

ЯК ЗНАЙТИ ІДЕЮ ДЛЯ ПРИБУТКОВОГО БІЗНЕСУ

А. О. Дехтяренко, студентка

Сумський державний університет

У статті наведено визначення поняття «бізнес-ідея». Досліджено основні джерела для бізнес-ідей. Стверджується, що розгляд цього питання допоможе зрозуміти, де шукати ідеї для бізнесу, якщо ви хочете започаткувати власну справу.

Ключові слова: бізнес, бізнес-ідея, стартап, франчайзинг.

Багато людей вважають, що розпочати власну справу дуже важко. Вони мріють про відкриття бізнесу, проте не знають які кроки зробити першими та яку взяти ідею. Кожен бізнесмен стикається з проблемами забезпечення економічної безпеки та розв'язання економічних конфліктів. Цим питанням присвячені роботи таких авторів, як О. Акіліна [1], О. Балацький [2], К. Білоус [11], В. Волошина [9], Л. Ворошило [20], Т. Говорушко [4], В. Грищенко [5, 6, 18, 19], І. Грищенко [5, 6, 18, 19], О. Древаль [5, 6, 18], О. Жилінська [7, 8, 9, 10], О. Кібік [11], В. Пасічник [1], В. Пахомов [21], М. Петрушенко [2, 12, 20, 21], В. Семенчук [13], О. Тимченко [4], І. Ткаченко [16], Г. Шевченко [2, 12, 17, 21], М. Чуйко [7]. У той же час пошук і реалізація ідеї прибуткового бізнесу безумовно є актуальною.

Як стверджують автори роботи [3] бізнес-ідея – це така ідея, яка виражає суть того чи іншого процесу, кінцевою метою якого є отримання прибутку через задоволення тієї чи іншої потреби людей. Ідеї для стартапу навколо нас. Деякі ідеї приходять з ретельного аналізу тенденцій ринку та потреб споживачів, деякі підказує інтуїція.

Як знайти ідею? Пошук відповіді на це запитання потребує кількох рішучих кроків.

Крок перший – «вивчення власних навичок». Перш за все необхідно взяти чистий аркуш паперу, на якому написати заголовок «Те, що мені подобається». Нижче перелічити те, що ви любляете робити або те, що у вас виходить дійсно добре. З іншої сторони аркушу напишіть ті речі, які на вашу думку не підходять або не подобаються вам. Коли закінчите, запитайте себе «Якщо б було від трьох до п'яти продуктів чи послуг, які б покращили моє особисте життя, якими б вони були?». Визначте, які товари чи послуги зроблять ваше життя більш простішим або щасливішим, а вас більш продуктивним чи дозволять вам витратити менше часу.

Крок другий – «слідкуйте за поточними подіями». Не відставати від поточних подій допоможе вам визначити тенденції ринку, нові рішення, нові галузі, а іноді і нові ідеї, які можна взяти за основу при відкритті власної справи.

Крок третій – «вигадайте власний продукт чи послугу». Ключ до створення бізнес-ідеї для нового продукту чи послуги – це навіювання потреб ринку, які не виконуються. Наприклад, ще в 2004 році студент Гарвардського університету Марк Цукерберг довів необхідність створення соціальної мережі, яка б дозволила студентам і співробітникам обмінюватися особистими профілями та іншою інформацією. Так він запропонував розробку Facebook та став одним із наймолодших мільярдерів у світі.

Крок четвертий – «додайте вартість до існуючого продукту». Різниця між сировою деревиною і готовим пиломатеріалом – гарний приклад того як додатковим процесом можна підвищити цінність продукту. Також можна додавати сервіси чи комбінувати продукт з іншим товаром. Наприклад, місцева ферма, яка торгує овочами, також пропонує послуги доставки. За певну плату, споживачі можуть отримати коробку свіжих овочем, яку доставлять прямо до їх дверей кожного тижня.

Крок п'ятий – «вивчайте інші ринки». Деякі бізнес-ідеї не підходять для місцевого споживача, але є дуже привабливими для зовнішнього ринку. Наприклад, відомо, що в Чернігівській області росте багато чорниці, а в інших областях її немає. Один підприємець зрозумів, що існує великий попит на чорницю в інших областях України. Зараз ягоди збираються і відправляються в інші регіони. Дізнаватись про інші культури та досліджувати інші ринкові можливості – відмінний спосіб знайти ідею для бізнесу.

Крок шостий – «покращити існуючий продукт чи послугу». Існує дуже мало товарів чи послуг, які неможливо покращити. Почніть генерувати бізнес-ідеї, подивившись на товари чи послуги, які ви використовуєте, і обговоріть ідеї про те, як вони можуть бути покращені. Завдання підприємця – творчо застосовувати те, що винаходять інші люди. Прикладом є мережа харчових закладів «Макдональдс». Засновник даної ідеї не створив щось повністю нове, а додав те, що придало оригінальності закладам даного типу.

Крок сьомий (альтернативний) – «франчайзинг». Франчайзинг дозволяє підприємцю прийняти ідею для бізнесу, які насправді працюють і відкрити аналогічний бізнес [14]. Це надійні бізнес ідеї для початківців. Багато хто вважає, що франчайзинг відноситься найчастіше до ресторанного бізнесу та закладів громадського харчування. Насправді його пропонують в різних сферах, в тому числі в сфері надання послуг і у виробництві.

Олег Тінков у своїй книзі [15] дав декілька корисних порад для початкових підприємців: «Не буває успіхів без невдач. Поваги гідний той, хто почав справу, але зазнав невдачі, ніж той, хто навіть не спробував. Не женіться за низькою ціною. Зробіть якісно, і

ваш товар будуть купувати за вищою ціною, ніж у конкурентів. Помилково твердження, що «всі ніші зайняті». Завжди можна знайти маленьку нішу, в якій можна заробляти. Головне зрозуміти, в чому ваш продукт або послуга краще, ніж у конкурентів. Якщо ідея хороша, гроші залучити можна: якщо не в кредит, то шляхом партнерства».

Підводячи підсумки можна сказати, що ідею для бізнесу можна знайти де завгодно, варто лише оглянутись навколо. Головне – це наполегливість та віра у власні сили.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Акіліна О. В. Основи підприємництва (навчально-методичний комплекс). Навчальний посібник / О. В. Акіліна, В. Г. Пасічник. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 176 с.
2. Балацький О. Ф. Конфліктна складова системи соціоприродних зв'язків у економічній сфері взаємовідносин / О. Ф. Балацький, М. М. Петрушенко, Г. М. Шевченко // Механізм регулювання економіки. – 2012. – №2. – С. 140-153.
3. Бізнес-ідеї: що це таке [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://biznes-info.com/index.php?page=biznes-idei>
4. Говорушко Т. А. Малий бізнес. Навчальний посібник / Т. А. Говорушко, О. І. Тимченко. – К. Центр навчальної літератури, 2006. – 200 с.
5. Грищенко В.Ф. Аналіз впливу використання експортно-імпортного потенціалу на еколого-економічну безпеку регіону / В.Ф.Грищенко, О.Ю.Древаль, І.В.Грищенко // Інноваційна економіка. – 2013. – № 4. – С.142–148.
6. Грищенко В.Ф. Організаційно-економічні основи управління експортно-імпортним потенціалом регіону з урахуванням вимог екологічної безпеки / В.Ф.Грищенко, О.Ю.Древаль, І.В.Грищенко // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – №7(133). – С. 132–143.
7. Жилінська О. І. Аудит новаторських ідей як попередній етап бізнес-плану стартап-проектів / О. І. Жилінська, М. В. Чуйко // Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. Серія: Економіка. – 2014. – №8 (161). – С. 16-20.
8. Жилінська О. І. Державне фінансування і стимулювання розвитку венчурного інвестування у моделі відкритих інновацій / О. І. Жилінська // Бізнес Інформ. – 2013. – №6. – С. 330–336.
9. Жилінська О. І. Теоретичні аспекти оцінювання конкурентоспроможності підприємства на засадах бенчмаркінгу / О. І. Жилінська, В. Є. Волошина // Бізнес Інформ. – 2012. – №10. – С. 96–101.
10. Жилінська О. І. Трансформація інвестиційної поведінки домогосподарств як фактор розвитку венчурних компаній / О. І. Жилінська // Фінанси України. – 2014. – №3. – С.83-99.
11. Кібік О. М. Теорія бізнесу : навчальний посібник / О.М. Кібік, К.В. Білоус. – К.: Алерта, 2012. – 256 с.
12. Петрушенко М.М. Управління еколого-економічними конфліктами в контексті теорії оптимальних механізмів розподілу ресурсів / М.М. Петрушенко, Г.М. Шевченко // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – 141(3). – С. 186-192.
13. Семенчук В. Автор бизнеса. От идеи до свершения / В. Семенчук. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015. – 304 с.
14. Сутність поняття «Франчайзинг» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.lj.kherson.ua/2015/pravo02/part_1/27.pdf

15. Тиньков О. Как стать бизнесменом / О. Тиньков. – М.: Альпина Паблишер, 2015. – 256 с.
16. Ткаченко И. В. Бизнес с нуля и без вложений. Это возможно! / И. В. Ткаченко. – Х.: Виват, 2015. – 256 с.
17. Шевченко Г. М. Підприємницький менеджмент у контексті організаційного розвитку / Г.М. Шевченко // Вісник СумДУ. Серія Економіка. – 2010. – №2. – С. 63-72.
18. Gryshchenko, V. F., Dreval, O. Y., & Gryshchenko, I. V. (2015). REGIONAL EXPORT-IMPORT POTENTIAL USE MANAGEMENT WITHIN THE SYSTEM OF ECOLOGICAL AND ECONOMIC SECURITY. *Aktual'ni Problemy Ekonomiky=Actual Problems in Economics*, (170), 226.
19. Gryshchenko, V.F. Economics of Business [Текст]: notes for the students of speciality 03060101 "Management and administration" of full-time education / V.F. Gryshchenko, I.V. Gryshchenko. - Sumy: Sumy State University, 2015. - 108 p.
20. Petrushenko M. M., Voroshylo L. S. Environmental-economic conflict: conceptual complexity and management issues [Online] // Economic Processes Management: International Scientific E-Journal. 2015. № 3. Available: http://epm.fem.sumdu.edu.ua/download/2015_3/2015_3_13.pdf
21. Shevchenko, H., Pakhomov, V., & Petrushenko, M. (2016). Economic and legal issues of rural and recreational land use in Ukraine. *Економічний часопис-XXI*, 156(1-2), 54-58.

Матеріали надійшли 18 квітня 2017 р.