



Зміст



Що таке підприємство	4
Навіщо нам потрібні підприємства	6
Підприємництво у всьому	8
Навіщо започатковувати бізнес	10

Розділ 1: Як розпочати бізнес 13

Хочеш започаткувати власну справу? Ось основне, над чим доведеться попрацювати: придумати ідеї для бізнесу, перевірити їх, довідатися все про конкурентів і зібрати кошти, потрібні для старту.

Розділ 2: Як продавати свій товар 31

Уже кортить узятися до справи? Тоді потрібно відповісти на декілька запитань. Де продаватимуться твої товари чи послуги? Яку ціну встановиш на них? Як переконаєш людей їх придбати?

Розділ 3: Облік і контроль за грошима 51

Як пересвідчитися, що бізнес витрачає менше коштів, ніж заробляє? Навіщо потрібно сплачувати податки? І чому деякі підприємства стають банкрутами?

Розділ 4: Люди в бізнесі 67

Тут знайдеш інформацію про те, хто чим займається в бізнесі. Дізнаєшся, якими якостями повинні володіти хороші лідери, як вони допомагають своїм працівникам досягати найкращих результатів і як компанії можуть впливати на споживачів і громадськість.

Розділ 5: Створення продукту 83

Як створити продукт високої якості, але не захмарної вартості? Як бізнес може водночас задовольняти покупців і захищати навколишнє середовище?

Розділ 6: Розширення бізнесу 95

Що більше, то краще, чи не так? Як розширити компанію? І чи може бізнес стати колись занадто великим?

Розділ 7: Загальна картина 109

Усі компанії зазнають впливу зовнішнього середовища. Дізнайся про економіку та відсоткові ставки і як вони впливають на бізнес. Довідайся, як влада підтримує і контролює бізнес, а також про силу нових технологій.

І що тепер? 120

Словничок 122

Алфавітний покажчик 125

Подяки 128

Я вважаю себе не тією людиною, яка може займатися бізнесом.

Кожен може вести бізнес. Немає такого поняття, як «правильний» тип людини для цього!

Я б хотіла відкрити власну справу, але не знаю, з чого почати!

Тоді прочитайте! Довідаєтеся, як працюють компанії. А під кінець «Розділу 3», гадаю, у вас з'явиться впевненість, щоб розпочати щось своє.



Що таке підприємство?

Незалежно від того, чи це торговельне місце на ринку, яким керує одна людина, чи дуже відома компанія з тисячами працівників, усі підприємства виробляють речі для задоволення потреб людини в обмін на щось — зазвичай гроші.





Що роблять підприємства?

Підприємства займаються виробництвом і продажем продукції. Цю річ можна потримати в руках, як-то книжку чи м'яку іграшку. Це називають **товаром**.



Результатом роботи підприємства може бути дія, як-от постачання продуктів або стрижка волосся. Це називають **послугою**.



Деякі компанії пропонують поєднання товарів і послуг.



Навіщо започатковувати бізнес?

Того, хто відкриває власну справу, називають **підприємцем**.
Є багато причин, чому люди стають підприємцями.

Одні люди роблять це, аби заробляти гроші...



Іноді хтось зауважує проблему й хоче її вирішити...



Хтось розпочинає бізнес, аби зробити світ кращим...

Декілька років тому...

Ти невдаха!

Ми тебе доконаємо!

Ненавиджу, коли мене цькують. Жодна дитина не повинна проходити через це.

Згодом...

Я розробив мобільний застосунок під назвою BullyBox, що дозволяє дітям анонімно повідомляти про булінг.

Школа негайно отримує повідомлення й може втрутитися, аби дитині не завдали шкоди.

ПРИКЛАД ІЗ ЖИТТЯ

Брендон Бойнтон, 16 років, штат Індіана, США

Цей значок показує, що за приклад узято реальний бізнес.

Деякі підприємці отримують задоволення від перетворення ідей на продукти...

Одного дня шкільний автобус запізнився і мої батьки дуже непокоїлися.

Це наштовхнуло мене на ідею створення мобільного застосунку, який відстежує рух шкільного автобуса. Тоді батьки зможуть зустрічати дітей на зупинках саме в той час, коли потрібно, і не хвилюватися даремно.

Чудово спостерігати, як втілюється твоя ідея. Застосунок під назвою Locatera отримав уже багато призів і нагород.

ПРИКЛАД ІЗ ЖИТТЯ

Арджун С. Кумар, 12 років, місто Ченнаї, Індія

Зазвичай підприємці розпочинають свою справу одразу з декількох причин. Часто вони отримують величезне задоволення, запропонувавши найкращі товари чи послуги.



Розділ 1. Як розпочати бізнес

Чи хотілося б **тобі** стати підприємцем?

Це можливо. Будь-хто, поза сумнівом, може відкрити бізнес. Усе, що тобі необхідно зробити, — трошки все обміркувати. Наступний розділ покаже, як саме це здійснити.

Спершу потрібно придумати **ідею**.

Далі треба протестувати її та впевнитися, що для товару чи послуги є **ринок збуту** і що твій продукт виділятиметься поміж **конкурентів**.

Потім можна розробити **бізнес-план**, який допоможе визначити цілі та переконати людей підтримати тебе.

Твоя ідея

Усі справи починаються з ідеї. Якщо нічого не спадає на думку одразу, на допомогу може прийти карта ідей. Щоб її зробити, запиши й обведи ці запитання на чистому аркуші паперу, а тоді накидай якомога більше ідей довкола кожного з них.





Чи можу я
познати
два наявні
продукти?

Ключ, що водночас може
бути й відкривачкою?

Жувальна гумка,
що містить
вітамінні?



Перукарня, що
відкривається рано-
вранці, ще до початку
робочого дня

Як можна
вдосконалити
наявні товари
та послуги?



Продавати
газовані напої
дешевше, ніж
у місцевому
магазині

Чого бракує
в мовному містечку,
що мені було б до
сили зробити?

Екскурсії містом
з гідом

Кіоск зі сніданками
біля шкільних воріт



Служба
доставлення обідів
із більшим вибором
вегетаріанських страв

Що мене обурює?
Як бізнес мій би це
виправити?

Кали люди купують
інструменти, якими
потім майже не
користуються...
прокат інструментів?



Недостатньо
туалетів
у громадських
місцях... сервіс
громадських
вбиралень?



Коли впораєшся з картою ідей, уважно перечитай її та вибери бізнес-ідеї, які тобі найбільше до вподоби.

Якщо деякі ідеї здаються перспективними, наступний твій крок — це з'ясувати, чи хтось взагалі купуватиме товари, які ти хочеш продавати. Не зайвим буде також визначити, чи матимеш ти конкурентів поміж уже наявних компаній.

Чи потрібен комусь твій товар?

Навіть якщо ти знаєш напевно, що купиш товар чи послугу, важливо довідатися, чи хтось ще захоче за це платити.



Щоб не витратити гроші на створення товарів і послуг, яких ніхто не захоче, компанії проводять **маркетингові дослідження**. Це опитування серед групи тих людей, які за твоїми очікуваннями стануть покупцями — твоїм **ринком збуту**.

Компанії визначають свою цільову аудиторію, об'єднуючи в групи людей, у яких є щось спільне. Наприклад, вони можуть орієнтувати товар чи послугу на людей, що проживають у конкретній місцевості, або на людей певного віку, або з однаковим доходом, або з однаковим хобі.



Я фінансовий консультант з Токіо, і моя цільова аудиторія — це дуже заможні люди Японії.