

Ольга Завитій

к.е.н., доцент

Тернопільський національний економічний університет

м. Тернопіль, Україна

БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У СУЧАСНІЙ ЕКОНОМІЦІ

Заснування (створення) кожного підприємства або бізнесу, а згодом його функціонування та розвиток, потребує ретельного планування, дієвим інструментом якого виступає процес бізнес-план. Особливо при започаткуванні нового напрямку, виду економічної діяльності чи створенні стратегічного підрозділу підприємства важливе значення відводиться розробці бізнес-плану як детального попереднього аналізу та прогнозу перспектив підприємницького проекту. Особливо важливим є бізнес-планування господарської діяльності у сучасній економіці, адже об'єктивно посилюється потреба в більш детальному та комплексному впровадженні сучасних елементів планування для забезпечення життєздатності та конкурентоспроможності підприємства.

Загальновідомо, що планування є процесом формування цілей, визначення пріоритетів, засобів, методів та шляхів їх досягнення. Його роль полягає у зменшенні рівня невизначеності підприємницької діяльності та забезпечення життєздатності підприємства. Процес планування є невід'ємним природнім елементом управління створенням, функціонуванням та розвитком кожного економічного суб'єкта, адже дозволяє не лише передбачити найбільш важливі економічні характеристики та параметри господарювання, але й узгодити місію та цілі, стратегію і тактику розвитку підприємства, його ресурсний потенціал та можливості її реалізації.

Бізнес-план охоплює практично всі функціональні напрями підприємства, починаючи від детального опису технології бізнес-проекту і закінчуючи ґрунтовними фінансовими розрахунками ефективності господарювання. Тому його розробка і подальший контроль реалізації значно сприяють як підвищенню ефективності, так і зниженню ризиків у започаткуванні нових напрямів

підприємницької діяльності. Важливо зауважити, що бізнес-план, на відміну від інших планових документів підприємства, стосується:

- 1) планування започаткування та реалізації окремого бізнес-проєкта підприємства;
- 2) планування окремих напрямів, видів економічної діяльності чи створення окремого стратегічного підрозділу підприємства;
- 3) обґрунтування перспективних напрямів розвитку господарсько-фінансової діяльності суб'єкта господарювання.

Відповідно бізнес-план розробляється підприємством:

- а) перед його створенням (для обґрунтування доцільності інвестицій та ефективності господарювання, а також розміру статутного капіталу);
- б) для планування розвитку (у випадку діючого підприємства);
- в) для обґрунтування економічної доцільності започаткування нових видів діяльності чи створення нових стратегічних господарських підрозділів, бізнес-одиниць підприємства).

Водночас, недостатнім є трактування процесу бізнес-планування лише як процесу послідовного написання необхідних розділів бізнес-плану як документу, адже бізнес-планування є систематизованим розрахунком показників господарсько-фінансової діяльності на оперативний (поточний) плановий період та обранням оптимальних критеріїв розвитку (максимізація доходу та прибутку, ефективність використання ресурсного потенціалу, мінімізація витрат).

Бізнес-план є документом, який містить систему ув'язаних в часі й просторі та узгоджених з метою і ресурсами заходів і дій, спрямованих на тримання прибутку, внаслідок реалізації підприємницького проєкта. Це -результат планування, зафіксований у стислій та зрозумілій формі документа. Він виступає інструментом досягнення мети, що включає всі основні напрями діяльності підприємства.

Мета розробки бізнес-плану полягає у формуванні концепції розвитку підприємства (чи реалізації ним підприємницького проєкта), яка забезпечує

аналіз, оцінку, позиціонування, контроль та регулювання діяльності в умовах невизначеності і динамічності зовнішнього та внутрішнього середовища.

Особливо актуальною є роль бізнес-плану у діяльності суб'єктів малого підприємництва, яка проявляється, передусім, у таких аспектах:

1) діяльність малого підприємства, як правило, стосується лише одного виду (чи обмеженої кількості видів) економічної діяльності;

2) життєвий цикл функціонування підприємства (реалізації бізнес-проекта) є коротшим, ніж у середніх чи великих підприємств. Останнє обумовлено тим, що мале підприємство в процесі свого функціонування або „виростає” до середнього, або перепрофілює діяльність на більш перспективні види господарювання чи інші ринкові ніші.

Розробка бізнес-плану є трудомістким процесом, вимагає значних коштів і часу. Тому бізнес-планування починається, як мінімум, за півроку до початку реалізації підприємницького проекту. До бізнес-планування залучають менеджерів, фінансистів, економістів, маркетингологів, юристів. Це можуть бути як працівники підприємства, які мають значний професійний досвід, так і зовнішні консультанти, експерти.

Причому залучення сторонніх фахівців дозволяє:

- реальніше оцінити підприємницьку ідею;
- підвищити рівень довіри до бізнес-плану з боку інвесторів, банку чи партнерів по бізнесу.

Але в розробці бізнес-плану обов'язково мають приймати участь керівник підприємства та автор підприємницького ідеї.

Бізнес-план є одночасно керівництвом до дії та до виконання. Він використовується для перевірки ідей, цілей, для підвищення ефективності управління підприємством та прогнозування результатів діяльності. По мірі реалізації бізнес-проекта цей документ може уточнятися шляхом коригування відповідних показників.

Роль бізнес-плану для підприємства полягає в тому, що цей документ виконує сукупність цілей, узагальнених за зовнішньою та внутрішньою функціями:

1) зовнішня (документ призначений для інституцій фінансово-кредитного сектора, інвесторів, співзасновників, партнерів по бізнесу, потенційних працівників) стосується ознайомлення заінтересованих суб'єктів зовнішнього середовища із сутністю та основними аспектами підприємницького проєкта підприємства;

2) внутрішня (документ призначений для внутрішнього користування на підприємстві апаратом управління, іншими працівниками) стосується опрацювання механізму самоорганізації підприємства, тобто обґрунтування цілісної системи управління реалізацією важливого для підприємства бізнес-проєкта.

Відтак, основною ціллю розробки бізнес-плану є змодельовати систему управління підприємством (його окремим бізнес-проєктом чи стратегічним господарським підрозділом). Досвід та практика засвідчують, що успіх підприємницької діяльності визначається трьома факторами:

- правильним розумінням реальної ситуації в даний момент часу;
- чіткою постановкою цілей, яких хоче досягнути підприємство;
- якісним плануванням процесів переходу з одного стану в інший.

Тому бізнес-план з його конкретними комерційними цілями та програмою дій для їх досягнення виступає в ролі засобу, здатного:

1) керувати бізнесом;

2) передбачити ускладнення ризику функціонування підприємства (його окремого стратегічного підрозділу чи реалізації окремого підприємницького проєкта);

3) залучити позичковий капітал, необхідний для створення підприємства чи реалізації окремого підприємницького проєкта. Бізнес-план розкриває не лише виробничу, ринкову і організаційну, але і фінансову інформацію про підприємство. Ця інформація дозволяє робити висновки про те, якою є потреба

підприємства у стартовому капіталі, як будуть витрачатися кошти та погашатися кредити, який рівень ризику господарювання і т. ін. У цьому контексті бізнес-план є основою конструктивних відносин з потенційними інвесторами, банком ін.;

4) забезпечити процес „комунікації” між підприємством та інституціями зовнішнього середовища його функціонування (постачальниками, контрагентами, покупцями, потенційними працівниками);

5) розвинути управлінські навички керівництва та іншого управлінського персоналу підприємства.

Список використаних джерел

1. Васильків Т.Г., Качмарик Я.Д., Блонська В.І., Лупак Р.Л. Бізнес-планування : навч. посіб. Київ. Знання. 2013. 173 с.
2. Гаврилов А.О. Використання бізнес-планування як інструменту для прийняття інвестиційних рішень. Фондовый рынок. 2009. № 20. С. 18-26.
3. Гетало В.П., Гончаров Г.О., Колісник А.В. Бізнес-планування : навч. посіб. К. Професіонал, 2008. 240 с.
4. Губені Ю.Е., Костецька І.І. Сучасні методи у бізнес-плануванні. Економіка АПК. 2011. № 6. С. 90-93.