

*Сорокотяга М. Л., здобувач вищої освіти,
Анісімова О. М., д-р екон. наук, професор,
зав. кафедри інформаційних систем управління,
Донецький національний університет імені Василя Стуса*

СТВОРЕННЯ КОМПЛЕКСУ ДОКУМЕНТІВ З ПЛАНУВАННЯ ЗАПУСКУ НОВОГО ПРОДУКТУ

Анотація. У роботі зосереджено увагу на важливості документаційної підтримки для забезпечення ефективного планування та запуску нового продукту. Розглянуто актуальність чіткої структуризації та реквізитів основних документів. Визначено особливості змісту кожного документа, підкреслено роль уніфікації та стандартизації у підвищенні прозорості процесу й продуктивності команди. Окреслено ключові напрями використання документації як інструменту, що забезпечує якість виконання всіх етапів проєкту та знижує ризики у реалізації продукту.

Ключові слова: документи, новий продукт, планування, стандартизація.

Вступ. Бізнес-процеси вимагають комплексного підходу до планування та управління запуском нових продуктів. Зважаючи на стрімкий розвиток ринку, технологічні зміни, зростаючу конкуренцію та вимоги споживачів, документи в процесі запуску стають основним інструментом для забезпечення успіху проєктів. Правильно організована документація дає змогу систематизувати дії, прогнозувати ризики, чітко контролювати ресурси та підвищити прозорість і підзвітність на всіх етапах запуску продукту.

Метою роботи є визначення комплексу документів з планування запуску нового продукту.

Під час запуску нового продукту усі документи можна розподілити за п'ятьма напрямками: план запуску продукту, маркетинговий план, фінансовий план, документи, що стосуються контролю якості, звіт про результати тестування (за потреби).



Рисунок 1 – Комплекс документів з планування запуску нового продукту

План запуску продукту має містити опис продукту з коротким оглядом продукту, його основних функцій та цінності для цільової аудиторії. Зазначено цілі проєкту, яких планується досягти з запуском продукту. Прописано ключові етапи щодо розподілу запуску на основні етапи (дослідження ринку, розробка, тес-

тування, виробництво, маркетинг та реліз). У розділі «ресурсне забезпечення» зазначається детальний опис усіх необхідних ресурсів (людських, фінансових, технічних). Для контролювання терміни виконання етапів проєкту складається план-графік, у якому прописуються відповідальні особи щодо виконання кожного етапу та загальне керівництво проєкту. План повинен бути структурованим, щоб легко відстежувати прогрес і призначати завдання між командами.

Маркетинговий план має бути максимально орієнтованим на цільову аудиторію, визначаючи чіткі послання та стратегію комунікацій. У змісті маркетингового плану мають бути такі складники:

- аналіз ринку – дослідження цільового ринку, включно з аналізом споживчих потреб, поведінки та конкурентного середовища;
- сегментація цільової аудиторії – визначення ключових груп споживачів, їх характеристик та потреб, на які орієнтований продукт;
- унікальна торговельна пропозиція – чітке визначення, що робить продукт унікальним, порівняно з конкурентами;
- канали маркетингових комунікацій – вибір каналів, через які буде просуватися продукт (соціальні мережі, електронна пошта, реклама);
- календар активностей – розклад проведення маркетингових заходів із зазначенням відповідальних осіб;
- оцінка ефективності – методи оцінювання результатів маркетингових зусиль.

Фінансовий план має містити бюджет проєкту (загальна сума, виділена на проєкт, з наступною деталізацією за основними статтями витрат), кошторис витрат (детальний список усіх витрат, включно з матеріальними ресурсами, зарплатнею, логістикою тощо), прогноз доходів (очікувані доходи від продажу продукту, включно з можливими сценаріями), фінансові ризики (визначення основних ризиків для фінансового стану проєкту та способи їх уникнення), контроль витрат. Фінансовий план має бути точним та обґрунтованим, щоб надати реалістичне уявлення про фінансові можливості та ризики проєкту.

У документах, які стосуються дотримання процедури контролю якості, описуються стандарти і критерії, яким повинен відповідати продукт, зазначаються методи контролю, визначається регулярність перевірок і тестувань на кожному етапі. Особливу увагу приділяють документації результатів, а саме де, в якій формі здійснюється зберігання звітів і актів перевірок, що фіксують відповідність або невідповідність стандартам та вказівок щодо внесення змін у разі невідповідності вимогам якості. Процедури контролю якості повинні бути документованими і включати всі етапи перевірки та виправлення.

Під час запуску нових продуктів може виникнути необхідність створювати звіт про результати тестування. Цей документ повинен містити конкретне завдання тестування (перевірка функціональності, надійності тощо), зазначається та описується методика тестування з описом методів, які використовуються для оцінки продукту (лабораторні випробування, польові випробування). Визначаються критерії оцінки нового продукту та результати проведеного тестування, тобто висновки про успішність / неуспішність тестів, включно зі знайденими проб-

лемами або дефектами. Як висновок, надаються рекомендації, що стосуються вдосконалення продукту. У додатках можуть розміщуватись фотознімки, графіки та будь-яка інформація, за допомогою якої можна візуалізувати результат.

Кожен тип документа, від плану запуску продукту й до звітів про результати тестування, не лише виконує технічну функцію, а й сприяє комунікації між відділами, організації зворотного зв'язку та інформування керівництва про перебіг проєкту. Ці документи допомагають координувати зусилля різних підрозділів компанії, зокрема відділів розробки, маркетингу, фінансів та контролю якості, об'єднуючи їх для досягнення спільної мети – успішного виходу нового продукту на ринок.

До того ж такі документи виступають важливим інструментом для аналізу минулих запусків, що дає змогу вдосконалювати підходи до реалізації майбутніх проєктів. Систематизована документація, підкріплена стандартизованими реквізитами, забезпечує також юридичну значущість процесу та дає змогу компанії захистити свої інтереси в разі виникнення спірних ситуацій.

Висновки. Організація документальної підтримки процесу планування та запуску нового продукту є критично важливою для успішної реалізації проєкту. Кожен вид документа має свою чітко визначену роль, що забезпечує структурованість, прозорість і ефективний контроль на всіх етапах роботи – від розробки до виходу продукту на ринок. План запуску, маркетинговий та фінансовий плани, процедури контролю якості й звіти про тестування дають змогу створити єдину інформаційну основу, яка допомагає координувати дії різних відділів, уникати помилок і приймати обґрунтовані управлінські рішення.

Забезпечення належної якості документації не лише підвищує ефективність комунікацій між командами, а й зміцнює позиції організації на ринку завдяки оптимізації процесів і підтримці високого рівня задоволеності споживачів. У результаті грамотна документаційна підтримка стає запорукою довгострокового успіху компанії та її конкурентоспроможності.

Список використаних джерел

1. Анісімова О. М., Лукаш Г. П. Формування системи документно-інформаційного забезпечення в умовах цифрових комунікацій. *Прикладні аспекти сучасних міждисциплінарних досліджень*: матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції (м. Вінниця, 24 листопада 2023 р.). Вінниця: ДонНУ імені Василя Стуса. 2023. С. 9–11.
2. Кулик Д. Чому вам потрібна продуктова документація: поради для стартапів. URL: https://prjctr.com/mag/documentation_for_startups
3. Прігунов О. В. Система електронного документообігу як ключовий елемент інформаційного забезпечення підприємства в умовах російської агресії. *Теоретичні і прикладні аспекти інформаційної, бібліотечної та архівної справи*. 2023. № 1. С. 48–54. URL: <https://jtailaw.donnu.edu.ua/article/view/14237>