сделано за счет использования возможностей банковского кредитования- главным требованием при этом как со стороны новых совладельцев, так и со стороны банка будет составление грамотного и детально проработанного бизнес-плана развития компании.

В **среде бизнеса** на данный момент времени существуют различные подходы к бизнес планированию, которые в основном различаются степенью детализации и проработанности будущих планов и их влияния на состояние компании. Тем не менее, очевидным является тот факт, что грамотное управление предприятием является невозможным без достаточного уровня понимания принципов работы на рынке и правил его развития, что является недостижимым идеалом в отсутствие достаточного уровня формализации процесса составления планов и проверки их корректности. Составление бизнес-плана как такового является достаточно трудоемким процессом, что делает тем более важным правильную организацию полученных результатов для возможности их эффективного использования при принятии управленческих решений в будущем.

Первым и наиболее важным этапом планирования развития компании является проведение полного анализа ее финансового состояния, а также ее сильных и слабых сторон. При этом могут быть использованы такие подходы как **PEST-анализ**, **SWOT-анализ** , анализ пяти конкурентных сил Майкла Портера. Вне зависимости от того какие методические требования предъявляются потенциальным инвестором к составлению

бизнес-плана, использование данных подходов позволит наиболее ясно определить положение предприятия в части его отношений с основными стейкхолдерами как действующими, так и потенциальными, а также специфицировать основные механизмы, определяющие направление развития компании. Необязательным, но также желательным при составлении бизнес-плана является определение миссии и видения организации в целях обеспечения соответствия интересов основных участников.

После осознания текущего положения компании необходимо определить цель проведения основных мероприятий, определенных бизнес-планом и оценить объем необходимых инвестиций. При этом, необходимо понимать, что цель должна быть единственной, достижимой и ясной, то есть представлена в виде конкретных цифр и с указанием конкретных сроков ее достижения для того, чтобы потенциальный инвестор мог с достаточной степенью точности мог бы оценить свои будущие выгоды от участия в проекте.

В то же время необходимо понимать, что наиболее важным элементом планирования развития компании является определение объема возможного спроса на ее продукцию. Для этих целей при бизнес планировании проводится анализ рынка сбыта: его размеров, степени конкуренции и потенциальных покупателей. Дополнительно определяется *маркетинговый план* , содержащий четкие указания за счет каких сильных сторон компании будет производиться продвижение ее продуктов.

В результате, имея четкий план необходимых мероприятий в области маркетинга продукции, составитель бизнес-плана может составить пошаговую программу необходимых преобразований внутри компании, включающую реорганизацию операционных бизнес-процессов, системы управления а также изменения материальной базы. Необходимым на данном этапе является проведение проверки цели на предмет ее достижимости в условиях выбранного плана. В том случае, если она оказывается

недостижимой, начинается проведение корректировки самой цели или же плана мероприятий, в обратном же случае, если оказывается, что цель может быть достигнута за счет выбранной стратегии проводится анализ рисков и составления плана действий на случай их реализации.

В целом же необходимо отметить, что процесс **бизнес планирования** является весьма сложным и требует обладания достаточно большим спектром профессиональных компетенций. Тем не менее, отказ от его проведения, в свою очередь, чреват непониманием со стороны руководства компании и ее инвесторов основных механизмов ее деятельности, а следовательно невозможности принятия взвешенных и эффективных управленческих и инвестиционных решений.