

# **ОСНОВЫ БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ**

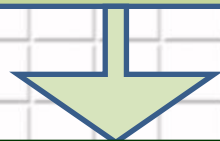
## **Тема № 1**

**«Поиск ниши на рынке.  
Формирование  
бизнес-идеи».**

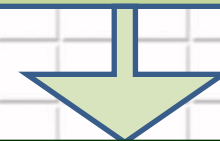


# Предпринимательство, его виды и МОТИВЫ.

**Предпринимательство** – это самостоятельная, инициативная, осуществляемая на собственных страх и риск, под свою имущественную ответственность любая деятельность отдельных граждан или их групп, направленная главным образом на получение экономической выгоды в форме прибыли или в какой-либо иной форме.



**Создание каких-либо благ с помощью привлечения различного рода ресурсов и получение прибыли в условиях возможного возникновения риска.**



**Потребность организовывать, создавать что-либо.**

# Виды предпринимательства

## Производственное

Связано с процессом производства конкретных благ и оказанием услуг.

## Торговое

Деятельность по оптовой и розничной купле-продаже товаров.

## Финансово-кредитное

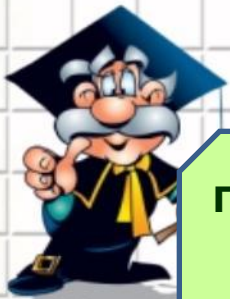
Деятельность на финансовом рынке.

# Мотивы предпринимательской деятельности

потребность во  
власти и  
влиянии

воля к победе,  
стремление к  
успеху

радость  
творчества



# Важнейшие черты предпринимательской деятельности

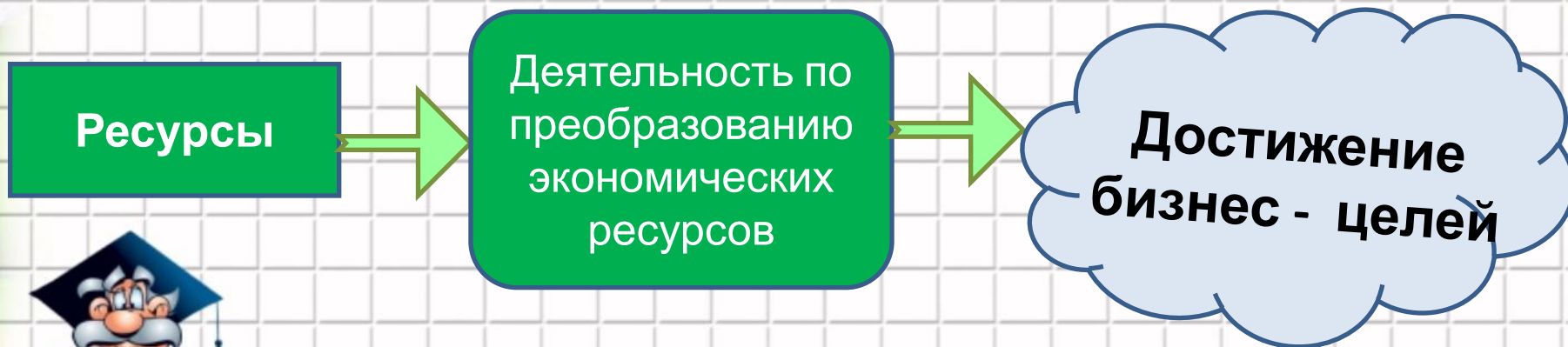
- ✓ **самостоятельность и независимость  
хозяйствующих субъектов;**
- ✓ **экономическая заинтересованность;**
- ✓ **риск и ответственность.**



# Эффективный бизнес – это правильная комбинация ресурсов.

Экономические ресурсы - денежные средства, запасы, имущество, кадры, компетенции и другие возможности осуществления бизнес - деятельности.

Ресурсы – это система, которая превращает цель в результаты.



Бизнес – это уникальный набор ресурсов, способов управления ими, привлечения, развития и использования их в деятельности.



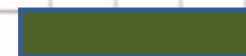
## Особенности ресурсов для бизнеса

- ✓ потребности в ресурсах всегда безграничны, но в реальности ресурсы всегда ограничены;
- ✓ компании вынуждены вести конкурентную борьбу за привлечение ресурсов;
- ✓ ресурсы обладают свойствами: мобильностью, взаимозаменяемостью, комбинированностью.



# Рыночная конкуренция и конкурентоспособность фирмы.

**Конкуренция** (от лат. Concurrere – «столкновение», «соствязание») - соперничество субъектов рыночных отношений за лучшие условия и результаты коммерческой деятельности.



- ❖ заставляет постоянно искать и использовать в производстве новые возможности;
- ❖ стимулирует повышение качества товара;
- ❖ заставляет снижать затраты (и цены);
- ❖ ориентирует на ассортимент товаров повышенного спроса.



- ❖ придает бизнесу нестабильность, создает условия для безработицы, инфляции и банкротства;
- ❖ ведет к различию доходов и создает условия для их несправедливого распределения.

# Базовые конкурентные стратегии в предпринимательской деятельности.

## 1. Стратегия внедрения новшеств.

Суть: предприятие сосредотачивает усилия на поиске принципиально новых, эффективных технологий, проектировании необходимых, но неизвестных до сих пор видов продукции.



Главная цель - опередить конкурентов и единолично занять рыночную нишу, где конкуренция отсутствует или ничтожно мала.





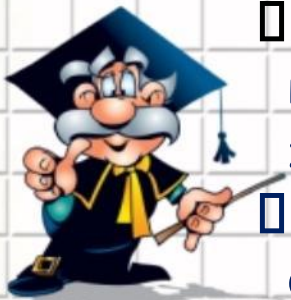
## Преимущества стратегии внедрения

### НОВШЕСТВ:

- получение сверхприбыли за счет монопольно устанавливаемых цен;
- блокирование входа в отрасль за счет монопольного владения исключительными правами на продукцию, технологию, услуги и т.д.;
- гарантированное получение прибыли в течение действия исключительных прав;
- отсутствие товаров-заменителей.

### Риски стратегии:

- большие объемы финансирования, высокие издержки на начальных этапах;
- копирование новшеств другими фирмами, высокий риск банкротства.



### Пример



## 2. Стратегия немедленного реагирования на потребности рынка.

**Суть:** максимально быстрое удовлетворение возникающих потребностей в различных областях бизнеса.



**Главная цель - выбор и реализация проектов, наиболее прибыльных в текущих рыночных условиях.**



## Преимущества стратегии немедленного реагирования на потребности рынка:

- получение сверхприбыли за счет высокой цены на дефицитную продукцию;
- высокая заинтересованность потребителей в приобретении товара;
- небольшое количество товаров-заменителей.

## Риски стратегии:

- высокие издержки;
- отсутствие долгосрочных перспектив в конкретном бизнесе;
- отсутствие гарантий в получении прибыли;
- высокий риск банкротства.



### Пример



# Поиск ниши на рынке.

**Ниша рынка** (от лат. "nidus" — гнездо) - незанятое или не полностью занятое место на рынке, которое позволяет предприятию проявить свои преимущества перед конкурентами.

**Ниши можно разделить на следующие категории:**



Ценовые



Региональные



По услугам



По клиентам



# Как найти свою рыночную нишу?



1. Воображение.
2. Определение группы потребителей и их неудовлетворенных потребностей.

## Главная формула успеха.

*Нужно дать людям то, что им на самом деле нужно и чего они действительно ждут. В обществе существует та или иная реальная потребность, а к тому, кто удовлетворил ее лучше, быстрее и наиболее удобным способом, приходит прочный успех.*

