

Данилюк Т., к.е.н., доцент
СНУ ім. Лесі Українки
м. Луцьк, Україна

ПЛАНУВАННЯ УСПІХУ БІЗНЕС-ПРОЕКТУ

Малий і середній бізнес є основою стабільного економічного розвитку, який забезпечує значну частину зайнятості та благополуччя населення, формує середній клас і значною мірою бере участь у розвитку конкурентного середовища. Питома вага малого бізнесу в економіці України ще не відповідає значенням, які досягнуті у розвинених країнах світу. Так, в європейських країнах мале і середнє підприємництво є основою соціально-економічної моделі розвитку та формування середнього класу.

Для відкриття власного бізнесу люди керуються різними причинами, такими як: отримання та примноження прибутку, незалежність, мрія про реалізацію своєї оригінальної ідеї, перетворення свого хобі в бізнес, забезпечення своєї зайнятості та інше. Бізнес можна представити як трансформацію ідеї в який-небудь продукт чи послугу для продажу [2]. Треба відзначити, що бізнес дає необмежені можливості для розвитку, але вони не знаходяться на поверхні. Саме за допомогою творчої складової бізнесу реалізується можливість його успішності. У зв'язку з тим, що бізнес є творчою діяльністю, то для нього характерні елементи змагання, які проявляються в конкурентній боротьбі.

Плануючи свій бізнес, необхідно також оцінити власні можливості, які пов'язані насамперед із наявністю низки характерних рис у потенційного підприємця. Не всі люди хочуть бути підприємцями, бо їм більш зручно працювати під керівництвом когось та виконувати певні функції найманого працівника. У той же час треба відзначити, що і не всі мають відповідні риси для роботи підприємцем [5].

Однією з найголовніших проблем практично кожного стартапа є пошук гідної ідеї, здатної збити з пантелику конкурентів, притягнути інвесторів і покупців [2]. Безліч спроб відкрити свою справу і привести її до успіху розбиваються об найбанальнішу проблему – відсутність досить привабливої як для бізнесмена, так і для споживачів ідеї. Проте світова практика на конкретних прикладах доводить те, що хороша ідея – це не завжди запорука успіху. Досить часто трапляються випадки, коли навіть найнеймовірніші задумки перетворювалися на мільярдні підприємства. Поняття "ідея" розкриває мислиму форму пізнання явищ і процесів об'єктивної діяльності, яка містить усвідомлення мети і шляхів її практичної реалізації. Виходячи з цього, можна визначити суть підприємницької ідеї. Важлива особливість підприємця – здатність передбачити, як реалізуються нові ідеї у виробничому процесі і як вони будуть сприйняті ринком. А вміння поєднати в одному процесі два компоненти – впровадження новинки й реакція ринку – запорука майбутнього успіху підприємця. Підприємець повинен помічати, відшукувати й продумувати конкретні форми використання нових ідей. Разом із тим не потрібно поспішати з реалізацією будь-якої виниклої

ідеї з одного боку, а з іншого – не можна зволікати з її втіленням у практику. Вихід один: будь-яка ідея має дозріти. Сиру в усіх деталях ідею не можна втілити в життя. Спочатку зазвичай вибудовується загальна схема реалізації ідеї. Виділяються ті моменти, які поки не ясні, і подальша робота пов'язується зазвичай з їх відпрацюванням. Недарма у японців існує практика заохочення працівників уже за сам факт представлення ідеї, незалежно від результатів її втілення у практику. Сенса тут полягає в тому, що генерація ідеї та її практичне втілення в життя – це різні речі. Перше більш пов'язане з творчістю, а друге з наполегливістю в реалізації всіх стадій ділового циклу розвитку бізнес-ідеї [4].

Наявність концепції власної справи є тільки першим етапом створення бізнесу, але надалі перед підприємцем постають вже повністю конкретні питання. Хто є мої споживачі? Де мій ринок? Як я організую виробництво і реалізацію своєї продукції? Хто буде працювати в мене? Скільки коштів необхідно для створення бізнесу? І багато інших питань. Отримати відповіді на них – завдання наступної стадії створення бізнесу. Стадія планування містить два етапи: підготовчий та основний.

На підготовчому етапі підприємець [2]:

- збирає та аналізує маркетингову, виробничу й фінансову інформацію, яка стосується бізнесу. Для використання такої інформації використовують усі можливі джерела. Важливість достовірності цієї інформації пов'язана з обґрунтованістю розрахунків бізнес-плану;

- визначає місію своєї фірми, її основне призначення та специфічну роль, її особливий шлях у бізнесі – те, що відрізняє її від конкурентів. Правильно сформульована місія це принципово важливий елемент стратегічного планування;

- оцінює сильні й слабкі аспекти свого бізнесу. Сильні сторони фірми – це її особливі, унікальні якості, які виділяють фірму серед конкурентів на яких робить ставку підприємець у своєму бізнесі. Слабкі сторони визначаються тим, що недостатнє у фірмі порівняно з конкурентами.

Для того, щоб виявити сильні й слабкі сторони фірми необхідно провести послідовний аналіз досягнень фірми в області маркетингу, виробництва, персоналу, фінансів [3].

Основний етап планування – це процес написання бізнес-плану. Перед цим необхідно обрати стратегію розвитку бізнесу [4]. Підприємець орієнтується на одну з можливих типових стратегій розвитку бізнесу: стратегію контролю над витратами; стратегію диференціації, стратегію фокусування. Головна мета цього етапу – обґрунтувати економічну доцільність створення обраного виду бізнесу. Сформульовані на попередньому етапі місія, цілі та стратегія створюють каркас бізнес-плану .

Правильне і продумане бізнес-планування – це хороший спосіб відшукати інвесторів для реалізації задуманих планів. Ретельні розрахунки та об'єктивне подання інформації додають ваги будь-якому економічному задуму.

Використана література:

1. Васильців Т. Г., Качмарик Я. Д., Блонська В. І. Бізнес-планування : навч. посіб. К. : Знання, 2013. 173 с.
2. Добрава Н. В. Основи бізнесу: навч. посіб. Одеса: Бондаренко М. О., 2018. 305 с.

3. Карпов В. А. Планування та аналіз підприємницьких проектів. Одеса: ОНЕУ, 2014. 243 с.
4. Лаврів Л. А. Планування діяльності організації : навч. посіб. Тернопіль : Крок, 2013. 320 с.
5. Тарасюк Г. М. Бізнес-план : розробка, обґрунтування та аналіз : навч. посіб. К. : Каравела, 2006. 280 с.

Дзядук Г., кандидат наук з державного управління
Український національний університет
залізничного транспорту,
Харків, Україна

РОЛЬ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ У РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО АГРОБІЗНЕСУ

Вступ. Процес економічного зростання в Україні сьогодні неможливий без реформування аграрного сектору. Його розвиток потребує сучасних доріг, розгалуженого ринку продовольства, можливостей для зберігання та транспортування продукції, розвиток залізниці та річкового транспорту, наявності портів та кораблів та багато інших об'єктів інфраструктури, що створює додатковий попит на продукцію промисловості та розвиток сфери послуг.

Основна частина. Державна підтримка аграрного сектору повинна бути направлена на створення умов конкурентоспроможності галузі, що передбачає стимулювання галузевих наукових досліджень, підвищення кваліфікації кадрів, розширення сфери послуг, контроль і стимулювання якості, розвиток виробничої і соціальної інфраструктури, а також формування ефективного інституціонального середовища як базового фактора позитивних змін. Інституціональний аналіз соціоекономічних процесів у аграрному соціумі передбачає опис функціонуючих інститутів та їх взаємодію між собою як системи, оцінювання цієї системи як нематеріальних активів та з точки зору потенціалу ефекту синергії. [3]

Виходячи з основних завдань державного регулювання сільського господарства на довгострокову перспективу, можна вважати, що загалом має бути орієнтація на економічне зростання системи АПК, тобто забезпечення збалансованого нарощування продовольчого потенціалу у довгостроковому періоді. [4]

Розвиток малого та середнього агробізнесу як об'єкт державного регулювання має низку специфічних властивостей, зокрема: проста управлінська структура; відносно невеликі управлінські (накладні) витрати; обмеженість і локальність фінансових ресурсів; нестача знань і досвіду роботи; поєднання в одній особі власника підприємства і його керівника; адаптивність – зміна внутрішніх процесів і діяльності підприємства згідно з вимогами зовнішнього середовища за допомогою превентивних дій або зворотної реакції; здатність до швидкого запровадження нововведень, але низькій технічний рівень і недостатня технологічна оснащеність; забезпечення місцевих аграрних ринків товарами і