



УДК 334.012.23

Полуяктова О.В.,
кандидат економічних наук, доцент кафедри
політичних наук і права
ПНПУ імені К.Д.Ушинського, м.Одеса, Україна

ОСНОВИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ

Сьогодні ще раз підтвердилася істина ринкової економіки: "щоб розвиватися, треба оновлюватися". Сучасна інноваційна економіка формується під впливом системи чинників, головні з яких: інноваційне підприємство, структура економіки, інноваційний державний бюджет, економічна безпека, економічна інтеграція, науково-технічний обмін, фондовий ринок, банківська система, активна соціальна політика.

За своєю сутністю економічна природа інновації полягає в тому, що вона є засобом і стимулом підприємництва. Інновації слугують специфічним інструментом підприємництва, зосереджують зусилля підприємця на організаційний пошук новинок, комерційне використання техніко-технологічних нововведень. ...Ідеї – це капітали, що приносять відсотки лише в руках таланту... Головне – це здатність ідеї при масовому і одночасному поширенні дати значний, "вибуховий" комерційний ефект відкриттю нового попиту, нового способу задоволення потреб. Ринок бізнес-ідей бурхливо розвивається, за темпами зростання залишаючи позаду інші ринкові структури. Нажаль, за наявними даними в Україні 80 – 90% запропонованих інноваційних ідей відхиляють, тоді як у розвинутих країнах, цей показник становить 30-50%.

Інноваційне підприємництво відіграє дедалі помітнішу роль в економічному та соціальному розвитку суспільства, набуваючи нових рис (табл.1).

Таблиця 1.

Риси інноваційного підприємства

Риси	Очікувані результати
Масова творча активність у масштабах всього суспільства	Змінення відношення до пошуку, експерименту, ризику, ініціативи
Нове управлінське мислення	Відмова від традиційного уявлення щодо раціонального господарювання, орієнтація на нові ідеї, знання, інтелект
Підвищення гнучкості великих організацій	Відмова від неефективних жорстких організаційних структур.
Зміна стилю менеджменту	Посилення демократизації управління, активізація участі персоналу в управлінні фірмами. Стрімке зростання малого "венчурного" бізнесу
Зміна підприємницької поведінки	Всебічна орієнтація на новаторське підприємництво, реалізацію оригінальних комерційних ідей

Підприємництво – невід’ємна частина ринкової економіки й розвивається тільки там, де утверджується вільне ринкове середовище й демократизація суспільства.

Підприємництво (підприємницька діяльність) – це основний вид самостійної господарської діяльності, яка здійснюється фізичними та юридичними особами, яких називають підприємцями, від свого імені і на свій ризик на постійній основі. Ця діяльність направлена на досягнення наміченого результату (одержання прибутку або підприємницького доходу) шляхом найкращого використання капіталу і ресурсів економічно відокремленими суб’єктами ринкового господарства, Вони несуть повну матеріальну відповідальність за результати своєї діяльності і підпорядковуються правовим нормам (законодавству) країни.

Основними складовими цього поняття є: 1. Підприємництво як особливий вид діяльності вимагає від суб’єктів цієї діяльності певного способу мислення, особливого стилю і типу господарської поведінки. 2. Підприємництво як самостійна діяльність передбачає свобод і самостійність суб’єктів цієї діяльності в різних напрямках. 3. Підприємництво як господарська діяльність передбачає організацію і управління господарським процесом незалежно від виду і сфери діяльності фірми або індивідуального підприємства. 4. Підприємницька діяльність здійснюється фізичними та юридичними особами. Фізичні особи – це індивідуальні підприємці, правове становище яких регулюється відповідними законами. Юридична особа – це носій матеріальних прав і обов’язків.

Підприємницька діяльність, яка здійснюється фізичними особами, відноситься до індивідуальної (приватної) підприємницької діяльності. Підприємницька діяльність, яка здійснюється юридичними особами, відноситься до колективного підприємства. Підприємець здійснює господарську діяльність від свого імені і на свій ризик.

Підприємець – це особа, яка вкладає власні засоби в організацію справи і приймає на себе особистий ризик, пов’язаний з його результатами, а також всю повноту відповідальності за кінцеві результати діяльності як індивідуальної, так і колективної.

Підприємницька діяльність направлена на: – досягнення комерційного успіху, одержання прибутку, або підприємницького доходу;

– найкраще використання капіталу: власності, іншого майна, фінансових, матеріально-технічних, трудових ресурсів.

Передумови розвитку підприємництва:

Політичні – стабільність політики держави, дебіюрократизація процедур регулювання підприємницької діяльності з боку державних органів

Економічні – економічна свобода, наявність попиту та пропозиції, різноманіття форм власності, існування розвинутої інфраструктури

Соціальні – рівень культури, позитивне ставлення до підприємницької діяльності .

Правові – законодавча база, що створює сприятливі умови для розвитку підприємництва, підтримка з боку держави, ефективна система захисту інтелектуальної власності

Нормативною базою для здійснення підприємницької діяльності є Господарській кодекс України. Він регламентує ступінь свободи підприємницької діяльності, її основні принципи, організаційні форми підприємництва, права найму робітників і соціальні гарантії щодо використання їх праці, загальні гарантії для підприємців, державну підтримку підприємництва, діяльність іноземних підприємців і України, припинення підприємницької діяльності.

Економічна наука виокремлює три головні функції підприємництва:

Ресурсна функція підприємництва – формування і продуктивне використання капіталу, трудових, матеріальних та інформаційних ресурсів з урахуванням досягнень науки, техніки, управління та організації виробництва.

Організаційна функція – діяльність по організації виробництва, збуту, маркетингу; поєднання всіх ресурсів для виготовлення кінцевого продукту.

Інноваційна функція – генерування та реалізація нових ідей, готовність до ризику.

Підприємство як суб'єкт ринкових відносин повинно бути:

- Конкурентоспроможним щодо аналогічних підприємств, які функціонують на ринку;

- Взаємодіяти з підприємствами інших галузей, інфраструктурою.

Мета й напрями діяльності підприємства. Головна мета – виробництво товарів та послуг для задоволення потреб ринку і отримання максимального прибутку.

Напрями діяльності підприємства:

- Вивчення ринку товарів
- Виробнича діяльність
- Комерційна діяльність
- Економічна діяльність
- Соціальна діяльність
- Матеріально-технічне забезпечення виробництва на підприємстві
- Після продажний сервіс.

Економічна діяльність передбачає:

- Стратегічне та поточне планування
- Облік та звітність
- Ціноутворення
- Систему оплати праці
- Ресурсне забезпечення виробництва
- Зовнішньоекономічну діяльність
- Фінансову діяльність

Найважливішими завданнями підприємства є:

1. Отримання прибутку власниками підприємств
2. Забезпечення споживача продукцією підприємства
3. Забезпечення персоналу підприємства заробітною платою, нормальними умовами праці та можливістю професійного росту
4. Охорона навколишнього середовища: землі, повітря, водного басейну і т.д.

Завдання підприємства визначаються:

- Інтересами власника
- Розмірами капіталу
- Ситуацією всередині підприємства (внутрішнім середовищем)
- Зовнішнім середовищем

Внутрішнє середовище підприємства – люди, засоби виробництва, інформація, гроші. Результатами взаємодії компонентів внутрішнього середовища є готова продукція.

Зовнішнє середовище, яке безпосередньо визначає ефективність роботи підприємства – це насамперед споживачі продукції, постачальники виробничих компонентів, державні органи, населення – сукупність економічних, соціальних, правових і природних умов та інших зовнішніх по відношенню до підприємства умов та факторів, які діють в глобальному оточенні. Розрізняють макро– та мікро середовище.

Підприємство виконує внутрішньоекономічні та зовнішньоекономічні функції.

Внутрішньоекономічні функції:

а) виробничо-технологічні, які пов'язані із забезпеченням процесу виробництва необхідними засобами та їх належним використанням;

б) економічні – пов'язані з управлінням процесами виробництва та збуту товарів, найняттям працівників, організацією їхньої праці, поділом доходів, тощо;

в) соціальні – з поліпшенням умов праці та відпочинку співробітників, наданням допомоги та пільг працівникам.

Зовнішньоекономічні функції пов'язані з тим, що підприємство бере участь у міжнародному обміні товарів, спільному з іноземними партнерами, науково-технічному співробітництві.

Бізнес-планування є однією з найважливіших складових системи фінансового планування на підприємствах, які функціонують в умовах конкурентного середовища, оскільки воно не тільки забезпечує внутрішні потреби підприємства в обґрунтованих кількісних оцінках майбутніх капіталовкладень, а й сприяє залученню надійних інвесторів для їх фінансування.

Бізнес-план – це ретельно підготовлений документ, який розкриває всі сторони господарської діяльності і є формою експертної оцінки доцільності та ефективності здійснення нової господарської діяльності.



Основні завдання розробки бізнес-плану:

1. Оцінка новизни і перспективності підприємницької ідеї.
2. Аналіз слабких і сильних сторін підприємницької ідеї.
3. Визначення витрат, джерел і величини фінансових ресурсів.
4. Побудова концепції підприємницької діяльності та визначення її стратегії.
5. Оцінка кон'юнктури ринку.
6. Вивчення діяльності конкурентів.
7. Визначення ступеня можливого господарського ризику.
8. Пошук надійних партнерів для розробки і реалізації інноваційно-інвестиційного проекту.
9. Прогнозування очікуваних результатів на 15 років.

Бізнес-план повинен бути виражено орієнтований на стратегічний розвиток вашої підприємницької діяльності. Він повинен бути максимально прив'язаний фінансових можливостей підприємця та прогнозних змін фінансової політики у державі.

Бізнес-план є одним із найважливіших стратегічних документів підприємницької діяльності. Найважливішим стратегічним моментом цього документа є узгодження поставлених завдань і реальних фінансових можливостей.

Бізнес-план необхідний для:

- одержання кредитів у комерційних банках при заснуванні фірми;
- розробки проектів створення нових форм підприємства (об'єднання, відкриття дочірніх компаній тощо);
- залучення іноземних інвестицій;
- приватизації державних підприємств;
- чіткої постановки перспективних завдань перед працівниками фірми;
- успішної роботи маркетологів і фінансових менеджерів.



Рис. 1. Можливості бізнес-плану

Складання бізнес-плану – нагальна потреба, продиктована виробничою діяльністю. Скласти його повинні фахівці, професіонали при безпосередній участі бізнесмена. Робота над планом – це робота над організацією виробничої діяльності. Вона допомагає керівникові краще все обміркувати, зважити. При розробці бізнес-плану можна дійти висновку про те, що перешкоди на шляху до успіху надто серйозні. Зрозуміло, цей висновок краще зробити раніше, ніж тоді, коли будуть втрачені гроші і час.

Без бізнес-плану не можна управляти виробничою діяльністю. Добре розроблений план замінює техніко-економічне обґрунтування виробництва. За його виконанням можна робити висновок про те, чи все відбувається як намічено, і в разі потреби вживати необхідних заходів. Звичайно, навіть найкращий бізнес-план може застаріти, якщо зміняться умови. Наприклад, зовнішні фактори: економічна ситуація в країні, нові вимоги споживачів, поява нових технологій, зміна політики конкурентів, а також події внутрішнього життя підприємства (фірми), зокрема зміни в керівному складі, можуть зумовити потребу в перегляді бізнес-плану. Тому треба вміти відчувати нові тенденції у внутрішньому житті фірми, в галузі, в ринковій кон'юнктурі та вносити відповідні корективи до бізнес-плану. Це дає можливість, не змінюючи мети, шукати шляхи її досягнення.



Рис. 2. Складові бізнес-плану

У бізнес-плані формулюються перспективи 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 реалізації проекту.

Орієнтовна типова структура бізнес-плану:

1. Резюме – стисле викладення ідеї та особливостей діяльності, якою збирається займатися фірма: актуальність даного проекту, аналіз ринкового середовища і визначення ринкової ніші.
2. Продукція чи послуги: опис та функціональні призначення, переваги та особливості, акцентуація на вигоді для споживача придбання саме цього товару.
3. Оцінка ринку збуту: покупці, місткість і динаміка ринку, фактори.
4. Конкуренція: основні конкуренти, їх сильні і слабкі сторони, переваги фірми порівняно з ними.
5. Маркетинг-план: стратегія маркетингу, основний напрям діяльності, торгівельна політика, ціноутворення, сервіс, реклама.
6. Виробничий план: виробничий процес, приміщення, технічні характеристики устаткування та обладнання, постачальники основної сировини та матеріалів, план підготовки та введення виробництва в експлуатацію.
7. Організаційний план: форма організації бізнесу, керівники фірми, команда менеджерів та консультантів, система оплати праці, соціальна політика підприємства.
8. Юридичний план: форма власності та правовий статус.
9. Оцінка ризику і страхування: можливий ризик і його мінімізація, страхування.
10. Фінансовий план: розрахунки вартості продукту, обсягів реалізації, загальних витрат, чистого прибутку, рух готівки, проект балансу, розрахунок беззбитковості.
11. Стратегія фінансування, потреба у фінансуванні, повернення інвестицій.
12. Оцінка очікуваного прибутку і збитків, розробка балансової відомості, формулювання висновків, узагальнення ключових положень бізнес-плану.

Фундаментально обґрунтований бізнес-план є базою бізнес пропозиції, яка обговорюватиметься із партнерами і відіграватиме вирішальну роль у пошуках інвесторів та кредиторів, від яких значною мірою залежатиме можливість вербування на підприємство досвідчених менеджерів та кваліфікованих спеціалістів.

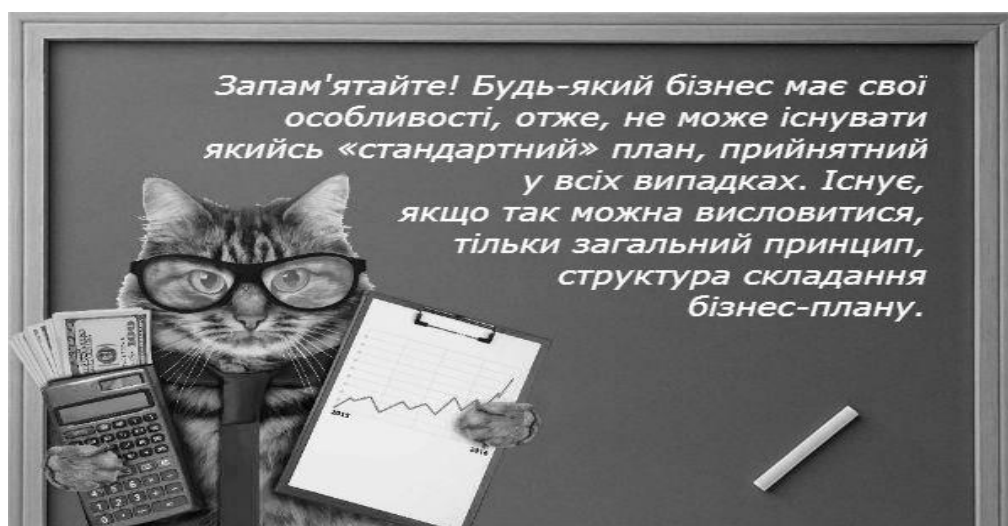
В Україні невід'ємною частиною нового підприємництва було техніко-економічне обґрунтування доцільності і реалізації будь-якого проекту. Практично ця форма і переросла сьогодні у форму бізнес-плану. Враховуючи реалії українського ринку, бізнес-план повинен спиратися перш за все на конкретно існуючий проект виробництва певного товару (продукту чи послуги), всебічний аналіз виробничо-господарської діяльності аналогічного типу (ситуаційний аналіз), результати дослідження конкретних інноваційних проектів.

У практичному житті не існує єдиної форми бізнес-плану, бо останній залежить від специфіки бізнесу, особливостей проєктованої діяльності, її масштабів. Розробка бізнес-плану фактично є спробою створити так звану модель, майбутньої підприємницької діяльності, до якої життя, безперечно, внесе свої корективи. Але, зрозуміло, що чим менше похибок буде допущено на стадії проєктування, тим менше неприємних несподіванок очікуватиме потім.

Розглянемо макет спрощеної структури бізнес-плану (Додаток 1).

Література:

1. Бойчик І.М., Харів П.С., Хопчан М.І., Піча Ю.В. Економіка підприємства: навчальний посібник. Друге видання виправлене і доповнене – К.: «Каравелла»; Львів: «Новий світ», 2001.
2. Геєць В.М., Семиноженко В.П. Інноваційні перспективи України. – Х.: Константа, 2006.
3. Доленко Л.Х., Горняк О.В. Економіка підприємства: Навчальний посібник. Одеса. «Астропринт», 2009.
4. Башнянин Г. І., Шевчук Є. С. Політична економія: Навчальний посібник / За ред. д.е.н., проф. Г.І. Башнянина і к.е.н., доц. Є.С. Шевчука. Львів : «Магнолія 2006», 2017. 280 с.
5. Дзюбик С.Д., Ривак О. С. Основи економічної теорії : навчальний посібник Київ : Знання, 2014. 423 с.
6. Макконнелл К. Р., Брю С. Л., Флінн Ш. М. Экономикс: принципы, проблемы и политика: Учебник. / пер. с англ. Москва : ИНФРА-М, 2016. 1028 с.
7. Макроекономічний аналіз національної економіки. Навчальний посібник. / І.Ф. Радіонова, та ін.. Видавництво: КНЕУ. Кам'янець-Подільський : Аксіома, 2015. 302 с.



Головне завдання бізнес-плану – переконати потенційних партнерів, що це цікавий з точки зору інвестицій проєкт, який окупить вкладені гроші і сили

Додаток 1.
Макет бізнес-плану

Спрощена методика бізнес-планування для фізичної особи-підприємця

БІЗНЕС – ПЛАН

(назва проекту)

(прізвище, ім'я, по-батькові)

(домашня адреса, телефон)

(дата розробки)

Зміст

Стр.

1. Резюме
2. Юридичний план. Стартові витрати.
3. Маркетинговий план (продукт/послуга)
4. Маркетингова стратегія
5. Менеджмент
6. План виробництва (надання послуги).
7. Фінансовий план (бюджет)
8. Оцінка можливих ризиків.
9. Додаток.

**Резюме
(Короткий опис проекту)**

Назва проекту	(Коротка назва проекту, що збігається з назвою на титульній сторінці)
Назва підприємства, ПП приватного підприємця, адреса, телефон	
Ціль проекту	
Що буде виготовляти (які послуги) буде надавати Ваш бізнес	(Вкажіть конкретні види продукції (послуги або роботи), які Ви будете виготовляти)
Місцезнаходження Вашого бізнесу (Місце реалізації проекту)	
Потреба в капіталі для початку діяльності: – всього – власний – залучений	
Фінансові показники проекту	(Вкажіть суму прибутку за рік, рентабельність і термін окупності Вашого проекту)
Термін повернення залучених коштів	

Стартові витрати на початок бізнесу

№ п.п.	СТАТТІ ВИТРАТ (необхідні розрахунки)	СУМА, грн.
1.	Устаткування (придбання / оренда):	
2.	Приміщення (придбання / оренда)	
3.	Транспорт (придбання / оренда)	
4.	Транспортні витрати	
5.	Сировина, матеріали, напівфабрикати – комплектуючі	
6.	Офісні меблі	
7.	Комп'ютер, принтер	
8.	Телефон (придбання, установка і т.п.)	
9.	Витрати на реєстрацію (включаючи отримання дозвільної документації)	
10.	Канцелярські витрати	
11.	Господарські потреби	
12.	Реклама	
13.	Охоронна сигналізація (установка і т.п.)	
14.	Страхування	
15.	Інші початкові витрати: – закупівля партії товару	
ВСЬОГО		
ДЖЕРЕЛА ФІНАНСУВАННЯ		
1.	Власні кошти	
2.	Безпроцентні позики (родичі, знайомі і т.п.)	
3.	Одноразова допомога по безробіттю для організації підприємницької діяльності	
4.	інші джерела	

3. Маркетинговий план

3.1 Опис продукції або наданої послуги (Який продукт / послуга пропонується, привабливі риси продукту / послуги, стадія готовності, унікальні характеристики)

3.2.Опишіть постачальників сировини, матеріалів і ін. Для Вашого виробництва (існуючі на ринку)

3.3 Аналіз потреб клієнтів (споживачів)

(Хто є Вашими потенційними клієнтами? Як часто вони купують товар / послугу і в якій кількості? Як сильно вони реагують на зміну ціни і якості? Чи необхідні їм додаткові послуги? (Доставка, упаковка і т.д.).

3.4.Аналіз конкурентів:

(Перерахуйте Ваших конкурентів і опишіть їх (хто вони,? Скільки років вони на ринку? Вкажіть на їх переваги перед Вами і як Ви можете піднятися до їх рівня). Яку репутацію за ціною, якістю, надійності та ін. факторам вони мають серед клієнтів? Вкажіть

Ваші переваги перед основними конкурентами. Перерахуйте ключові фактори успіху Вашого бізнесу (чому покупці віддаватимуть перевагу Вашим продуктам / послугам?) На скільки можлива поява нових конкурентів і в які терміни?)

SWOT – аналіз

Сильні сторони (переваги Вашого бізнесу в порівнянні з конкурентами)	Слабкі сторони (які недоліки / слабкі сторони Вашого бізнесу в порівнянні з конкурентами)
1.	1.
2.	2.
3.	3.
4.	4.
5.	5.
6.	6.
7.	7.
Можливості (які можливості має Ваш бізнес на ринку)	Небезпеки (які загрози можуть виникнути для Вашого бізнесу)
1.	1.
2.	2.
3.	3.
4.	4.
5.	5.
6.	6.
7.	7.

3.5. Майбутні продукти і послуги. Ваше бачення продуктів / послуг які Ваша компанія буде пропонувати в майбутньому

4. Маркетингова стратегія

4.1. Дослідження ринку. Ваші цільові ринки і їх розмір. Які існують ринкові сегменти, яку частину ринку Ви плануєте охопити, де розташовуються Ваші основні споживачі

(Потенційний географічний ринок для Вашого бізнесу; які тенденції для даного товару (послуги); який рівень рентабельності склався по даному товару; як сегментується даний ринок; визначте наявних і потенційних конкурентів – кількість, місце розташування, обсяг. Чому Ви вважаєте, що вироблена Вами продукція або надана послуга будуть за-
требувані на ринку? Які ринкові тенденції для даного товару / послуги?)

4.2. Цінова політика (перелік цін на Ваші продукти і послуги, система знижок і пільг)

(Як буде розраховуватися ціна на товар / послугу? Чи буде змінюватися ціна від форми, часу оплати, сезону, кількості купленого товару та інших чинників? Який відсоток продажів планується здійснювати через посередників?)

5. Менеджмент

5.1. Штатний розклад (перелік найманих працівників, їх зарплата, включаючи свою)

5.2. Графік роботи протягом року (змінність, відпустки, вихідні та святкові і т.д.)

5.3. Ваша освіта і перелік прослуханих курсів, інших видів додаткового навчання, необхідних для ведення обраного Вами виду бізнесу. Практичний досвід роботи в даній сфері / в бізнесі.

(Вкажіть витрати на утримання приміщень, оплату телефону, електроенергії, інших комунальних платежів) **інші постійні витрати**

(Вкажіть інші постійні витрати, такі як: реклама, сплата податків і платежів (єдиний податок, патент, плата за ліцензії та дозволи, ринковий збір, податок на землю, транспортний податок), канцелярські витрати, господарські витрати, амортизація і ремонт обладнання, транспортні послуги та інше)

ВСЬОГО ПОСТІЙНІ ВИТРАТИ _____

7.2. Змінні витрати виробництва (надання послуг)

№ пп	Перелік змінних витрат	Ціна од.	Об`єм змінних витрат на місяць		Об`єм змінних витрат на рік	
			од.	грн.	од.	грн.
1.						
2.						
3.						
4.						
5.						
6.						
7.						
8.						
9.						
10.						
11.						
12.						
13.						
14.						
15.						
16.						
17.						
18.						
19.						
20.						
	Всього змінних витрат	***	***		*****	

**7.3. Рахунок прибутків і збитків, грн.
(За перший рік)**

№ п/п	Показники	Сума, грн
1	Виручка від реалізації продукції (послуг), всього,	
	в т.ч. по видам продукції (послуг):	
	-	
	-	
	-	
	-	
	-	
2	Змінні витрати – всього	
	в т.ч. по видам продукції (послуг):	
	-	
	-	
	-	
	-	
	-	
3	Постійні витрати – всього	
	в т.ч. по видам витрат	
	-	
	-	
	-	
	-	
	-	
4	Всього поточні витрати (стр.2 + стр.3)	
5	Чистий дохід(прибуток): (строка 1 – строка 4)	
6	Рентабельність продаж, % (стр.5 : стр.1) x 100%	
	Аналіз беззбитковості (визначення мінімального обсягу продажів)	
	– за день,	
	– місяць,	
	– рік	
7	Строк окупаємості проекту (стартових витрат)	

8. Оцінка можливих ризиків

Види ризиків та їх можливе запобігання / ослаблення. Продажні ризики. Конструктивні та технологічні ризики. Фінансові ризики. Можливі організаційні та страхові заходи захисту.



ДОДАТОК 2

План впровадження проекту **(основні заходи)**

Захід	Фінансові ресурси для реалізації заходу з вказанням джерела	Запланований термін здійснення	Примітка