

БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ В СИСТЕМІ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ

Розглянуто питання планування бізнесу в системі споживчої кооперації України, яке в умовах ринкової системи господарювання має важливе значення для отримання очікуваних прибутків. Пов'язано це з тим, що чим динамічнішим та невизначенішим стає середовище діяльності, тим більше уваги необхідно приділяти розробленню стратегії та механізму її виконання. Якщо ж підприємство не має чіткого плану, це означає, що ним незадовільно управляють.

*Assoc. prof. O.Yu. Maslennikov; undergraduate Yu.A. Siguk –
L'viv commercial academy*

Business-planning is in system of consumer co-operation of Ukraine

The question of planning of business is considered in the system of consumer co-operation of Ukraine, which in the conditions of the market system of manage has an important value for the receipt of the expected incomes. It is clad with that than the more dynamic and more uncertain is become by the environment of activity, the more so attention it is necessary to spare development of strategy and mechanism of its implementation. If an enterprise does not have a clear plan, it means that it is unsatisfactorily managed them.

Реалізація будь-якої підприємницької ідеї (створення нового бізнесу чи вдосконалення вже існуючого) потребує відповіді на запитання: хто буде конкретним споживачем, на яку частку ринку може претендувати продукт підприємства, які кошти потрібні для виконання проекту, чи виправдовує себе проект економічно та ін. Аби відповісти на них, і складається бізнес-план.

Про такі види планів у нашій країні почали згадувати на початку 90-х років. А вже в 1994-95 рр. підприємства стали розробляти їх за власними методиками. Причому не тільки комерційні, а й державні.

Дослівно термін "бізнес-план" у перекладі з англійської означає план підприємницької діяльності. У прикладному ж розумінні – це документ, у якому викладено сутність підприємницької ідеї, шляхи і засоби її реалізації, охарактеризовано ринкові, виробничі, організаційні, фінансові аспекти майбутнього бізнесу та особливості управління ним. Призначення цього документа – накреслити курс компанії чи підприємства на певний проміжок часу. У ньому формулюються перспективні та поточні цілі реалізації ідеї, оцінюються сильні і слабкі сторони бізнесу, наводяться результати аналізу ринку та його особливостей, викладаються подробиці функціонування підприємства за цих умов, визначаються обсяги фінансових і матеріальних ресурсів для втілення проекту.

Бізнес-план дає змогу перевірити й реалістичність підприємницької ідеї ще до початку втілення її у практику. Можливо, в результаті підготовки документа з'ясується, що за даних економічних умов здійснення підприємницького проекту є нереальним або економічно недоцільним.

Бізнес-план у споживчій кооперації України може виконувати дві важливі функції. Зовнішню – ознайомлювати представників ділового світу із сутністю та основними аспектами підприємницьких ідей (причому кооператори повинні розглядати його передусім як інструмент залучення необхідних

фінансових ресурсів) та внутрішню – життєво важливу для діяльності самого підприємства – формування механізму самоорганізації, тобто цілісної, комплексної системи управління підприємницьким проектом.

У межах останньої треба розрізняти два напрями застосування цього документа на підприємствах системи:

- як інструмента стратегічного планування та оперативного управління діяльністю підприємства (він є основою поточного планування, сприяє глибшому усвідомленню працівниками особистих завдань, пов'язаних зі спільним для них бізнесом);
- як механізму аналізу, контролю та оцінювання діяльності підприємства в процесі реалізації підприємницького проекту (він дає змогу виявляти відхилення від плану та своєчасно корегувати напрями подальшого розвитку).

Бізнес-плани класифікують за такими ознаками:

- сферою ведення бізнесу (виробництво, будівництво, роздрібна та оптова торгівля, надання послуг, посередницька діяльність тощо);
- масштабами (великий, середній, малий);
- характеристиками продукту (традиційний, принципово новий, виробничо-технічного чи споживчого призначення).

Крім того, залежно від інвестиційної ситуації в межах кожної класифікаційної ознаки можна виділити такі бізнес-плани:

- комерційної ідеї або інвестиційного проекту (виклад для потенційного партнера або інвестора результатів маркетингового дослідження, обґрунтування стратегії виходу на ринок, очікуваних фінансових результатів);
- підприємства – перспективи його розвитку на плановий період (для правління або зборів пайовиків), де обґрунтовуються необхідні обсяги інвестицій чи інших ресурсів;
- структурного підрозділу (для вищого керівництва організації) – план господарської діяльності підрозділу для визначення обсягів ресурсів, які потрібно виділити, або обсягів прибутку, що залишиться в його розпорядженні.

Окремо згадаємо регіональний бізнес-план, у якому обґрунтовуються перспективи соціально-економічного розвитку регіону та доводяться обсяги фінансування відповідних програм для бюджетних організацій.

Крім того, можуть розроблятися також спеціальні (як правило, скорочені) варіанти таких документів для осіб, у контактах з якими зацікавлене підприємство. Форма та зміст бізнес-планів у цьому разі зорієнтовані на інтереси цих партнерів.

Бізнес-план може стати інструментом для залучення зовнішнього капіталу. На початковій стадії якісного оновлення підприємства він слугуватиме основним інструментом комунікації між цим капіталом, майбутніми поставачальниками, виробниками та посередниками. За допомогою ґрунтовно розробленого бізнес-плану можна переконати своїх майбутніх ділових партнерів, а також працівників свого підприємства в тому, що ідея відродження бізнесу є справді перспективною, а головне, що керівництво має реальну програму для успішної її реалізації. Бізнес-план стандартизує процедуру ознайомлення з бізнесом, заощаджує час, упорядковує контакти. Він моделює систему управління підприємством, враховує різні чинники, і завдяки йому, зрештою, відбувається відродження підприємства. За його допомогою можна попе-

редньо визначити перешкоди на шляху ведення бізнесу та запобігти їх виникненню. Адже розробляючи бізнес-план, керівник вимушений моделювати різні ситуації, з'ясовувати проблеми, які можуть перешкодити втіленню підприємницького проекту. Звичайно, це не вберігає від можливих помилок, але дає змогу керівникам підприємства ще раз обдумати, як повести себе в тій чи іншій ситуації.

Розроблення плану сприяє також розвитку особистих управлінських якостей керівника. Розробляючи бізнес-план, голова правління районного чи сільського споживчого товариства, директор магазину, інші керівники, мають всебічно охарактеризувати майбутній бізнес. Так вони набувають певного досвіду з оцінки умов конкуренції, пошуку способів просування на ринок, використання переваг власного бізнесу, фінансового планування тощо.

Для розробки ефективного бізнес-плану потрібно добре володіти методологією, адже процес його складання є специфічним у кожному конкретному випадку. Дати якусь універсальну (стандартну) схему розробки неможливо. Проте узагальнення підприємницького досвіду дає змогу виділити три основні стадії бізнес-планування: початкову, підготовчу, основну.

Література

1. Вихрущ В.П. Основи бізнесу: Підручник. – Тернопіль: Збруч, 1998, т. 1. – 346 с.
2. Шайка Л.А. Планування діяльності підприємства: Навч. пос. – Львів: Новий світ – 2000, 2004. – 426 с.
3. Словник-довідник бухгалтера, підприємця/ Укл. В. Г. Мельник. – Тернопіль: НДІ "Проблеми людини", 1993. – 244 с.

УДК 658.155

*Проф. М.М. Павлишенко, д-р. екон. наук;
магістрант Н.М. Винярска – Львівська КА*

ФОРМУВАННЯ ПРИБУТКУ В УМОВАХ РИНКОВИХ ВІДНОСИН

Розглядається питання формування прибутку в умовах ринкових відносин, який є змістом будь-якої підприємницької діяльності. Прибутковість діяльності будь-якого торговельного підприємства визначає його функціонування незалежно від економічної політики держави. Прибуток як економічна категорія отримав новий зміст в умовах переходу до ринкових відносин, що характеризуються розвитком конкуренції, вільного ціноутворення, приватної власності на капітал та ін. В умовах ринку прибуток є джерелом усіх фінансових ресурсів підприємства.

*Prof. M.M. Pavlyshenko; undergraduate N.M. Vynyars'ka –
L'viv commercial academy*

Forming of income is in the conditions of market relations

The question of forming of income in the conditions of market relations, which is maintenance of any entrepreneurial activity, is examined. Profitability of activity of any point-of-sale enterprise determines his functioning regardless of economic policy of the state. An income as economic category got new maintenance in the conditions of passing to the market relations, which are characterized development of competition, free pricing, peculiar on a capital and other In the conditions of market an income is the source of all of financial resources of enterprise.

Значення прибутку полягає в тому, що він є основним джерелом фінансування розвитку підприємництва, удосконалення його матеріально-технічної