

ресурсний потенціал України, який належним чином сприяє розвитку таких галузей як хімічна і чорна металургія. По-друге, географічне положення нашої держави обумовлює розвиток не тільки експорту вітчизняних транспортних послуг, а й використання трансферу.

Література.

1. Балабанова Л.В. Маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств : Монографія / Л.В. Балабанова, В.В. Холод. - Донецьк: ДонДУЕТ, 2006. - 294 с.
2. Іващенко О.В. Економічна сутність категорії «ринок» / О.В. Іващенко // Вісник ХНАУ. Серія «Економіка і природокористування». Випуск 5. – Х : ХНАУ, 2007. – С. 161-165.
3. Котлер Ф. Основы маркетинга: [пер.с англ.] / Котлер Ф.–М.: «Бизнес-книга», «ИМА-Крос. Плюс», 1995. – 702 с.
4. Макконел К.Р. Экономикс: принципы, проблемы и политика / К.Р. Макконел, С.Л. Брю // Пер. с англ. 11 изд. – К.: Хагар-Демос, 1993. – 785 с.
5. Мандич О. В. Стратегії конкурентоспроможного розвитку аграрних підприємств / О. В. Мандич // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. – Вип. 1 (07). – Ч. 1. – Запоріжжя: ЗДІА, 2017. – С. 116-120.
6. Мандич О.В. Ринкова позиція сільськогосподарських підприємств – виробників зерна / О.В. Мандич // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). Випуск 1. – Мелітополь: ТДАТУ, 2013. – С. 337-342.
7. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства (організації): навч. посібник / За ред. І. Ю. Сіваченка. - Київ: ЦНА, 2003. – 186 с.



СТРАТЕГІЯ, РОЗРОБКА ТА РОЛЬ БІЗНЕС-ПЛАНУ ПІДПРИЄМСТВА.

Малеева М.С., Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Науковий керівник – к.е.н., Гіржева О.М.

Належне створення суб'єкта господарювання, а в подальшому його розвиток та функціонування, потребує від нас детального планування, інструментом якого є процес бізнес-планування. Особливо, якщо планується започаткувати новий напрям, вид економічної діяльності або створити стратегічний підрозділ підприємства, отож, важливе значення має розробка бізнес-плану, як детального попереднього аналізу та прогнозу, які перспективи у нашого підприємницького проекту. Дуже важливим є бізнес-планування господарської діяльності на сучасному етапі економічного розвитку, адже існує потреба у впровадженні сучасних предметів планування, які будуть комплексні і детальні, для того, щоб забезпечити життєздатність та планову конкурентоспроможність підприємства.

Бізнес-план включає в себе практично всі напрями функціонування підприємства, (від описування деталей технології бізнес-проекту до розрахунків фінансової ефективності господарювання, які будуть обґрунтовані. Тому його розробка бізнес-плану в подальшій життєдіяльності підприємства сприяє тому, що значно підвищується ефективність і також знижуються ризики для започаткування нових напрямків підприємницької діяльності.

На сучасному етапі життя наша країна не вимагає розробки бізнес-плану підприємств, це не є обов'язковим. Результатом цього є те, що в нашій країні низька конкурентоспроможність бізнес-планів, через чисельну кількість помилок, неосвіченості в цій справі. І це, незважаючи на те, що ми прагнемо приєднатися до європейської спільноти.

Бізнес-план – це документ, який дозволяє нам управляти нашим бізнесом, тому він є важливою невід'ємною деталлю стратегічного планування і управління бізнесом.

Призначення бізнес-плану:

- дає можливість оцінити перспективи розвитку власного бізнесу, свої інноваційні можливості, сучасну економічну ситуації, визначити, що потрібно зробити, для того щоб

досягти бажаного результату у своїй діяльності, досягнення задуманих цілей (Цінним є саме те, що це буде формально у вигляді документа, все логічно оформлено, обґрунтовано і т.д.);

- аналізується, як змінюється ринок, сучасні тенденції економіки, складаються звіти, які прогнозують подальшу діяльність бізнес-проекту, проводиться порівняльний аналіз показників нашого бізнесу на даний час з запланованими, що дає нам змогу уникнути помилок у майбутньому, знайти та обміркувати шляхи для їх усунення;

- досконале вивчення ринку збуту для майбутнього функціонування бізнесу, дає можливість уникнути ситуацій, коли наша продукція не буде користуватися попитом, виробляти тільки те, що потрібно покупцям;

- фінансова складова нашого підприємства, розрахунок витрат, які потрібні на вироблення, реалізацію продукції, для введення інновацій, позапланові витрати, співставити з цінами на ринку збуту для того щоб знати прибуткова наша бізнес-ідея чи ні;

- якщо склалася така ситуація, що не вистачає власних коштів для реалізації інноваційного проекту, бізнес-план дозволяє нам залучити кошти (інвестиції) або взяти кредит;

- являє собою елемент контролю та управління діяльністю підприємства.

Якщо ви збираєтесь вкладати кошти в інноваційний бізнес-проект, вам обов'язково потрібен бізнес-план. Користувачів бізнес-плану можна поділити на дві групи:

Зовнішні – це ті, які вкладають свої кошти в реалізацію інноваційного проекту, але не беруть участі у ньому;

Внутрішні - це ті, які вкладають свої кошти в реалізацію інноваційного проекту, а також беруть участь у ньому.

Звідси випливає, що бізнес-план має два напрямки:

Зовнішній – інформування інвесторів щодо переваг нашого проекту (маркетингових, організаційно-економічних, технічних, юридичних, фінансових та інших);

Внутрішній - це підготовлений план, інформативний проект реалізації нашого інноваційного проекту, який має оцінку результатів діяльності його реалізації на кожному етапі.

Критерії, яким повинен відповідати бізнес-план:

- корисність - інформація в бізнес-плані повинна бути не тільки повна, але й корисна. Не має бути зайвої інформації, щоб не заважати сприйняттю бізнес-ідеї;

- повнота - в бізнес-план повинні міститись всі необхідні розділи, які якомога повніше відображені у бізнес-ідеї, тобто містити найзмістовнішу інформацію, яка потрібна потенційному інвестору для того, щоб прийняти позитивне рішення, щодо інвестування нашого бізнес-проекту;

- реальність та достовірність - бізнес-план має містити в собі теперішню, достовірну інформацію, не припустимо навмисно викривляти параметри для підвищення привабливості бізнес-проекту;

- нейтральність - у бізнес-плані повинні бути максимально неупереджено відображені всі переваги і недоліки, особливості бізнес-ідеї;

- гнучкість - має постійно корегуватися бізнес-план (з якомога меншими трудовитратами), оскільки відбуваються постійні зміни у навколишньому середовищі;

- прозорість - бізнес-план має бути написаний об'єктивно, послідовно, аргументовано та логічно, аби бізнес-партнери чи потенційні інвестори могли легко прочитати, вникнути та прослідити обґрунтування його критеріїв, параметрів та висновків;

- зрозумілість - бізнес-план має бути написаний зрозумілою мовою, використовуючи прийнятну термінологію – це одна із найважливіших вимог;

- контролювання - бізнес-план дозволяє відслідковувати, щоб були дотримані терміни виконання робіт, поставок, обсягів виробництва та реалізації, а також аби фактичні показники відповідали плановим (інструмент контролю), і все це за допомогою системи показників;

- наочність - використовувати графічне зображення для того, щоб наочно відобразити отримані результати;

- компактність і структурованість - оптимальний обсяг має бути не вище 35—50, а інформація має бути розділена та згрупована по розділам, без помилок і повторів.

Розглянувши основну інформацію про бізнес-планування, можна зробити висновок, що такий вид діяльності передбачає комплексний аналіз ситуації, постановку і досягнення цілей, розробку стратегій та узгоджених програмних дій, правильне розпорядження ресурсами відповідно до наших пріоритетів у розвитку економіки. Бізнес-планування грає головну роль в управлінні стратегією розвитку підприємства.

Отже, бізнес-план - це робочий активний предмет управління, початковий елемент усієї діяльності підприємства (планової та виконавчої). Він дає нам змогу виношувати аналіз, контроль та оцінку діяльності реалізації нашого бізнес-проекту, виявлення помилок, несправностей в плані та своєчасно змінювати та корегувати напрямки розвитку та подальшої діяльності бізнесу.

Література.

1. Бізнес-планування : навч. посіб. / Т. Г. Васильців, Я. Д. Качмарик, В. І. Блонська, Р. А. Лупак. – К.: Знання, 2013. – 173 с.
2. Алексеева М.М. Планування діяльності фірми: навч. метод. посібник / М.М. Алексеева. — К.: Фінанси і статистика, 2011. — 248 с.
3. Рябых Д. Бизнес-планирование на компьютере / Д. Рябых, Е. Захарова. — СПб: Питер, 2009. — 240 с.
4. Гетало В. П. Бізнес-планування : навч. посіб. / В. П. Гетало, Г. О. Гончаров, А. В. Колісник. – К.: Професіонал, 2008. – 240 с.
5. Черняк В.З. Бизнес-планирование: учебник / В.З. Черняк. — М.: КНОРУС, 2005. — 536 с.
6. Смаковська Ю. Критерії експертної оцінки бізнес-плану підприємницького проекту/Ю. Смаковська // Формування ринкової економіки в Україні. — 2009. — №19. — С. 434—438.



ОСНОВИ ПРОВАДЖЕННЯ МАРКЕТИНГУ ІННОВАЦІЙ В АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

*Марченко А.О., Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка*

Науковий керівник – д.е.н., доцент Мандич О.В.

У сучасних умовах господарювання основними критеріями ефективного розвитку аграрних підприємств стають якість і швидкість впровадження нових систем та управлінських методів. Тому виникає потреба у використанні маркетингу інновацій, який, на сьогоднішній день, є одним з найважливіших важелів ефективності діяльності вітчизняних підприємств, адже дозволяє виявляти і контролювати ті фактори, які визначають умови тривалого виживання і розвитку на ринку [4, 5].

Під маркетингом інновацій слід розуміти діяльність, спрямовану на пошук нових сфер і способів використання потенціалу підприємства, розроблення на цій основі нових товарів та технологій і їх просування на ринку з метою задоволення потреб і запитів споживачів більш ефективним, ніж конкуренти, способом, отримання за рахунок цього прибутку та забезпечення умов тривалого виживання і розвитку на ринку [1].

Маркетинг інновацій, як один з компонентів маркетингової філософії ведення бізнесу, відіграє важливу роль у забезпеченні та підвищенні ефективності виробничо-комерційної діяльності сільськогосподарських підприємств.

З точки зору теорії, маркетинг інновацій можна визначити як окремий вид діяльності, який спрямовано на пошук нових сфер, розробку та оновлення існуючих способів використання потенціалу підприємств, а також виробництво продукції та створення технологій