

УДК 65.012.23:004

**О. В. Рузакова**

## РОЗРОБКА КОМЕРЦІЙНОЇ ІДЕЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ФІРМИ

**Анотація.** У статті запропоновано методологію створення комерційної ідеї для підприємницької діяльності інформаційної сфери. Сформовано основні етапи в процесі розробки ідеї. Проведено оцінку комерційної ідеї на предмет можливості її реалізації.

**Ключові слова:** комерційна ідея, потенційна ідея, інформаційна фірма, виставки, оцінювання, підприємницька діяльність.

**Summary.** This article proposes a methodology for creating business idea for the informational entrepreneurship. The main stages in the development of idea are formed. The estimation of commercial idea for the possibility of its implementation is held.

**Key words:** business idea, potential idea, information firm, exhibitions, estimation, entrepreneurial activity.

**Постановка проблеми.** Нові комерційні ідеї потрібні не тільки для того, щоб розпочати свою власну справу, але й для успішного функціонування бізнесу на всіх його етапах. Створення успішної комерційної ідеї являє собою складне управлінське та технічне завдання. Поспіх на цьому етапі може приректи ідею на невдачу. За статистикою, невдалими є до 70–80 % новостворених комерційних ідей. Однак факт появи досить успішних комерційних ідей свідчить про те, що цілком

можливо створити вдалу ідею, яка принесе багатомільйонні прибутки, але для цього необхідними є: неординарність мислення, готовність до ризику, ретельність у процесі вибору та аналізу ідеї.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Серед провідних вчених, які зробили значний внесок у методологію розробки комерційних ідей, слід відзначити таких науковців, як: А. Гулімова [1], І. З. Должанський, Т. О. Загорна [2], В. М. Зарубінський [3], Д. Зудов [4], Ю. Н. Лапігін [5],

© О. В. Рузакова, 2013

**Комерційні ідеї та проблеми,  
які можуть бути вирішені у випадку їх реалізації**

Потенційна комерційна ідея	Які проблеми вирішуються?
1. Організація технологічних виставок різної тематики	1. Надання виставкових приміщень для проведення різноманітних заходів технологічного напрямку. 2. Ознайомлення цільової аудиторії відвідувачів з новинками усіх галузей економіки. 3. Створення нових робочих місць. Інші.....
2. Організація спеціалізованих технологічних виставок	1. Зосередженість конкретної проблематики в одному місці. 2. Здійснюється вагомий внесок у розвиток конкретної галузі. 3. Сприяння розвитку наукової думки. Інші.....
3.....	1..... 2..... 3.....

В. М. Попов [6], Р. Бренсон [7], Е. Робінс [8] та інші. Кожен з них надає своє бачення щодо розробки бізнес-ідей, проте більшість методик не дозволяють достатньо повно і ретельно здійснювати покроковий аналіз новоствореної комерційної ідеї. Окрім того, в існуючій літературі приділено мало уваги створенню комерційних ідей фірм інформаційного профілю.

**Метою дослідження** є покращення якості створення комерційної ідеї на прикладі інформаційної фірми.

**Виклад основного матеріалу.** Розглянемо процес створення комерційної ідеї для такого напрямку інформаційної підприємницької діяльності, як виставкова сфера.

**1-й етап.** Вибір пріоритетної потенційної можливості.

Для початку запропонуємо такі потенційні можливості (позиції) використання виставок в підприємницькій діяльності: виставки товарів масового споживання, виставки інвестиційних (промислових) товарів, виставки технологій, виставки домашніх тварин, виставки квітів, виставки картин, виставки книг.

Із запропонованих позицій оберемо саме ту, яка найбільш цікавить. Наприклад, обираємо таку позицію, як «виставки технологій».

**2-й етап.** Розробка комерційної ідеї з урахуванням того, які проблеми можуть бути вирішені у випадку реалізації цієї комерційної ідеї.

Проаналізуємо обрану позицію та запропонуємо потенційні комерційні ідеї, що відповідають на питання: «Яку проблему можна вирішити за допомогою запропонованої комерційної ідеї?» [9]. Проблеми та запропоновані потенційні комерційні ідеї, за допомогою яких вирішуються ці проблеми, зведемо до табл. 1.

Із наведених потенційних комерційних ідей необхідно обрати ту, яка найбільш близька, відома та зрозуміла. Припустимо, це буде: «Організація технологічних виставок різної тематики».

**3-й етап.** Уточнення комерційної ідеї з урахуванням можливих змін в потребах, смаках та уподобаннях споживачів.

Потреби, смаки та уподобання споживачів протягом певного часу змінюються. Тому потенційну комерційну ідею, яка була запропонована для реалізації, потрібно скорегувати з урахуванням таких основних факторів: зміни у стилі життя людини; зміни в технологіях; зміни у віковій структурі населення; зміни в моді тощо.

Для цього потрібно відповісти на питання: «Яким чином кожен із названих факторів (наприклад, зміни в технологіях) може вплинути на сутність запропонованої комерційної ідеї?» Відповідаючи на поставлені питання, потрібно внести корективи в комерційну ідею, яка була раніше запропонована для реалізації.

Наприклад, зміни у стилі життя людини зумовлюють потребу в наявності послуг телефону, комп'ютера, Інтернет у виставковому центрі; зміни в технологіях можуть стимулювати замовлення квитків на виставку через Інтернет; зміни у віковій структурі, а саме збільшення кількості людей передпенсійного віку, які мають недостатній досвід користування новітніми інформаційними технологіями, може привести до організації виставок з використанням системи максимальної зручності та зрозумілості; зміни в моді можуть привести до проведення виставок певного стилю, дизайну тощо.

Результати аналізу вищенаведених факторів, а також нових можливостей, які відкриваються у випадку врахування цих факторів, зручно занести до табл. 2.

На підставі аналізу всіх цих змін формулюється уточнена комерційна ідея, наприклад: «Організація науково-технічних і промислових виставок різної тематики (енергетика, електроніка, телекомунікації та ін.) з використанням системи візуальних комунікацій (для зручної навігації по виставці)».

**4-й етап.** Удосконалення комерційної ідеї з метою надання їй більш привабливих рис.

На цьому етапі необхідно проаналізувати пропозиції щодо доопрацювання, удосконалення, покращення висунутої комерційної ідеї з метою надання споживачу додаткових вигод, зручностей, переваг тощо. Причому ці додаткові блага можуть надаватися споживачу за додаткову плату.

Наприклад, така комерційна ідея, як «Організація науково-технічних і промислових виставок різної тематики з використанням системи візуальних комунікацій» може бути більш конкретизована та

Таблиця 2

**Урахування змін в потребах, смаках та уподобаннях споживачів**

Зміни:	Нові можливості, які відкриваються з урахуванням змін
Стилю життя	1. Наявність послуг телефону, комп'ютера, Інтернет у виставковому центрі. 2. Наявність зон відпочинку, кафе, ресторану. 3.....
Технологій	1. Заовлення квитків на виставку через Інтернет. 2. Надання каталогу виставки кожному зареєстрованому відвідувачеві в друкованій версії або на CD. 3.....
Вікової структури населення	1. Використання системи максимальної зручності та зрозумілості. 2..... 3.....
Моди	1. Проведення виставок певного стилю, дизайну. 2..... 3.....
Інші зміни	1..... 2..... 3.....

подана таким чином: «*Організація науково-технічних і промислових виставок різної тематики з використанням системи візуальних комунікацій та можливістю розміщення й розповсюдження рекламних матеріалів замовника під час проведення виставкових заходів*», що зменшить витрати замовника, покращить якість виконаної роботи тощо. Це і є новий, більш якісний варіант комерційної ідеї.

**5-й етап.** *Вдосконалення комерційної ідеї за рахунок внесення в цю ідею спеціальних знань та навичок самого розробника.*

Майбутній підприємець на цьому етапі повинен внести в запропоновану комерційну ідею свої професійні знання, які він отримав у процесі навчання або своєї роботи в інших сферах діяльності. При цьому можна скористатися порадами знайомих і близьких людей, а також людей, які заслуговують на довіру, тощо.

Наприклад, спеціаліст, який розуміється на комп'ютерних технологіях, з урахуванням своїх професійних знань може запропонувати таку комерційну ідею: «*Організація науково-технічних і промислових виставок різної тематики з використанням системи візуальних комунікацій та можливістю розміщення й розповсюдження рекламних матеріалів замовника під час проведення виставкових заходів з отриманням можливості on-line доступу до виставки через встановлення системи відеокамер*».

**6-й етап.** *Оцінювання комерційної ідеї на предмет можливості її реалізації.*

Після того, як комерційна ідея в основному сформована, доцільно провести її оцінювання.

Для цього можна скористатися таблицею з питаннями (табл. 3), на які потрібно відповісти.

Таблиця 3

**Оцінювання комерційної ідеї на предмет можливості її реалізації**

Питання	Так	Ні	Чи є потреба в додатковій інформації
1. Чи буде працювати Ваша ідея?	+		
2. Чи буде ця ідея спрацьовувати протягом певного (визначеного) часу?	+		
3. Чи будуть люди за це платити?	+		
4. Чи достатня кількість людей буде за це платити?	+		
5. Чи усвідомлюєте Ви, які потреби людей при цьому задовольняються?	+		
6. Чи знаєте Ви, якими будуть витрати на реалізацію висунутої комерційної ідеї?	+		
7. Чи безпечна Ваша ідея?	+		
8. Чи законна Ваша ідея?	+		
9. Чи сподобається Ваша ідея іншим людям?	+		
10. Чи можете Ви знайти необхідну кількість грошей для реалізації ідеї?	+		
11. Чи потрібне Вам спеціальне обладнання?	+		
12. Чи володієте Ви необхідними навичками (знаннями) для реалізації ідеї?			+
13. Чи потрібен Вам персонал зі спеціальними знаннями (навичками) для реалізації запропонованої ідеї?	+		
14. Інші.....			

**Висновок.** Аналізуючи відповіді на наведені питання, формується остаточний висновок про суть комерційної ідеї та доцільність її запровадження. Наприклад, це може бути такий висновок: «*Організація науково-технічних і промислових виставок різної тематики з використанням системи візуальних комунікацій та можливістю розміщення й розповсюдження рекламних матеріалів замовника під час проведення виставкових заходів з отриманням можливості on-line доступу до виставки через встановлення системи відеокамер — є привабливою комерційною ідеєю, яку доцільно реалізувати і яка знайде свого споживача на ринку*».

З огляду на вищевикладене, можна зробити висновок, що розглянута методика створення комерційної ідеї, на відміну від інших підходів, дозволяє враховувати велику кількість важливих всебічних питань і формувати ідею поетапно та

ретельно. Це, у свою чергу, дозволяє підвищити якість розробленої ідеї та знизити ймовірність невдачі.

Розроблена методологія дозволить у перспективі створити програмний комплекс, який значно спростить процес прийняття рішень щодо комерційних пропозицій [10]. Запропоновані прикладні програмні продукти не будуть потребувати спеціальних знань у галузі програмування та комп'ютерної техніки від економіста. Програмні продукти забезпечать ще більш точне, якісне та швидке розроблення комерційної ідеї.

#### Література

1. Гулимова А. Бизнес-тренинг: границы применения / Анна Гулимова // Управление персоналом. — 2007. — № 6. — С. 50–56.
2. Должанський І. З. Бізнес-план: технологія розробки / І. З. Должанський, Т. О. Загорна. — К. : ЦУЛ, 2009. — 384 с.
3. Зарубинский В. М. Бизнес-планирование развития предприятия (фаза планирования) / В. М. Зарубинский // Финансовый менеджмент. — 2005. — № 1. — С. 41–57.
4. Зудов Д. Интеллектуальные ресурсы в современном бизнесе / Д. Зудов // Менеджмент сегодня. — 2006. — № 2. — С. 24–31.
5. Лапыгин Ю. Н. Циклы брендинга / Ю. Н. Лапыгин, Д. А. Мартасов // Региональная экономика: теория и практика. — 2012. — № 6. — С. 36–45.
6. Сборник бизнес-планов с комментариями и рекомендациями / под ред. В. М. Попова. — М. : Финансы и статистика, 2012. — 488 с.
7. Брэнсон Р. Обнаженный бизнес / Р. Брэнсон. — М. : Эксмо, 2009. — 304 с.
8. Роббинс Э. Удача и успех — ежедневно / Э. Роббинс ; пер. с англ. Л. А. Бабук. — Мн. : ООО «Попурри», 2003. — 240 с.
9. Козловський В. О. Основи підприємництва. Практикум : навчальний посібник / В. О. Козловський, Б. В. Погрішук. — Тернопіль : ТЗОВ «Терно-Граф», 2009. — 297 с.
10. Куденко М. Ю. Інформаційне забезпечення підготовки бізнес-плану / М. Ю. Куденко, С. М. Осипенко, І. Є. Веремейчик // Вісн. Міжнар. Слов'ян. ун-ту. Сер. «Екон. науки». — 2006. — № 1. — С. 68–71.