

ПРОТОКОЛ № 7

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

14 березня 2024 року

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

ПОРЯДОК ДЕННИЙ

1. Особливості формування бізнес-ідеї та бізнес-план як основа для реалізації підприємницьких ініціатив.

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

СЛУХАЛИ:

1. Керівника наукового студентського гуртка, к.е.н., с.н.с. Руду Т. про особливості формування бізнес-ідеї та бізнес-план як основу для реалізації підприємницьких ініціатив. Доповідачка зазначила, що формування бізнес-ідеї є одним із перших і найбільш важливих етапів започаткування підприємницької діяльності. Саме з ідеї розпочинається процес створення нового підприємства, продукту або послуги, однак сама по собі цікава задумка ще не гарантує успішності майбутнього бізнесу. Підприємницька ініціатива набуває реальної економічної цінності лише тоді, коли існує потреба на ринку, визначено цільового споживача, розроблено механізм створення цінності та сформовано економічно обґрунтовану модель отримання доходу.

У сучасних умовах бізнес-ідеї виникають під впливом різноманітних факторів. Джерелом підприємницької ідеї може бути незадоволена потреба споживачів, технологічна інновація, зміна законодавства, поява нового сегмента ринку, суспільна проблема або зміна способу життя людей. Поштовхом до створення бізнесу також можуть бути професійний досвід підприємця, його власні знання та навички, спостереження за діяльністю конкурентів або аналіз успішних зарубіжних практик. Важливо не просто знайти цікаву ідею, а визначити, яку конкретну проблему вона вирішує та яку цінність створює для споживача.

Однією з ключових особливостей формування бізнес-ідеї є її орієнтація на потреби ринку. Підприємець повинен розуміти, хто саме буде користуватися його продуктом або послугою, чому клієнт захоче придбати запропонований продукт і яку проблему він допоможе вирішити. Тому на початковому етапі необхідно провести аналіз цільової аудиторії. Вивчення потенційних споживачів дозволяє визначити їхні потреби, рівень доходів,

поведінку, мотиви прийняття рішення про покупку та очікування щодо якості й ціни.

Важливим етапом є дослідження ринку. Підприємець має оцінити місткість ринку, темпи його розвитку, основні тенденції, рівень конкуренції та бар'єри для входу. Необхідно також визначити основних конкурентів, їхні сильні й слабкі сторони, цінову політику, асортимент, канали збуту та методи просування. Такий аналіз допомагає зрозуміти, наскільки реалістичною є запропонована бізнес-ідея та яким чином нове підприємство може відрізнитися від конкурентів.

Особливого значення набуває формування унікальної ціннісної пропозиції. Вона повинна чітко пояснювати, яку користь отримає клієнт та чому саме цей продукт або послугу він має обрати серед альтернативних пропозицій. Конкурентною перевагою може бути нижча ціна, висока якість, унікальний дизайн, технологічність, швидкість обслуговування, зручність, персоналізація або додаткова соціальна чи екологічна цінність. Чим чіткіше сформульована ціннісна пропозиція, тим легше підприємцю визначити маркетингову та операційну стратегію.

Після формування загальної концепції необхідно перевірити життєздатність бізнес-ідеї. На цьому етапі доцільно використовувати опитування потенційних клієнтів, інтерв'ю, тестові продажі, прототипи та мінімально життєздатний продукт. Такі інструменти дозволяють отримати реальний зворотний зв'язок і перевірити основні припущення щодо попиту. Якщо потенційні споживачі не бачать цінності у запропонованому продукті, підприємець має можливість змінити концепцію ще до здійснення значних фінансових витрат.

Наступним етапом є формування бізнес-моделі. Бізнес-модель визначає логіку функціонування підприємства: хто є клієнтами, яку цінність отримують споживачі, яким чином підприємство створює та доставляє цю цінність, які ресурси й партнери необхідні для роботи та за рахунок чого формується дохід. Одним із популярних інструментів структуризації бізнес-моделі є Business Model Canvas. Він дозволяє систематизувати основні елементи підприємницької діяльності та побачити взаємозв'язки між ними.

Також інструментом переходу від бізнес-ідеї до її практичної реалізації є бізнес-план. Бізнес-план являє собою комплексний документ, у якому систематизуються основні параметри майбутньої або діючої підприємницької діяльності. Його призначення полягає не лише в описі майбутнього бізнесу, а й у визначенні способів досягнення поставлених цілей, оцінюванні необхідних ресурсів, прогнозуванні доходів і витрат та виявленні можливих ризиків.

Бізнес-план виконує декілька важливих функцій. Передусім він є інструментом внутрішнього планування. Підприємець завдяки бізнес-плану може систематизувати власну ідею, оцінити її сильні та слабкі сторони, визначити необхідні ресурси та встановити конкретні цілі. Крім того, бізнес-план може бути інструментом залучення фінансування, оскільки потенційні інвестори, банки, грантові організації та інші партнери потребують обґрунтованої інформації про перспективи запропонованого проєкту.

Структура бізнес-плану може відрізнятися залежно від виду підприємства, масштабу проєкту та мети його підготовки. Водночас типовий бізнес-план містить опис підприємницької ідеї, характеристики продукту або послуги, аналіз ринку та конкурентного середовища, маркетинговий план, операційний план, організаційну структуру, фінансовий план та оцінку ризиків.

Одним із ключових елементів бізнес-плану є резюме проєкту. Незважаючи на те, що воно розміщується на початку документа, його доцільно формувати після завершення інших розділів. У резюме стисло відображаються сутність бізнес-ідеї, основні цілі, цільовий ринок, конкурентні переваги, необхідний обсяг фінансування та очікувані результати. Якісне резюме повинно швидко дати потенційному інвестору або партнеру розуміння сутності проєкту.

Важливе місце займає маркетинговий план. Він визначає, яким чином підприємство планує залучати та утримувати клієнтів. У ньому аналізується цільова аудиторія, позиціонування продукту, ціноутворення, канали збуту та способи просування. У сучасних умовах дедалі більшого значення набувають цифрові канали маркетингу: соціальні мережі, пошукова реклама, контент-маркетинг, електронна комерція та персоналізована комунікація з клієнтами.

Фінансовий план є одним із найбільш важливих розділів бізнес-плану, оскільки саме він дозволяє оцінити економічну доцільність підприємницької ініціативи. У ньому визначаються необхідні стартові інвестиції, прогнозовані доходи, постійні та змінні витрати, прибуток, грошові потоки та потреба у фінансуванні. Для оцінювання ефективності проєкту можуть використовуватися показники точки безбитковості, рентабельності, строку окупності, чистої теперішньої вартості та внутрішньої норми дохідності.

Не менш важливим є аналіз підприємницьких ризиків. Будь-яка бізнес-ініціатива пов'язана з невизначеністю, тому неможливо гарантувати повну відсутність ризиків. Серед них можна виділити ринкові, фінансові, операційні, технологічні, кадрові, правові та репутаційні ризики. Завдання бізнес-планування полягає не в тому, щоб повністю усунути ризики, а в тому, щоб своєчасно їх ідентифікувати, оцінити можливі наслідки та розробити заходи реагування.

У сучасному підприємництві бізнес-план не повинен розглядатися як статичний документ, який створюється один раз і більше не змінюється. Ринкові умови можуть швидко змінюватися, тому підприємець має регулярно переглядати свої припущення, фінансові прогнози, маркетингові стратегії та операційні рішення. Особливо це характерно для стартапів, які працюють в умовах високої невизначеності. У такому випадку бізнес-планування має бути гнучким і передбачати можливість коригування підприємницької стратегії.

Для студентської молоді формування бізнес-ідей та розроблення бізнес-планів має не лише практичне, а й освітнє значення. Робота над бізнес-проєктом дозволяє застосувати знання з економіки, менеджменту, маркетингу, фінансів та підприємництва для вирішення конкретної проблеми. Студенти можуть досліджувати локальні потреби громад, розробляти інноваційні

продукти, соціальні підприємства, цифрові сервіси або екологічні проєкти. Така діяльність сприяє розвитку підприємницького мислення, критичного аналізу, креативності та навичок прийняття рішень.

Особливого значення набувають соціальні та інноваційні бізнес-ідеї. Сучасне підприємництво дедалі частіше орієнтується не лише на максимізацію прибутку, а й на створення позитивного соціального та екологічного ефекту. Підприємницька ініціатива може бути спрямована на працевлаштування вразливих категорій населення, підтримку ветеранів і внутрішньо переміщених осіб, розвиток місцевих громад, перероблення відходів, енергоефективність або забезпечення доступності товарів і послуг. У таких випадках бізнес-план має враховувати не тільки фінансові результати, а й соціальний ефект проєкту.

Отже, формування бізнес-ідеї та розроблення бізнес-плану є взаємопов'язаними етапами реалізації підприємницької ініціативи. Бізнес-ідея визначає, що саме підприємець планує створити та яку проблему вирішити, а бізнес-план показує, яким чином ця ідея може бути перетворена на життєздатний бізнес. Успішна підприємницька ініціатива потребує поєднання креативності, аналізу ринку, розуміння потреб споживачів, фінансового обґрунтування, оцінки ризиків та готовності адаптуватися до змін. Саме системний підхід до формування та перевірки бізнес-ідеї дозволяє зменшити невизначеність і підвищити ймовірність успішної реалізації підприємницького проєкту.

УХВАЛИЛИ:

1) прийняти до відома наведену інформацію та напрацювати структуру бізнес-плану для реалізації стартапу.

Керівник наукового студентського гуртка



Тетяна РУДА