

ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПОЛЯ БІЗНЕС-ПЛАНУ

Тімченко В.І., гр. Е-21

Науковий керівник – ст. викл. Смокова Л.М.

Харківський державний університет харчування та торгівлі

Підприємницька ідея, втілена в будь-якій продукції, є успішною лише тоді, коли ця продукція знайде споживача. В умовах вільного ринку споживачам складно продати товар, який вони не бажають купувати. Очевидним є протилежне – легко продати те, що люди хочуть і можуть купити. Саме для цього збирають інформацію про: потенційних споживачів продукції, їх запити і незадоволені потреби; технічні, експлуатаційні та споживчі якості аналогічних видів продукції, ціни на них; особливості просування даної продукції на ринок, інші відомості, що характеризують ринок майбутнього бізнесу.

Часто приваблива з маркетингових позицій підприємницька ідея наражається на нездоланні перешкоди виробничого характеру (необхідної сировини і матеріалів, машин та устаткування, спеціалістів. Тому збір виробничої інформації (технологія виробництва даної продукції, машини й устаткування, сировина й матеріали, спеціальності та кваліфікація робітників, потреба у виробничих площах), встановлення контактів і проведення попередніх переговорів з потенційними постачальниками та партнерами є необхідним елементом формування інформаційного поля бізнес-плану.

Завдання підприємця полягає не лише в тому, щоб виготовити й довести свій продукт до споживача. Треба компенсувати витрати на виробництво і реалізацію продукту та отримати достатній прибуток. Інакше підприємницька ідея просто не має сенсу. У цьому аспекті підприємця цікавить також і фінансова інформація (рівень рентабельності аналогічної продукції, стартовий капітал, потреби в кредитах, оподаткування, страхування тощо).

З точки зору системного підходу підприємницький проект – це відкрита система, яка може існувати за умов активної взаємодії з навколишнім середовищем. А відтак успіх проекту багато в чому залежатиме від того, як вдало він адаптується до дійсності. Отже, для бізнес-плану необхідна також інформація про загальноекономічні й галузеві фактори, що впливають на реалізацію проекту.

Таким чином, зусилля підприємця при формуванні інформаційного забезпечення бізнес-плану мають фокусуватися на пошуку маркетингової, виробничої, фінансової та загальноекономічної інформації.