

ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ
«ЛЬВІВСЬКА ЕКОНОМІЧНА ФУНДАЦІЯ»

ОБЩЕСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
«ЛЬВОВСКАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ФУНДАЦИЯ»

**Економіка сьогодення:
планування, управління та аналіз**

Матеріали
Всеукраїнської науково-практичної конференції
(Львів, 27 листопада 2021 року)

**Экономика сегодняшнего дня:
планирование, управление и анализ**

Материалы
Всеукраинской научно-практической конференции
(Львов, 27 ноября 2021 года)

Львів
2021

УДК 330(063)
Е 45

Економіка сьогодення: планування, управління та аналіз: Матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції (Львів, 27 листопада 2021 року) / ГО «Львівська економічна фундація». – Львів: ЛЕФ, 2021. – 124 с.

Экономика сегодняшнего дня: планирование, управление и анализ: Материалы всеукраинской научно-практической конференции (Львов, 27 ноября 2021 года) / ОО «Львовская экономическая фундация». – Львов: ЛЭФ, 2021. – 124 с.

УДК 330(063)
Е 45

Усі матеріали подаються в авторській редакції.

© Колектив авторів, 2021
© Львівська економічна фундація, 2021

ЗМІСТ

Горкуша Т. С. МЕТОДИ СТРАТЕГІЧНОГО АНАЛІЗУ СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВА ТА ПОБУДОВА СТРАТЕГІЙ	46
Піхняк Т. А., Діса К. П. ПРОБЛЕМИ ОРГАНІЗАЦІЇ АНАЛІТИЧНОЇ РОБОТИ НА ПІДПРИЄМСТВІ	50
Журавльова В. В. ІННОВАЦІЙНИЙ НАПРЯМ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ РОСЛИННИЦТВА	52
Кондратюк Ю. В. БЕЗПЕРЕРВНА ОСВІТА ЯК НЕОБХІДНА УМОВА ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІКИ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ	55
Мальцев О. І. ОБҐРУНТУВАННЯ ВПЛИВУ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА	59
Меткий О. Л. ПЕРЕДУМОВИ УСПІШНОГО УПРАВЛІННЯ КОНСАЛТИНГОВИМИ ПРОЄКТАМИ	62
Міракін В. В. ОСОБЛИВОСТІ ТА ФУНКЦІОНАЛЬНА СТРУКТУРА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ КООПЕРАЦІЇ	65
Ольшанський О. В., Григорьєва А. Ю. ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ ЯК ЗАСІБ ВЗАЄМОДІЇ СУБ'ЄКТІВ ВІРТУАЛЬНИХ ВЗАЄМОВІДНОСИН	68
Піскун А. В., Маркосова О. О. ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ	72
Піскун А. В., Холявинська Г. Л. ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ НА МЕБЛЕВУ ГАЛУЗЬ УКРАЇНИ	75
Погоріла Н. В. ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	78
Рильський М. О. ОБҐРУНТУВАННЯ АНТИКРИЗОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ	82
Смирнов Є. В., Тищенко М. С. ОСОБЛИВОСТІ ВИЗНАЧЕННЯ ВАРТОСТІ КОМПАНІЇ ЛІДЕРАМИ АУДИТОРСЬКОЇ ЧЕТВІРКИ В УКРАЇНІ	86
Чабанюк О. В. РОЛЬ ТА ФУНКЦІЇ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	91

Чабанюк О.В.

*магістрантка кафедри економіки, обліку та підприємництва
Керівник: к.е.н., доцент Хмарська І.А.
Первомайської філії Національного університету кораблебудування
ім.адм.Макарова м. Первомайськ, Україна*

РОЛЬ ТА ФУНКЦІЇ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМТВА

Сучасна економічна ситуація, пов'язана з переходом до ринкових відносин, диктує підприємствам новий підхід до планування на підприємстві. Планування необхідне будь-якій організації, яка має намір робити якусь дію в майбутньому. Підприємства змушені шукати такі форми і моделі планування, які забезпечували б максимальну ефективність прийнятих рішень.

Оптимальним варіантом досягнень таких рішень є бізнес-план. Бізнес-план це документ, який описує всі основні аспекти комерційного підприємства, аналізує всі проблеми, з якими воно може зіткнутися, а також визначає способи вирішення цих проблем.

Опанування мистецтва складання бізнес-планів сьогодні стає актуальним з кількох причин: в економіку йде нове покоління підприємців, багато хто з них ніколи не керували якою-небудь комерційною структурою, і тому дуже погано уявляють все коло своїх проблем, особливо в ринковій економіці; господарські проблеми змінюються і ставлять досвідчених керівників перед необхідністю по-новому розглядати свої майбутні заходи; для отримання інвестицій і підйому економіки необхідно вміти обґрунтовувати свої заявки й доводити інвесторам життєздатність і реальність своїх планів.

Будь-яка підприємницька діяльність відбувається в межах певної організаційної форми. Процедура вибору організаційно-правової форми бізнесу передбачає:

- 1) визначення форм організації бізнесу, які відповідають законодавству України;
- 2) визначення особливостей, переваг і недоліків кожної з цих форм;

3) визначення критеріїв вибору форми організації бізнесу (ступінь відповідальності, ситуація з податками, обсяг фінансових потреб для започаткування бізнесу, ступінь контролю за фірмою, можливість залучення інших власників, наявність управлінських здібностей у підприємця, можливість зростання бізнесу в майбутньому чи простота його ліквідації);

4) безпосередній вибір форми організації бізнесу.

Наявність концепції власної справи ставить перед підприємцем велику кількість цілком конкретних запитань. Чим його бізнес відрізнятиметься від бізнесу конкурентів? Що сприятиме або заважатиме його становленню та розвитку? На які конкурентні переваги слід орієнтуватися? Якими мають бути програма дій та пріоритети діяльності майбутнього бізнесу? Отримати відповіді на них - це завдання підготовчої стадії розробки бізнес-плану. Відтак на підготовчій стадії:

1) збирається та аналізується маркетингова, виробнича, фінансова й загальноекономічна інформація про майбутній бізнес (процес формування інформаційного поля бізнес-плану). Чим більше інформації буде зібрано, тим більш обґрунтованими будуть наступні розрахунки;

2) з'ясовуються сприятливі можливості та загрози розвитку бізнесу в зовнішньому середовищі. Для вивчення факторів зовнішнього середовища всю їх сукупність, як правило, поділяють на три групи: загальноекономічні фактори, галузеві фактори, конкуренти;

3) оцінюються сильні та слабкі сторони фірми. Сильні сторони фірми - це її особливі, унікальні або принаймні оригінальні способи конкурентної боротьби. Слабкі сторони - це те, в чому фірма відстає від конкурентів;

4) визначається місія фірми, тобто головне призначення, специфічна роль, особливий шлях у бізнесі, що відрізнятимуть її від конкурентів;

5) формулюються конкретні цілі діяльності фірми, тобто чітко визначається те, чого фірма хоче досягти за певний проміжок часу;

6) аналізуються стратегічні альтернативи та вибирається стратегія діяльності фірми. Вибираючи стратегію, підприємець, як правило, орієнтується

на одну з можливих типових стратегій бізнесу: контроль за витратами, диференціацію; фокусування.

Багато хто з підприємців помилково вважає, що структура бізнес-плану й послідовність його розробки - одне й те саме, що завжди є якась позиція, з котрої треба починати. Такий хибний погляд на логіку розробки бізнес-плану підтримується існуванням програмних продуктів із жорсткою структурою, які задають одну-єдину послідовність дій. Але, як свідчить практика, щодо бізнес-плану це зовсім не так. Наприклад, популярне гасло: «Хочеш створити бізнес - починай з маркетингу» не завжди ефективно для фірми малого бізнесу. Малі фірми, як правило, добре знають свій ринок, використовуючи маркетинг за фактом. Спеціальні маркетингові дослідження можуть і не дати таким фірмам додаткової корисної інформації.

Бізнес-план - це своєрідний рекламний документ, на підставі якого можна зробити висновки не лише про бізнес, а й про його власників. Тому важливим є як зміст, так і зовнішній вигляд бізнес-плану.

Бізнес-план, як і будь-який інший документ, підлягає певним вимогам щодо стилю написання:

1) бізнес-план має бути стислим, простим, але адекватно розкривати сутність підприємницького проекту. При цьому в бізнес-плані рекомендується уникати жаргонних виразів, суто технічного опису продукції, операцій, процесів. Слід використовувати загальновідомі терміни; інформацію треба викладати в діловому стилі, але якомога доступніше;

2) бізнес-план має бути функціональним, тобто містити лише корисну інформацію, яка цікавить або може цікавити читача;

3) бізнес-план має ґрунтуватися на реалістичних припущеннях. Прогнози та передбачення (як найбільш «вразлива» частина бізнес-планування) мають бути обґрунтовані й підкріплені посиланнями на тенденції та пропорції розвитку галузі, на проведені дослідження ринку, на досвід діяльності конкурентів тощо. Довіра до бізнес-плану може бути серйозно підірвана, якщо

заплановані в ньому відхилення від середньогалузових показників не мають достатніх підстав.

Отже, бізнес планування має певний процес та методику, які є основою при створенні бізнес планів. З кожним роком зростає кількість методик та шляхів створення бізнес планів. Як показує практика, єдиного підходу до процесу бізнес планування немає, як і ідентичного підприємства та його майбутньої стратегії.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Горемикін В.А. Бізнес-план: Методика розробки. 45 реальних варіантів бізнес-планів. 3-тє видання, доп. і перев./ В.А. Горемикін, А.Ю. Богомоллов. – М.: «Ось-89», 2002. – 864 с.
2. Грабовська І.В., Капінос Г.І. Планування діяльності підприємства. – Хмельницький: ТУП, 2002. – 142 с.
3. Збірник бізнес-планів з коментарями та рекомендаціями. Видання 3-тє, перер. і допов. Під ред.. В.М. Попова. – М.: КноРус, видав. ГНОМ і Д, 2002. – 360 с.
4. Тарасюк Г.М., Шваб Л.І. Планування діяльності підприємства: Навч. посібник. – К.: «Каравела», 2003. – 432 с.

Наукове видання

**Економіка сьогодення:
планування, управління та аналіз**

Матеріали
Всеукраїнської науково-практичної конференції
(Львів, 27 листопада 2021 року)

Редактор – *Ю.С. Павленко*
Технічний редактор – *Ю.Г. Войтюк*
Коректор – *О.М. Забела*

Підписано до друку 30.11.2021. Формат 60х84/16.
Ум.-друк. арк. 7,21. Замовлення № 1121/97. Ціна договірна.
Віддруковано з готового оригінал-макета.
Гарнітура Times New Roman.
Папір офсетний. Цифровий друк. Наклад 100 прим.

Надруковано у поліграфічному центрі
Львівської економічної фундації
м. Львів, проспект Чорновола, 7