

Необхідність розробки бізнес-плану новоствореного підприємства з продажу одягу та взуття у сфері роздрібної торгівлі

Марко Гребенюк

*студент кафедри національної економіки та фінансів,
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,
e-mail: HrebeniukMV@krok.edu.ua,
ORCID: 0009-0001-7514-1794*

Створення бізнес-плану необхідно для підприємств будь-якого рівня, особливо новоствореного. В незалежності від сфери діяльності фірми, досвіду керівництва, розміру статутного капіталу, рівня конкуренції на ринку створення бізнес-плану абсолютно необхідне. Якісно прописаний та ретельно прорахований бізнес план дає змогу проаналізувати показники майбутньої ефективності роботи підприємства, можливості перспектив розвитку і тд. І також, бізнес план має прораховувати можливі ризики, як внутрішні так і зовнішні, тим самим, має застерігати підприємство від банкрутства. На ринку роздрібної торгівлі дуже велика конкуренція і наповненість, тому бізнес-план має бути написаний досвідченою командою, і бути якісно прорахованим.

Роздрібну торгівлю насправді недостатньо вивчають вітчизняні наукові діячі, країни, особливо в нинішніх умовах. Саме тому досліджувана тема є досить актуальною.

Роздрібна торгівля на ринку спортивного одягу та взуття в Україні розвинена по-своєму, відносно інших країн Європи.

На це впливає наступні фактори:

- Багато крупних спортивних брендів не представлені в Україні офіційно, а продаються через дистриб'юторів;
- Через нестабільну ситуації в країні, офіційні представники спортивних брендів не планують заходити на ринок України і в майбутньому.

Наведені вище фактори свідчать про те, що саме в Україні побудувати своє підприємство роздрібної торгівлі, яке буде займатися роздрібним продажем спортивних товарів досить легко. Адже багато основних брендів не продаються на ринку офіційно, а це значить, що конкуренцію складають багато підприємств, які являються дистриб'юторами. Або, в Україні часто практикується створення мультибрендових магазинів, де підприємство продаж товари різних брендів, які не представлені в Україні офіційно. Так, наприклад, наступні бренди не мають в Україні офіційних представництв:

- Nike
- New Balance
- Ecco
- Salomon
- New Era
- Native
- Vans

- The North Face
- Clarks

Тому в Україні реалізувати ідею створення підприємства роздрібної торгівлі в цій сфері вважається досить легко, і даний бізнес є прибутковим. У всякому випадку, є багато прикладів які це підтверджують. Але новоствореному підприємству, аби мати змогу конкурувати, необхідно створювати власний бізнес-план.

Перевагами використання бізнес-плану в організації є:

- можливість виявити та передбачити можливі загрози та ризики, до їх виникнення в практичній діяльності організації;
- можливість залучення інвестицій, в тому числі іноземних;
- проведення аналізу споживачів продукції та постачальників;
- контроль і управління діяльністю підприємств;
- формування та збільшення рівня конкурентоспроможності організації в ринкових умовах [1].

Поняття бізнес-плану у науковому середовищі сформовано досить давно, і має досить багато інтерпретацій та визначень. Кожен з них описує його зі своєї сторони, так як цей термін достатньо багатогранний. Особисто на мою думку, найбільш логічно сформованим є визначення М.В Бгашева: «Бізнес-план – це програма діяльності і / або розвитку бізнесу господарюючого суб'єкта, де розробляються стратегія і тактика, спрямовані на досягнення цілей організації, і заснована на потребах ринку і можливості отримання необхідних виробничих ресурсів» [2].

В країнах Європи поняття бізнес-плану сформовано раніше, говорячи про Україну, як інструмент планування, бізнес-план почав активно використовуватися з кінця ХХ століття. Я проводжу чітку паралель, що прибуткова діяльність підприємства, його ріст і розвиток- це плоди гарно написаного та прорахованого бізнес-плану. В свою чергу як кількість проблем та ризиків- це похибки, які були допущенні у процесі написання бізнес-плану.

Науковцями виявлено безліч класифікацій бізнес-планів, але на думку авторів доцільним є використання наступної класифікації Джакубової Т.Н., так як вона охоплює всі загальні ознаки бізнес-планів:

- За типом (основною сферою діяльності, в якій існує проект):
 - а. технічний;
 - б. організаційний;
 - в. економічний;
 - г. соціальний;
 - д. змішаний.
- За тривалістю (тривалість періоду здійснення проекту):
 - а. короткострокові (до 3 років);
 - б. середньострокові (від 3 до 5 років);
 - в. довгострокові (понад 5 років).
- За видом (характер предметної області проекту):

- а. інноваційні;
- б. організаційні;
- в. науково-дослідні;
- г. навчально-освітні;
- г. змішані.

• За складністю (ступінь фінансової, технічної чи іншої складності):

- а. прості;
- б. складні;
- в. дуже складні [3].

Процес підготовки включає в себе багато елементів. Їх можна класифікувати по різному, але прийнято виділяти 5 основних етапів створення бізнес-плану:

- Визначення місії фірми.
- Формулювання цілі та задач проекту.
- Встановлення загальної структури бізнес-плану.
- Збір необхідної інформації, розробка нормативів.
- Складання бізнес-плану (процес планування).

Підсумок: гарно створений та ретельно прорахований бізнес-план для новоствореного роздрібного підприємства з продажу спортивних товарів є основним фактором успіху. Існування, розвиток та ріст підприємства залежить від уміння та можливості передбачити діяльність підприємства. Саме якісні прорахунки і планування допоможуть уникнути можливих проблем і втрат капіталу.

Ключові слова: бізнес-план; підприємство; розробка.

Список використаних джерел

1. Бутко М. П. Становлення вітчизняного ринку в умовах євроінтеграції: монографія / М. П. Бутко, І. В. Соломаха. – Чернігів : ЧНТУ, 2017. 294 с.
2. Бгашев М. В. Бізнес планування: Навчальний посібник / М. В. Бгашев – Вид-во "Амір", 2018. 282 с.
3. Джакубова Т. Н. Бизнес-план: расчеты по шагам: Учебное пособие / Т. Н. Джакубова. – М. : Финансы и статистика, 2014. 96 с.