

Р.О. Мамчин, Н.Г. Міценко

Технічний коледж Національного університету “Львівська політехніка”,
Львівська комерційна академія

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ В ТОРГОВЕЛЬНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

© Мамчин Р.О., Міценко Н.Г., 2011

Обґрунтовується необхідність розроблення бізнес-планів на торговельному підприємстві, їх значення та функції. Розглядаються принципи бізнес-планування, його відмінності від внутрішньовиробничого планування. Виокремлюються різновиди бізнес-планів, порівнюється структура бізнес-плану, рекомендована міжнародними організаціями. Пропонується PERT-схема бізнес-планування підприємницького проекту торговельного підприємства.

Ключові слова: бізнес-план, бізнес-планування, функції бізнес-плану, принципи бізнес-планування, інформаційна база, методи бізнес-планування, структура бізнес-плану, PERT-схема бізнес-планування

R.O. Mamchyn, N.G. Mitsenko

Technical College of the National University “Lviv Polytechnic”
Lviv Academy of Commerce

THEORETICAL BASIS OF BUSINESS PLANNING AT A MERCANTILE BUSINESS ENTERPRISE

The necessity of point-of-sale enterprise business plans development, their role and functions are grounded. Business-planning principles, its differences from the inproductin planning are examined. The varieties of business plans are selected, the structure of business plan, recommended international organizations, is compared. A business-planning point-of-sale enterprise project of PERT-chart is offered.

Key words: business plan, business planning, functions of business plan, principles of business planning, methods of business planning, structure of business plan, PERT-scheme of business planning.

Постановка проблеми. Поява у системі планів суб'єктів господарювання бізнес-плану пов'язана зі зміною економічних умов їх функціонування. Для підприємництва, зокрема торговельного, найхарактерніші плани та програми реалізації окремих угод. У практиці господарювання, зокрема зарубіжній, такі плани отримали назву бізнес-планів. Це зумовлює необхідність розроблення теоретичних засад їх створення та адаптації зарубіжного досвіду бізнес-планування до умов економіки України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми значення та змісту бізнес-планування в діяльності підприємств перебувають в полі зору таких вітчизняних та зарубіжних вчених, як К. Барроу, О. Волков, М. Денисенко, В. Горемикін [1], А. Гречан, Р. Гріфін, В. Іванова [3], М. Йохна, О. Кузьмін, О. Мельник, Г. Осовська, В. Слиньков, В. Стадник, Г. Тарасюк [4], В. Ясинський [6] та ін. Водночас вивчення наукової літератури свідчить, що недостатньо висвітленими і навіть суперечливими залишаються особливості бізнес-планування в торговельних

підприємствах. Необхідність визначення сутності та теоретичних засад розроблення бізнес-планів торговельних підприємств з врахуванням світового досвіду та особливостей розвитку економіки України зумовлюють актуальність теми дослідження.

Формулювання цілей статті. Мета статті полягає в розкритті сутності, різновидів бізнес-планів торговельного підприємства та теоретичних засад їх розроблення в сучасних умовах господарювання. Для досягнення поставленої мети необхідним є виконання таких завдань:

- розкрити сутність бізнес-планування та визначити його відмінності від внутрішньогосподарського планування діяльності підприємства;
- висвітлити значення бізнес-плану в діяльності торговельного підприємства та функції, які він виконує;
- виокремити типи бізнес-планів, що можуть розроблятися та реалізовуватися у торговельних підприємствах;
- охарактеризувати принципи, інформаційну базу та методи бізнес-планування;
- здійснити порівняльний аналіз структури бізнес-плану за міжнародними стандартами та запропонувати PERT-схему бізнес-планування підприємницького проекту торговельного підприємства.

Виклад основного матеріалу. Бізнес-план – це документ, який містить систему ув'язаних в часі та просторі та узгоджених з метою і ресурсами заходів і дій, спрямованих на отримання максимального прибутку внаслідок реалізації підприємницького проекту. Господарська діяльність у ринковій економіці підтверджує тісну взаємодію бізнес-планів і соціально-економічних планів на українських підприємствах. Деякі науковці і практики ототожнюють їх і трактують всі плани, які складають планово-економічні служби підприємств, як бізнес-плани. Однак між цими видами планів є істотні відмінності, зумовлені наявністю у кожного з них свого предмета й місця у сфері планування усередині підприємства. По-перше, бізнес-планування, на відміну від внутрішньогосподарського корпоративного планування, об'єднує не весь комплекс цілей підприємства, а лише одну, що визначає зміст підприємницького проекту. Бізнес-план орієнтується, переважно, на розроблення нової стратегії або тактики розвитку підприємства, тоді як соціально-економічне планування може передбачати різні види поточної й перспективної діяльності. По-друге, бізнес-плани розробляються на інноваційні проекти, чітко окреслені конкретними строками їхнього виконання, після закінчення яких робота над цим бізнес-проектом завершується. Внутрішньовиробниче планування здійснюється безупинно на всіх рівнях управління підприємством. Після виконання річного плану підприємство за відповідного коригування переходить до здійснення чергового плану і т.д. Бізнес-план має не тільки чітко визначені строки, але й вужчі просторові кордони, тоді як будь-який внутрішньовиробничий план таких чітких обмежень не має. По-третє, основне призначення бізнес-плану полягає у розробленні на підприємстві інноваційного (інвестиційного) проекту й одержанні на його виконання необхідних виробничих ресурсів і, передусім, грошових коштів. Пошук надійних інвесторів вимагає найретельнішого обґрунтування багатьох фінансових показників з урахуванням існуючого ступеня ризику не тільки у внутрішній виробничо-господарській діяльності, але й у зовнішніх кредитно-фінансових і банківських структурах. Внутрішньогосподарські плани необхідні підприємству для власного використання, тоді як бізнес-плани більше потрібні для зовнішніх інвесторів і кредиторів. По-четверте, бізнес-плани розробляють безпосередньо під керівництвом і за особистої участі керівника підприємства. Внутрішньогосподарським плануванням, як правило, займається планово-економічна служба підприємства. Особиста участь кожного керівника в розробленні бізнес-плану нового проекту сприяє не тільки виробленню реальної стратегічної й оперативної мети, але й забезпечує в майбутньому найкращу організацію виконання бізнес-проекту. Робота в ринковій економіці потребує від керівників підприємств приймати самостійні рішення в нових умовах невизначеності та ризикувати. Проте такі рішення повинні бути виваженими, а ризик мінімальним, що може бути досягнуто за допомогою детально розроблених планів діяльності. Бізнес-план є результатом

дослідження і організаційної роботи керівника, що ставить за мету вивчення конкретного напрямку діяльності підприємства на визначеному ринку в конкретних організаційно-економічних умовах.

Отже, на відміну від внутрішньовиробничих планів, бізнес-план спрямований на розробку та детальний опис процесу виконання проекту підприємства, а не на встановлення планових показників роботи самого підприємства. Тому підприємство може мати в розробленні та виконанні одночасно декілька бізнес-планів (залежно від кількості бізнес-проектів) або один бізнес-план може належати декільком підприємствам (якщо проект об'єднує діяльність декількох підприємств). Крім того, мета складання бізнес-плану може бути різною (проектне планування майбутньої діяльності, отримання фінансування для здійснення проекту, координація роботи підприємств у спільному проекті) [3, с. 57].

Значення бізнес-плану в діяльності підприємства зумовлено таким:

1) бізнес-план з його конкретними цілями і програмою дій щодо їх досягнення виступає як засіб управління розвитком підприємства;

2) розроблення бізнес-плану змушує підприємство моделювати ситуації і розглядати проблеми, які можуть виникнути;

3) бізнес-план – засіб для залучення позичкового капіталу для розвитку бізнесу;

4) бізнес-план – інструмент комунікацій між підприємством та інвесторами;

5) під час складання бізнес-плану набувається досвід оцінки умов конкуренції, визначення оптимальних шляхів товаропросування, використання конкурентних переваг, фінансового планування, розроблення різних сценаріїв діяльності.

Місце бізнес-плану в системі управління торговельним підприємством полягає в тому, що він виконує дві функції:

1) зовнішню: ознайомити зацікавлених суб'єктів зовнішнього середовища (для інституцій фінансово-кредитного сектора, інвесторів, засновників, партнерів по бізнесу тощо) із сутністю та основними аспектами підприємницького проекту;

2) внутрішню: створити цілісну систему управління реалізацією підприємницького проекту (апаратом управління, персоналом) торговельного підприємства.

Як зазначає Л.А. Брагін, бізнес-план допомагає уявити майбутнє бізнесу: описати вид та тип підприємства; визначити спеціалізацію підприємства, ринкову нішу, можливе місце на даному сегменті ринку; розрахувати фінансові потреби, визначити джерела отримання фінансових ресурсів з вказанням розміру та термінів повернення грошових сум; уточнити напрямки використання грошових засобів; визначитися з потребою в кадрах, їх кількістю, кваліфікацією та оплатою праці; врахувати положення чинного законодавства, зокрема регіональне, регламентуюче ведення торговельного бізнесу; оцінити конкурентне середовище; вивчити ринок; визначити цінову політику підприємства та динаміку цін на обраному ринковому сегменті; встановити цілі з обсягу товарообороту; обрати форми та методи продажу товарів; вивчити умови пропозиції товарів виробниками (постачальниками); скласти план доходів і витрат, інші розділи фінансового плану [2, с. 131–132].

У сучасній практиці бізнес-планування варто виокремити декілька типів бізнес-планів, вибір яких залежить від групи задач, що визначені на майбутнє:

1. Комерційно-виробничий бізнес-план необхідний для вирішення проблем комерційної і виробничої діяльності під час досягнення цілей розвитку підприємства. Для нього характерне обґрунтування шляхів досягнення цілей розвитку з найменшими витратами. Тому можна говорити і про бізнес-план розвитку підприємства, який передбачає викладення перспектив діяльності підприємства на майбутній плановий період для презентації раді директорів або зібранню акціонерів із зазначенням основних бюджетних витрат і числових значень економічних та фінансових показників, для обґрунтування залучення необхідних інвестицій і ресурсів.

2. Інвестиційний бізнес-план є інструментом заохочення інвесторів. Метою такого плану слугує будівництво нового об'єкта або кардинальні зміни застосовуваної технології діяльності, тобто використання економічних категорій, пов'язаних з поняттям капітальних вкладень. Бізнес-план такого типу передбачає посилення акценту на таких питаннях, як забезпечення повернення

кредитів і своєчасної оплати процентів за їх використання. Існують певні стандарти інвестиційних бізнес-планів, розроблені банками та інвестиційними структурами.

3. Бізнес-план фінансового оздоровлення складається підприємством, яке є неплатоспроможним. Для нього характерна складна процедура погоджень розрахунків з кредиторами і власником підприємства, який є потенційним банкрутом.

4. Бізнес-план для отримання кредиту розробляють з метою збільшення оборотного капіталу для реалізації широкомасштабних цілей діяльності, які можуть бути не пов'язані з основною діяльністю, а спрямовані на диверсифікацію роботи.

5. Бізнес-план структурного підрозділу – викладення вищому керівництву підприємства розробленого плану розвитку господарської діяльності підрозділу, ціллю якого є обґрунтування обсягів і ступеня пріоритетності централізованого виділення ресурсів або величини прибутку, що залишається в розпорядженні окремого підрозділу. Такий бізнес-план особливо важливий для підприємства, яке входить до складу холдингової компанії.

6. Бізнес-план заявки на грант складається з метою отримання фінансових коштів з державного бюджету або благодійних фондів для вирішення соціально-політичних та наукових проблем. Він супроводжується обґрунтуванням прямих та непрямих економічних і соціальних вигод для регіону чи для суспільства в результаті виділення коштів чи ресурсів під запропонований бізнес-проект та ін.[4, с. 17–18]. У цьому контексті бізнес-планування пов'язане як із стратегічними, так і з тактичними планами підприємства.

Потрібно зазначити, що розроблення бізнес-плану торговельного підприємства ґрунтується на принципах, методах та інформаційній базі. Вивчення наукових джерел дає змогу акцентувати на головних принципах бізнес-планування:

- адекватність – бізнес-план, загалом, та зміст його окремих розділів повинні відповідати наявним ринковим умовам, розмірам та можливостям підприємства, його ресурсному забезпеченню тощо;

- цільовий характер – зміст окремих розділів бізнес-плану повинен розкривати підприємницьку ідею;

- системність – показники, розраховані під час бізнес-планування, мають бути ув'язаними в єдину систему та узгодженими між собою;

- науковість – усі розрахунки, проведені під час розроблення бізнес-плану, мають ґрунтуватись винятково на наукових підходах та методиках;

- оптимальність – під час бізнес-планування потрібно забезпечити обрання найкращого варіанта реалізації підприємницького проекту.

До того ж варто звернути увагу і на додаткові принципи, яких потрібно дотримуватись під час розроблення бізнес-плану торговельного підприємства:

- ініціювання – активізація, стимулювання і мотивація дій, проектів, угод;

- координація та інтеграція – взаємозв'язок всіх структурних підрозділів підприємства та орієнтація їх на єдиний результат;

- безпека управління – оцінка можливих ризиків для своєчасного прийняття запобіжних заходів щодо зменшення чи запобігання негативних наслідків;

- контроль – можливість оперативного відслідковування виконання плану, виявлення помилок та можливостей його коригування.

Основними методами проведення планових розрахунків та обґрунтувань під час бізнес-планування є:

- метод оптимізації – передбачає проведення розрахунків згідно з окремими сценаріями (варіантів) та обрання найоптимальнішого за обраними перед розробленням бізнесу-плану критеріями оптимальності;

- метод цільового прибутку – ґрунтується на визначенні розміру прибутку, який є бажаним для підприємства, після чого розраховують ресурсне забезпечення та обсяги товарообороту, за рахунок яких він може бути забезпечений;

- індикативний метод – передбачає розрахунок критичних обмежень обсягів діяльності підприємства, за яких досягається доцільність функціонування підприємства, беззбитковість його діяльності, мінімальна рентабельність вкладеного у підприємство (проект) капіталу, ефективність використання ресурсів тощо;

- балансовий метод – ґрунтується на ув'язці (за допомогою складання умовного балансу) бажаних результатів діяльності підприємства (реалізації підприємницького проекту) з відповідним ресурсним забезпеченням для досягнення цих показників;

- нормативний метод – передбачає розрахунок показників на основі використання науково обґрунтованих норм та нормативів;

- досвідно-статистичний метод (використовується за умови, коли неможливо застосувати наведені вище методи для розрахунку планових показників) – передбачає використання накопиченого досвіду та інтуїтивних підходів для визначення необхідних планових показників.

Інформаційну базу бізнес-планування можна умовно поділити на внутрішню (можна одержати безпосередньо на підприємстві – фінансова та статистична звітність, інформація управлінського обліку) та зовнішню (одержання можливе лише із зовнішнього середовища функціонування підприємства – статистичні бюлетені, результати маркетингових досліджень ринку, нормативно-правові акти). Підприємницька ідея, втілена у конкретному товарі (товарній послугі) може бути успішною лише тоді, коли вона користується попитом у споживачів. Тому надзвичайно важливою для торговельного підприємства є маркетингова інформація (про потенційних споживачів товарів, їх потреби, платоспроможний попит; технічні, експлуатаційні та споживчі якості аналогічних видів товарів та ціни на них; особливості продажу товарів та післяпродажного обслуговування; конкуренцію на ринку). Збір виробничої інформації (організація та технологія продажу, необхідне торгово-технологічне обладнання, спеціальності та кваліфікація працівників, потреба у складських та торгових площах, очікувані витрати обігу тощо) є необхідним елементом підготовчої стадії розроблення бізнес-плану. З метою забезпечення належного рівня рентабельності та окупності витрат на реалізацію бізнес-проекту слід зібрати фінансову інформацію про: рівень рентабельності аналогічних підприємницьких проектів, які були реалізовані (реалізуються); розміри необхідних капітало-вкладень, пов'язаних з підготовкою реалізації проекту; потребу у коротко- та довгострокових кредитах; особливості руху грошових коштів у сфері бізнесу тощо. Можна ґрунтуватись на таких джерелах отримання інформації: бухгалтерська, статистична та оперативна звітність; власний досвід практичної роботи; безпосередні контакти з потенційними споживачами, постачальниками, контрагентами; інформація про конкурентів, одержана внаслідок придбання їх товарів, відвідування спеціалізованих виставок, збору рекламної інформації тощо; статистична інформація про тенденції розвитку галузі; поточні аналітичні огляди економічної ситуації; публікації з питань розвитку торговельного підприємництва.

Узагальнення досвіду підприємницької діяльності дозволяє виділяти під час роботи над бізнес-планом три стадії: початкову, підготовчу та основну. Початкова стадія розроблення бізнес-плану передбачає пошук підприємницької ідеї та її обґрунтування. На підготовчій стадії збирається та опрацьовується інформація, яка стосується підприємницького проекту, його характеристик, сильних та слабких ознак, сприятливих можливостей та загроз з боку зовнішнього середовища, формування цілей реалізації підприємницького проекту та визначення шляхів і засобів їх досягнення. Сьогодні існує широкий набір спеціалізованих програмних продуктів, призначених для розроблення бізнес-планів. Доволі часто застосовуються пакети прикладних програм: COMFAR (Computer model for reporting) і PROPSPIN (Project profile screening and preappraisal information system), створені при ЮНІДО - Комісії Організації Об'єднаних Націй по промисловому розвитку; пакет „Альт-Інвест” фірми Альт (Санкт-Петербург) і пакет “Project Expert” фірми Про-Інвест Консалтинг. Пакети прикладних програм типу “Microsoft Project”, “Time line” і “Primavera” призначені тільки для розроблення календарного плану робіт і сіткового проекту. Після завершення підготовчої розпочинають реалізацію основної стадії розроблення бізнес-плану – безпосередньо написання цього документа. Варто зазначити, що сформовані на підготовчій стадії місія, цілі,

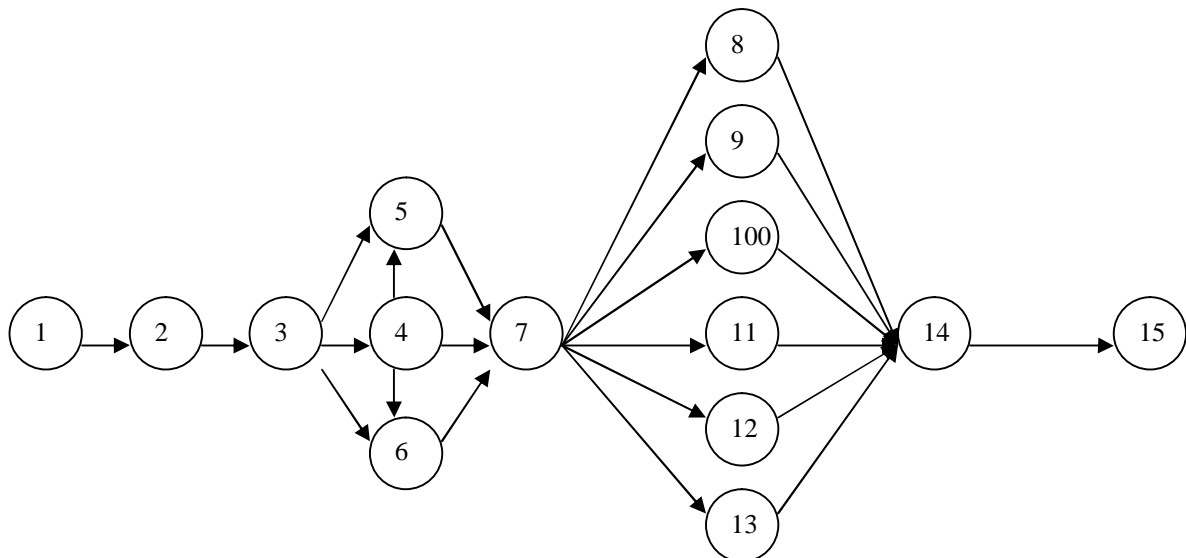
стратегія та тактика реалізації бізнес-проекту утворюють каркас кожного з розділів цього документа, визначають його напрямленість та формують логіку побудови.

Чинне українське законодавство не закріплює не тільки форми й порядок бізнес-планування, але й саму обов'язковість розроблення таких планів. Спроби закріпити вимоги до змісту бізнес-планів наказом Міністерства економіки №290 від 6.09.2006 р. “Про затвердження Методичних рекомендацій з розроблення бізнес-плану підприємства” залишилися лише проектом. Але, незважаючи на це, існують загальні рекомендації для проектів, фінансування яких передбачається за рахунок зовнішніх джерел по відповідних національних і міжнародних стандартах. Найпоширенішими міжнародні стандарти у бізнес-плануванні розроблені Європейським банком реконструкції й розвитку (ЄБРР), організацією United Nations Industrial Development Organization (UNIDO) та консалтинговою компанією KPMG (таблиця). Порівняння запропонованої структури бізнес-планів дозволяє виокремити типові розділи бізнес-плану.

Структура бізнес-плану за міжнародними стандартами [3, с. 71]

UNIDO	KPMG	ЄБРР
1. Резюме	1. Титульний лист	1. Титульний лист
2. Опис галузі й компанії	2. Меморандум про конфіденційність	2. Меморандум про конфіденційність
3. Опис послуг (товарів)	3. Резюме	3. Резюме
4. Продажі і маркетинг	3.1. Короткий огляд	4. Підприємство
5. План виробництва	3.2. Пропонована продукція й послуги	4.1. Історія розвитку підприємства і його стан на момент створення бізнес-плану, опис поточної діяльності
6. Організаційний план	3.3. Місія, цілі й завдання	4.2. Власники, керівний персонал, працівники підприємства
7. Фінансовий план	4. Продукція й послуги	4.3. Поточна діяльність
8. Оцінка ефективності проекту	4.1. Вступ	4.4. Фінансовий стан
9. Гарантії й ризики компанії	4.2. Продукція й послуги	4.5. Кредити
10. Додатки	4.3. Супутні товари й послуги	5. Проект
	5. Аналіз ринку й галузі	5.1. Загальна інформація про проект
	5.1. Використання продукту й послуги	5.2. Інвестиційний план проекту
	5.2. демографічний аналіз	5.3. Аналіз ринку, конкурентоспроможність
	5.3. Конкуренція	5.4. Опис виробничого процесу
	5.4. SWOT-аналіз	5.5. Фінансовий план
	6. Цільові ринки	5.6. Екологічна оцінка
	6.1. Цільові споживачі	6. Фінансування
	6.2. Географія цільового ринку	6.1. Графіки одержання й погашення кредитних коштів
	6.3. Ціноутворення	6.2. Застава й поручництво
	7. Стратегії реклами й просування	6.3. Обладнання й роботи, які будуть фінансуватися за рахунок кредитних коштів
	7.1. Стратегія просування	6.4. SWOT-аналіз
	7.2. Способи поширення реклами	6.5. Ризики й заходи щодо їх зниження
	7.3. Прогноз продажів	7. Додатки
	8. Управління	
	8.1. Організація й основний персонал	
	8.2. Постійне споживання активів	
	8.3. Витрати на підготовку виробництва	
	9. Фінансовий аналіз	
	9.1. Собівартість реалізованої продукції	
	9.2. Аналіз беззбитковості	
	9.3. Кількісний аналіз	
	9.4. Доходи й витрати	
	9.5. Рух грошових коштів	
	9.6. Баланси підприємства	
	9.7. Ризики	
	10. Додатки	

Відсутність чіткого визначення структури та технології розроблення бізнес-плану зумовила можливість використання для цього PERT-схеми [5, с. 190]. Використовуючи цю схему, як базову, універсальну модель для розроблення бізнес-плану, можна рекомендувати варіант такої PERT-схеми, адаптованої для бізнес-планування підприємницького проекту торговельного підприємства (рисунок).



PERT-схема бізнес-планування підприємницького проекту торговельного підприємства:
 1 – ідентифікація та визначення підприємницької ідеї; 2 – бізнес-аналіз; 3 – дослідження ринку (сегменту ринку) діяльності підприємства; 4 – розроблення плану маркетингу; 5 – формування асортиментної моделі підприємства; 6 – планування товарного забезпечення та господарських зв'язків; 7 – планування обсягів товарообороту; 8 – розроблення організаційного плану; 9 – планування потреби в працівниках; 10 – планування потреби в складських, торгових площах та торгово-технологічному обладнанні; 11 – розробка інвестиційного плану; 12 – екологічна оцінка проекту; 13 – визначення потенційних загроз, ризиків та способів їх мінімізації; 14 – розроблення фінансового плану; 15 – оформлення бізнес-плану

Висновки та перспективи подальших досліджень. Бізнес-планування дозволяє виконувати цілий комплекс завдань торговельного підприємства, пов'язаних з реалізацією підприємницького проекту: визначенням потреби в матеріальних, фінансових, трудових та інтелектуальних ресурсах, мобілізацією джерел їх отримання, оцінюванням очікуваної ефективності використання зазначених ресурсів. Саме бізнес-планування дає змогу сформувати організаційно-економічний механізм інвестиційної (інноваційної) діяльності торговельних підприємств.

Подальшого розроблення потребує як структура бізнес-плану торговельного підприємства, так і обґрунтування вибору та методології розрахунку системи показників бізнес-планів різних типів. Важливими є також наукові дослідження ефективності розроблення та реалізації бізнес-планів (визначення системи показників ефективності бізнес-планування, оцінки реальності та достовірності бізнес-планів), формування організаційно-економічного механізму інвестиційної (інноваційної) діяльності торговельних підприємств.

Перспективи подальших досліджень. Подальшого розроблення потребує як структура бізнес-плану торговельного підприємства, так і обґрунтування вибору та методології розрахунку системи показників бізнес-планів різних типів. Важливими є також наукові дослідження ефективності розроблення та реалізації бізнес-планів (визначення системи показників ефективності бізнес-планування, оцінки реальності та достовірності бізнес-планів).

1. Горемыкин В.А. *Энциклопедия бизнес-планов: Методика разработки. 75 реальных образцов бизнес-планов* / В.А. Горемыкин, Н.В. Несторова. – М.: Ось-89, 2003. – 1104 с. 2. *Економіка*

торгового підприємства: Торговое дело / Под ред. Л.А. Брагина. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 314 с. 3. Планування в підприємствах і організаціях споживчої кооперації: стан і перспективи розвитку: Монографія / Іванова В.В., Сидоренко-Мельник І.М., Фастовець А.А., Юрко І.В. / За ред. А.А. Фастовець. – Полтава: РВЦ ПУСКУ, 2008. – 157 с. 4. Тарасюк Г.М. Бізнес-план: Розробка, обґрунтування та аналіз / Тарасюк Г.М. – К.: Каравелла, 2006. – 280 с. 5. Харук К.Б. Бізнес-планування інвестиційного проекту інноваційної діяльності торговельних підприємств / Харук К.Б. // Торгівля, комерція, підприємництво: зб. наук. праць. – Вип. 10. – Львів: ЛКА, 2009. – С. 188–191. 6. Ясинський В.В. Бізнес-планування: теорія і практика / В.В. Ясинський, О.О. Гайдай. – К.: Каравела, 2004. – 232 с.

УДК: 339.13.012.434

Н.Л. Михальчишин

Національний університет “Львівська політехніка”

ДОСТУПНІСТЬ МЕТОДІВ ЗАХИСТУ ВІД НЕДОБРОСОВІСНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ ДЛЯ СУБ’ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

© Михальчишин Н.Л., 2011

Розглянуто підходи до трактування понять “недобросовісна конкуренція”, “захист від недобросовісної конкуренції”. Обґрунтовано чинники впливу на вибір методів захисту підприємства від недобросовісної конкуренції. Наведено характеристику доступності методів захисту від недобросовісної конкуренції суб’єктам господарювання в Україні, зокрема, визначено залежність використання визначених методів від самого підприємства та від зовнішніх факторів.

Ключові слова: недобросовісна конкуренція, методи захисту, суб’єкт господарювання, зовнішні фактори, підприємство.

N.L. Mykhalchyshyn

Lviv Polytechnic National University

AVAILABLE METHODS OF THE PROTECTION FROM UNFAIR COMPETITION TO ENTREPRENEURS

The approaches to the interpretation of the concepts of “unfair competition”, “protect from unfair competition”. Grounded factors influence the choice of methods to protect businesses from unfair competition. The characteristics of available methods of protection against unfair competition to entrepreneurs in Ukraine, in particular, defined dependence using certain methods of the enterprise and from external factors.

Key words: unfair competition, methods to protect, entrepreneurs, external factors, enterprise.

Постановка проблеми. Розвиток товарних ринків можливий за прибутковості конкретних підприємств, які їм можуть досягати будь-якими не завжди конкурентними способами, зокрема, через здійснення недобросовісної конкуренції. Враховуючи визначення недобросовісної конкуренції відповідно до чинного законодавства, підприємства для утримання свого ринкового стану змушені виробляти стратегію захисту від неконкурентних дій конкурентів на ринку, а саме: обирати методи захисту, які б забезпечували індивідуалізацію підприємств на товарних ринках.