

5) Создание сети региональных представительств или сервис-центров, которые будут осуществлять предоставление консультативных услуг и сервисное обслуживание для существующих клиентов и консультации для потенциальных клиентов.

6) Введение системы он-лайн консультаций по телефону и с помощью электронной почты.

БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ НА ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОМ ПРЕДПРИЯТИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

Клочкова Д., Демченко Н. В.

Национальный фармацевтический университет, м. Харків

klochkovad@mail.ua

Актуальность выбранной темы исследования состоит в том, что стремительное развитие инновационных процессов на фармацевтических предприятиях, ускоренные темпы обновления продукции и технологий обуславливают необходимость формирования системы бизнес-планирования инновационной деятельности [4], успешное функционирование которой позволит создать благоприятные организационные и финансовые условия для продвижения новшеств в ходе активного поиска партнеров и инвесторов.

Теоретические и методологические положения бизнес-планирования представлены в трудах авторов: В. А. Барина, Е. В. Литвинова, В. Беренса, Ф. Брайна, М. И. Бухалкова, Л. П. Владимировой, В. П. Галенко, О. В. Посылкиной, В. А. Горемыкина, Э. Зигеля, И. В. Липсица, А. Л. Ломакина.

Потребность в бизнес-плане на фармацевтическом предприятии возникает при решении следующих задач: открытие нового дела; репрофилирование существующей фирмы, выбор новых видов деятельности; подготовка заявок для получения кредитов; обоснование предложений по приватизации государственных предприятий.

Под бизнес-планированием (деловым планированием) понимают процесс выработки действий по достижению целей фирмы (компании, предприятия).

Основная форма бизнес-планирования – составление бизнес-плана. В рыночной экономике бизнес-план является рабочим инструментом и для вновь создаваемых, и для действующих фирм и используется во всех сферах предпринимательства независимо от масштабов, формы собственности и организационно-правовой формы компании [1].

Бизнес-план, на наш взгляд, это план развития вида бизнеса, основанный на стратегическом анализе и вытекающий из стратегических решений по виду бизнеса.

Основная цель разработки бизнес-плана – определить стратегию и необходимые ресурсы для достижения поставленных целей, иначе, планирование хозяйственной деятельности фирмы на ближайший и отдаленные периоды в соответствии с потребностями рынка и возможностями получения необходимых ресурсов.

План бизнеса используют и как инструмент проведения деловых переговоров. Основное назначение бизнес-плана: проработать решения по развитию каждого вида деятельности; составить план и график работ, действий; информировать заинтересованных внешних лиц (наблюдательный совет, банки, поставщиков и т. д.); усилить внутреннюю коммуникацию, получить поддержку, обеспечить мотивацию на выполнение [3].

Бизнес-план предусматривает решение стратегических и тактических задач, стоящих перед предприятием: организационно-управленческая и финансово-экономическая оценка состояния предприятия; выявление потенциальных возможностей предпринимательской деятельности, анализ сильных и слабых сторон; формирование инвестиционных целей на планируемый период.

В бизнес-плане фармацевтического предприятия нужно обосновывать: общие и специфические детали функционирования предприятия в условиях рынка; выбор стратегии и тактики конкуренции; оценка финансовых, материальных, трудовых ресурсов, необходимых для достижения целей предприятия.

В бизнес-плане выполняется анализ внешних (рынки и конкуренты, технологии, социально-экономическая среда, политическая ситуация и др.) и внутренних факторов (продукция, кадры, финансы и др.).

Бизнес-план дает объективное представление о возможностях развития производства, способах продвижения товара на рынок, ценах, возможной прибыли, основных финансово-экономических результатах деятельности предприятия, определяет зоны риска, предлагает пути их снижения. В бизнес-плане решаются как внутренние задачи, связанные с управлением предприятием, так и внешние, обусловленные установлением контактов и взаимоотношений с другими фирмами и организациями.

Бизнес-план выступает как объективная оценка собственной предпринимательской деятельности фирмы и в то же время как необходимый инструмент проектно-инвестиционных решений в соответствии с потребностями рынка. В нем характеризуются основные аспекты фирмы, анализируются проблемы, с которыми она может столкнуться, и определяются способы их решения. Следовательно, бизнес-план – одновременно поисковая, научно-исследовательская и проектная работа [2].

Благодаря бизнес-плану у руководства появляется возможность взглянуть на собственное предприятие как бы со стороны. Сам процесс разработки бизнес-плана, включающего детальный анализ экономических и организационных вопросов, заставляет мобилизоваться.

Выводы. Исследование сущности и содержания бизнес-планирования на фармацевтическом предприятии показали, что оно представляет собой прибыльно-ориентированный процесс планирования мероприятий по созданию и внедрению новшеств, осуществляемый путем проведения совокупности экономических расчетов и прогнозирования производственных и организационно-управленческих показателей, представленных в бизнес-плане инновационной деятельности, достижение которых обеспечивает реализацию целей инновационной деятельности. Особенности бизнес-планирования на фармацевтическом предприятии: целевая ориентация на получение прибыли; долговременный и комплексный характер бизнес-планирования инновационной деятельности; наличие высокой степени риска и неопределенности; активное использование результатов инновационной деятельности; необходимость предельной концентрации ресурсов.

Перечень использованных источников информации

1. <http://www.progressive-management.com.ua/services-development-business-plans-business-planning>.
2. <http://lib.rus.ec/b/221813/read>.
3. <http://www.dissercat.com/content/sistema-biznes-planirovaniya-innovatsionnoi-deyatelnosti-predpriyatiya#>.