**Королева В. С.**

**АНАЛИЗ РАСПРОСТРАНЕННЫХ ОШИБОК ПРИ ПОДГОТОВКЕ БИЗНЕС-ПЛАНА**

Волгоградский государственный медицинский университет, кафедра экономики и менеджмента

Научный руководитель: ассистент кафедры экономики и менеджмента Института общественного здоровья Е.Е. Даниленко

**Введение.** Необходимость разработки теоретических и методических рекомендаций по подготовке бизнес-планов определила ряд вопросов, требующих немедленного решения на этапах его развития, в частности на этапе создания нового бизнеса

**Цель.** Выявить какие ошибки могут возникнуть при разработке бизнес-плана организации.

**Материалы и методы.** Исследование литературы по теме.

**Обсуждение.** Классические методологические разработки, используемые в мировой практике, безусловно, способствуют эффективности процесса бизнес-планирования, но возникает вопрос, почему бизнес-проект, который на первый взгляд кажется успешным на бумаге, на практике имеет катастрофические показатели. Ошибки могут возникать на каждом этапе подготовки бизнес-плана.

Ошибка при проведении финансово-экономических расчетов заключается в том, что в этом разделе не всегда указываются цены, которые планируется использовать в будущем. Это могут быть текущие цены, включая или без учета НДС в иностранной валюте или гривне.

Одной из ошибок, возникающих в ходе решения вопроса ценообразования, является неучет цен конкурентов, то есть уместно учитывать характер ценовой конкуренции на рынке. Иногда необходимо установить минимальную цену, чтобы привлечь внимание покупателей, или, при работе с посредниками, установить минимальную цену, приемлемую для предприятия, и отказаться от возврата товара в надежде, что торговые организации, руководствуясь спросом, установят оптимальную сами по себе рыночные цены. Если предприятие устанавливает фиксированную цену, часто неоправданно высокую, оно само рискует потерпеть неудачу в продажах. Также можно установить цену безразличия, при которой потребителям все равно, какие товары покупать, произведенные предприятием или его конкурентами, но это может нанести ущерб имиджу компании.

Одной из ошибок на этапе окончательного определения цены может быть пренебрежение разработкой системы скидок. При определении размера скидки предпринимателю обычно приходится учитывать экономию на постоянных затратах при увеличении объема производства, сезонность продукции, стимулирование дилеров и приобретение новых товаров и т.д.

Таким образом, управление предприятием в нынешних кризисных рыночных условиях представляет собой очень сложный процесс. В то время, когда финансово-экономические возможности предприятий стремительно становятся не слишком надежными, возрастает роль стратегического планирования и управления, в частности бизнес-планов, как одного из наиболее эффективных инструментов маркетинга и управления. Важность использования бизнес-плана не вызывает сомнений для современных бизнесменов.

Исследование показало, что при составлении бизнес-планов соблюдается определенная логика и структура, хотя они и имеют определенные различия. Анализ выявил ряд ошибок, которые возникают при подготовке бизнес-плана и должны быть приняты во внимание для успешной работы будущего бизнеса. Во-первых, ошибки, вызванные непониманием и изучением спроса на производимую продукцию. Во-вторых, те, которые связаны с оценкой конкурентоспособности продукции и предприятия, как целое. В-третьих, ошибки, возникающие в процессе проведения финансово-экономических расчетов и установления цен. Также следует упомянуть ошибки, связанные с неправильной оценкой рисков, которые существуют или могут возникнуть в будущем.

**Литература.**

1. Айдарханов М. Основы экономической теории. Учебник. М.: Фолиант. 2017.
2. Бойко Мария Азы экономики. Учебник. М.: Книга по Требованию. 2015.
3. Борисов Е. Ф., Петров А. А., Березкина Т. Е. Экономика. Учебник для бакалавров. М.: Проспект. 2020.
4. Васильев В. П., Холоденко Ю. А. Экономика. Учебник и практикум. М.: Юрайт. 2020.