

**Модуль 3**



**worldskills**  
Russia

**Бизнес-идея  
и  
бизнес-план**

**Макарова  
Елена  
Анатольевна**



worldskills  
Russia

# Поиск и оценка бизнес-идеи

# Бизнес-идея



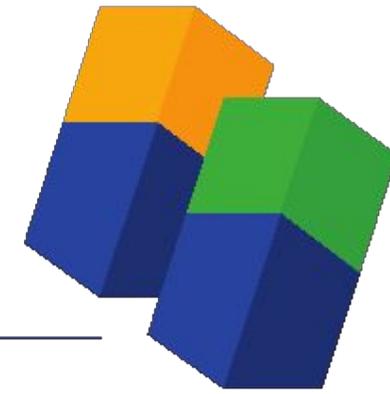
- ЭТО ТО, ЧЕМ КОНКРЕТНО ВЫ ХОТИТЕ ЗАНИМАТЬСЯ.



**Для осуществления выбора бизнес-идеи необходимо, чтобы идей было много, чтобы было из чего выбирать!**

# Бизнес-идея должна отвечать следующим

---



## ОСНОВНЫМ

## требованиям:

- приносить доход;
- приносить моральное удовлетворение предпринимателю;
- удовлетворять потребности потребителей.



# При выборе бизнес-идеи важно

---



## УЧИТЫВАТЬ:

### ■ Уникальность.

Это не обязательно использование новой идеи. Это, скорее, умение вовремя и в нужном месте применить интересную идею. Она может быть не новая для рынка в целом, но в данной рыночной нише являться оригинальной.

# При выборе бизнес-идеи важно

---



## УЧИТЫВАТЬ:

### ■ Стоимость реализации.

Оцените ваши финансовые возможности на начальный момент реализации бизнес-идеи, стоимость и возможность привлечения заемного капитала, способы и сроки его возврата кредиторам. Здесь же учитывайте имеющиеся или необходимые ресурсы: помещения, оборудование, рабочая сила.



# При выборе бизнес-идеи важно



## учитывать:

- **Свою компетентность.**

Ваши сильные стороны должны помогать бизнесу, а слабые – не мешать ему. Заниматься лучше тем, в чем вы хорошо разбираетесь, что вы умеете и что вам интересно. В этом случае вас труднее обмануть, меньше затрат на консультации и дополнительный персонал.



# При выборе бизнес-идеи важно



## учитывать: ■ Рыночные потребности и возможности.

Необходимо понять, что конкретно нужно потребителям и насколько ваши товары/услуги их удовлетворят. Подумайте, что хотят потребители, но не могут приобрести из-за высокой цены или из-за отсутствия предложений на рынке. Узнайте, сколько зарабатывает ваш клиент, его предпочтения и фобии. Оцените емкость рынка и перспективы развития.



# При выборе бизнес-идеи важно

---



## УЧИТЫВАТЬ:

### ■ Конкурентов.

Важно учитывать сильные и слабые стороны прямых и косвенных конкурентов, желательно не копировать их идей, а стараться внедрить что-то новое. Демпинг – не лучший выход (разве что у вас есть уникальная технология, оптимизирующая затраты). Думайте шире, модифицируйте готовые идеи.



# Источники идей для бизнеса

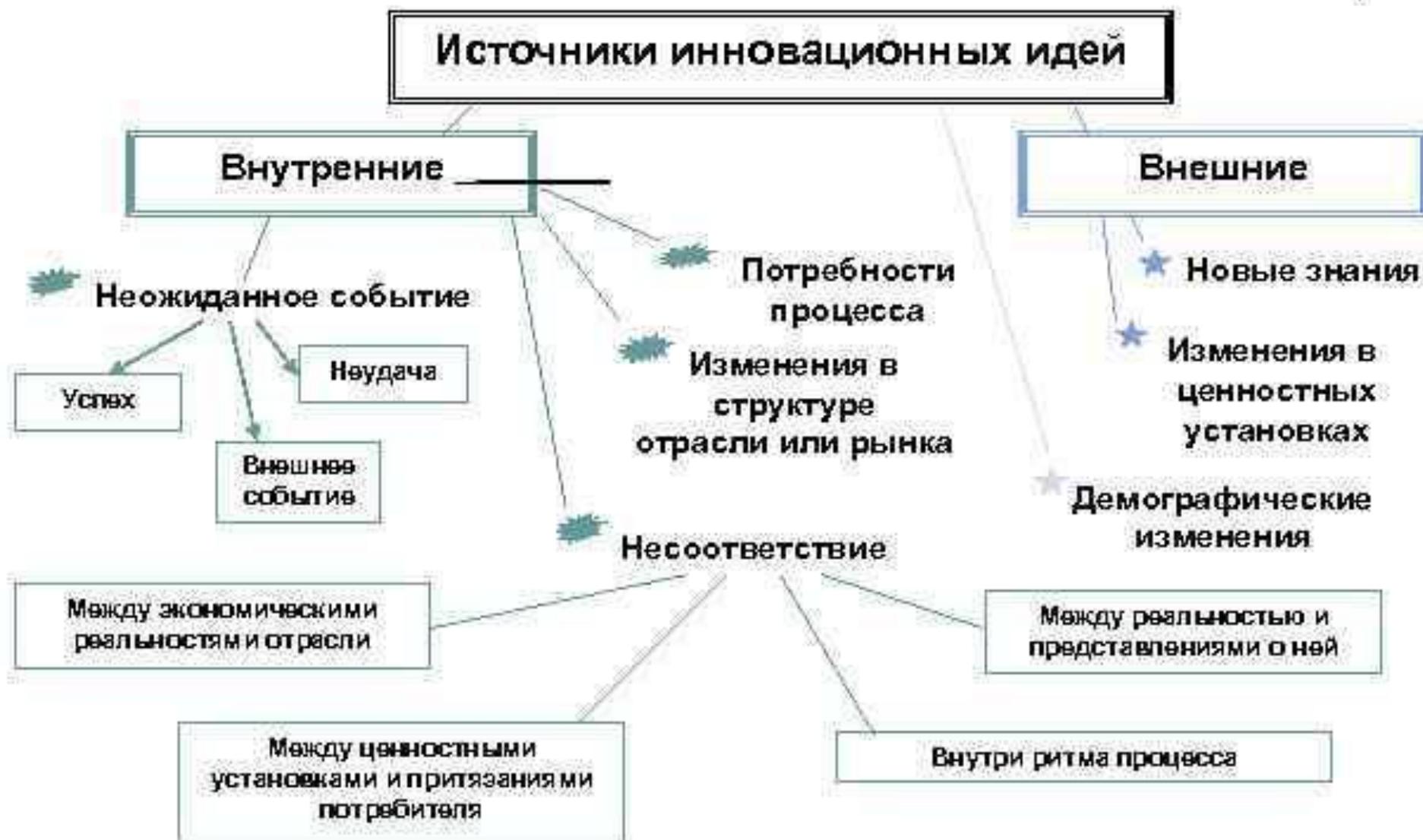
---



- сам придумал;
- увидел/услышал;
- подсказали/предложили.

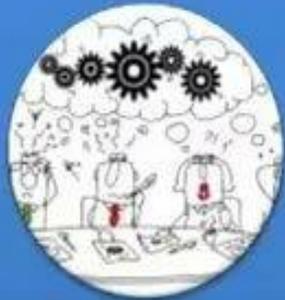


# Источники идей





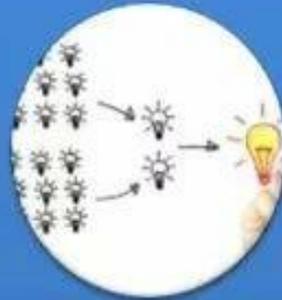
## Генерация идей



Максимальное количество идей без ограничений



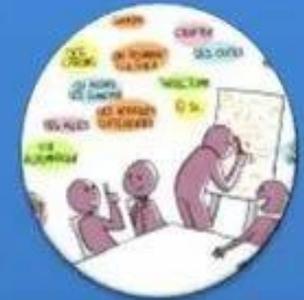
Принимаются любые нестандартные и абсурдные идеи



Идеи можно и нужно комбинировать и улучшать



Не должно быть никакой критики или оценки идей



Все идеи записываются



# Классификация методов генерации идей (творческого мышления)

## Систематизированный поиск

Анализ противоречий

Модель Портера анализа экосистемы

Мышление от противоположного

Метод изменения контекста (переноса)

Метод ОЖС (Обязат., Желат., Супер)

Метод 9 экранов (системный оператор)

Морфологический анализ

Стратегическая канва

Анализ системы (создание модели задачи)

Преобразование системы (создание модели решения)

Метод «Да, и»

Метод «Зачем?» (необходимость на данный момент)

Ассоциативное мышление

Мозговой штурм

Метод расширения перспектив (разных точек зрения)

Ментальные карты

Соответствие старым границам или задачам

Метод случайных слов

## Психологическая активация



# Методы генерирования идей



## 1. Мозговой штурм

Первый в мире и уже ставший классикой метод. Автор - Алекс Осборн. Группа людей активно предлагает различные идеи, участники группы пытаются их развить, тут же анализируют их, выявляя недостатки и преимущества. Мозговой штурм позволяет за короткое время сгенерировать большое количество идей, которые в дальнейшем подвергаются оценке.

о принимаются все, даже безумные и фантастические идеи;

о идеи можно комбинировать, улучшать, дополнять.



## 2.Шесть шляп мышления



Продвинутая версия классического мозгового штурма. Автор - Эдвард де Боно. Он имеет игровую форму, позволяет посмотреть на задачу с разных сторон и улучшает внутрикомандное взаимодействие.

**Синяя шляпа** – ее примеряет только один участник – модератор. Он формулирует цель, следит за правильным использованием всех шляп и подводит итоги.

**Белая шляпа** – отвечает за аналитическое осмысление проблемы. Участники обсуждают существующие факты, ищут недостающую информацию.

**Красная шляпа** – дает возможность высказать эмоциональное отношение к проблеме и возможным вариантам ее решения, а также позволяет включить интуицию.

**Черная шляпа** – предполагает пессимистический взгляд на обсуждаемую задачу. Участники обсуждают ее негативные стороны и последствия, критикуют существующие варианты выхода из положения.

**Желтая шляпа** – отвечает за оптимистическую сторону проблемы. Необходимо найти выгоду (даже если она неочевидная), выявить скрытые полезные ресурсы и возможности.

**Зеленая шляпа** – в этом режиме предполагается собственно генерирование идей и поиск новых, нестандартных методов решения задачи.

# Шесть шляп мышления Эдварда де Боно



Факты и цифры



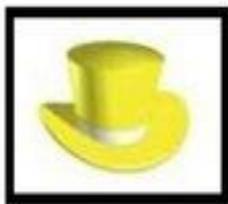
Эмоции и чувства



Что здесь не так?



Творчество и креативность



В основе – позитив!



Обобщения и выводы



# 3. Ментальные карты

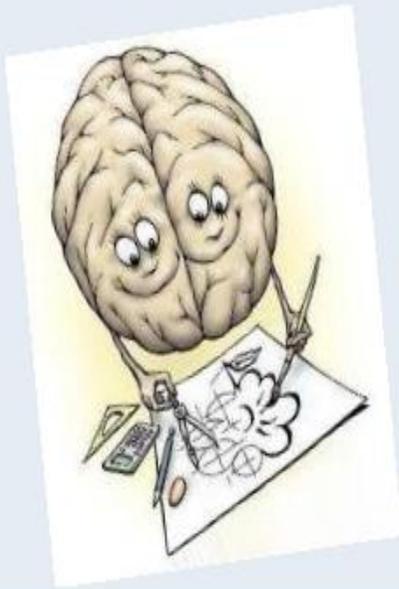


Автор - Тони Бьюзен. В его теории делается упор на то, что креативный процесс тесно связан с памятью человека, поэтому развивать надо именно память.

Ментальные карты – метод, направленный на визуализацию связей и активизацию ассоциативного мышления. Он позволяет лучше охватывать всю картину изучаемого вопроса и активизирует творческое мышление благодаря использованию графики. Создание такой «карты» помогает придумывать новые ассоциации, а сам образ «карты» гораздо лучше запоминается.

Как это делается?

Нарисуйте (или напишите) образ проблемы в центре. На ветках, которые от него будут отходить – записывайте свои идеи. Включайте ассоциативное мышление, постепенно разворачивайте каждую ветку на более мелкие – это позволит вам детально проработать каждую новую мысль. Используйте рисунки, делайте карту разноцветной – для большей наглядности и задействования образного мышления.



# ментальная карта



мысленные карты

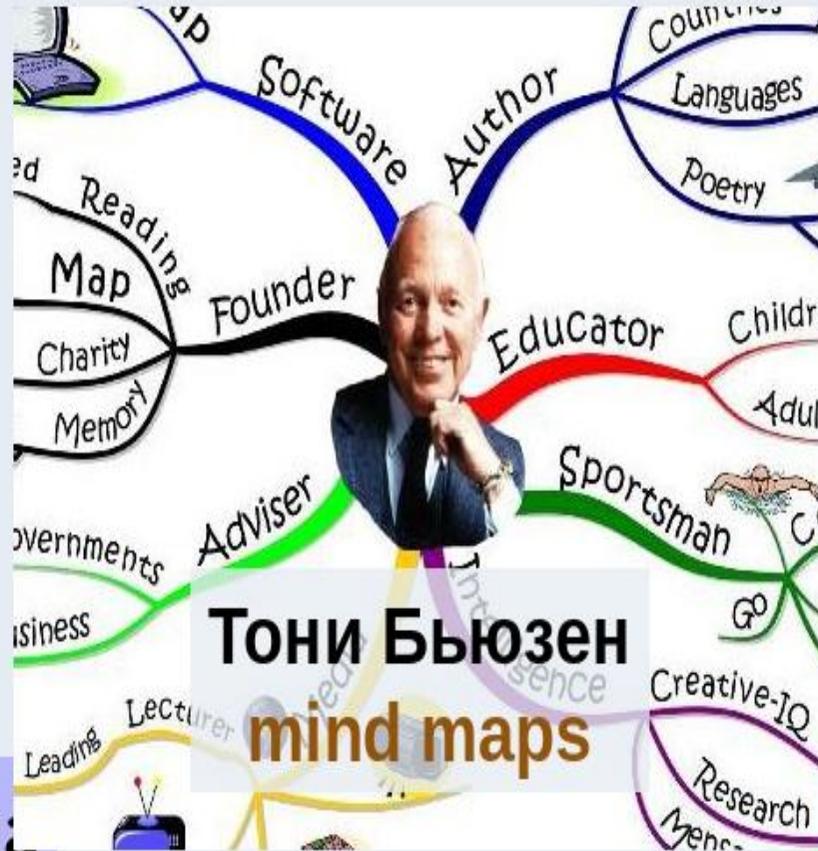
карта сознания

карта памяти

карта разума

карта ума

карта представлений



карта интеллекта

майнд-карта

интеллект-карта

умственная карта



# 4. Метод синектики



Автор метода — Уильям Гордон. В его теории главный источник новых идей – это поиск аналогий.

Синектика основана на генерировании идей с помощью активного использования аналогий. Это достаточно сложный метод с некоторыми ограничениями. Он предполагает работу над конкретной задачей, а группа синектиков должна быть постоянной и пройти соответствующее обучение. Здесь допускается критика.



# Метод синектики



В процессе обсуждения проблемы участники ищут аналогии, которые можно отнести к 4 классам:

**Прямые аналогии** – самые очевидные сходства с исследуемым объектом. Обычно ищутся в других технических или природных объектах. Например, крыло у птицы и самолета.

**Субъективные аналогии** – в этом случае креативщик перевоплощается в исследуемый объект, он должен «прочувствовать», каково это – быть им, оценить все те аспекты, которые недоступны обычному логическому подходу.

**Символические аналогии** – предусматривает использование метафор и необычных определений обычных вещей, поиск парадоксов и конфликтов в устоявшихся стереотипах. Так, автомобиль можно определить как «легкопередвигающаяся тяжесть».

**Фантастические аналогии** – предмет обсуждения и возможности синектиков мысленно лишаются любых преград со стороны физических законов. Допускается все, даже использование волшебной палочки. Это позволяет снять ментальные блоки и полностью раскрепостить творческий потенциал.



# 5. Методика SCAMPER



Если предыдущие техники позволяли максимально раскрепостить мышление, то SCAMPER задает ему определенное направление. Это позволяет выдать результат именно в тех случаях, когда свободное мышление не работает. В расширенном виде она представляет собой 60 вопросов и 200 ассоциативных слов.





**SCAMPER** представляет собой аббревиатуру, которая обозначает 7 слов, стимулирующих креативное мышление:

**Substitute (Замещать)** – разбейте проблему на компоненты и отдельные процессы и подумайте, чем можно заменить каждый из них.

**Combine (Комбинировать)** – объединяйте части проблемы между собой и внешними предметами (или идеями), чтобы создать нечто новое.

**Adapt (Адаптировать)** – поразмыслите, как можно по-другому использовать уже имеющиеся ресурсы и возможности для решения проблемы.

**Modify/Magnify (Модифицировать/Увеличивать)** – ищите, как можно видоизменить и улучшить существующие идеи или процессы, как можно поменять их интенсивность или значимость.

**Put to other uses (Найти другое применение)** – подумайте, для каких еще целей можно применить вашу идею.

**Eliminate (Устранить)** – упрощайте проблему, разделяйте ее на части и отбрасывайте то, чем можно пожертвовать.

**Rearrange (Переставлять, изменять порядок)** – что будет, если нарушить последовательность в вашей задаче? Перевернуть ее с ног на голову или перетасовать ключевые блоки?



## 6. Обратный мозговой штурм

---



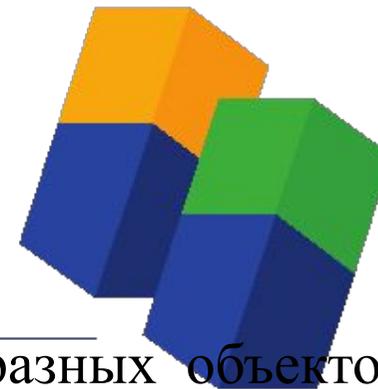
Ломать – не строить. Именно эта банальная мысль легла в основу метода. Суть его состоит в том, что вы ищете идеи не как решить данную проблему, а как вызвать ее, и что можно сделать, чтобы достичь не нужного эффекта. Это позволяет раскрепостить мозг, сделать процесс мозгового штурма более легким и приятным.

Как это делается?

Сформулируйте проблему, а затем переверните ее. Скажем, вам нужно повысить продажи какого-то конкретного продукта. Следовательно, вы должны думать над тем, как свести их до минимума. После того, как вы проведете мозговой штурм, вам потребуется вновь перевернуть эти идеи, чтобы извлечь из них пользу.



# 7. Метод фокальных объектов



В методе Чарльза Вайтинга объединяются признаки разных объектов в одном предмете. Случайность и ассоциативное мышление – две вещи, которые удивительно часто сопровождают великие открытия и великие идеи. Метод фокальных (или случайных) объектов основан на этих двух явлениях. Он заключается в мысленном переносе характеристик произвольно выбранных объектов на предмет рассмотрения.

Как это делается?

Выберите конкретный объект (он и будет называться фокальным), который необходимо улучшить (например, внешний аккумулятор – Powerbank).

Произвольно выберите несколько предметов (яблоко, корабль, Яндекс, коробка).

Опишите свойства каждого предмета (например, яблоко – натуральное, сочное; корабль – военный, подводный; Яндекс – всезнающий; коробка – картонная, деревянная);

Переносите свойства на фокальный объект, включайте ассоциативное мышление и выбирайте самые сильные варианты (натуральный – можно сделать стильный корпус из дерева, военный, подводный – можно сделать его водонепроницаемым и противоударным, всезнающий – можно добавить удобный индикатор заряда).

# 8. Метод морфологического ящика (морфологического анализа)



Предложен Фрицем Цвики. Он построен на разбиении объекта на составные элементы, для которых указываются различные варианты исполнения. Все это заносится в таблицу, а затем проводится поиск новых комбинаций, которые подчас рождают совершенно неожиданные идеи.

Как это делается?

Выберите предмет (процесс), с которым вы будете работать.

Разбейте его на ключевые элементы.

Придумайте как можно больше различных вариантов для каждого элемента.

Запишите все это в матричную таблицу.

Ищите в таблице новые комбинации элементов и их вариантов, чтобы создать нечто новое.



# 9. «Автобус, кровать, ванна»



Это достаточно нестандартный метод генерирования идей, по сравнению с вышеописанными. Возможно, вы и сами замечали, что многие хорошие идеи приходят в самые неожиданные моменты – в душе или во время поездки на работу. Это связано с тем, что загрузив в свой мозг некую проблему, вы со временем невольно отвлекаетесь от обдумывания. Но ваше подсознание продолжает работать – и в какой-то момент выдает то, что называется озарением.

Как это делается?

Определите проблему и проработайте над ней любым из вышеприведенных методов. Постарайтесь как можно глубже погрузиться в нее, изучите косвенно связанные с нею вопросы. Оставьте проблему на некоторое время. Просто смените род деятельности – погуляйте, послушайте музыку и т.д. В конце концов, поспите.

Ждите озарения.

Если предыдущий пункт оказался неудачным – попробуйте снова поработать классическими методами. Вы будете смотреть на проблему уже более свежим взглядом. Вариацией этого метода является шоковая терапия. На 2-м этапе вы должны кардинально сменить привычный распорядок – например, отправиться в небольшое путешествие или пробежать полумарафон.



# 10. Метод Уолта

## Диснея



Уж если кто разбирается в творческом мышлении, так это Уолт Дисней, который создал одну из крупнейших кинокомпаний мира. Чем-то его метод напоминает шесть шляп мышления: вам тоже потребуется примерить на себя разные роли, чтобы выйти за рамки.

Как это делается?

Посмотрите на проблему с трех разных точек зрения. Последовательно перевоплощайтесь в каждую из ролей:

**Мечтатель** – придумывайте самые безумные идеи и не ограничивайте себя ни в чем. Подумайте, каким могло бы быть идеальное решение идеальными методами.

**Реалист** – в этой роли вы рассматриваете замыслы Мечтателя с точки зрения текущих возможностей. Как можно воплотить идею в неидеальном мире. Ищите конкретные пути, возможности реализации которых уверены.

**Критик** – пришло время искать все изъяны в вашем плане.

Анализируйте свои идеи, выявляйте слабые места и ошибки

# 11. Метод Дельфи



Метод Дельфи представляет собой метод экспертного оценивания, основными его особенностями являются анонимность, многоуровневость и заочность. Базовой предпосылкой служит идея о том, что если должным образом произвести обобщение и обработку индивидуальных оценок экспертов по поводу конкретной ситуации, можно получить общее мнение, которое будет обладать максимальной степенью надёжности и достоверности. Смысл же метода состоит в том, чтобы при помощи комплекса определённых действий, таких как [МОЗГОВЫЕ ШТУРМЫ](#), [ИНТЕРВЬЮ](#) и опросы, найти способ определения верного решения.



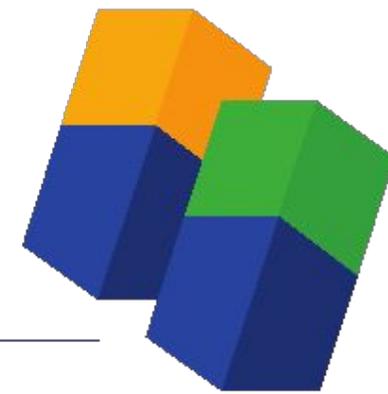


## 12. Непрямые стратегии

Этот метод придумали Брайан Эно и Питер Шмидт. Для этого метода нужна колода карт с командами, например, «дай волю злости», «укради решение» и др. Человек вытаскивает карты и следует указаниям.



# 13. Расшифровка



Для этого необходимо взять непонятную надпись на иностранном языке, например иероглифы. У человека, разгадывающего надпись, в этот момент могут рождаться в голове самые разные ассоциации.



## 14. Ловушка для идей



В этом методе необходимо фиксировать абсолютно все идеи, можно их записывать на диктофон или в тетрадь. А потом при случае возвращаться к ним.



# 15. Техника квоты идей



Метод основан на утверждении, что человек всегда недооценивает свои возможности. Скажем, если вы считаете, что можете отжаться 30 раз, то на самом деле вы способны как минимум на 35. Устанавливая рамки, мы стимулируем мозг искать выход из положения, тем самым улучшая свои показатели. Эту технику лучше всего использовать в комбинации с другими методами.

Как это делается?

Установите для себя минимальное количество идей, которые вы бы хотели придумывать ежедневно (например, 5 за день).

Каждый день выполняйте свой план.

Если чувствуете, что способны на большее – не останавливайтесь, продолжайте генерировать идеи.

Со временем повышайте планку.



# 16. Кроссенс



*– мотивирующая к творческой работе и раскрепощающая фантазию игровая технология.*

Сценарий проведения кроссенс-игры:

Доска делится на две равные части. В первом столбике пишем «Случайные слова». Названные слова фиксируются на доске в произвольном порядке.

Во второй колонке объединить по два слова из «Случайных слов» в бизнес-идею. Например, лед + молоко = ледяное молоко или молочный лед; банан + брезент = парник для бананов, кот + кофе = кафе для домашних животных и т.п.

**Затем выбираются лучшие идеи.**

Такую же творческую разминку можно провести среди групп учеников. В этом случае после того, как «случайные слова» на доске записаны, ученики разбиваются на группы. Каждая группа после короткого мозгового штурма должна придумать и озвучить ту бизнес-идею, которую она считает наиболее удачной. После этого весь класс выбирает лучшую бизнес-идею с помощью голосования по следующим правилам: команда не может голосовать за свою идею, каждый студент может голосовать любое количество раз, результаты голосования фиксируются на доске.



# Способы оценки бизнес-идеи



1. «Продажа» идеи друзьям и знакомым: «правило 10/8/5». Расскажите идею 10 друзьям или знакомым. Если 8 из них поддержат ее, то идея стоящая и ее надо развивать. Если вашу идею поддержали менее 5 человек, о ней лучше забыть. От 5 до 8 человек поддержали – дорабатывайте и снова тестируйте.  
Это правило можно модифицировать в проценты «100%/80%/50%» по аналогии критериев.
2. Оценка эксперта. Важно найти хорошего эксперта – это еще одна задача.
3. Проверка спроса через поисковые системы и соц.сети: с помощью сервисов по проверке частоты запросов можно оценить востребованность товара\услуги.



# Способы оценки бизнес-идеи



4. Метод “**6F**” – в основе 6 слов на английском языке:

**Fast (быстро, скоро)** - чем быстрее реализуется бизнес-идея, тем значительнее шансы на ее успешность;

**Fine (ясный, понятный)** – идея должна быть интуитивно ясной не только ее автору, но и потенциальным покупателям;

**Free (бесплатно, свободно)** - предлагается бесплатный продукт для привлечения внимания клиентов;

**Fusion (слияние, коалиция)** - какую группу потребителей будет объединять бизнес-идея;

**Facility (возможности, удобства)** - возможности клиента от покупки нового продукта или услуги;

**Factory (фабричный, фабрика)** - возможность промышленного производства новых продуктов или услуг.



# Метод оценки бизнес-идеи с помощью теста



Как правило, каждая бизнес-идея имеет свою весомость различных факторов оценки, порой довольно сильно отличающихся. Например, для производственных бизнесов одним из самых решающих факторов будет именно фактор реальности производства продукта, стоимости его производства, а для продающего бизнеса этот фактор не имеет практического значения. Поэтому для теста выбирают общие, наиболее характерные факторы оценки. Проще всего тест представлять в виде таблицы



# Бизнес - план



Идея  
действие  
результат  
прибыль





worldskills  
Russia

**Генерируйте  
идеи и  
воплощайте их  
в бизнес**