

Малыхина Виктория Сергеевна

студентка

Научный руководитель

Парахина Валентина Николаевна

д-р экон. наук, профессор, заведующая кафедрой
ФГАОУ ВО «Северо-Кавказский федеральный университет»

г. Ставрополь, Ставропольский край

БИЗНЕС-ИДЕЯ КАК ДВИЖУЩИЙ ФАКТОР ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА

Аннотация: в статье рассмотрена бизнес-идея как движущий фактор инвестиционного проекта. Изучены понятие бизнес-идеи, SMART-цели и методика SMART для бизнеса. В ходе работы выявлены критерии оценки бизнес-идеи.

Ключевые слова: бизнес-идея, SMART-цели, бизнес-план, предпринимательство, управление.

Одно из важнейших условий успешного предпринимательства – это прогрессивные и обоснованные бизнес-идеи. Наличие денежных средств и прочих ресурсов недостаточно для предпринимательской деятельности в той или иной области, если отсутствует сама идея. Грамотно выбранная бизнес-идея определяет успешную деятельность предпринимателя на длительный срок, что подтверждает актуальность темы. Под бизнес-идеей в предпринимательской деятельности предполагается создание нового продукта, который в последующем возможно будет реализован.

Результатом бизнес-идеи может стать не только новый продукт, а формирование на предприятии новых условий, осуществление характерных изменений как технологических, организационных, финансовых, так и прочих нововведений [1].

Бизнес-идея отображается в резюме бизнес-плана, в которой сформулирована SMART-цель и способы её достижения. SMART-цели – это

метод постановки целей, который позволяет структурировать данные, отслеживать динамику и достигать плановых показателей (рис. 1) [2].



Рис. 1. Критерии SMART-целей

Первый критерий означает, что цель должна быть конкретной и точной. Цель должна измеряться в количественных показателях, чтобы понять, каких результатов добилась организация. Если данный критерий отсутствует, будет сложно определить, на каком этапе находится проект.

Третий критерий предполагает, что цель должна быть реалистичной и открывать для организации новые возможности. Для того, чтобы сформулировать цель, необходимо оценить прошлый опыт и ресурсы организации: можно ли на данный момент реализовать план или стоит отложить идею на конкретный период.

Цель должна быть релевантной запросам организации и соответствовать планам развития бизнеса. Также необходимо установить чёткие сроки, однако следует учесть, что более длительный период может приостановить процесс реализации из-за того, что команда не видит результатов, а сама цель утрачивает актуальность.

На практике крайне важно устанавливать реальные цели, которые помогают определить этапы проекта и отследить прогресс (рис. 2) [2].



Рис. 2. Методика SMART-целей

Данная методика помогает команде разобрать план на задачи и подзадачи, понять, какие ресурсы необходимы для достижения поставленной цели.

Помимо этого, позволяет оценить результаты, а также упрощает процесс коммуникации внутри организации, поскольку все сотрудники понимают свои обязанности и задачи.

Важнейшими критериями оценки бизнес-идеи становятся первоначальные инвестиции, уровень конкуренции, спроса, потенциальная прибыль и срок окупаемости проекта [5]. В ряде случаев могут быть использованы дополнительные критерии, которые учитывают специфику бизнеса. Уровень риска, сопровождающий выбор и реализацию бизнес-идеи, может существенно отличаться.

Таким образом, если идея, положенная в основу нового проекта, отличается новизной, то изменения по данному параметру могут быть радикальными, модернизирующими и модифицирующими. Уровень дохода, как правило, выше в случае реализации оригинальной бизнес-идеи, но и вероятность неудачи, а, следовательно, и получения убытка, также велика. Стабильное функционирование любого бизнеса в современной экономике невозможно без качественного управления. Важный элемент управления – финансовое управление,

закрывающееся в финансовом анализе деятельности предприятия, оценке его возможностей и рисков.

Список литературы

1. Орлов И.А. Роль бизнес-идеи в разработке бизнес-плана проекта кафе «COFFEE BREAK» / И.А. Орлов, М.М. Хаджиев, Н.Ю. Чернегов // Научно-информационный издательский центр «Институт стратегических исследований». – 2021. – №5–1. – С. 136–143.

2. Официальный сайт SendPulse [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sendpulse.com/ru/blog/smart-goals>

3. Головнина Л.А. Экономический анализ / Л.А. Головнина, О.А. Жигунова. – М: КноРус, 2018. – С. 342–366.

4. Паштова Л.Г. Корпоративные финансы и управление бизнесом: монография / Л.Г. Паштова. – М.: Русайнс, 2018.

5. Киреева Н.В. Экономический и финансовый анализ: учебное пособие / Н.В. Киреева. – М.: Инфра-М, 2019. – С. 324–337.