

ПРОТОКОЛ № 4

засідання *студентського наукового гуртка*
«Економіка та розвиток підприємництва і біржової торгівлі»
кафедри економічної теорії, підприємництва та торгівлі

10 грудня 2024 року

ПРИСУТНІ: керівник гуртка, к.е.н., с.н.с. Руда Т., члени студентського наукового гуртка

ПОРЯДОК ДЕННИЙ

1. Як перетворити ідею на бізнес: розроблення бізнес-ідеї.

Доповідач: керівник студентського наукового гуртка, к.е.н., с.н.с. Руда Т., члени наукового гуртка.

СЛУХАЛИ:

1. Керівника наукового студентського гуртка, к.е.н., с.н.с. Руду Т. про особливості напрацювання бізнес-моделі. Доповідачка зазначила, що за сучасних умов господарювання важливою складовою економічного розвитку є створення власного бізнесу для багатьох людей, що стає можливістю реалізувати професійні знання, творчий потенціал і прагнення до фінансової незалежності. Проте успішний бізнес починається не лише з цікавої ідеї. Щоб перетворити задум на реальне підприємство, необхідно оцінити його актуальність, дослідити ринок, визначити цільову аудиторію, розрахувати необхідні ресурси та розробити чіткий план дій.

Бізнес-ідея - це обґрунтований задум щодо створення товару, послуги або способу організації діяльності, який має задовольняти певну потребу споживачів і створювати економічну цінність. Джерелом бізнес-ідеї може бути власний досвід, професійні знання, спостереження за потребами людей, аналіз проблем у певній галузі або вивчення нових технологій. Часто успішні підприємницькі проєкти виникають саме з пошуку рішення для конкретної проблеми.

Першим кроком у розробленні бізнес-ідеї є визначення проблеми або потреби, яку вона має вирішувати. Підприємець повинен відповісти на запитання: яку проблему клієнта вирішує мій продукт або послуга, кому вони потрібні та чому споживачі захочуть за них платити. Якщо ідея не створює

достатньої цінності для споживача, її комерційні перспективи будуть обмеженими. Тому важливо дивитися на майбутній бізнес не лише з позиції самого підприємця, а насамперед з позиції потенційного клієнта.

Наступним етапом є дослідження ринку. Необхідно визначити, чи існує попит на запропонований товар або послугу, хто є потенційними споживачами, які компанії вже працюють у цьому напрямі та які переваги вони пропонують. Аналіз конкурентів дозволяє зрозуміти сильні й слабкі сторони інших учасників ринку та знайти власну конкурентну перевагу. Нею може бути нижча ціна, вища якість, швидкість обслуговування, зручність, інноваційність, особливий дизайн або персоналізований підхід до клієнта.

Важливим завданням є визначення цільової аудиторії. Не кожен товар чи послуга підходить абсолютно всім споживачам. Підприємцю потрібно визначити характеристики потенційних клієнтів: їхній вік, рівень доходів, місце проживання, професію, інтереси, поведінку та основні потреби. Чітке розуміння цільової аудиторії допомагає правильно сформулювати продукт, ціну, рекламну кампанію та канали продажу.

Після цього необхідно сформулювати унікальну торгову пропозицію. Вона має пояснювати, чому клієнт повинен обрати саме цей продукт або послугу серед альтернатив. Унікальна пропозиція повинна бути зрозумілою, конкретною та орієнтованою на потреби споживача. Наприклад, підприємство може запропонувати швидке виконання замовлень, екологічні матеріали, індивідуальний дизайн або комплексне обслуговування.

Наступним кроком є перевірка життєздатності бізнес-ідеї. Необхідно протестувати попит ще до значних фінансових вкладень. Для цього можна провести опитування потенційних клієнтів, створити тестову версію продукту, запропонувати обмежену кількість товарів або послуг, запустити пробну рекламну кампанію чи отримати попередні замовлення. Такий підхід дозволяє зменшити ризики та своєчасно скоригувати початкову ідею.

Особливе значення має розроблення бізнес-моделі. Бізнес-модель показує, яким чином підприємство створюватиме цінність для клієнтів і отримуватиме дохід. Підприємець має визначити, що саме він продаватиме, кому, через які канали, за якою ціною та які витрати необхідні для здійснення діяльності. Доходи можуть формуватися через прямий продаж товарів, надання послуг, підписку, комісію, оренду, рекламу або поєднання декількох моделей.

Кашпіровський Д. відмітив, що важливою складовою є фінансове планування. На початковому етапі необхідно оцінити розмір стартового капіталу, поточні витрати, очікувані доходи та можливий прибуток. До витрат можуть належати оренда приміщення, придбання обладнання, сировина, заробітна плата працівників, реклама, транспорт, податки та інші платежі.

Фінансові розрахунки дозволяють визначити, скільки коштів потрібно для запуску бізнесу та коли він може стати прибутковим.

Для систематизації основних положень бізнес-ідеї доцільно розробити бізнес-план. Він містить інформацію про продукт або послугу, ринок, конкурентів, цільову аудиторію, маркетингову стратегію, організацію діяльності, необхідні ресурси та фінансові показники. Бізнес-план може бути корисним не лише самому підприємцю, а й потенційним інвесторам, банкам чи партнерам.

Заболотна С. зазначила, що окрему увагу слід приділити маркетингу та просуванню. Навіть якісний продукт не гарантує успіху, якщо потенційні клієнти не знають про його існування. Сучасний бізнес може використовувати соціальні мережі, власний вебсайт, онлайн-рекламу, електронну пошту, партнерські програми, рекомендації клієнтів та інші канали комунікації. Вибір конкретних інструментів залежить від особливостей цільової аудиторії та бюджету підприємства.

Перунський Н. відмітив, що у сучасній економіці значну роль відіграють цифрові технології. Вони дозволяють навіть невеликим підприємствам виходити на широкий ринок, автоматизувати продажі, вести облік клієнтів, аналізувати поведінку споживачів і зменшувати операційні витрати. Онлайн-магазини, цифрові послуги, мобільні застосунки та платформи для дистанційної роботи створюють нові можливості для започаткування бізнесу з відносно невеликими початковими ресурсами.

Водночас реалізація бізнес-ідеї пов'язана з певними ризиками. Серед них можна виділити недостатній попит, сильну конкуренцію, нестачу фінансування, зростання витрат, зміни законодавства, технологічні зміни та нестабільність економічного середовища. Підприємець повинен не лише оцінювати потенційний прибуток, а й передбачати можливі проблеми та готувати альтернативні варіанти дій.

Руда Т. зазначила, що перетворення ідеї на бізнес є послідовним процесом, який потребує не лише творчого задуму, а й економічних знань, планування, аналізу та готовності до змін. Успішна бізнес-ідея повинна вирішувати реальну проблему споживача, мати попит, відрізнятися від конкурентних пропозицій і забезпечувати можливість отримання доходу. Її реалізація передбачає дослідження ринку, визначення цільової аудиторії, тестування продукту, формування бізнес-моделі, фінансове планування та організацію ефективного маркетингу. Таким чином, головною умовою успішного підприємництва є здатність перетворити ідею на конкретну цінність для споживача та створити на її основі життєздатну бізнес-модель.

УХВАЛИЛИ:

1) прийняти до відома та враховувати отриману інформацію під час написання наукових публікацій.

Керівник наукового студентського гуртка



Тетяна РУДА