

БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ ПРОЕКТА

*Елисеенко К. А., студ., Пейпалович М. В., студ.,
Лавриненко А. Р., к.э.н., доц., Демидова М. А., к.т.н., асс.*

*Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Реферат. В статье рассмотрено понятие «бизнес-плана» в качестве инструмента для достижения целей проекта. Выделены основные аспекты бизнес-плана, его функции и задачи. Сделан вывод о важности использования бизнес-планирования в качестве инструмента достижения стратегических целей организации.

Ключевые слова: бизнес-планирование, эффективность организации, проект, бизнес-план, инструменты планирования, успешное завершение проекта.

В настоящее время необходимость в планировании деятельности предприятия уже не вызывает сомнения у большинства руководителей как крупного, так и малого бизнеса. Большинство предпринимателей в той или иной форме планируют деятельность своих фирм, но зачастую это делается без соблюдения правил и бессистемно [1, с. 33].

Сейчас значение бизнес-планирования нельзя недооценивать. В период рыночной конкуренции существует много различных производителей одного и того же товара т. е. становится все труднее удивить покупателя оригинальностью своей услуги. Именно в связи с данной ситуацией возрастает роль планирования в сфере предпринимательства. Действительно, если правильно прорекламирровать продукт, снизить возможные издержки, просчитать возможные изменения в покупательском спросе, снизить все возможные риски, то можно с уверенностью сказать, что потребитель предпочтет купить ваш товар [2, с. 1024].

Каждое предприятие, начиная свою деятельность, должно ясно представлять потребность на перспективу в финансовых, материальных, трудовых и интеллектуальных ресурсах, источники их получения, а также уметь четко рассчитать эффективность использования ресурсов в процессе работы фирмы. В рыночной экономике предприятия не смогут добиться стабильного успеха, если не будут четко и эффективно планировать свою деятельность, постоянно собирать и аккумулировать информацию как о состоянии целевых рынков, положении на них конкурентов, так и о собственных перспективах и возможностях [3, с. 733].

Цель данной научной статьи заключается в выявлении значимости и влияния бизнес-планирования на успешное выполнение проекта, а также в определении основных аспектов, способствующих эффективному использованию бизнес плана в процессе достижения целей проекта.

Э. Дихтл, М. Швайццер, Ф. К. Бэя дают определение планированию как «упорядоченному, основанному на обработке информации процессу по разработке проекта, который определяет параметры для достижения целей в будущем». Планирование своей хозяйственной и финансовой деятельности помогает организациям оптимизировать многие показатели. Планирование деятельности на долгосрочную и краткосрочную перспективу становится востребованным в настоящее время, в условиях перехода к рыночной экономике. Именно бизнес-план есть наиболее прогрессивная форма такого планирования [4, с. 67].

Бизнес-план является тщательно подготовленным, структурированным документом, в котором описаны цели и задачи, которые необходимо решить предприятию, технико-экономические показатели предприятия и (или) проекта в результате их достижения и методы достижения поставленных целей. Основные ценности заключаются в том, что бизнес-план [5, с. 493]:

- в условиях конкуренции предоставляет возможность определить жизнеспособность проекта;
- проработки решений по развитию;
- имеет ориентиры, в соответствии с которыми предприниматель будет работать на этапе развития фирмы;
- служит важным инструментом информирования заинтересованных внешних лиц

(спонсоры, банки и т. д.);

– усиливает внутреннюю коммуникацию (получение мотивации на выполнение и поддержку).

Бизнес-план составляется для двух категорий пользователей – внутренние и внешние. К внутренним относятся сами владельцы и сотрудники предприятия. В этом случае бизнес-план формулирует, какие перед предприятием стоят цели и как их воплотить в жизнь. Внешние пользователи – это потенциальные инвесторы, партнеры и кредиторы. Бизнес-план призван убедить их в выгоды инвестирования [6, с. 105].

Следует отметить, что роль бизнес-плана заключается в том, что он отражает полную картину будущего развития организации и выполняет четыре основные функции [3, с. 735].

Первая из них связана с вероятностью использования проекта для стратегии организации. Эта функция особо необходима в период создания предприятия, а также при разработке новых направлений деятельности.

Второй функцией является планирование, которое дает оценку возможностям развития новых направлений деятельности компании и контролирует процессы, происходящие внутри фирм.

Третья функция дает возможность для привлечения денежных ресурсов. В современных условиях без кредитных ресурсов практически невозможно осуществить какой-либо значительный проект, но получение кредита не легкий процесс. Главной причиной этого является невозвращение кредитов. В данной ситуации банки могут принять целый комплекс мер по возврату денежных активов, среди которых существуют и банковские гарантии, реальные залого, но решающим фактором при предоставлении кредита является наличие проработанного бизнес-плана.

Четвертая функция основывается в привлечении и воплощения целей организации и планов инвесторов, которые вкладывают в бизнес идею свои капиталы и технологии. Решение вопроса о предоставлении денежных ресурсов, лишь при наличии бизнес-плана, отражает общую картину развития фирмы на определенный период времени.

От грамотно разработанного бизнес-плана во многом зависит результат деятельности организации. Успешное развитие бизнеса возможно при постоянном отслеживании происходящих в экономике и отрасли изменений, выделении тенденций и соответствующей коррекции предпринимательской деятельности. В таких условиях важное значение для бизнеса приобретает планирование, которое призвано снизить риски и улучшить управление предприятием [6, с. 104–105].

Качественный бизнес-план поможет решить ряд задач:

1. Сформулировать приоритетные цели в развитии предприятия (в конкретных количественных показателях).
2. Определить краткосрочные цели, методы и сроки их достижения.
3. Оценить производственный и финансовый потенциал для осуществления поставленных задач и необходимость привлечения дополнительных средств.
4. Определить круг лиц для реализации плана и выявить потребность в новых специалистах или переобучении сотрудников.
5. Проанализировать состояние рынка на выбранном направлении, оценить собственные перспективы и возможности продвижения, рекламы, сбыта и пр.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что качественно разработанный бизнес-план может служить эффективным инструментом достижения целей проекта. Этот документ позволяет ясно представить уровень, которого может достичь проект, планировать процесс перехода из исходного состояния в желаемое.

Бизнес-план для внутреннего использования просто необходим, если предприятие планирует: расширить или модернизировать производство, открыть новые направления деятельности, реструктурировать уже имеющийся бизнес, освоить новые рынки или продукцию, принять участие в совместном предприятии [1, с. 37].

Эффективный и грамотно составленный бизнес-план помогает определить окупаемость, целесообразность вложений и определенные риски. При расчёте показателей в бизнес-плане, мы даём оценку и предполагаем вероятность того, насколько этот проект будет успешен. Структура бизнес-плана помогает менеджерам координировать свои действия, держать верный курс и не отходить от намеченной цели. Независимо от того, какие процессы реализуются, планирование бизнеса – это систематизированный алгоритм достижения успеха для любого типа деловых операций при сохранении приемлемых уровней рисков [4, с. 68].

Список использованных источников

1. Бизнес-планирование как эффективный инструмент достижения стратегических целей организации / Д. П. Барсуков, Ю. А. Шиндина, З. Х. Шогенова. – 2015.
2. Роль бизнес-планирования в организации / Г. Д. Якимчук, Л. И. Насонова. – 2015.
3. Сущность бизнес-плана и его роль в стратегическом управлении предприятием / Ю. Р. Покровская, Л. Р. Курманова. – 2019.
4. Бизнес-планирование как эффективный инструмент повышения эффективности организации / Е. В. Алексенко, А. А. Алексенко. – 2017.
5. Бизнес-планирование как эффективный инструмент достижения целей проекта / Е. И. Чистякова, Е. В. Головнева. – 2021.
6. Понятие бизнес-плана и его значение / В. А. Галаничев. – 2018.

УДК 339.138 (476)

РОЛЬ ИННОВАЦИОННОГО МАРКЕТИНГА В РАЗВИТИИ ЭКОНОМИКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

*Панченко Е. В., студ., Зайцева Е. А., студ., Сеницына А. С., студ.,
Демидова М. А., к.т.н., асс.*

*Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Реферат. В статье рассмотрены характеристики инновационного маркетинга, его важность в продвижении инновационных товаров, а также в развитии экономики Республики Беларусь.

Ключевые слова: инновации, инновационный маркетинг, экономика, конкурентоспособность.

Инновационный маркетинг играет важную роль в развитии экономики Республики Беларусь, способствуя современной и эффективной адаптации маркетинговых стратегий к изменяющимся условиям рынка и потребностям потребителей. Внедрение инновационных методов и подходов в маркетинге способствует повышению конкурентоспособности компаний, стимулирует рост бизнеса, а также способствует развитию индустрии и экономики страны в целом.

Целью работы является исследование роли инновационного маркетинга в развитии экономики Республики Беларусь, чтобы выявить влияние инновационных маркетинговых подходов на экономический рост, конкурентоспособность компаний и создание благоприятной инвестиционной среды в стране.

Инновационный маркетинг – это деятельность на рынке нововведений, направленная на формирование или выявление спроса с целью максимального удовлетворения запросов и потребностей, что базируется на использовании новых идей относительно товаров, услуг и технологий, которые наилучшим образом содействуют достижению целей организации и отдельных исполнителей [2].

В таблице 1 представлены затраты на инновации организаций промышленности на маркетинг и создание бренда по видам экономической деятельности.

Таблица 1 – Затраты на инновации организаций промышленности на маркетинг и создание бренда по видам экономической деятельности

Год	Всего	По видам экономической деятельности			
		Горно-добывающая промышленность	Обрабатывающая промышленность	Снабжение электроэнергией, газом, паром, горячей водой и кондиционированным воздухом	Водоснабжение, сбор, обработка и удаление отходов, деятельность по ликвидации загрязнений
2021	11 587	2 796	8 748	40	3
2022	3 774	-	3 770	-	4

Источник: [2, 3].