

Ты - предприниматель?

Грабарь Вадим Валерьевич

**Предприятие (enterprise) - начинать
первым , захватывать, получать ,
воспользоваться , приобретать!**

**Предприятие (предприятие) -затевать,
решаться исполнить какое-либо новое
дело, приступить к исполнению чего-
либо значительного**

Предпринимательство

- форма активности - инициатива Человека!
- фактор производства – ресурс Человека!
- фактор изменения - творчество Человека!
- форма организации – сектор экономики!

Предпринимательство

- *свободное экономическое хозяйствование* , базирующееся на инновационном поведении предпринимателя и его умении и готовности находить и воплощать инициативы(проекты);
- *инициативная, самостоятельная деятельность* граждан, направленная на получение прибыли или личного дохода, осуществляемая от своего имени, на свой риск и под свою имущественную ответственность или от имени чьего-то и под чью-то имущественную ответственность;
- *процесс создания товаров , работ , услуг* , обладающих ценностью для потребителя , удовлетворяющих его потребности на основе комбинаций факторов производства и эффективного управления ресурсами.

Предпринимательство

- самостоятельная , проводимая на свой риск деятельность , направленная на систематическое получение прибыли или личного дохода деятельность от использования имущества, продажи товаров, выполнения работ, оказания услуг лицами зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке.

Признаки **п**редпринимательства

- Не требует разрешения – это **ПРАВО ГРАЖДАНИНА!**
- Осуществляется без принуждения – это его **ВЫБОР!**
- Реализуется своими силами – это его **ИНИЦИАТИВА!**
- С опорой на себя – это его **РИСК!**

Признаки **предпринимательства**

- Это не разовая сделка , а процесс- значит - **ДЕЛО, ПРОФЕССИЯ, БИЗНЕС**
- Проводится зарегистрированным лицом – значит **ЗАКОННА!**
 - Главный мотив – **ПРИБЫЛЬ!**
- Способ получения – **Имущество, товар, работа, услуга!**
 - Государство не вмешивается – значит **СВОБОДНА!**

Суть предпринимательства

- это процесс создания ценностей путём формирования уникального набора ресурсов, чтобы воспользоваться открывающейся возможностью
- **ПРОЦЕСС** - не волшебство, не удача, не мистика – а напряжённый труд, деятельность
- **ЦЕННОСТЬ** – продукт, услуга как потребительская стоимость
- **РЕСУРСЫ**- время, материалы, люди, которые всегда ограничены
- **ВОЗМОЖНОСТЬ** – движущая сила, то, чего нет, но может быть – ориентир, цель!

Мифы о предпринимательстве

- Предпринимателями **рождаются** , а не становятся
- Предпринимательство связано с **новаторством**
- Предпринимательство всегда связано с большим **риском**
- Нужны большие **средства**
- Большие компании вас **затопчут**
- Бизнес – это быстрый **способ быстро заработать**

Плюсы и минусы

- Назовите достоинства предпринимательства в форме малого (среднего) бизнеса, которые Вы увидели для того чтобы открыть своё дело?
- Какие недостатки Вы обнаружили ? Что Вас останавливает?

Плюсы малого бизнеса

- Близок к людям, спрос будет обязательно
- Работа на свой карман
- Самомотивация, тут не надо затрат
- Всё прозрачно, цели, задачи ясны
- Нет страха конкуренции внутри
- Никто не работает «налево»
- Гибкая структура, нет многих уровней
- Всё в одном лице – сам себе и Бог и воинский начальник
- Научение на рабочем месте, передача опыта
- Карьера , как рост профессионализма и рост доходов
- Нет бюрократии и регламентов
- Широкий выбор работников , благо, что меньше «слишком образованных»(дорогостоящих)

Продолжение плюсов -

- Подбор по рекомендациям своих, косвенным оценкам профессионализма
- Простая система стимулирования
- Народ победней – трудолюбивей и исполнительней
- Легче открыть новое и поменять старое
- Небольшой коллектив, семейные отношения
- Совместное принятие решений и простой контроль
- Сравнимая с другими отраслями зарплата
- Более лёгкое признание заслуг
- Нет проблем с сохранением коммерческой тайны
- Сравнительно небольшие налоги
- Большая свобода в решениях и делах
- Лёгкость создания(регистрация и лицензия при необходимости)
- Наименьшее регулирование государством

Минусы малого бизнеса

- Ограниченные финансовые возможности
- Малые размеры и дальнейшее дробление
- Невысокая производительность труда
- Закапсуализированность в своём деле
- Недостаток знаний, нет рассадника опыта
- Невысокая стабильность, риски роста
- Полная ответственность (или грудь в крестах, или...)

Схема предпринимательства



5 шагов

Предпринимательство как процесс

- выявить **ВОЗМОЖНОСТЬ**
- разработать **КОНЦЕПЦИЮ**
- определить и получить **РЕСУРСЫ**
 - оформить **ПРЕДПРИЯТИЕ**
 - осуществить **УПРАВЛЕНИЕ**
- получить **ПЛОДЫ ТРУДА**

5 задач

- **1** - изучи среду – отыщи возможности, ниши, драйверы , обозначь цель!
- **2**- продумай идею, концепцию, план бизнеса(издержки, сегменты, ценности, потоки, ресурсы, процессы, клиенты, партнёры)
- **3**- найди и примени ресурсы (деньги, рабочая сила, земля, имущество , средства труда)
- **4**- пойми и создай условия (тип предприятия, стадия цикла)
- **5** – изучи себя, свои возможности, наберись воли, ума, желания!

5 П - субъекты предпринимательства

- ПОТРЕБИТЕЛЬ
 - ПЕРСОНАЛ
 - ПАРТНЁРЫ
- ПРАВИТЕЛЬСТВО
- ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ

Сожми пальцы в кулак!

Потребитель (1П)

- Эксперт нашей работы , оценщик нашего результата , покупатель нашего товара . Его оценка - **в готовности приобретать!!!**
- **Задача предпринимателя** – изучать потребности, настроения, желания, формировать спрос, навязывать потребление!
- **Чем?** Новизной, качеством, ценой, доступностью, территориальной близостью, вниманием, сервисом, престижностью, рекламой, соответствием стандартам, отличием от других товаров, уникальностью
Чем ещё?

Чем ещё?

- Радушным приёмом, новинками ассортимента, введением новой услуги, переходом на новые материалы, снижением цены, скидками, акциями, подарками, накопительными системами, бонусными баллами, бонусами, купонами, партнёрскими программами, необычными ярлыками, привилегиями, льготами, годовыми абонементом, доп. услугами, точками соприкосновения, распродажами, проведением опросов, поощрением комментариев, гарантиями замены, возврата, снижения цены, немедленным возмещением ущерба, информированием, доставкой, предложением сопутствующих товаров, ограничением сроков предложения, рекламой, реалити – шоу, мастер – классами, сторителлингом, вендингом, ценовой политикой, приданием доп ценности, кастомайзингом, созданием комплектов, желанием «побаловать», эмоциональной витриной, правильной выкладкой, маячками, гаджетами со спец. приложениями, поощрениями именитых клиентов, слухами, «горячими линиями», образцами на пробу, подтверждением заявлений лицензиями, отзывами, людьми, привлечением СМИ, сарафанным радио, гуглом и яндексом, продвижением в соц. сетях, и, ...повторением всего этого.

Персонал (2П)

- Наёмный работник – реализатор Ваших идей! Его роль – **Ваш помощник! (или могильщик бренда)**
- **Задача предпринимателя** – подобрать, привлечь, подготовить, вовлечь в производственный и коммерческий интерес. Интерес!!!
- **Чем?** Привлекательными условиями, выбором форм стимулирования, подготовкой и обучением, разумной дисциплиной и требовательностью, чёткими регламентами, возможностями профессионального роста, сохранением здоровья, обеспечением достойной оплаты сегодня и пенсией завтра, признанием заслуг и достижений, привлечением к управлению, заботой и вниманием, добром, а где и любовью!

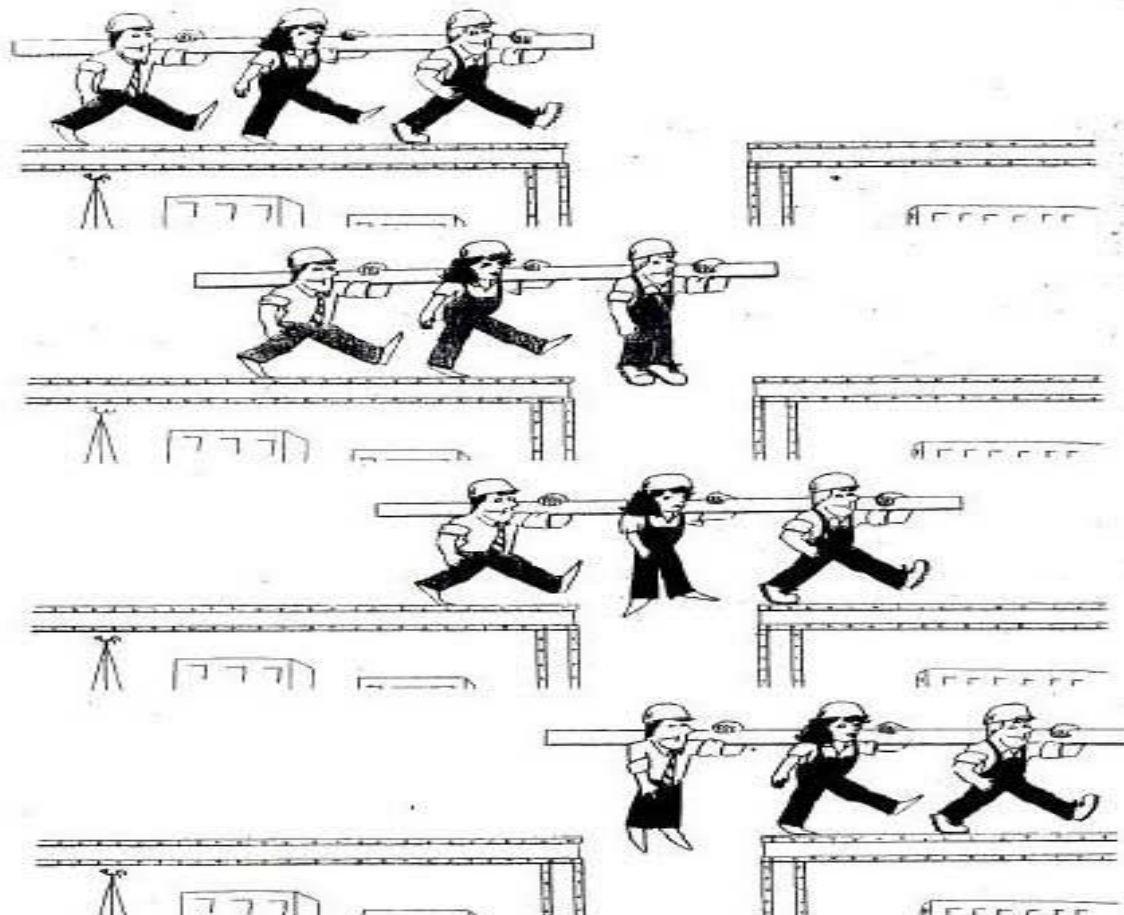
Партнёр (ЗП)

- Участник процесса создания ценности , достраивающий предпринимательский фрагмент своими усилиями!
- **Задача предпринимателя** – увидеть себя и партнёра в общем процессе создания ценности, определить тип партнёрских отношений, выработать этику отношений и практику взаимодействия, выстроить отношения!
- **Чем?** Привлекательностью контрактов и контактов , расположением к совместным действиям, предсказуемостью, налаживанием тёплых деловых отношений, взаимной ответственностью и обязательностью, готовностью разделить трудности и риски, созданием общей информационной платформы ...
- **Чем ещё?**

Чем ещё?

- **Взаимным доверием** – основой отношений , **взаимным целями и задачами** – гарантом общего направления, **совместной командной работой** с высокой степенью взаимодействия , **открытой связью**, помогающей избежать ошибок, и способствующей эффективным решениям, долгосрочными обязательствами , возможностью непрерывного улучшения процессов, объективной критикой, **честной оценкой**, возможностью доступа к информации , интегрированием административных систем, **хорошими коммуникациями**, соединением преимуществ, **разделением рисков** , созданием прозрачности в делах, взаимными вкладами в репутацию, снятием конфликтов, **взаимной работой** , **поддержкой**, синергией, добровольностью связей, договорённостями о ведении дел, **дружеским расположением, преданностью** – всё это называется – **ПАРТНЁРСТВО**.

Партнёрство



Правительство(4П)

- Контролёр, администратор, помощник. Главное его достоинство определяется фразой – **Не мешать!**
- **Задача предпринимателя** -находить в государстве помощника.
- **В чём?** В финансовой поддержке, в инициативах, в создании инфраструктуры (наука, информирование, консультирование, подготовка кадров, маркетинг), лоббировании интересов , в снятии рисков, защите прав , в создании социальной и политической стабильности

Предприниматель(5П)

- Человек , работающий с возможностью и всем тем, что она порождает.
- И. Шумпеттер – Это человек творчества и творческой рефлексии
- П. Друкер – Это человек, принимающий на себя риски
- М. Чинсентмихайи – Это человек , входящий в поток, поток его внутренних мотивов
- Из сознания уходит смысл предприятия как *афёры*, стремление *только заработать*, а предпринимателя как *дельца!!*
- Предприниматель отличен от менеджера – неограниченной ответственностью, высокими рисками, работой с ними, более широким кругом привлекаемых знаний, критическим отношением к власти. Он сам ресурс своего же дела! Он ИНЬ в отличии от ЯНЬ менеджмента.

Предприниматель-

- Это человек , которого отличают три слова –
А что если?
- Это человек **творчества, риска, внутреннего драйва!**
- Это деятель, который основе опыта, интуиции, творчества, новаторства выбирает наиболее разумный путь достижения цели !

Шестое П

- Цель предпринимателя – предложение такого товара, услуги , на которые имеется спрос и который приносит **ПРИБЫЛЬ**. Прибыль превышение доходов над расходами, получаемыми в ходе реализации предпринимательского решения .
- Но предприниматель борется за предпринимательский **доход** , как форму общественного вознаграждения за проявленные усилия, умения , новаторство, риск.
- **Предприниматель – это деловой человек, но не всякий деловой человек – предприниматель!**

10 заблуждений!

- 1) идея – гарантия успе-ха! ха - ха!
- 2) чем грандиозней план – тем лучше! Хе-хе!
- 3) у нас нет конкурентов! Вы что - гений?
- 4) друзья- лучшие партнёры! Дружба дружбой, а табачок врозь...
- 5) основатель лицо компании (и её пуп?)

10 заблуждений!

- 6) хочешь сделать хорошо – сделай сам! Да?
- 7) нужна однородная команда!
- 8) сначала надо привлечь деньги!
- 9) главное хорошо работать , а деньги найдутся
- 10) финансируй дело из собственных средств

Предпринимательский подход

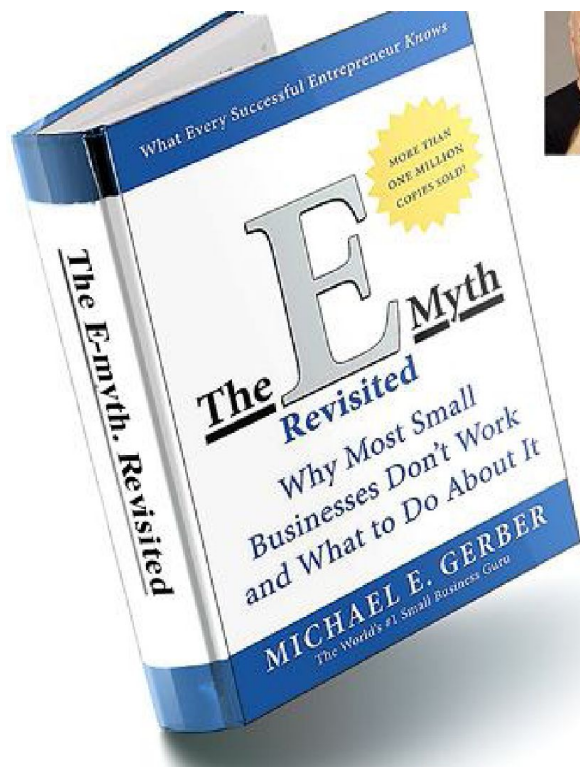
Весь секрет бизнеса в том, чтобы знать что то такое, чего не знает никто другой.

Аристотель Онассис

Это то, что нужно придумать!

Придумал?

Предпринимательство-миф и реальность. Майкл Гербер



Предпринимательский зуд

- Внутри вашего сознания это звучит примерно так: «Ради чего я все это делаю? Зачем я работаю на этого парня? В конце концов, я знаю об этом бизнесе ничуть ни меньше, чем он. Если бы ни я, у него не было бы этого бизнеса. Любой болван может заниматься бизнесом. И я как раз и работаю на одного из них».
- Мысль о независимости повсюду преследует вас.
- Желание быть боссом самому себе, заниматься собственным делом, становится непреодолимым. Вы не можете жить спокойно. Вы не можете избавиться от него.
- Вы должны начать собственный бизнес.

Фатальное представление

- *Если вы понимаете техническую работу бизнеса, вы понимаете бизнес, благодаря которому выполняется техническая работа*
- Но - *техническая работа бизнеса и бизнес, выполняющий техническую работу - это совершенно различные вещи!*

Для специалиста, охваченного зудом, бизнес представляется не «бизнесом», а «работой».

Закономерный итог

- И тогда предпринимательский зуд делает работу, которую человек любил - рутиной, на которую необходимо тратить время. Работа теряет привлекательность, становится чем-то, через что нужно как можно скорее пройти, чтобы освободить время для других дел.
- Каждый человек, охваченный предпринимательским зудом, проходит через одни и те же испытания: **сначала возбуждение; затем страх; после этого истощение; и наконец - отчаяние.**

Напоследок, ужасное чувство потери – не только особенного отношения к работе - но также потери цели, потери собственного «Я».

Так в чём проблема?

Един в трёх лицах

- Проблема в том, что каждый человек, начинающий бизнес, состоит из трех личностей: **Предпринимателя, Менеджера и Специалиста.**
- Каждая из этих личностей хочет быть боссом, но ни одна не хочет иметь босса, они начинают бизнес вместе, чтобы избавиться от босса. И начинается конфликт.

Предприниматель

- **Мечтатель.** Деятель. Видит будущее, живёт будущим, никогда не живёт прошлым. Катализатор изменений. Его слова - «а что будет, если» или «а если это, то тогда...».
- Предприниматель старается изменять ситуацию. Чем дальше он уходит вперед, тем труднее ему увлечь за собой остальных людей.
- Предприниматель - это наша творческая личность, которая лучше всего справляется с неизвестностью, пробует будущее, создает возможности, конструирует гармонию из хаоса.

Менеджер

- **Прагматик.** Без менеджера не было бы ни планирования, ни порядка, ни предсказуемости.
- Если предприниматель живет будущим, менеджер **живёт прошлым**, менеджер инстинктивно **стремится к статус-кво**.
- Там, где предприниматель видит благоприятную возможность, менеджер **видит проблему**.
- Менеджер составляет вещи в аккуратные ряды. Предприниматель создает те вещи, которые предприниматель составляет в ряды. Менеджер - это человек, который идет вслед за предпринимателем, чтобы **устранить беспорядок**. Без менеджера не было бы ни бизнеса, ни общества. Без предпринимателя не было бы развития.

Из противоречия между видением предпринимателя и прагматизмом менеджера рождаются все великие проекты.

Специалист

- **Творец.** «Если ты хочешь, чтобы все было правильно, делай все сам» - его кредо.
- О вещах нужно не мечтать - их нужно делать.
- В то время как предприниматель живет в будущем, а менеджер - в прошлом, специалист **живет в настоящем**.
- Счастлив, пока работает - но лишь над чем-то одним. Он знает, что нельзя делать два дела одновременно.
- Настороженно относится к тем, на кого он работает, поскольку они всегда стремятся, чтобы было сделано больше, чем это возможно или необходимо.
- С его точки зрения, **думать стоит лишь о работе**, которую нужно сделать - лишь в этом случае мышление продуктивно.

Специалист

- В то время как предприниматель мечтает, менеджер суетится, специалист входит в суть дела.
- Специалист - это непоколебимый индивидуалист, занимающий свое место и зарабатывающий свой кусок хлеба.
- Специалисту мешают все, кто только может. Предприниматель вмешивается в его распорядок с еще одной «великолепной новой идеей». Поскольку идеи не работают в реальном мире, специалист чувствует раздражение, когда его отрывают от того, что должно быть сделано, чтобы попробовать что-то новое, в чем, скорее всего, нет никакой необходимости.
- Менеджер также создает для специалиста проблемы, поскольку он пытается упорядочить работу специалиста, свести последнего к «винтику» системы. Но, будучи закоренелым индивидуалистом, специалист не может вынести такого отношения.

Проблема баланса

- Опыт показывает, что лишь немногие из тех, кто вступает в бизнес, могут похвастаться сбалансированностью.
- Типичный владелец мелкого бизнеса лишь **на 10 процентов предприниматель, на 20 процентов менеджер, и на 70 процентов специалист.**
- Предприниматель озаряется идеей. Менеджер восклицает: «О, нет!» И пока они воюют, специалист вступает в бизнес. Не для того, чтобы реализовать предпринимательскую мечту, а чтобы вырвать контроль за своей работой из рук предпринимателя и менеджера.
- Таким образом, мечта специалиста исполняется . Для бизнеса же это - катастрофа, поскольку управление оказывается не у того, кого нужно.
- Специалист берет управление в свои руки! (а может взять то Я, что оказалось в данный момент сильней).
 - **Кто же отец бизнеса при его рождении?**

Жизненный цикл

Бизнес представляется ребёнком, зачатым ,
родившимся, растущим, мужающим.

Детство

Отрочество

Зрелость

Жизненный цикл - Детство

- Ты - Специалист, вполне свободен, у тебя большие надежды, готов на все , поскольку привык много работать. Ты с радостью отдаёшь свое время предприятию на стадии детства. К тому же работаешь на самого себя.
- И вот ты трудишься. Десять, двенадцать, четырнадцать часов в день. Семь дней в неделю. Даже когда дома, ты на работе. Все твои мысли и все чувства постоянно заняты твоим новым бизнесом. Ты готов сделать все необходимое, чтобы бизнес продолжал работать.
- Но теперь тебе приходится делать не только хорошо знакомую работу, но также и новую, которую ты не умеешь делать. Ты не только производишь продукт, но также пакуешь его, продаешь, транспортируешь, считаешь.
- На стадии детства Ты - великий жонглер, которому нужно, чтобы все шары оставались в воздухе.
- Легко определить, что предприятие находится на стадии детства - владелец и бизнес неотделимы друг от друга.

Детство

- Но потом картина меняется. Тебе начинает не хватать времени. Ты просто не можешь делать всю эту работу в одиночку. Покупатели беспрерывно требуют чего-то. Ты избаловал их и они хотят, чтобы их обслуживали именно Ты. Ты работаешь с бешеной скоростью.
- **И происходит неизбежное. Ты - Великий жонглер, начинаешь ронять шары!**
- Этому нельзя помочь. Как бы Ты не пытался, ты не можешь поймать все шары. Энтузиазм ослабевает. Работа валится из рук.
- Если раньше Ты работал по двенадцать часов, сейчас работаешь по четырнадцать, шестнадцать, восемнадцать! Но шары продолжают выпадать у вас из рук! **Тебе хочется скрыться.**
- **Ты понимаешь, эта работа не будет сделана. Ты просто не в силах сам сделать эту работу!**

Детство заканчивается

- Детство заканчивается, когда владелец осознает, что бизнес не может идти так, как он шел до сих пор; что для выживания его нужно изменять.
- В этот момент - когда реальность становится очевидной - происходит большинство неудач в бизнесе.
- После этого, большинство Специалистов захлопывают за собой дверь и уходят . Для тех, кто остается, наступает период отрочества.
- На лице Специалиста отчаяние, он внезапно осознает реальное положение вещей и возникшая трудность кажется непреодолимой.

Отрочество

- Отрочество начинается с того момента в жизни твоего бизнеса, когда Ты **решаешь получить помощь**. Ты обязательно обратишься за ней после кризиса детства.
- Ты обратишься за чужим опытом. За чужим опытом в бизнес, похожий на твой. Ты обратишься к такому человеку, который умеет делать техническую работу недоступную тебе и нелюбимую тобой. Так, человек, ориентированный на продажи, начинает искать производителя, производитель начинает искать специалиста по продажам.
- **И все подряд ищут бухгалтеров!**

Отрочество

- Ты нашёл помощников. Наконец-то ты свободен. В тебе пробуждается Менеджер ,а Специалист на время засыпает.
- Но, поскольку Ты не привык быть менеджером, то попадаешь в ловушку . Она называется **менеджментом отречения**.
- Ты отдаёшь помощнику полномочия в поиске людей, технологий, сырья! **Ты можешь перевести дух!!!**
- **А после – жалобы, срывы, рекламации, брак!** Это только начало процесса развала, при котором шаров в воздухе становится так много, что не только ты, но и твои служащие не могут их удержать.
- Шары начинают падать все чаще и чаще - даже чаще, чем когда ты был один . Ты начинаешь осознавать, все не стоило все передоверять. Твоё решение - ?????

Возврат в детство!!! Уход !!! Развитие!!!

Возврат в детство!!!

Всё это потому, что:

- никому нет дела до моего бизнеса, кроме меня!
- никто не захочет работать над бизнесом столько же, сколько работаю я!
- никто не обладает моими способностями, моей заинтересованностью, моей энергией и моим здравым смыслом!
- единственный человек, способный правильно организовать работу - Я сам!

Вот почему Я возвращаюсь в свой бизнес, чтобы стать Великим жонглером.

Некоторые пояснения

Каждый бизнес на стадии отрочества оказывается в такой ситуации, что владелец начинает чувствовать себя за пределами **зоны комфорта** - то есть, за пределами той зоны, в которой он чувствует себя в безопасности и способен контролировать свое окружение. Контроль уходит из его рук.

- Границы зоны комфорта у **С**пециалиста определяются тем, что он может сделать в одиночку.
- - у **М**енеджера определяются тем, как много специалистов он может успешно направлять, и как много менеджеров низшего звена он может организовать.
- -у **П**редпринимателя определяются тем, как много менеджеров он может увлечь своим видением будущего.

Продолжение пояснений

- Самый предсказуемой и логичной реакцией специалиста на отроческий хаос является решение «снова стать маленьким».
- Вы снова делаете все сами, когда вам не о ком беспокоиться, у вас мало клиентов и не слишком много неоплаченных счетов, мало имущества.
- Вы избавляетесь от своих работников, от многочисленного имущества, нанимаете более маленькое помещение ,оборудуете его и снова все делаете всё сами. Снова работаете в одиночестве, но чувствуете при этом **комфорт от вернувшегося контроля.**
- И вынуждены расплачиваться за это. Однажды внезапно вы осознаете реальность своего положения - **Вы имеете не бизнес - вы имеете работу!**
- И это самая худшая в мире работа! И это можно понять. Ваш бизнес, когда-то сияющая мечта вашей жизни, превратился во вместилище мертвых идей. Финита ля...

Альтернатива Детству!

- Для отроческого бизнеса существует еще одна альтернатива - гораздо менее болезненная, но более драматическая, чем «возвращение к детству». Он может расти все быстрее и быстрее, пока не погибает от собственной скорости.
- Список таких компаний бесконечен - они все были основаны Специалистами, которые сконцентрировались на неверном объекте – на продукте, который производится бизнесом, а не на самом бизнесе.
- Удача, быстрота, и блестящая технология сами по себе не бывают достаточны, потому что кто-то всегда удачливее, быстрее и технологически одареннее.

Отроческое выживание

- Единственный способ выжить - быть на работе все время , ваш бизнес поглощает вас, и вы все время озабочены, что можете потерять его.
- И вы как-то умудряетесь сохранить бизнес, но в конце концов у вас не остается сил. Вы начинаете понимать, что один человек не может сделать работу двенадцати. Кто-то должен дать бизнесу нечто новое, и на это способны только вы. Это звучит знакомо?
- Потому что трагедия состоит в том, что состояние детства и отрочества является характерным для малых предприятий . **Но это состояние не является необходимым. Есть лучшие пути!!!**
- **«Начать все снова - но в этот раз по-другому»** - это единственный путь .
- По мере роста бизнеса руководство должно измениться. это требует готовности и желания меняться как личности: приобретать новые навыки , новое понимание, новые знания, новую эмоциональную глубину, новую мудрость.

Единственный путь

- Крушения не состоится если Специалист, охваченный предпринимательским зудом, **подойдёт к бизнесу по-предпринимательски, суть которого в предвидении!!!** Предвидеть, что вместе с ростом появятся дополнительные обязанности, потребуются новые умения, дополнительные денежные средства, необходимые для удовлетворения растущего спроса.
- Заняться самообразованием, чтобы по мере роста твоего бизнеса перестраивать его.
- Направлять свой бизнес и определять скорость его роста, понимать ключевые процессы и главные цели, нишу, которую займет бизнес на рынке.
- Главной способностью будет способность планировать, строить планы на будущее и описывать свое виденье будущего для своих служащих.

Лучше иметь хоть какой-нибудь план, чем никакого плана!

Зрелость

Люди, которые организуют зрелый бизнес, также должны пройти через детство и отрочество . Они просто проходят их абсолютно по-другому.

Эта разница определяется их **предпринимательской перспективой**.

«IBM стала тем, что она есть, по трем причинам(Том Уотсон)

- Во-первых, уже в самом начале у меня было очень четкое представление о том, как должна выглядеть готовая компания. Можно сказать, что у меня была готовая модель.
- Во-вторых, имея эту картину, я спросил себя, как такая компания должна работать. И я представил себе эту вторую картину.
- Третья причина, по которой IBM была столь успешна, заключается в том, что после того , как я понял, как IBM должна выглядеть и как она должна работать, я осознал, если мы не будем так работать с самого начала, мы ничего не добьемся.
- Другими словами, я понял, чтобы IBM стала великой компанией, она должна работать как великая компания задолго до того, как она такой станет.
- С самого начала IBM была организована в соответствии с моими виденьем.

Предпринимательская перспектива

- Важна не продукция, и не сама работа, а скорее **перспектива предпринимателя**.
- Важен сам бизнес: как он выглядит, как он действует, и как именно он выполняет работу.
- Большинство предпринимателей малого бизнеса имеют модель выполнения работы, а не **модель успешного бизнеса**, точку зрения Специалиста, которая имеет следующие отличия от перспективы предпринимателя:
- Предприниматель задается вопросом: «Как именно должен работать бизнес?» Специалист : «Как делать работу?»

Предпринимательская перспектива(2)

- Перспектива предпринимателя - целостный взгляд на бизнес и мир. Специалист представляет себе бизнес и мир по частям.
- Предприниматель моделирует мир настоящего на основе видения будущего. Специалист моделирует будущее на основе настоящего мира.
- Перспектива Предпринимателя помогает увидеть бизнес как систему, порождающую внешние результаты для потребителя и приносящую доход. С точки зрения Специалиста бизнес выглядит как место, в котором люди работают, чтобы произвести внутренние результаты - дать доход специалисту.

Для воплощения перспективы нужна предпринимательская модель!

Предпринимательская модель

- Не имея в качестве руководства предпринимательской модели, Специалист вынужден конструировать собственную модель на каждом шагу. Но единственный образец, доступный специалисту - это его опыт - как раз прямо противоположное тому, в чём он нуждается, для того чтобы освободиться от работы, которую он привык выполнять.
- *Это модель бизнеса, которая по-новому удовлетворяет запросы некоторой части потребителей.*
- В рамках предпринимательской модели бизнес рассматривается так, словно он является **продуктом**, стоящим на полке и конкурирующим с целым рядом других продуктов, пытаясь привлечь к себе внимание потребителей. Предпринимательская модель имеет **большее отношение не к тому, что производит бизнес, а к тому, как он это производит. Важен не продукт - важен способ его получения.**

Предпринимательская модель(2)

- Создавая модель, предприниматель смотрит вокруг себя, и спрашивает: «Какие существуют возможности?» Определив их, он берет бумагу, карандаш и придумывает, как удовлетворить запросы, возникшие в определенной группе потребителей. Решение получается в форме бизнеса, который выглядит и функционирует так, как это нужно потребителям, а не предпринимателю.
- «Каким мой бизнес будет выглядеть для потребителя?» - спрашивает предприниматель. «Как мой бизнес будет выделяться среди других?»
- Таким образом, предпринимательская модель начинается не с картины бизнеса, который требуется создать, а с картины потребителя, для которого этот бизнес создается.
- Предприниматель понимает, что без ясной картины такого потребителя никакой бизнес не может быть успешным. Специалист, напротив, сначала смотрит на себя, определяет свои навыки и затем задает вопрос: «Как я могу это продать?»

Предпринимательская модель(3)

- Для Предпринимателя **продуктом является бизнес**. Для Специалиста продуктом является **то, что он доставляет покупателям**.
- Для Специалиста покупатель всегда является **проблемой** – он никогда не хочет того, что ему предлагают по запрашиваемой цене. Для Предпринимателя, покупатель всегда олицетворяет представившуюся **возможность**, поскольку предприниматель знает, что внутри покупатель полон постоянно меняющихся желаний, умоляющих, чтобы их удовлетворили.
- В результате, для Предпринимателя мир выглядит как **вереница сюрпризов, как поле охоты за сокровищами**. Для Специалиста мир - это то место, в котором ему **не дают делать то, что он хочет**, где его усилия редко вознаграждаются, а его работа редко оценивается по достоинству.

Предпринимательская модель (4)

- **Как подать** Специалисту предпринимательскую модель, чтобы он смог понять и использовать ее? **Ответ, к сожалению, отрицательный – никак !** Специалист не интересуется этой моделью . У него полно других дел.
- Если мы хотим добиться успеха, то нам нужно дать нашему внутреннему Предпринимателю ту информацию, в которой он нуждается чтобы вырасти за пределы зоны комфорта Специалиста и построить **виденье** работоспособного бизнеса.
- **Мы должны обеспечить внутреннего Предпринимателя моделью работоспособного бизнеса , моделью настолько волнующей, чтобы она побуждала предпринимательскую сторону нашей личности - ту, которая стремится к изменениям - раз и навсегда освободиться от ограничений Специалиста.**
- Мы должны найти модель, которая бы разожгла наше предпринимательское воображение, удовлетворила Менеджера и Специалиста. Надо превратить её в **ПРОГРАММУ!**

Программа

Пошаговый процесс, с помощью которого вы превратите ваш бизнес в отлично организованную модель.

Программа состоит из семи отдельных шагов:

- 1. Ваша главная цель
- 2. Ваша стратегическая цель
- 3. Ваша организационная цель
- 4. Ваша стратегия управления
- 5. Ваша кадровая стратегия
- 6. Ваша маркетинговая стратегия
- 7. Ваша системная стратегия

Ваша главная цель

- *Главная задача - вы сами. Какой бы вы хотели, чтобы была история вашей жизни, что могли бы сказать о себе.*
- *Задайте себе вопросы.* Как я хочу, чтобы выглядела моя жизнь? Какой должна быть моя каждодневная жизнь ? Что бы я хотел узнать больше всего о своей жизни и в своей жизни ? Каким я хотел бы быть с другими людьми в своей жизни ? Как бы я хотел, чтобы люди думали обо мне ? Чем я хочу заниматься через два года? Через десять лет? Через двадцать лет? В конце жизни? Чему именно я хочу научиться в своей жизни - духовно, физически, финансово, технически , интеллектуально?
- Ответы на эти вопросы задают стандарты, по которым вы можете измерять прогресс вашей жизни. В отсутствие подобных стандартов ваша жизнь будет просто бесцельно тратиться.
- *Главная цель является видением, необходимым для жизнедеятельности бизнеса.*

Расскажи, каким ты хочешь видеть свою жизнь. Опиши свою главную цель.

Ваша стратегическая цель

- *Четкое утверждение о том, что именно ваш бизнес должен принести вам, чтобы вы достигли главной цели.*
- Это не бизнес-план. Это скорее *продукт вашего жизненного плана*, а так же вашей *бизнес-стратегии*. Ваш жизненный план формирует вашу жизнь и бизнес, который обслуживает эту жизнь. Ваша стратегия бизнеса обеспечивает структуру, необходимую для ведения дел и является средством коммуникации, когда вам нужно объяснить другим направление вашего бизнеса, ваши подходы к ведению дел, и конкретные результаты, которые будут вами достигнуты
- Ваша стратегическая цель является именно *набором простых и чётких стандартов. Это – деньги, продукт, клиент, учёт, персонал, чистота, качество, улыбка и т.д и т.п.*

Расскажи, каким ты хочешь видеть свой бизнес. Опиши свою стратегическую цель.

Ваша организационная стратегия

- *Это схема организации.* Она будет иметь глубокое влияние на даже маленькую фирму. Когда все держится на личностях и дружеских чувствах, возникает хаос. Организации нужно нечто большее.
- Опишите бизнес по функциям, за каждой функцией закрепите ответственного, дайте ответственному полномочия, закрепите их в должностной инструкции, определите взаимодействие ответственных, создайте правила и следуйте им!

Расскажи, какой ты хочешь видеть свою организацию. Опиши свою организационную цель.

Ваша стратегия управления

- Вам не нужны особенные люди . И они слишком дороги. Они будут мешать вам жить . Скорее, вам нужна **стратегия управления**.
- Стратегия управления - это ваша система управления , **инструмент маркетинга** , то как так наладить работу, чтобы в максимальной степени понимать клиента , привлекать и удерживать его- лучше, чем любой другой.
- Это набор требований, контрольных листов, действий, шагов для исполнителя, правил , приёмов и мест проверки исполнителя, предписаний и регламентов для менеджеров как учить, мотивировать, контролировать персонал . Это перечень ценностей, этикетных правил, норм , которым надо следовать и т.д.

Расскажи, каким ты видишь дело , процессы в нём. Опиши свою управленческую стратегию.

Ваша стратегия маркетинга

- *Ваша стратегия маркетинга начинается, заканчивается, живет и умирает в зависимости от клиента.*
- *Развивая стратегию маркетинга, очень важно забыть о своих мечтах, забыть о своем видении, о своих интересах - забыть обо всем, кроме вашего потребителя!*
- *Когда дело доходит до маркетинга, ваши желания не имеют никакого значения.*
- *Важно, чего хочет ваш клиент.*
- *А хочет клиент, скорее всего, вовсе не того, что вы думаете.*

**Расскажи, каким ты видишь своего клиента.
Опиши свою маркетинговую стратегию.**

Ваша системная стратегия

- Это , что делает твой бизнес твоим!
- В твоем бизнесе существуют три вида систем: жесткие, мягкие и информационные системы.
- Жесткие -неодушевленные предметы -компьютер, цвет офиса , вывеска. Мягкие - это люди или идеи. Информационные - анкетирование клиентов, контрольные листы, денежные расчеты.
- Нельзя заниматься отдельными частями бизнеса без связи с другими. Все взаимосвязано - твоя главная цель, твоя стратегическая цель, организационная стратегия, кадровая политика, стратегия маркетинга и системная стратегия
- А В ЦЕНТРЕ мягкие системы – это СЕРДЦЕ БИЗНЕСА!

А теперь я расскажу о своей системной стратегии

- Моя стратегия –!

Франчайзинг как предпринимательская модель

- Успех франчайзинга делового образца вне всяких сомнений является самой важной новостью в бизнесе.
- Если даже посмотреть по итогам одного года, франчайзинги делового образца были успешны в 95% случаев, по контрасту с 50% успешности новых независимых малых предприятий. За первые 5 лет своего существования 80% всех малых предприятий терпят неудачу, в то время как 75% франчайзингов делового образца достигают успеха!
- Причина успеха - создание прототипа франчайзинга.
- Секрет в прототипе франчайзинга.

Предприниматель - какой он?

- Назовите в двух словах – философию предпринимательства и Вашу личную философию
- Назовите 10 качеств, компетенций, умений, которые на Ваш взгляд определяют предпринимателя.
- Назовите 5 имён предпринимателей, которых Вы считаете примером для себя!
- Есть ли среди Ваших друзей, родственников предприниматели, знаете ли Вы их опыт?

Философия предпринимательства

- **свободный индивидуализм**, обеспечивающий расцвет за счет собственных усилий
- **личная реализация** через самодеятельность и самоутверждение, сфера приложения человеческих сил
- **рациональность в деятельности**, повышающая конкурентность, избавляющая от балласта ресурсов, которые используются плохо
- **творчество, содержательная, качественная деятельность**, которая характеризуется самопринуждением субъектов, её избравших
- **удовлетворение потребителей** более эффективное, чем у конкурентов
- **обеспечение наибольшей пользы для клиента**, что дает определенное преимущество перед конкурентами
- **Реалии рынка + Активы+ Стремление + Отношения**

Личная философия

- На бога надейся, а сам не плошай
- Всяк своего счастья кузнец
- Барыш наживай, а совесть не теряй
- Деньга деньгу наживает
- Не приходом люди богатеют, а расходом
- Сделав худо, не жди добра.
- Что плохо положено, то брошено,
- Какова работа, такова и плата
- Работнику полтина, мастеру – рубль
- Риск - благородное дело
- Удача нахрап любит
- Каков поп, таков и приход
- Всякая вещь о двух концах.

10 умений

- **Ясное понимание предпринимательства. Отделение фактов от мифов.**
- **Умение давать взвешенные оценки.**
- **Умение находить нестандартные решения.**
- **Умение вырабатывать новые идеи.**
- **Умение оценивать перспективность новых идей.**
- **Знания, необходимые для создания нового дела.**
- **Умение оценить внешнюю ситуацию.**
- **Умение оценивать действия с точки зрения этики и морали.**
- **Умение заключать сделки, устанавливать контакты, вести переговоры.**
- **Умение получить причитающееся.**

(Хизрич, Питерс, Ронстад)

Роман Абрамович

- сирота, самостоятельность, высокие амбиции (цель) при невысоких знаниях, предприимчивость (фарцовка), управленческие качества, деловая сметка, знакомства, умение работать с властью

- Надо не только знать, чего вы хотите, но и добиваться совмещения желаний и целей, а уж затем не колебаться в решениях и действиях.
- **Если нет мечты, то нечему будет и сбываться.**
- **Не разбрасывайтесь надежными и преданными людьми,** найти их очень непросто.
- Ничто не заставит лучших работников работать еще лучше, чем доля в общем деле.
- Счастье за деньги не купишь. А вот некоторую независимость — да.
- С властью не спорят, с ней делятся богатством.
- **Всего достигнуть можно через общение,** и это мое личное мнение.
- Кризис — это романтическое время невообразимых возможностей

Ринат Ахметов

- бедность, смекалка , хулиганистость , спорт, невысокие знания, знакомство , предприимчивость , напор, точное понимание бизнеса, имидж, политическая поддержка.

- Принципиален, склонен к широким жестам , не любит мелочиться. Мыслит стратегически ,но опирается на мнения узкопрофильных профессионалов .
- Не категоричен, рассудителен, внимателен, особенно это касается проблем. Склонен мыслить на перспективу. Хороший «кризисный менеджер», имеет дипломатические качества, умеет договариваться и находить эффективные варианты решения вопросов.
- Сдержан. Интроверт. Не склонен доверять, достаточно осторожен в общении, предпочитает общаться на интересные, но нейтральные или деловые темы и не любит, когда обсуждают его личную жизнь. Не стремится быть в центре внимания, но всегда интересуется теми, кто там находится.
- Чувствительный, эмоциональный. Но свое истинное отношение к чему-либо не склонен показывать или выражать словами

Павел Дуров

Прекрасное образование , эрудит, программист, раннее увлечения будущим бизнесом, целеустремлённость, лидерство, сумасбродство, эксцентричность.

- Деньги переоценены, потому что **созидание намного интереснее потребления**, а внутреннее состояние несоизмеримо важнее внешнего. Как только вы делаете из денег культ и обмениваете «быть» на «казаться», вы отправляете себя в добровольное рабство
- Компромисс хуже любой из альтернатив
- **Где нет конкуренции — нет прогресса**
- Если вера в успех и преданность идее непоколебимы, им невозможно противостоять. В экстремальном случае для изменений любого масштаба достаточно веры одного человека. Вашей, например.
- И если остается хоть небольшая лазейка, самые способные и энергичные постепенно проникают наверх.

Илья Сачков

генеральный директор компании Group-IB. Окончил с отличием МГТУ имени Н. Э. Баумана, *факультет информатики и систем управления*, кафедра информационной безопасности.

- **Я начал работать с девятого класса** (2001) и к первому курсу в одном из банков действительно занимал должность руководителя направления по аудиту.
- Отдавать все свое время Group-IB я начал только в 2005-2006 году, когда прекратил все проекты для других компаний. Поскольку я мало что знал и **много читал духоподъемных менеджерских книг**, мне казалось, что все это прикольно, весело, что главное начать – а дальше все получится. **Ощущение беззаботности очень помогло**. Из-за того, что я видел будущее только в позитивном свете, все и начало получаться.
- Если бы мы были, например, немецкой компанией, мы бы вообще ничего не достигли.
- **Ценю профессионализм**. Человек может меня ненавидеть, но если он профессионал, я буду с ним работать. Сочетание лояльности и некомпетентности мне не нужно.

Вопросы на старте

- Есть ли опыт и положительный пример?
- Какое образование получил? Поможет и в чём?
- Как и когда понял что хочу открыть своё дело?
- Какие представления имею о бизнесе?
- Какие мотивы побуждают браться за бизнес?
- Какие цели определил и преследую?
- Какую идею выбрал, модель бизнеса?
- Имеет ли моя идея ценность для потребителя?
- Какую степень риска считаю оправданной?
- Чувствую себя готовым и в какой степени?
- Какими ресурсами располагаю?
- Есть ли поддержка близких, хороший тыл?
- Знаю ли как составить бизнес – план?
- Имеется ли у меня стартовый капитал?
- Боюсь ли я? Чего?

А что тебя мотивирует?

- Деньги? Что ещё?

Честно и точно сформулируй своё желание,
интерес, потребность, мотив, установку,
ценность, смысл!

Трудно ? Но, нужно!

Три предпринимательских мотива

- Первый – потребность в **господстве, власти влиянии** - материализуется в накоплении предпринимателем активов
- Второй – **жажда победы, стремление к успеху** - в борьбе с соперником и с самим собой.
- Третий – **радость творчества**, которую дает самостоятельное ведение дел.

И. Шумпетер

Расставь по- своему!

Мотивационная карта предпринимателя

- острое желание выделиться, проявить себя, удовлетворить здоровое самолюбие
- стремление к независимости
- желание принести благо обществу
- лидерство
- потребность в самовыражении, самоактуализации, которая является отчаянной борьбой за бессмертие.

(А.Д. Смирнов, В.Ф. Максимов, Д.Н. Акуленок)

Поиск возможностей

Проведи оценку по трём позициям

- **Типы возможностей** – присутствуют постоянно (нужен целеустремлённый поиск); появляются время от времени(острый взгляд и интуиция) , с множественными причинами(нужно уловить тенденцию во вне), с множественными следствиями (увидеть необходимость изменений в своём деле).
- **Источники** – изменения стандартов, условий , технологий, недостаточно охваченные рынки , новые тенденции в обществе, появление новых клиентов, новых продуктов, знаний, ценностей, установок, дефицит и более интенсивное использование ресурсов.
- **Что мешает** – недостаток решимости, ресурсов, необходимости, незнание рынков, большие издержки входа , наличие удовлетворённых клиентов и т.д.

ПОИСК ВОЗМОЖНОСТЕЙ

Типы возможностей	Источники	Что мешает
Присутствующие постоянно	• Изменение стандартов • Изменения демографических условий	
Появляются время от времени	• Недостаточно охваченные рынки • Новые тенденции в обществе	
С множественными причинами	• Появление новых клиентов • Появление новых продуктов	
С множественными следствиями	• Более интенсивное использование ресурсов • Дефицит • Новые знания	

Поиск возможностей

- Какие возможности для открытия своего бизнеса увидел ты?
- Почему не видел их раньше?
- Что мешало открыть бизнес?

Оцени финансовые возможности

Финансовые результаты	Более привлекательные	Менее
Прибыль после уплаты налогов	$\geq 10\text{-}15\%$ (долговечна)	(недолговечна) $\leq 5\%$
Срок достижения безубыточности	≤ 2 лет	≥ 3 лет
Срок получения положительного потока	≤ 2 лет	≥ 3 лет
Потенциальная отдача от инвестиций	$\geq 25\%$ в год	$\leq 15\%$ в год
Потребность в капитале	низкая	высокая
Механизм выхода из бизнеса	снять сливки, продать фирму	неопределен, неликвиден

Выбор типа инновации (товар/услуга)

- новые для региона(города , района)
- новые для данного рынка (сегмента)
- новые, но для которых есть хотя бы один конкурент
- дополнение к существующему ассортименту(бизнесу)
- улучшение, пересмотр, включение дополнительных характеристик
- новое применение того , что было , в том числе адаптация к новому сегменту рынка
- перепозиционирование существующих товаров/услуг

Выбор процессов инноваций

- новая управленческая система или процедура
- новый способ производства(продажи)
- новый подход к маркетингу или реализации
- новая программа поддержки клиента
- новый канал или метод сбыта
- новый метод финансирования
- новый подход в сфере логистики
- новый подход к ценообразованию
- новый способ осуществления закупок
- новая организационная форма или структура
- новый подход в учетной политике

Выбор инструментов выхода на рынок

- Поиск **идей , ниши, трендов** — процесс, который не поддается вычислению, здесь работает интуиция , наблюдательность предпринимателя
- **Продвижение (реклама** (реклама на ТВ, радио, наружная реклама, почтовая, печатная , интернет, акции в торговых точках) массовая информирующая увещательная, напоминающая, **прямые продажи**, интернет – продажи, **пропаганда** (PR(новости, пресс- релизы , спонсорство, паблисити), **стимулирование продаж**(проба, подарок, тест- драйв, купон, бесплатные образцы , сувениры, денежные компенсации , призы, розыгрыши, лотореи , льготы,), скидки для известного продукта, пробные и экстенсивные продажи, интенсивные продажи;
- **Стратегия продвижения** - сегментация целевого рынка, выделение специфических групп, изучение индивидуальных потребностей потребителей целевой группы, всесторонняя проработка параметра «цена-качество» в расчете на конкретного потребителя, придание новому продукту значительных конкурентных преимуществ . Изучение рынка, опрос клиентов , разработка внутрифирменных стандартов, сопровождение, сервисное обслуживание, управление качеством, обучение сотрудников.

Выбор стратегии получения ресурсов

- **Типы ресурсов:** финансовые, людские, технологические, технические, коммуникационные, информационные, интеллектуальные, материальные, имущественные, организационные, управленческие.
- **Стратегии приобретения:** опора на свои силы, приобретение, займ, совместное использование, аренда, лизинг, аутсорсинг, кредит, бартер, контракт, партнёрство, франшиза.

Оценка коммерческих возможностей

Посмотри на разные аспекты рынка. Прояви научный подход!

- Сформулируй для себя потребности клиентов? Выяви их?
- Определи потребителей? Кто они?
- Определи уровень конкуренции. Кто враги?
- Рассчитай потенциальную ёмкость рынка и возможности его роста.
- Попробуй определить свою долю рынка.
- Разберись с продуктом и потенциалом добавленной стоимости.

Определение уровня конкуренции

- По числу действующих предприятий(много – плохо)
- По анализу стоимости аналогичных продуктов(падает цена – плохо)
- По числу рекламных объявлений (много – плохо)
- Опрос экспертов
- Есть ли товары заменители (есть – плохо)
- Степень стандартизации товара (у вас оригинальней , хорошо)
- Унифицированность сервисных услуг (выйти за стандарт)
- Издержки переключения с клиента на клиента(минимальные – плохо)
- Барьеры (входа) ухода (минимальные – хорошо и плохо)
- Ситуация на смежном рынке (продажи растут – хорошо)
- Стратегии конкурирующих фирм(агрессивная – плохо)
- Привлекательность продукта

Оцени конкурентные преимущества

Постоянные и переменные издержки на:

- Производство
- Маркетинг
- Сбыт

Степень контроля над:

- Ценами
- Издержками
- Каналами поставок
- Каналами сбыта

Инструменты предпринимателя

- Для тех, кто намерен эффективно работать в бизнесе.

Майкл Уорд **50** методик менеджмента - М. Финансы и статистика, 2003 – 200с.

Список 100

Ищи нетривиальные решения:

- на 8 – кончится свой опыт,
- на 15 – опыт других,
- на 20 – что то толковое
- на 30 – придёт что то интересное,
 - на 45 – блестящее,
 - на 98 – гениальное,
 - на 100 – ты – Бог!

Pro и Contra

- То, что подтверждает, предопределяет, обосновывает какое-либо решение, утверждение в сопоставлении с тем, что его отрицает
- Балансовый метод сам по себе прост . Разделяем лист бумаги на две половины – на одной стороне записываем доводы « за», на другой – «против».
- Переносим все противоречивые мысли, которые мы держим в уме. Тем самым не рискуем забыть что либо особо важное, рисуем проблему в целом, глядя на полный баланс.
- Принятие решение должно учитывать не столько число доводов, сколько относительные их веса.
- Выбор решения труден, но на то Вы и Человек – Человек Свободный!

Ключевые идеи и подходы

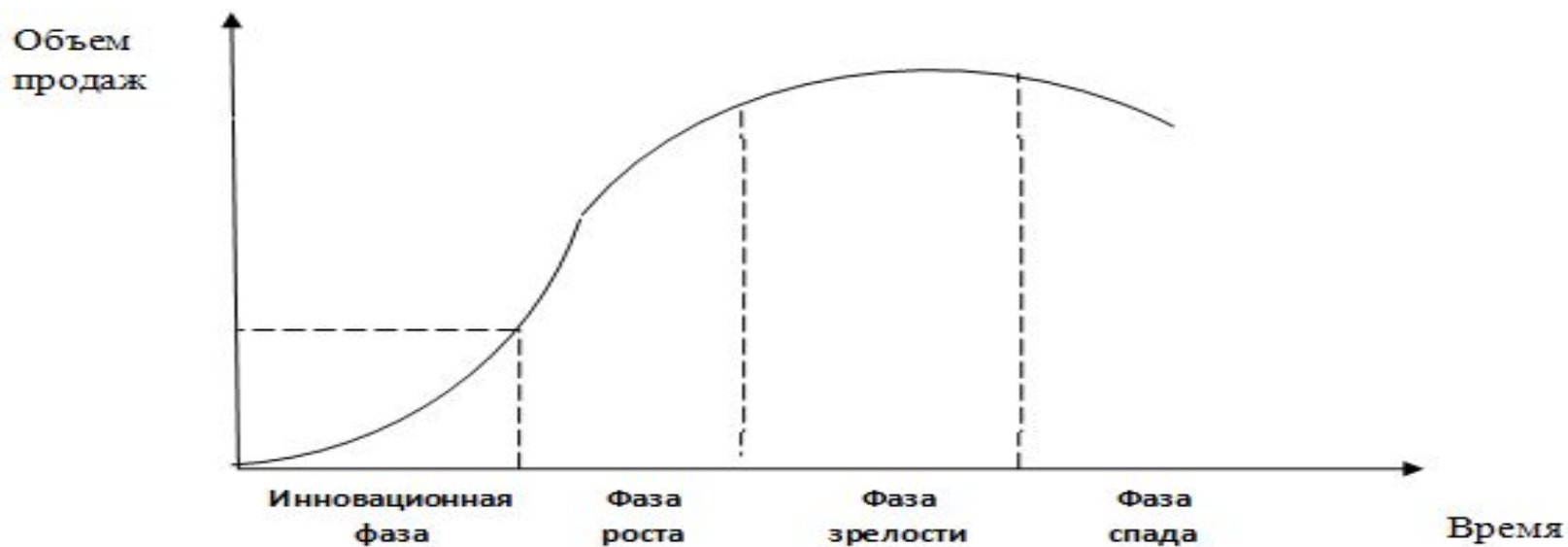
- Концепция **открытых систем** – взаимодействие с потенциально неограниченным множеством организаций и личностей, что создаёт возможности, опасности (угрозы) либо и то и другое, оказывает позитивное и негативное влияние на предприятие.
- **SWOT-анализ** рассматривает организацию позволяет в терминах четырех атрибутов: Strengths (сильных сторон), Weaknesses (слабых мест), Opportunities (возможностей) и Threats (угроз).
- **Управление стейкхолдерами** – позволяет выстраивать взаимоотношения с заинтересованными лицами в терминах ролей и ожиданий.

Жизненный цикл продукта

- показывает, что его рыночная "жизнь", время, когда люди хотят его купить, имеет четыре фазы.

- Фаза I - **исследовательская, инновационная**. Продукт изобретен или разработан. Его покупает очень небольшое число людей. Дорог.
- Фаза 2 - **ускоренной рост спроса**. Растет количество обладателей продукта. Развиваются массовые рынки продукта (товара , услуги) .
- Фаза 3 - **насыщение рынка**. У многих людей продукт уже есть. Производство продукта прибыльно. На рынок с этим продуктом выходят конкуренты. Первостепенным становится искусство маркетинга.
- Фаза 4 — **спада**. Рынок насыщен и стал требовательным. Лишь немногие хотят еще купить продукт. Продукт постепенно становится относительно дешевым.

Жизненный цикл продукта



Цена и выгода используемой ВОЗМОЖНОСТИ

- Анализ цены используемой возможности в сравнении с получаемой выгодой
- Цена используемой возможности - это затраты, связанные с использованием одной возможности вместо другой. Выбор возможности А (с соответствующей ценой) приводит к утрате выгоды В, которая могла бы иметь место, если бы была выбрана возможность В, которая упущена.
- Выгода от реализуемой возможности, согласно самому термину, заключается в эффекте, который приносит выбор одной конкретной возможности из нескольких. Бывает выгода первого порядка и выгода второго порядка.

Парето - анализ

- **Закон Парето 20/80** -20% Ваших действий генерируют 80% Ваших результатов, а 50% - 90% успеха
- Оцените вклад в общий объем продаж таких факторов как - **клиенты, посредники, рекламные кампании (носители сообщений)**.
- Факторы группируются по уровню вклада в общий результат для сравнения— чем обусловлена разница в их эффективности. Сравнение характеристик клиентов из первой и последней группы даёт информацию о том, каких клиентов необходимо привлекать в будущем, либо о более эффективных способах работы с потенциально высокодоходными клиентами.

ABC -анализ

- Принцип концентрирует внимание на формировании ассортимента товаров , оценке полученной от продажи отдельных товаров выгоды , помогает понять , насколько нужно изъять одни товары из ассортимента , включить в него новые для достижения финансовых результатов, на каких направлениях деятельности или продуктах целесообразно сосредоточить ресурсы и усилия.
- **группа "А "** - ядро целевой аудитории , ключевые потребители , на долю которых приходится более половины всех продаж и практически вся прибыль ;

группа "В " - клиенты , на долю которых приходится от четверти до трети всех продаж , однако обслуживание их не приносит прибыли ;

группа "С " - клиенты , на долю которых приходится незначительная доля продаж , а их обслуживание приносит фирме убытки.

"ABC - анализ" используют также для анализа поставщиков фирмы .

Принцип 20/60/20

- 20 % продаж дают прибыли
 - 60 % продаж находятся на грани рентабельности
 - 20 % следующих приносят убытки .
-
- Этот принцип можно результативно применить для анализа особенностей продажи своей продукции клиентам .

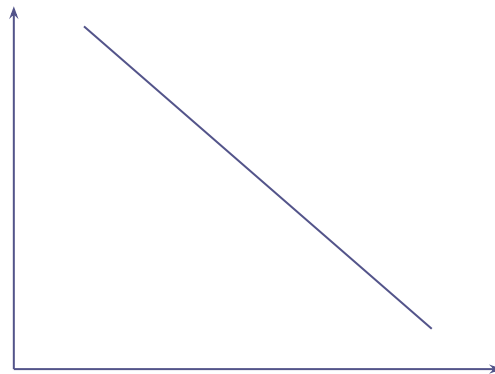
Закон Зипфа

- Для того, чтобы определить общий размер рынка, его прибыльность, относительные доли на рынке конкурентов, и как следствие рентабельность своего бизнеса - можно воспользоваться Законом Зипфа, который устанавливает связь частотности явления с рангом. $Ч \sim 1/R$

Частота

Если вы 8 на рынке,
то рассчитывайте на восьмую
его часть, и соответствующую
рентабельность.

Будь первым!



Ранг

Доля рынка

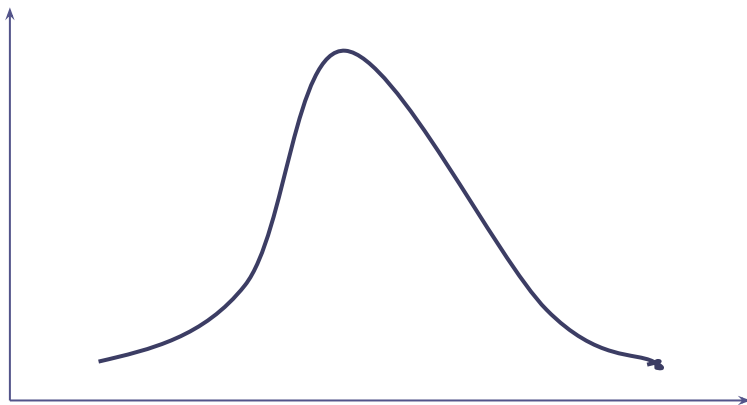
- Доля рынка может рассчитываться на основе: стоимостных показателей ; натуральных показателей; количества клиентов.
- Можно считать как относительно общих объемов продаж, по рынку в целом, так и относительно объема продаж сильнейшего конкурента (конкурентов).

Доля рынка и прибыльность продукта

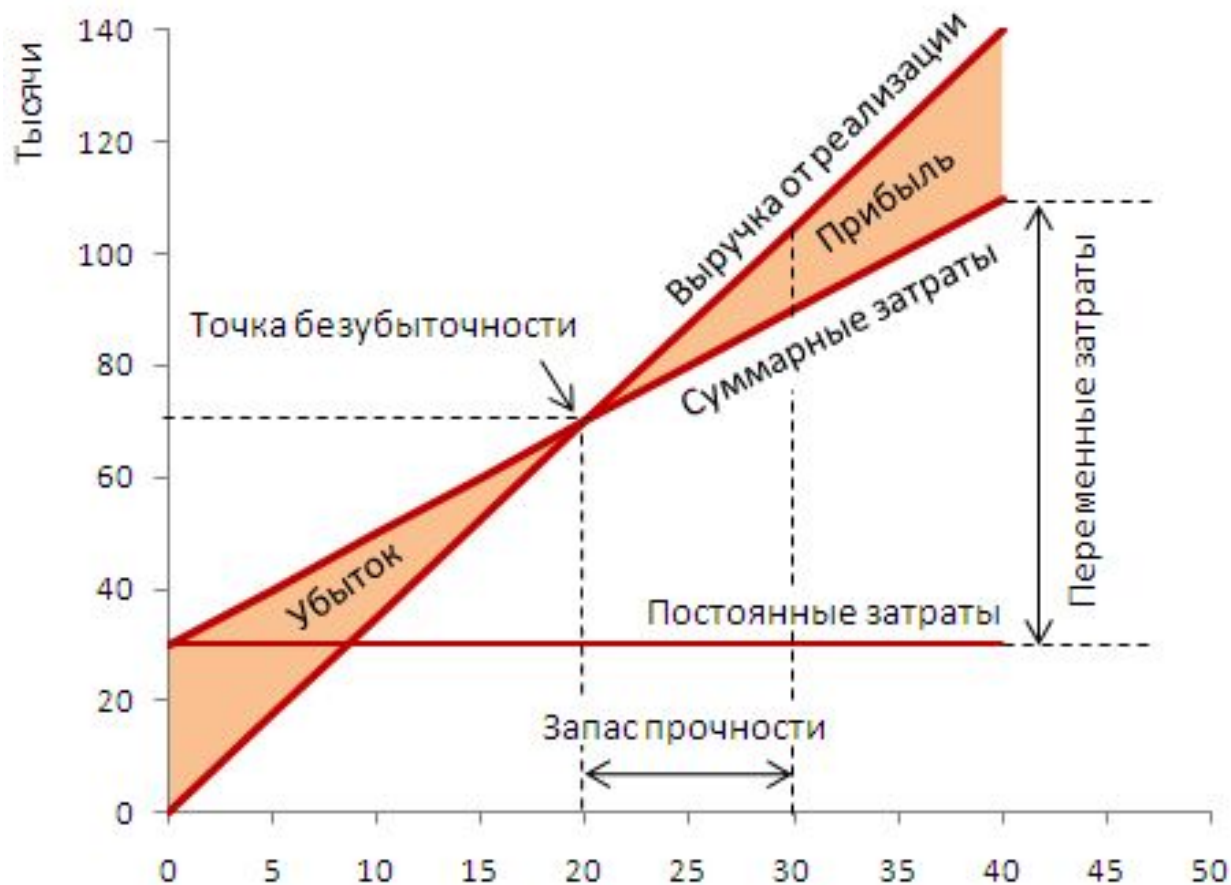
Темпы роста рынка	Высокие	«Звезда»	«Проблема»
	Низкие	«Дойная корова»	«Собака»
		Высокая	Низкая
Сравнительная доля рынка			

Нормальное распределение

- **Расчёты полезны всем!** Можно воспользоваться нормальным распределением, которое даст Вам понятие стандартного времени, типового решения, моды и медианы



Анализ безубыточности



5 базовых вопросов

Как вы создаете стоимость?

Вы предлагаете:

- в основном товары, услуги, сочетание и того и другого;
- типовой вариант, подгонку под заказчика, индивидуальный продукт;
- ассортимент широкий, средний, узкий;
- доступ к продукту, сам продукт, продукт в пакете с другим продуктом;
- продукт/услугу собственные, с привлечением сторонней организации, по лицензии, перепродажа, перепродажа с добавленной стоимостью;
- прямое распространение, не прямое – по одному или многим каналам.

Для кого создаёте стоимость?

- Тип клиента: юр. лицо, физ. лицо, оба, иное.
- Тип рынка: международный, национальный, региональный, местный.
- Место клиента: поставщик сырья/продукции, государство, муниципальное учреждение, оптовый продавец, розничный продавец, поставщик услуги, конечный потребитель.
- Рынок: широкий, узкоспециализированный.
- Подход к клиенту: на основе сделок, на основе отношений.

В чем ваш внутренний источник преимуществ?

- Производственная или операционная системы;
- Реализация, маркетинг;
- Управление информацией;
- Технологии, разработки, творческий потенциал, интеллектуальный капитал;
- Финансовое управление, учетная политика;
- Управление цепочкой поставок, логистика;
- Налаживание связей

Чем Вы отличаетесь от других?

- Имидж: высокий уровень эффективности, стабильности, надежности;
- Качество: выбор, характеристики, ассортимент;
- Лидерство: инновации, технологии, сервис;
- Цена: низкая, оправданная, сравнимая
- Клиент: тесные связи, опыт работы.

Как намерены зарабатывать деньги?

- Объемы: большие, средние, небольшие;
- Прибыль: высокая, средняя, низкая;
- Структура издержек: высокая, средняя, низкая;
- Ценообразование: фиксированное, смешанное, гибкое;
- Стратегия: поддержание объема; управляемый рост; агрессивный рост; спекуляции.

И ещё пять вопросов?

- Какой цели хочу достичь и когда?
- Какой капитал для этого понадобится?
- Сколько человек нужно будет привлечь?
- Как именно делать работу(по какой технологии)?
- Какое помещение понадобится?

И ещё один вопрос.

- Готовы ли ты кардинально изменить свой образ жизни? Особенно вначале?

Затраты времени — это такие же инвестиции в бизнес, как и денежные средства.

Предпринимательство - это инициативная деятельность хозяйствующих субъектов, связанная с новаторским использованием ресурсов, в целях достижения коммерческого или иного успеха на основе сочетания личной выгоды с общественной пользой.

Я – ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ!

Вдогонку

- Бизнес - это прежде всего то, что вам небезразлично. *Ричард Брэнсон*
- Жизнь нам дана, чтобы внести в нее свой вклад. Иначе зачем мы находимся в этом мире? *Стив Джобс*
- Не бойтесь совершать ошибки, не бойтесь экспериментировать, не бойтесь много работать. *Евгений Касперский*
- Если вера в успех и преданность идее непоколебимы, им невозможно противостоять. *Павел Дуров*
- Если в течение рабочей недели вы только и делаете, что подсчитываете, сколько часов и минут осталось до начала выходных, вам никогда не стать миллиардером. *Дональд Трамп*
- Каждый должен мотыжить, как святой Франциск, свой участок, бум—бум, ежедневно, и тогда успех будет обеспечен. *Владимир Путин*