

РОЛЬ БІЗНЕС-ПЛАНУ В ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ

ЛЕПЬОХІН Д.В.,

*ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА*

Науковий керівник – старший викладач Харчевнікова Л.С.

Бізнес-план – дуже важливий стратегічний інструмент для підприємців. Хороший бізнес-план не тільки допомагає підприємцям зосередитися на конкретних кроках, необхідних для успішного реалізації ділових ідей, але також допомагає їм досягти як короткострокових, так і довгострокових завдань [1].

Хоча бізнес-план є абсолютно необхідним для підприємництва, не кожен підприємець бачить необхідність у цьому. Фактично, є багато статей в Інтернеті, які заявляють, що бізнес-план є мертвим або невідповідним. Звичайно, не всі погоджуються з цим.

Велика кількість фахівців з фінансування бізнесу погоджується, що мати гарну бізнес-ідею недостатньо. Навіть відмінні бізнес-ідеї можуть бути абсолютно марними, якщо керівництво не можете формулювати, виконувати та реалізовувати стратегічний план, щоб змусити бізнес-ідею працювати.

Якщо ви хочете залучити кошти від інституційних інвесторів та кредиторів, майте на увазі, що хороший бізнес-план є надзвичайно цінним. Ви повинні прагнути мати добре документований бізнес-план, який говорить сам за себе. Він повинен бути чітким і простим для читання та розуміння.

Хороший бізнес-план повинен включати певні компоненти та певну інформацію.

Перша і найважливіша частина бізнес-плану - це резюме. Це загальний огляд основної концепції бізнесу та кроків, які має намір здійснити підприємство для подолання можливих перешкод. Найважливіше, що у звіті висвітлюється, як основні бізнесмени або засновники, відомі як команда менеджерів, мають можливість керувати бізнесом, а також досвід та галузеві знання, які вони принесуть в компанію. Ваше резюме є, по суті, коротким оглядом плану.

Іншою важливою частиною будь-якого бізнес-плану є аналіз клієнтів. Кожен бізнес має цільовий ринок для свого продукту. Цілеспрямований ринок – це група людей, які продемонстрували через дослідження, що потребують продукту чи послуги, які пропонує бізнес. Аналіз клієнтів показує, що насправді це ринок для продукту або послуги, що пропонує бізнес.

Остання частина будь-якого хорошого бізнес-плану - це конкурсний аналіз. Засновники бізнесу показують, що вони досліджували та визначили конкуруючі компанії в тому ж просторі, що і їх потенційне підприємство. Визначаючи сильні та слабкі сторони цих компаній та їх продуктів, бізнес-план містить чіткі області та способи, в яких розроблений продукт буде кращим або більш бажаним, ніж продукти та послуги, пропоновані конкурентами.

В українському законодавстві не має закону, який зобов'язує розробку бізнес-планів, але прийнята значна кількість указів, які формують ділове середовище підприємства. Функціонування в ньому передбачає необхідність розробки бізнес-плану для одержання фінансування проекту [2, с. 115]. Бізнес-план рекомендують розробляти при створенні нової фірми; об'єднання трансформації власності; започаткування зовнішньоекономічної діяльності [3].

Більшість фірм розробляє бізнес-план на рік, в якому відображаються напрямки діяльності фірми в запланований період і коротко характеризується подальший розвиток. Існують фірми, які складають бізнес-план на термін до 5 років, але тільки великі компанії, які вже домоглися певного успіху на ринку, складають бізнес-план і реалізують бізнес планування на період більше 5 років [4].

Наявність чітко визначеного бізнес-плану сприяє залученню капіталу (інвестицій), визначенню планів на майбутнє, вивченню ризиків, які можуть виникнути при функціонуванні новоствореного підприємства і можливих труднощів, які можуть перешкодити при втіленні бізнес-проекту в життя. Його впровадження дозволить значно підвищити ефективність діяльності підприємства, збільшити конкурентоспроможність і скоротити витрати на реалізацію.

Бізнес-план – це візитна картка підприємства. Якщо розробник бізнес-плану хоче, щоб його візитна картка виглядала вражаючою, то він має переконатися, що його бізнес-план надруковано на якісному папері, що він перевіряв орфографію та граматику, а його цифри складаються. Той, хто бачить помилки під час читання плану, задаватиметься питанням, чи збиратиметься робити подібні помилки цей керівник при роботі з власним бізнесом.

Отже, бізнес-план відіграє провідну роль в створенні нового, або модернізації вже існуючого підприємства та є важливим підґрунтям так званої бізнес-пропозиції, що використовується у процесі переговорів з партнерами. Він відіграє неабияку роль у підборі на роботу кваліфікованих фахівців, його обов'язково використовують задля залучення надійних інвесторів і кредиторів [5].

Література:

1. Кучеренко В.Р. Бізнес-планування фірми: навч. посіб. / В.Р. Кучеренко. – К.: Знання, 2006. – 423 с.
2. Планування діяльності фірми: навч.-метод. посібник / М.М. Алексеева. – К.: Фінанси і статистика, 2011. – 248 с.
3. Македон В.В. Бізнес-планування. Навч. пос. / В.В. Македон. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 236 с.
4. Бізнес-план: технологія розробки та обґрунтування: навч. посібник / С.Ф. Покропивний, С.М. Соболюк, Г.О. Швиденко, О.Г. Дерев'яно. – [Вид. 2-ге, доп.]. – К.: КНЕУ, 2010. – 379 с.
5. Загальна характеристика фірми [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://lektsii.com/3-81378.html>



СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОСУВАННЯ ТОВАРІВ

Певна В.Ю.,

*ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА*

Науковий керівник – к.е.н., доцент, Смігунова О.В.

Сучасне суспільство неможливо представити без Інтернету. Інтернет поступово стає одним із основних засобів комунікацій та спілкування між людьми. У міру його популяризації і поширення всесвітня мережа стала невід'ємною частиною бізнесу. Останнім часом став зміцнювати свої позиції бізнес в інтернеті. На 2017 рік кількість користувачів комп'ютерних мереж з виходом в Інтернет приблизно складає 4 млрд., що є твердим ґрунтом для просування різного роду послуг і товарів. Нормою стало існування корпоративного сайту для підприємства, щоб потенційний клієнт міг вибрати постачальника послуг або товарів, не виходячи з дому, отримати відповіді на питання, що цікавлять. Також суттєвою стає роль Інтернету як одного з нових каналів ведення маркетингових заходів та реклами. Тому реалізація різних методів та інструментів Інтернет-маркетингу є дуже актуальною для ведення бізнесу в сучасних умовах ринку [1].

Маркетингові можливості Інтернету виявляються на різних стадіях виробничого циклу підприємства: інформаційний маркетинг та вивчення ринку; – виробництво товару або послуги; – реалізація продукції; – сервіс і післяпродажна діяльність. На кожному з цих етапів Інтернет надає підприємству додаткові можливості щодо поліпшення свого бізнесу, переваги перед конкурентами, які не користуються мережею.

У зв'язку з тенденцією зростання популярності соціальних мереж можна виявити потенційно перспективні напрями розвитку інформаційних технологій на стику з маркетинговими технологіями. За даними соціологічних досліджень, все більша кількість компаній придивляється до соціальних медіа як до поля для реалізації і впровадження маркетингових рішень. Соціальні мережі - це постійний контакт з клієнтами. Вони сприяють