

УДК 658.012

А.О. Костюк

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

РОЗРОБКА БІЗНЕС-ПЛАНУ ЯК СПОСІБ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

A.O. Kostiuk

DEVELOPMENT OF BUSINESS PLAN AS A WAY OF ENTERPRISE COMPETITIVENESS INCREASE

В умовах ринку актуальним є питання конкурентоспроможності підприємств. Одним із способів підвищення конкурентоспроможності фірми є розроблення бізнес-плану.

Конкурентоспроможність підприємства – це його здатність створювати, виробляти і продавати товари та послуги, цінові й нецінові якості яких привабливіші, ніж в аналогічній продукції конкурентів.

Наявність гарного бізнес-плану здатна допомогти новому бізнесу добути капітал, визначити плани на майбутнє, скласти аналітичні таблиці, за якими можна буде оцінювати як розвивається справа. Бізнес-план спонукає підприємця ретельно вивчити кожен елемент передбачуваного ризикового ринкового заняття [1].

Бізнес-плани бувають: короткострокові, середньострокові та довгострокові. Чим менший термін реалізації бізнес-плану, тим він точніший.

Для підвищення конкурентоспроможності розробляють бізнес-план нового виду продукції або модернізації виробництва з метою здешевлення процесу та покращення якості продукції, у ньому обґрунтовують ефективність, ризику, прибутковість.

Ретельно прорахувавши і розписавши всі переваги певного проекту, підприємець може залучити інвесторів, зацікавити банк або ж, за наявності вільного капіталу, самому його реалізувати.

Впровадження у виробництво нової продукції сприяє появі нових доходів, а, отже, збільшуються і загальні прибутки підприємства. Розширення асортименту також сприяє залученню нових покупців. Підприємство стає більш небезпечним для своїх прямих конкурентів, оскільки охоплює ринок ширшим асортиментом продукції.

Отже, конкуренція – це невід’ємна частина ринкової економіки. Для того, щоб отримувати прибутки, підприємець не повинен нехтувати конкурентами і розвивати підприємство. Розробивши і запропонувавши новинку, підприємець привертає увагу не тільки до нового продукту, а й до підприємства в цілому. Для того, щоб дії стосовно впровадження нового виробництва були більш досконаліми, розробляють бізнес-план, який мінімізує ризику, показує прибутковість та окупність проекту.

Література

1. Осовська Г.В. Основи менеджменту: Навч. посібник, для студентів вищих навчальних закладів / Г.В. Осовська. – К. : «Кондор», 2014. – 280 с.
2. Саєнко М.Г. Підручник / М.Г. Саєнко. – Тернопіль : «Економічна думка», 2006. – 390 с.
3. Конкурентоспроможна Україна [Електронний ресурс] / Режим доступу : <http://ua.debaty.org/ua>. 10.11.16