

УДК 338

БІЗНЕС-ПЛАН ЯК ЕЛЕМЕНТ ЕФЕКТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В УМОВАХ КРИЗИ

Б. Р. Монюк,

здобувач вищої освіти третього (освітньо-наукового) рівня;

У. С. Савків,

канд. екон. наук, доцент,

доцент кафедри менеджменту і маркетингу,

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Бізнес-план є ключовим інструментом стратегічного планування компанії. Його часові рамки зазвичай становлять до п'яти років, хоча іноді цей період може бути довшим. Відмінність між стратегічним планом та бізнес-планом полягає в їхній структурі та змісті.

Стратегічний план окреслює ключові цілі компанії. Бізнес-план акцентує увагу на конкретній меті, яка стосується створення та розвитку нового бізнесу або напрямку діяльності компанії [1].

Бізнес-план на відміну від стратегічного плану, що охоплює ширший спектр організаційних стратегій, зосереджений виключно на розвитку. Крім того, він має чітко визначений часовий горизонт, а стратегічний план спрямований на довгострокову перспективу. У структурі бізнес-плану особливу увагу приділено функціональним складовим, таким як плани виробництва чи маркетингу.

Бізнес-план виконує роль інструменту комунікації та використовується для залучення інвестиційного капіталу. Він дозволяє ефективно вирішити такі завдання: визначити прогнозовані фінансові результати діяльності підприємства; обґрунтувати економічну доцільність нових напрямків розвитку; встановити строки досягнення цілей компанії; окреслити джерела фінансування для впровадження стратегічних ініціатив; забезпечити ефективний підбір кадрів для реалізації бізнес-плану [2].

В Україні впровадження бізнес-планів підприємствами є непростим завданням через типові помилки ініціаторів, які часто мають хибне уявлення про сам процес бізнес-планування. Це створює значні труднощі, оскільки якісно розроблений бізнес-план підвищує інтерес інвесторів до фінансування проєкту.

Однією з основних проблем є невідповідність між очікуваннями ініціатора та можливостями розробника бізнес-плану. Брак знань у цій сфері призводить до представлення бізнес-ідеї без достатнього економічного обґрунтування, що ускладнює ухвалення рішень інвесторами. Крім того, багато розробників приділяють надмірну увагу фінансовим розрахункам, ігноруючи важливі аспекти, як аналіз ринку, конкурентного середовища та цільової аудиторії, що знижує якість бізнес-плану та погіршує його сприйняття інвесторами.

Бізнес-план має бути корисним не лише для інвесторів, а й для внутрішніх користувачів, які забезпечують його реалізацію. Тому важливо ретельно опрацьовувати організаційний розділ, що містить чіткий план дій для досягнення поставлених цілей.

Одним із головних викликів для українських підприємств є недостатній аналіз ризиків. Часто використовуються стандартні шаблони без адаптації до конкретних умов, що призводить до помилок у прогнозуванні загроз та плануванні заходів для їхнього мінімізації. Необхідно передбачити конкретні механізми усунення або зменшення потенційних ризиків та оцінити можливі фінансові втрати у разі їх виникнення.

Кожен бізнес-проект повинен мати унікальний бізнес-план із детально прописаними кроками щодо реалізації обраної моделі, техніко-економічними показниками, схемами взаємодії з постачальниками та партнерами, а також прогнозами виробництва нової продукції.

Бізнес-план набуває особливого значення під час економічних криз, коли підприємства шукають альтернативні ринки збуту, що сприяє їхній стабільності та розвитку.

Бізнес-планування є обов'язковим елементом для будь-якого підприємства, незалежно від його розмірів – від початківців до великих корпорацій. Чітко розроблений бізнес-план дозволяє керівникам отримати повне уявлення про витрати та можливі проблеми під час реалізації проекту, а також знайти шляхи їх вирішення.

В умовах сучасної економічної кризи в Україні бізнес-план має стати обов'язковим елементом підприємницької діяльності. Проте створити універсальний бізнес-план неможливо, оскільки кожне підприємство працює в унікальних умовах, має власну ринкову специфіку, цільову аудиторію, фінансові ресурси та стратегічні пріоритети.

Бізнес-план повинен враховувати конкретні аспекти, такі як галузева приналежність компанії, рівень конкуренції, характеристики потенційних клієнтів, наявні ресурси та поставлені цілі. Використання стандартизованого підходу не дозволяє врахувати всі фактори, що ускладнює ефективне управління.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Кваша О. С., Фоміна В. В. Бізнес-планування у діяльності організації: європейські стандарти, основні методологічні підходи та базові процедури. *Економіка та суспільство*. 2017. № 12. С. 268–275.
2. Кондратюк О. М., Пшеничний В. І. Бізнес-планування в підприємницькому середовищі: теоретичний аспект. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2019. № 26. С. 90–94.