

ГЕНЕРИРУЙ БИЗНЕС- ИДЕЮ





**ГЕНЕРИРУЙ
БИЗНЕС-ИДЕЮ**

**ГЕНЕРИРУЙ
БИЗНЕС-ИДЕЮ**

Группа технической поддержки по вопросам достойного труда и
Бюро МОТ для стран Восточной Европы и Центральной Азии

© Международная организация труда, 2017

Первое издание 2017 год

Публикации Международного бюро труда охраняются авторским правом в соответствии с Протоколом 2 Всемирной конвенции об авторском праве. Тем не менее краткие выдержки из них могут воспроизводиться без получения разрешения при условии указания источника. Для получения прав на воспроизведение или перевод следует обращаться по адресу: ILO Publications (Rights and Licensing), International Labour Office, CH-1211 Geneva 22, Switzerland, либо по электронной почте: rights@ilo.org. Международное бюро труда приветствует такие обращения.

Библиотеки, учреждения и другие пользователи, зарегистрированные в организациях интеллектуальной собственности, могут делать копии согласно лицензиям, выданным им для этой цели. Для того, чтобы найти организации интеллектуальной собственности в вашей стране, посетите сайт www.ifrro.org.

ISBN: 978-92-2-428407-6 (print); 978-92-2-428408-3 (web pdf)

Также издано на английском языке: *Generate your business idea*.

ISBN: 9789221287575; 9789221287582 (web pdf)

Названия, соответствующие практике, принятой в Организации Объединенных Наций, и изложение материала в настоящей публикации не являются выражением какого-либо мнения Международного бюро труда ни о правовом статусе какой-либо страны, района или территории или их властей, ни о делимитации их границ.

Ответственность за выраженные в подписных статьях, исследованиях и прочих произведениях мнения лежит исключительно на их авторах, и факт публикации не означает, что Международное бюро труда поддерживает излагаемые мнения.

Упоминание названий фирм, коммерческих изделий и процессов не означает их одобрения Международным бюро труда, как и отсутствие упоминания конкретной фирмы, коммерческого изделия или процесса не свидетельствует об их неодобрении.

Для получения полной информации посетите наш вебсайт: www.ilo.org/publns.

Отпечатано в России

О программе «Начни и совершенствуй свой бизнес» (НССБ)

«Начни и совершенствуй свой бизнес» (НССБ) – программа обучения ведению бизнеса, разработанная Международной организацией труда (МОТ). Упор в ней делается на запуск и последующее совершенствование малого бизнеса как инструмента создания большего количества рабочих мест лучшего качества для женщин и мужчин, в частности в странах с формирующимся рынком. НССБ, осуществляемая более чем в 100 странах, – одна из крупнейших в мире программ в этой области.

В программу входят четыре взаимосвязанных учебных курса – «Генерируй бизнес-идею» (ГБИ), «Начни свой бизнес» (НСБ), «Совершенствуй свой бизнес» (ССБ) и «Развивай свой бизнес» (РСБ).

При реализации программы МОТ использует трехуровневую структуру, куда входят мастер-тренеры, тренеры и конечные бенефициары – потенциальные или действующие предприниматели. Лицензированные МОТ мастер-тренеры отвечают за подготовку тренеров с тем, чтобы те могли эффективно вести обучение по программе НССБ. Тренеры в свою очередь обучают предпринимателей по учебным курсам НССБ. МОТ при этом играет основную роль в выявлении и распространении передовых методик, проведении обучающих мероприятий и мониторинге, осуществляя контроль качества и предоставляя технические консультации по вопросам реализации программы НССБ.

О курсе «Генерируй бизнес-идею» (ГБИ)

«Генерируй бизнес-идею» (ГБИ) – учебная программа, предназначенная для тех, кто хочет начать собственное дело, но не уверен в том, какую бизнес-идею реализовать. ГБИ помогает потенциальным предпринимателям сформулировать различные бизнес-идеи, проанализировать их и выбрать наиболее перспективную. ГБИ служит дополнением к учебной программе МОТ «Начни свой бизнес» (НСБ), поскольку потенциальным предпринимателям необходимо четко представлять себе идею бизнеса, который они намерены начать.

Примерная продолжительность учебного курса ГБИ – два-три дня. При обучении используется активная, построенная на решении конкретных проблем учебная методика, основанная на анализе потенциала, пожеланий и потребностей каждого предпринимателя с использованием таких приемов, как конкретные примеры и графические иллюстрации.

От авторов

Руководство «Генерируй бизнес-идею» – результат коллективных усилий, отражающий опыт и знания, накопленные почти за три десятилетия реализации программы. Трудно, в частности, переоценить вклад в его создание мастер-тренеров и тренеров НССБ, которые все эти годы тестировали, разрабатывали и осуществляли программу в разных странах. Публикация руководства стала возможной и благодаря опыту, поддержке и конструктивным предложениям многих коллег из числа специалистов-практиков программы НССБ, консалтинговых фирм и МОТ.

В основу данного руководства легли материалы, первый комплект которых был подготовлен в 1998 году, а впоследствии переработан Фондом молодежного предпринимательства (ФМП) МОТ, где их написанием и пересмотром занимались Милена Майлмэн (Milena Mileman) и Сибонгиле Сибанда (Sibongile Sibanda). Краткие фрагменты и другие ценные материалы и идеи, использованные в изданиях ФМП, предоставили Джулиус Мутио (Julius Mutio), Марек Харсдорфф (Marek Harsdorff), Милан Дивеча (Milan Divecha), Намсифу Ньягабона (Namsifu Nyagabona), Майк Онеко (Mike Oneko), Дороти Катантази (Dorothy Katantazi) и Стивен Кьялибула (Stephen Kyalibulha).

В коллектив авторов издания 2015 года, переработавших первоначальный текст и написавших новые разделы, отражающие самые современные идеи в сфере развития предпринимательства и смежных областях, вошли Май Тхи Лан Хуонг (Mai Thi Lan Huong) и Пранати Мехта (Pranati Mehtha). Стилистическое редактирование выполнил Стив Реймонд (Steve Raymond).

Глубокой благодарности заслуживают старшие мастер-тренеры НССБ Диссу Зомаян (Dissou Zomahoun), Гемуну Виджесена (Gemunu Wijesena), Сибонгиле Сибанда (Sibongile Sibanda) и Вальтер Верхуве (Walter Verhoeve) за рецензию рукописи издания и рекомендации, основанные на их преподавательском опыте. Особая благодарность за вклад в содержание руководства – коллегам по МОТ Мареку Харсдорффу (Программа «зеленых» рабочих мест Департамента по деятельности предприятий), Юргену Менце (Jurgen Menze) и Эстебану Тромелю (Espan Tromel) из отдела по вопросам гендерного равенства и разнообразия, Юлии Фальдт (Julia Faldt) из отдела по вопросам ВИЧ/СПИД и сферы труда.

Краткие фрагменты, рекомендации и помощь в увязке содержания руководства с финансовыми вопросами были получены от Шерил Франкевич (Cheryl Frankiewicz) и Северин Дебо (Severine Deboos), технического эксперта подразделения социального финансирования Департамента по деятельности предприятий МОТ.

Глубокую признательность за рецензирование и техническую помощь необходимо выразить членам группы по вопросам глобальной координации НССБ, чье содействие в подготовке и доработке руководства трудно переоценить: Мертену Сиверсу (Merten Sievers), координатору по развитию производственно-сбытовых цепочек и услугам по развитию бизнеса, Еве Мажурин (Eva Majurin), руководителю группы по вопросам глобальной координации НССБ, в настоящее время – специалисту по вопросам развития предприятий (Южная Азия) и Токозиле Ньюман (Thokozile Newman).

Русское издание подготовлено под общим руководством Фрэди Гуайакана (Fredy Guayacan), специалиста по вопросам развития предприятий Группы технической поддержки по вопросам достойного труда и Бюро МОТ для стран Восточной Европы и Центральной Азии. Пересмотр и проверка русского текста пособия осуществлены Мариной Харченко, ассистентом по программным вопросам. Признательность за рецензирование и техническое содействие выражается мастер-тренеру НССБ Нигине Асоровой.

Выход в свет данного издания осуществлен при поддержке проекта технического сотрудничества «Партнерства в сфере занятости молодежи в Содружестве Независимых Государств», реализуемого Бюро Международной организации труда для стран Восточной Европы и Центральной Азии.

Содержание

ВВЕДЕНИЕ	i
1. О чем это руководство?	i
2. Кому адресовано руководство?	i
3. Цели руководства	i
4. Как пользоваться руководством?	i
 ЧАСТЬ I. ВЫ В РОЛИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ	 1
1. Есть ли у вас то, что требуется предпринимателю?	1
2. Какой вид и сфера бизнеса вам больше подходят?	4
2.1. Сфера бизнеса	6
2.2. Вид бизнеса	6
2.3. Выберите для себя сферу и вид бизнеса	7
3. Как развить ваши предпринимательские способности и навыки?	8
 ЧАСТЬ II. РЫНОК, КОТОРЫЙ ВАС ЖДЕТ	 11
1. Ваша бизнес-идея	11
2. Что входит в понятие бизнес-идеи?	13
2.1. Какие потребности клиентов сможет удовлетворить ваше предприятие?	13
2.2. Какие товары и услуги будет продавать ваше предприятие?	15
2.3. Кому будет продавать товары и услуги ваше предприятие?	17
2.4. Каким образом будет продавать товары и услуги ваше предприятие?	18
2.5. Насколько ваш бизнес будет зависеть от окружающей среды и каким образом он будет на нее воздействовать?	19
 ЧАСТЬ III. СПИСОК ВАШИХ БИЗНЕС-ИДЕЙ	 23
1. История Мирлана	23
2. Как составить собственный список бизнес-идей?	25

3. Обратитесь к опыту владельцев успешных предприятий	26
4. Используйте имеющийся опыт	31
4.1. Ваш собственный опыт	31
4.2. Опыт других людей	31
5. Исследуйте местную деловую среду	33
6. Анализ окружающей обстановки	37
6.1. Природные ресурсы	37
6.2. Характерные черты и навыки местных жителей	38
6.3. Отходы	39
6.4. Импортозамещение	40
6.5. Публикации	40
6.6. Ярмарки и выставки	41
7. Мозговой штурм	43
8. Структурированный мозговой штурм	44
9. Список ваших идей	47
 ЧАСТЬ IV. ЛУЧШИЕ БИЗНЕС-ИДЕИ ДЛЯ ВАС	 49
1. Отсортируйте свой список идей	49
2. Исследование рынка	53
2.1. Как проводить беседы	53
2.2. С кем говорить?	53
3. SWOT-анализ	55
3.1. Внутренние факторы	55
3.2. Внешние факторы	56
 ЧАСТЬ V. ВАША СОБСТВЕННАЯ БИЗНЕС-ИДЕЯ	 61

ВВЕДЕНИЕ

1. О чем это руководство?

В руководстве по программе «Генерируй бизнес-идею» (ГБИ) говорится об основных требованиях, которым должен отвечать предприниматель, о способностях, которыми он должен обладать и о том, каким образом у него или у нее может возникнуть удачная бизнес-идея.

2. Кому адресовано руководство?

Данное руководство может быть полезным любому потенциальному предпринимателю, желающему начать свое дело, но не уверенному в том, какая бизнес-идея должна лечь в его основу.

3. Цели руководства

По завершении изучения данного руководства вы должны уметь:

- оценить, удовлетворяете ли вы основным требованиям, которым должен отвечать успешный предприниматель;
- четко изложить любую пришедшую вам в голову бизнес-идею;
- определить потенциальные источники бизнес-идей и составить перечень таких идей;
- составить окончательный список идей и выбрать из них лучшую, на основе которой вы и будете строить свой бизнес.

4. Как пользоваться руководством?

В настоящем руководстве вы найдете:

- **истории разных предприятий.** Сравните предложенные в пособии примеры с вашим собственным и используйте их для повышения производительности и прибыльности вашего предприятия.
- **практические задания.** В середине каждой части приводятся практические упражнения, которые помогут вам заранее продумать концепцию вашего будущего бизнеса и то, как воплотить ее в жизнь.
- **оценочные тесты.** Отвечая на поставленные в тестах вопросы, вы сможете оценить свои способности и готовность к занятию бизнесом.
- **Планы действий.** Заполните и используйте планы действий, приведенные в конце некоторых разделов. Это поможет вам использовать полученные знания на практике.

В руководстве используется несколько значков, которые помогут Вам сориентироваться в ходе занятий. Ниже приводятся примеры таких значков и их расшифровка.



Этот значок говорит о том, что вам необходимо выполнить практическое задание или ответить на вопросы.



Этот значок говорит о том, что вам необходимо пройти тест, чтобы оценить, насколько вы способны и готовы заняться бизнесом.



Этот значок указывает на то, где найти дополнительную информацию или что сделать.

ВЫ В РОЛИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ

Чувствуете воодушевление при мысли о том, чтобы владеть и управлять собственным делом? Да, звучит это соблазнительно, но роль предпринимателя – это еще и множество обязанностей и проблем!

Прежде всего вам надо понять, способны ли вы управлять собственным делом. Для того, чтобы вы могли успешно расти как предприниматель, необходимо сочетание благоприятных обстоятельств с рядом личных качеств и навыков. А для того чтобы добиться бесспорного успеха в том бизнесе, который вы выбрали, вам потребуются предметные знания и опыт в соответствующей сфере.

Перед вами два теста, которые следует пройти, прежде чем заняться бизнесом. Первый призван определить, располагаете ли вы необходимыми способностями для того, чтобы стать предпринимателем. Второй поможет выбрать подходящие для вас вид и сферу бизнеса.

1. Есть ли у вас то, что требуется предпринимателю?

ТЕСТ



Этот тест поможет выяснить, отвечаете ли вы основным требованиям, которым должен соответствовать предприниматель. Отвечая на вопросы, будьте искренни.

Обдумайте каждую из характеристик, представленных в виде вопросов. Если на вопросы, связанные с той или иной характеристикой, вы ответили «ДА», считайте ее вашей сильной стороной. Если на большинство вопросов вы ответили «НЕТ» или если вы не уверены, как именно на них ответить, это может означать, что Вам надо поработать над теми или иными качествами, прежде чем открывать свое дело.

ЛИЧНЫЕ КАЧЕСТВА,
НАВЫКИ, ОБСТОЯТЕЛЬСТВА

В ЧЕМ ВЫ
СИЛЬНЫ

НАД ЧЕМ
НАДО
ПОРАБОТАТЬ

Энтузиазм

Увлекает ли вас мысль о том, чтобы управлять собственным бизнесом? Действительно ли это существенно и важно для вас, вашей семьи и вашего окружения? Воодушевляет ли вас цель добиться успеха в бизнесе и считаете ли вы ее одной из самых важных в вашей жизни?

☐☐

Целеустремленность

Способны ли вы видеть общую картину и ставить перед своим предприятием четкие цели? Готовы ли вы приложить все усилия для их достижения?

☐☐

Принятие решений

При возникновении сложной ситуации способны ли вы сохранять спокойствие, находить нужную информацию и принимать важные решения, не откладывая их и не перекладывая проблему на кого-то другого?

☐☐

Умение брать на себя риски

Беспроектных бизнес-идей не существует. Всегда есть риск потерпеть неудачу. Создаете ли вы существующие риски и допускаете ли, что ваш бизнес может провалиться? Собрали ли вы достаточно информации, чтобы достоверно оценить, насколько сильно вы рискуете?

☐☐

Стрессоустойчивость

Необходимость принимать трудные решения, иметь дело с различными участниками бизнеса и работать допоздна чревато для предпринимателей сильным стрессом. Способны ли вы сохранять позитивный настрой в условиях давления? Умеете ли извлекать пользу даже из сложных ситуаций?

☐☐

Поддержка окружающих

Занятие бизнесом будет отнимать у вас много времени и сил. Можете ли вы рассчитывать на должную поддержку со стороны родных, друзей, других предпринимателей?

☐☐

Финансовое положение

Для запуска вашего бизнеса важен доступ к финансовым ресурсам. Есть ли у вас сбережения, чтобы начать свое дело? Есть ли родные или друзья, готовые ссудить вам деньги? Состоите ли вы в клиентских или кредитных отношениях с каким-либо финансовым учреждением, предоставляющим займы на открытие бизнеса?

☐☐

Навыки ведения бизнеса

Навыки ведения бизнеса означают способность эффективно управлять своим делом. Считаете ли вы себя специалистом в той или иной области ведения бизнеса – например, в маркетинге, сбыте, расчете затрат, мотивации персонала и т.д.?

☐☐

Обязательства перед местным сообществом

Предприниматели играют заметную роль в развитии сообществ, к которым принадлежат. Создаете ли вы это? Готовы ли принять обязательства, связанные с социальным развитием вашего сообщества в целом?

☐☐

Пункты,
в которых вы
сильны

Пункты, над
которыми надо
поработать

Подсчитайте отмеченные вами сильные стороны и моменты, над которыми надо поработать. Результаты укажите здесь.

☐☐

**ПРАКТИЧЕСКОЕ
ЗАДАНИЕ 1**

Просмотрите пройденный вами тест и определите, какие из пунктов, над которыми вам необходимо поработать и в которых прибавить, наиболее важны для вашего успеха в бизнесе. Отметьте их в этой таблице:

Важнейшие моменты, над которыми необходимо поработать:
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

2. Какой вид и сфера бизнеса вам больше подходят?

Если при выборе бизнеса вы будете исходить из своего опыта работы, технических навыков, знания деловой практики, увлечений, социальных связей, семейных обстоятельств и т.д., это повысит ваши шансы на успех.

Перед вами несколько примеров.



Руслан много лет работает в службе курьерской доставки. Он узнал, как вести бизнес в области курьерских услуг, как развивать соответствующую структуру. Руслан подумывает открыть собственную фирму курьерской доставки, которая обслуживала бы клиентов не только у него на родине, но и в соседних странах.

Мария выросла в семье фермера. Ее родители выращивают сезонные овощи и продают их местным розничным предприятиям. Мария окончила сельскохозяйственный колледж. Она знакома с различными методами выращивания культур и увлечена идеей наладить у себя в районе производство, сбыт и потребление органических продуктов. Мария решила выращивать на родительской ферме экологически чистые овощи и продавать через ту же розничную сеть, что и они.



Вера обожает моду. Когда училась в столице, Вера ходила по магазинам и однажды обнаружила место, где можно было недорого купить импортные одежду и аксессуары. Теперь, вернувшись в родной город, она решила заняться закупкой модных изделий из того же источника и их перепродажей в местные бутики.

Роман несколько лет проработал в фирме стройматериалов. Он отлично знаком со всеми марками и разбирается в качестве стройматериалов. В прошлом году, занявшись ремонтом дома, он обнаружил, что у него в районе нет ни одного магазина, где можно купить то, что ему было нужно. Роман решил открыть возле дома свой магазин, торгующий всеми основными видами стройматериалов – такими, как цемент, кирпич, плитка, песок, краска и т.д. Ему нравится знакомиться с людьми и помогать им советом по части выбора стройматериалов.



В приведенной ниже таблице отражено, каким образом люди, о которых здесь рассказано, выбрали для себя вид и сферу бизнеса:

Сфера бизнеса	Сельское хозяйство	МАРИЯ: овощеводческое хозяйство			
	Строительство				РОМАН: магазин стройматериалов
	Транспорт		РУСЛАН: служба курьерской доставки		
	Швейные изделия			ВЕРА: оптовый магазин одежды	
	 (и многое другое)				
		Производство	Услуги	Оптовая торговля	Розничная торговля
Вид бизнеса					

В следующем разделе мы подробнее расскажем о существующих сферах и видах бизнеса, а также о том, как из них выбрать наиболее подходящие для вас.

2.1. Сфера бизнеса

Под сферой бизнеса понимается его отраслевая принадлежность: сельское хозяйство, рыболовство, пищевая, швейная, мебельная промышленность, строительство, индустрия красоты, производство канцтоваров и т.д. Выбрать ту или иную сферу бизнеса вас зачастую побуждают талант, семейные обстоятельства, опыт, увлечения и интересы. Выбирать сферу бизнеса, которой вы намерены заниматься, следует также в соответствии с вашими знаниями, навыками и положением.

2.2. Вид бизнеса

Выбранный вами вид бизнеса определит, каким именно образом вы будете внедряться в выбранную вами сферу бизнеса. Как правило, подходящий вид бизнеса вы выбираете, исходя из своих личных качеств и имеющихся у вас связей.

Существует четыре основных вида бизнеса.

- **Производство**

Товаропроизводители – предприятия, которые используют сырье (например, кожу, отходы, древесину, ткани, металл), чтобы изготовить из него новую или отличающуюся от исходной продукцию. Примеры товаропроизводителей – сапожники, портные, мебельщики, производители бумажных изделий или сельскохозяйственного инвентаря. Если вы знаете, как изготовить товар, который будет пользоваться спросом и представлять ценность для потребителей, вам, вероятно, стоит заняться производством.

- **Сфера услуг**

Поставщики услуг – люди, чьи предприятия оказывают определенные услуги, такие как перевозки, туристические поездки, парикмахерские услуги, банковское обслуживание, доставка, строительные, ремонтные и малярные услуги, уборка, патронаж и т.д. Если вам нравится работать с людьми и помогать им удовлетворять конкретные потребности, возможно, ваш конек – оказание услуг.

- **Оптовая торговля**

Оптовые торговцы – предприятия, которые покупают у производителей крупные партии тех или иных товаров и перепродают их розничным торговым точкам, а те, в свою очередь, отдельным потребителям. Если у вас есть связи с предприятиями, которые производят и продают оптом свою продукцию, и если вы умеете налаживать отношения с розничными торговцами, вам может подойти роль оптового торговца.

- **Розничная торговля**

Розничные торговые предприятия приобретают готовые товары у оптовых торговцев или поставщиков, чтобы перепродать их с выгодой. Примеры розничных торговых предприятий – магазины, торгующие продуктами питания, бытовой техникой, одеждой, канцелярскими товарами, компьютерами, мобильными телефонами и т.д. Если вам нравится знакомиться с разными людьми и у вас есть место, где вы сможете разместить магазин, то розничная торговля, возможно, хороший выбор для Вас.

2.3. Выберите для себя сферу и вид бизнеса

ТЕСТ



Этот тест поможет вам определить сферу и вид бизнеса, на котором стоит остановить выбор. Заполняя его, будьте искренни.

1. Мои интересы. Мне нравится заниматься следующим (укажите, в том числе и ваши хобби):	Возможные сферы бизнеса:
2. Мой опыт. Я работал в следующих сферах бизнеса или изучал их (перечислите места работы, учебы и иные источники профессионального опыта):	
3. Мои деловые связи. Мои знакомые, родственники, друзья, которые занимаются бизнесом и могут поделиться со мной информацией, дать совет или оказать поддержку (укажите их должности или положение):	Возможные виды бизнеса:
4. Я предпочитаю: • работать в большом коллективе/работать в одиночку; • быть в движении и работать на воздухе/весь день проводить в офисе; • заниматься физическим трудом/заниматься трудом, творческого характера/заниматься трудом, требующим логического мышления; • осуществлять техническую поддержку/общаться с людьми и заботиться о них.	

Помните, что этот тест может помочь вам выбрать сферу и вид бизнеса, которые вам больше всего подходят. Вы всегда можете вернуться к тесту, заново обдумать сделанный выбор и принять иное решение.

3. Как развить ваши предпринимательские способности и навыки?

Как быть, если у вас не хватает необходимых качеств и навыков, чтобы стать предпринимателем, или если сделать это не позволяет ваше нынешнее положение? Просмотрите еще раз характеристики, которые вы оценивали с помощью приведенных выше тестов, и выявите те из них, где улучшить ситуацию и развить имеющиеся возможности жизненно важно для того, чтобы начать свой бизнес и преуспеть. Способов повысить ваши предпринимательские способности немало. Вы, например, можете:

- перенять знания у людей, уже имеющих собственное дело, особенно в той сфере и том виде бизнеса, которые вы для себя выбрали;
- пройти обучение;
- устроиться в качестве помощника или ученика на успешное предприятие, работающее в интересующих вас сфере и виде бизнеса;
- прочитать о предприятиях, работающих в вашей сфере и виде бизнеса, в газетах и профильных изданиях – либо в интернете, либо в библиотеках: это поможет вам задуматься о проблемах, с которыми сталкиваются такие предприятия, и о том, как их решать;
- вступить в местную ассоциацию малого и среднего бизнеса и участвовать в форумах по этой тематике;
- начать ежедневно или еженедельно понемногу откладывать деньги на финансирование вашего нового бизнеса;
- развить в себе следующие навыки и установки, прибегая к ним в повседневной жизни:
 - стройте планы на будущее – это поможет повысить мотивацию и самоотдачу;
 - когда что-то идет не так, анализируйте произошедшее и старайтесь лучше учиться на своих ошибках;
 - умейте признавать проблемы, оценивать их возможные решения и идти на риск;
 - будьте более восприимчивы к новым идеям и взглядам других людей.

Возможно, вместо того чтобы запускать бизнес в одиночку, вам стоит подумать о том, чтобы найти партнера, чьи способности и навыки дополняли бы ваши. Помимо прочего, партнер может привлечь финансовые ресурсы, выступить поручителем или поделиться связями с поставщиками финансовых услуг в случае, если вашему предприятию потребуется заем.

Многие успешные предприниматели не имели большого опыта или практики в той сфере или виде бизнеса, которым занимаются, пока не основали свои предприятия. Здесь важно понять, какие моменты требуют улучшения, и выработать соответствующий план действий, прежде чем эти недочеты негативно скажутся на вашем бизнесе. Составьте такой план действий, заполнив таблицу на следующей странице: это поможет вам определить, каким образом вы собираетесь улучшить свои знания, навыки и состояние дел.

ПРАКТИЧЕСКОЕ
ЗАДАНИЕ 2



ПЛАН ДЕЙСТВИЙ		
Что требует улучшения?	Что я сделаю для улучшения?	Когда?



РЫНОК, КОТОРЫЙ ВАС ЖДЕТ

1. Ваша бизнес-идея

История Елены

Елена – владелица маленькой фермы, ее муж работает на шахте неподалеку. Но хотя у обоих есть работа, их заработков не хватает на оплату учебы детей.



Елена решила попробовать открыть собственное дело – разводить кур на продажу. Как это делать, она знала, а на то, чтобы запустить предприятие, ее дядя одолжил племяннице 30 000 рублей. Но прежде чем она купила первых цыплят, кто-то рассказал ей о том, что на рынке не хватает подсолнечного масла, на него резко подскочил спрос, торговцы обивают пороги местных фермеров и просят заняться его производством. Решив, что на отжиге масла из семян подсолнечника она заработает гораздо больше, чем на курах, Елена сменила бизнес-идею и занялась производством масла.

Елена никогда не занималась выращиванием подсолнечника в промышленном масштабе. Все деньги, взятые займы, она потратила на семена, удобрения и маслодавилное оборудование. Поскольку большую часть семейного участка она заняла под подсолнечник, земли под кукурузу и овощи для домашнего стола стало меньше.

Из-за контакта с химикатами, входящими в состав удобрений, у Елены начали болеть дети. Ей пришлось покупать для семьи больше продуктов. Производство масла – дело трудоемкое и отнимающее много времени, поэтому Елена была вынуждена нанять помощника. Тем временем выращиванием подсолнечника занялись многие другие фермеры, и к тому времени, когда Елена изготовила первую партию масла на продажу, рынок этим продуктом уже насытился. Желающих закупить у нее масло так и не нашлось. Чтобы хотя бы частично покрыть убытки, ей пришлось продать масло местному



магазину по очень низкой цене. В итоге Елена почти ничего не заработала и взятые в долг деньги отдать не смогла.

Что не сработало в бизнес-идее Елены и почему?

Рассмотрим теперь другой пример.

История Гульмиры

Гульмира более пяти лет работала в швейном цеху фабрики одежды. Зарабатывала она мало, и ей часто приходилось трудиться сверхурочно. Однажды к Гульмине в гости приехала невестка и пожаловалась на то, что не может найти хорошей одежды для своей 12-летней дочери: то, что продается в магазинах, сшито либо на детей помладше, либо на взрослых. Проводив невестку, Гульмира решила сама обойти магазины одежды у себя в городе. Там среди покупательниц она увидела и девочек-подростков, но заметила, что количество и ассортимент вещей, подходящих для этой возрастной группы, ограничены. А ее, между прочим, уже посещала мысль о том, чтобы уйти с работы и открыть собственное дело.



Итак, Гульмира решила моделировать красивые платья и другую одежду для девочек подросткового возраста. Она нарисовала несколько моделей одежды, которые должны были понравиться этой категории покупательниц, и отправилась в местные магазины, чтобы поинтересоваться у их владельцев, готовы ли те покупать такие платья, сколько именно и по каким расценкам. Владелец магазинов, судя по всему, ее модели понравились, и они обещали выставить их в своих заведениях. Тогда Гульмира купила на свои сбере-

жения швейную машинку и тканей на первую партию товара. Работать она стала по вечерам, вернувшись со смены на швейной фабрике. Все сшитые ею платья разошлись очень успешно, и владельцы магазинов выразили готовность платить ей наличными сразу по получении товара. После этого Гульмира решила уволиться с фабрики и сосредоточиться на собственном бизнесе. Шесть месяцев спустя она начала получать регулярные заказы от магазинов. Теперь она планирует купить еще одну швейную машинку и нанять в ателье одну из своих подруг.

Почему Гульмира добилась успеха в своем бизнесе? Что именно она сделала для того, чтобы бизнес оказался успешным?

Открыть свой бизнес – дело непростое, требующее немалых усилий и тщательного планирования. И если вы выбрали не тот бизнес, эти усилия и израсходованные на запуск предприятия деньги могут оказаться потраченными впустую. Хороший бизнес начинается с тщательно продуманной бизнес-идеи.

2. Что входит в понятие бизнес-идеи?

Бизнес-идея – это краткое и четкое изложение основного вида деятельности предполагаемого предприятия. Прежде чем открыть свое дело, необходимо ясно представлять себе, какой именно бизнес вы хотите вести.

Ваша бизнес-идея должна вам подсказать ответы на нижеследующие вопросы.

- **Какие** потребности клиентов сможет удовлетворить ваше предприятие и какого рода клиентов оно привлечет?
- **Какими** товарами и услугами будет торговать ваше предприятие?
- **Кому** оно будет их продавать?
- **Каким образом** вы будете продавать товары и услуги?
- **Насколько** ваш бизнес будет зависеть от окружающей среды и каким образом он будет на нее воздействовать? Удачная бизнес-идея должна подразумевать рациональное использование природных ресурсов, бережное отношение к социальной и природной среде, от которой зависит бизнес.

2.1. Какие потребности клиентов сможет удовлетворить ваше предприятие?

Ваша бизнес-идея должна быть неизменно ориентирована на клиентов и их потребности.



Неплохой идеей могло бы стать создание детского сада в деловом районе – ведь он может понадобиться и многим другим родителям.



Хорошей идеей было бы организовать в этом районе уборку и переработку мусора. Такая услуга может потребоваться не только владельцу этого ресторана, но и многим из тех, кто здесь живет и работает.

Вспомним истории Елены и Гульмиры:



Елена взялась за производство подсолнечного масла, не выяснив следующих вещей:

- Есть ли спрос на масло?
- Кому оно требуется?
- Почему требуется именно подсолнечное, а не какое-либо другое растительное масло?

Таким образом, Елена не имела представления о том, насколько высоким будет спрос на подсолнечное масло. В результате ей не удалось обзавестись клиентами, поскольку к тому времени, когда она смогла предложить свой товар на продажу, спроса на него уже не было.



Поскольку Гульмира изучила рынок, она знала, что у нее в районе у девочек младше 12 лет и подросткового возраста не было большого выбора одежды, смоделированной специально для этой категории, и им приходилось носить вещи, сшитые либо на детей младшего возраста, либо на взрослых. Цель Гульмиры – восполнить нехватку модных вещей, подходящих для этой возрастной категории.

2.2. Какие товары и услуги будет продавать ваше предприятие?

В зависимости от ваших навыков и потребностей клиентов выберите, какими товарами или услугами будет торговать ваше предприятие. Не забудьте, что это должны быть товары или услуги, за которые люди готовы платить, причем такую цену, которая позволит вам остаться с прибылью.

Товар – это изделие, за который люди платят, чтобы его использовать. Вы можете изготовить его сами или купить для перепродажи. Инструменты, выпечка, одежда, другие розничные товары – все это изделия.



Изготовление и продажа женской одежды



Производство и розлив соевого молока на продажу



Изготовление и продажа домашней мебели



Изготовление и продажа светильников на солнечных батареях

Услуги – это то, что вы делаете для людей, получая с них за это оплату. Например, доставка товаров, банковское обслуживание, уход за детьми, ремонт изделий, вывоз подлежащих переработке отходов из жилых кварталов, организация туристических поездок и т.д. – все это услуги.



Служба доставки пиццы



Книжный магазин



Служба ремонта телефонов



Автомойка

Вспомним истории Елены и Гульмиры:



Елена занялась выращиванием подсолнечника и производством подсолнечного масла, не обладая для этого ни знаниями, ни опытом. Она не подозревала о проблемах, с которыми столкнется – та-

ких как токсичность удобрений или большие затраты времени на переработку. Никаких преимуществ, которые могли бы помочь ее бизнесу, у Елены не нашлось, а проблем оказалось слишком много, и в результате заработать на подсолнечном масле ей не удалось.



У Гульмиры имелся немалый опыт изготовления одежды, и она умела шить. Правда, ей не хватало опыта моделирования одежды, поэтому она проверила свою квалификацию, придумав несколько

моделей и показав их владельцам магазинов одежды. Свой бизнес она открыла только после того, как первая партия платьев была выставлена в магазинах и реализована.

2.3 Кому будет продавать товары и услуги ваше предприятие?

Успех любого бизнеса невозможен без клиентов. Следовательно, важнее всего для вас – знать, кто станет вашим клиентом. Будете ли вы продавать свои товары или услуги определенной категории клиентов или всем желающим в определенном районе? Людей, готовых и способных платить за ваши товары и услуги, должно быть достаточно много – иначе предприятию не выжить.



Вспомним истории Елены и Гульмиры:



Елена не имела понятия о том, кто мог бы стать конечным потребителем ее подсолнечного масла. Она просто сосредоточилась на его производстве, думая, что масло у нее станут покупать магазины.

Поэтому у нее не было представления о том, велик ли спрос на ее товар. Не знала Елена и о том, есть ли у нее конкуренты, намеренные обеспечивать те же потребности клиентов, что и она.



Гульмира знала, что ее клиентами станут местные девочки-подростки. Она изучила рынок, наблюдая за магазинами одежды и предполагаемыми клиентами, чтобы убедиться: потребность, которую она может удовлетворить, действительно существует. Ей также было известно, что конкурентов, уже занимающихся удовлетворением той же потребности, у нее нет.

Потребность, которую она может удовлетворить, действительно существует. Ей также было известно, что конкурентов, уже занимающихся удовлетворением той же потребности, у нее нет.

2.4. Каким образом будет продавать товары и услуги ваше предприятие?

Как вы собираетесь продавать ваши товары и услуги? Если вы планируете открыть магазин, значит, вы знаете, как будете продавать свою продукцию, но у производителей или поставщиков услуг способов продажи много. Производитель, например, может продавать продукцию либо напрямую потребителям, либо розничным торговцам, либо оптовикам.

Некоторые предприятия работают с потребителями напрямую:



Компания «Моя мебель» изготавливает наборы мягкой мебели и продает напрямую кафе «Мелодия»

Некоторые предприятия сбывают свою продукцию через розничные магазины:



Фирма «Рисовое поле» продает рис магазинам в шаговой доступности, куда люди ходят за покупками.

Вспомним истории Елены и Гульмиры:



У Елены не было плана, как именно реализовать свою продукцию. Изготовив масло, она просто начала обходить окрестные магазины, пытаясь его продать.



Гульмира с самого начала решила продавать свой товар через магазины одежды. Чтобы быть уверенной в том, что их владельцы возьмут ее продукцию на реализацию, она переговорила с ними еще до того, как начать свой бизнес.

2.5. Насколько ваш бизнес будет зависеть от окружающей среды и каким образом он будет на нее воздействовать?

В долгосрочном плане ваш бизнес может быть устойчивым лишь при условии, что он находится в гармонии с социальной и природной средой. Насколько ваше предприятие зависит от окружающей среды? Насколько для его работы важны погода, состояние почвы и других природных ресурсов? Требуется ли определенные специалисты из числа местных жителей? Требуется ли поддержка местного сообщества? Что вам необходимо сделать, чтобы деятельность вашего предприятия не причиняла вреда природной среде и приносила пользу местному сообществу? Поможет ли ваш бизнес сберечь природную среду или причинит ей ущерб? Каким образом вы сможете минимизировать или нейтрализовать любое негативное воздействие, которое может иметь ваш бизнес?





Вспомним истории Елены и Гульмиры:



Елена не знала о том, что в удобрениях, которыми она пользовалась, содержатся вредные химикаты. Если она не решит проблему пагубного воздействия ядовитых удобрений, ее бизнес долго не протянет. К тому же эта практика негативно скажется на здоровье ее детей.



Бизнес Гульмиры удовлетворил спрос местных жителей, недовольных тем, что у них не было достаточного выбора подходящей одежды для девочек-подростков. В этом преимущество ее предприятия, благодаря которому оно сможет расширяться и приносить прибыль.



ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ 3

Теперь, если у вас уже имеется бизнес-идея, опишите ее, ответив на вопросы анкеты:

Моя бизнес-идея состоит в следующем:

.....

.....

.....

Какие потребности будет удовлетворять мое предприятие?

.....

.....

.....

Какие товары или услуги я смогу поставлять?

.....

.....

.....

Кому я буду их продавать?

.....

.....

.....

Как я буду продавать товары или услуги?

.....

.....

.....

Насколько мой бизнес будет зависеть от окружающей среды и каким образом на нее воздействовать?

.....

.....

.....

Если на этом этапе вы не можете надлежащим образом изложить свою идею, ничего страшного. Во всяком случае, теперь вы знаете, какая информация нужна для оформления любой бизнес-идеи, которая пришла вам в голову. В следующих разделах мы поможем вам найти больше бизнес-идей, чтобы выбрать из них наиболее подходящую.



СПИСОК ВАШИХ БИЗНЕС-ИДЕЙ

1. История Мирлана

Мирлан пять лет отработал в компании, занимавшейся импортом газовых плит, а потом решил открыть собственное дело. Его тетя, владелица успешного магазина и пункта проката бытовой техники, предложила племяннику финансовое партнерство и обещала дать денег на первое время. Участвовать в деятельности его предприятия она не захотела, желая лишь получать долю прибыли, а управление полностью предоставила Мирлану.

Мирлан задумался о возможных бизнес-идеях.



Но вообще-то Мирлан всегда любил плести сумки и настенные ковры из войлока, и многим друзьям его изделия очень нравились. Поэтому первой ему в голову пришла мысль о том, чтобы делать и продавать туристам на сувениры сумки и ковры. Но, поговорив с владельцами нескольких окрестных магазинов, Мирлан узнал, что туристы – слишком редкие гости у него в районе, чтобы такой бизнес мог стать прибыльным.

Вот тогда Мирлан задумался о том, чтобы открыть магазин газовых плит – он ведь знал, где можно приобретать импортные плиты, и прекрасно разбирался в том, как они работают и в чем достоинства каждой модели. Предприняв небольшое маркетинговое исследование, он выяснил, что магазинов, торгующих газовыми плитами, в районе совсем мало, объем продаж у них невелик и существенно поднять его не удастся ни с помощью скидок, ни за счет разного рода рекламных акций. Мирлан пришел к выводу, что испытывать судьбу на столь жестком рынке не стоит.

Так пока и не выбрав бизнес-идею, Мирлан тем временем принялся помогать тете с переездом в новый дом. Арендовать фургон проблемы не составило, а вот людей, занимающихся услугами по переезду – упаковкой, погрузкой, разгрузкой – найти не удалось. Мирлану пришлось обратиться к друзьям с просьбой помочь ему упаковать и перенести мебель и другие тетины вещи. Они потратили целые выходные на



то, чтобы сначала найти упаковочные материалы, затем разобрать громоздкие предметы обстановки, упаковать их, погрузить в фургон, разгрузить на новом месте, распаковать и заново собрать. Мирлан удивился тому, что у него в районе не нашлось компании, занимающейся переездами, и понял, что это могло бы стать хорошей бизнес-идеей. Вот как Мирлан сформулировал свою идею после того, как изучил эту сферу бизнеса подробнее.

Моя бизнес-идея: упаковка и перевозка предметов домашней и офисной обстановки

- **Какие потребности сможет удовлетворить мое предприятие?** Все, с кем я говорил, соглашались с тем, что переезд из дома в дом или из офиса в офис отнимает массу сил и времени. Между тем компании, занимающейся упаковкой и переездом, у нас в районе нет. Значит, если я займусь предоставлением столь нужных услуг, моему предприятию будет обеспечен устойчивый спрос.
- **Какие товары или услуги я смогу поставлять?** Я собираюсь предложить клиентам полный пакет услуг по упаковке и перевозке предметов домашней и офисной обстановки. Опыта управления таким видом бизнеса у меня нет, но некоторый опыт погрузки-разгрузки, хранения и перевозки товаров имеется. Спланировать работу я могу попросить брата – он прекрасный организатор. Кроме того, у меня есть надежный перевозчик, услугами которого часто пользуется тетя в своем магазине.
- **Кому я буду их продавать?** Начну с того, что предложу свои услуги всем родным, друзьям, друзьям друзей и постоянным клиентам тети. Затем займусь расширением бизнеса и начну размещать рекламу по всему городу.
- **Как я буду продавать товары или услуги?** Продавать свои услуги потребителям я могу напрямую. Для начала расскажу о них всем друзьям, родным и постоянным клиентам тети. После того, как организую несколько переездов для родных и друзей, займусь расширением дела – расклею объявления в районах, где много магазинов, офисов, съемных квартир и домов.
- **Насколько мой бизнес будет зависеть от окружающей среды и каким образом на нее воздействовать?** На моем предприятии картонные коробки и другие упаковочные материалы мы будем использовать по несколько раз – это сократит количество отходов.

Что сделал Мирлан, чтобы определиться с бизнес-идеей?

Мирлан сумел отказаться от первых пришедших в голову идей.

- Он осмотрелся и нашел разные бизнес-идеи, которые соответствовали его интересам и при реализации которых пригодились бы его знания и опыт работы;
- о каждой из этих идей он составил четкое представление;
- изучая различные идеи, он пришел к выводу, что некоторые из них не сработают из-за отсутствия должного спроса, нехватки клиентов или жесткой конкуренции;
- излагая выбранную идею, он попутно определил ресурсы, которые можно привлечь для ее осуществления, такие как знания друзей, клиентскую базу тети или знакомство с надежным перевозчиком.

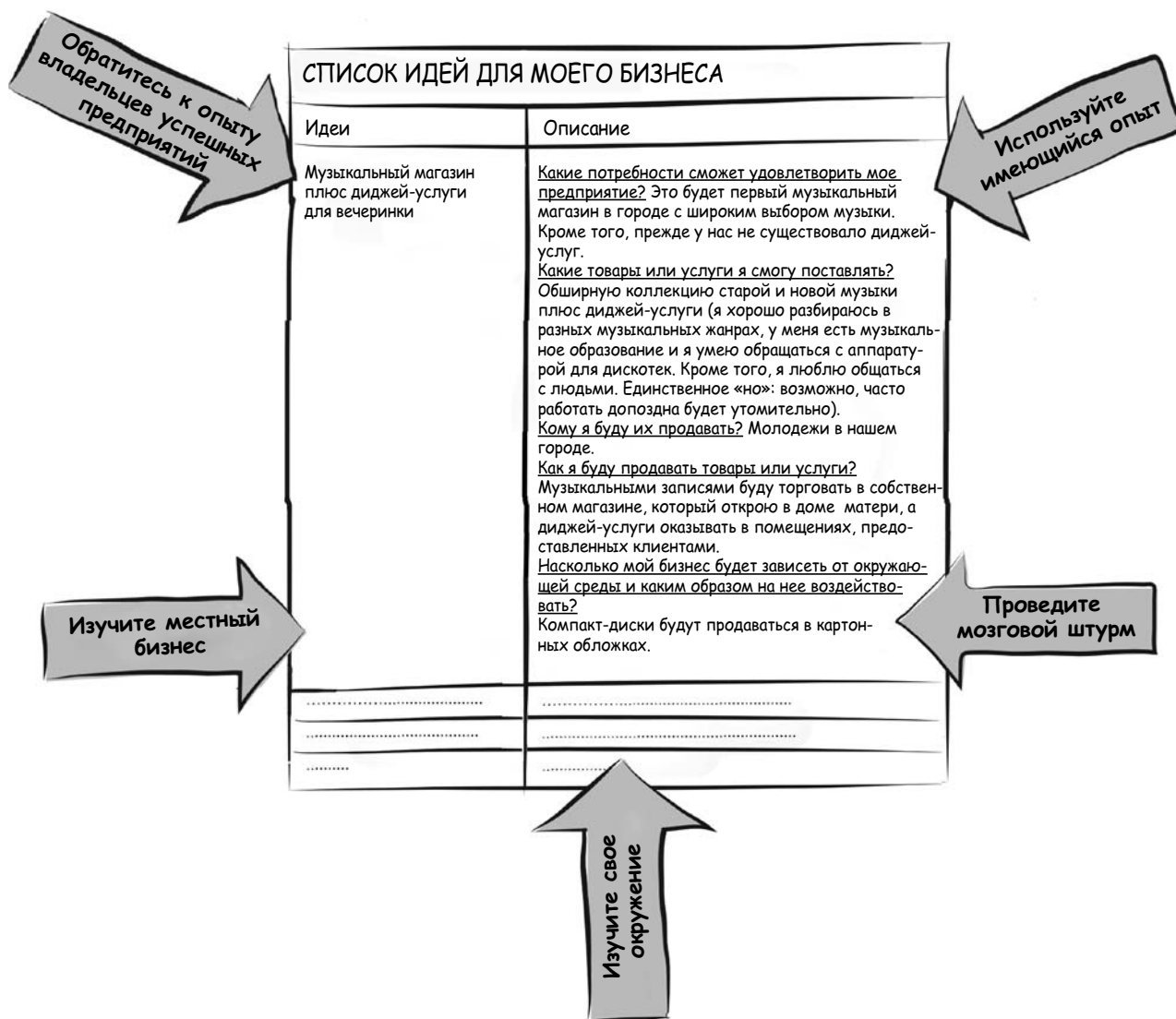
2. Как составить собственный список бизнес-идей?

Теперь, когда вы прочли историю Мирлана, попробуйте найти несколько бизнес-идей для себя.

Любая бизнес-идея должна опираться на знание рынка и его потребностей. Рынок – это люди, которым может потребоваться товар или услуга, то есть клиенты. В разных местах и рынки разные: это зависит от того, кто живет в данном районе, как живет и на какие товары и услуги тратит деньги. Разобравшись в особенностях рынка в вашем районе, вы сможете обнаружить немало бизнес-идей, о которых прежде не подозревали.

При разработке бизнес-идеи старайтесь рассматривать любые варианты. Ваша первая задача – придумать как можно больше идей и составить список всех возможностей, которые могут у вас возникнуть в сфере бизнеса. Такой список обеспечит вам простор для выбора. Вы сможете изучить его и выделить те идеи (идею), которые выглядят наиболее достижимыми для вас и представляются вам наиболее прибыльными.

Существует множество способов найти бизнес-идею: можно, например, изучить окрестные предприятия или поговорить с людьми, у которых уже есть собственный бизнес. Некоторые методы генерирования бизнес-идей приводятся ниже. Информация, приобретенная одним способом, может дополнить полученную по другим каналам и помочь вам четко изложить Ваши бизнес-идеи. Внесите свои бизнес-идеи в список, используя различные методы поиска идей (см. образец).



Каждый из методов, обозначенных на этой схеме стрелками, будет рассмотрен в следующих разделах.

3. Обратитесь к опыту владельцев успешных предприятий

Вы можете многому научиться у тех из ваших друзей и знакомых, кто уже имеет опыт организации нового предприятия. Постарайтесь получить у них следующую информацию:

- С какой идеи начинался их бизнес?
- Откуда их идеи взялись?
- Каким образом они воплотили свои идеи в успешные предприятия?
- Как эти предприятия вписываются в местную среду и какую пользу ей приносят?
- Где они взяли деньги на запуск своего бизнеса?

Веронике нужна идея, чтобы открыть собственное дело. Она решила поговорить с жителями своего района, преуспевшими в бизнесе. Вероника позвонила Мирлану и договорилась о встрече. В разговоре с Мирланом она использовала приведенный ниже вопросник для анализа бизнес-идей, куда вписала его ответы на интересовавшие ее вопросы.

ВОПРОСНИК ДЛЯ АНАЛИЗА БИЗНЕС-ИДЕЙ

Название предприятия: «Упаковка и перевозка»

Характер товаров или услуг: полный цикл услуг по перевозке предметов домашней и офисной обстановки

Основная клиентура: частные лица и предприятия, которым требуется сменить место жительства или расположение офиса

Когда и почему владелец принял решение открыть это дело?

Мирлан открыл свое дело в 2014 году, когда ему потребовались дополнительные доходы. Помогая тете с переездом в новый дом, он обнаружил, что переезд – очень серьезное мероприятие, а в его районе нет компании, которая занималась бы упаковкой и перевозкой. Помимо этого, у него имелся некоторый опыт погрузки-разгрузки, хранения и перевозки товаров, приобретенный за время работы в компании, импортировавшей газовые плиты.

Почему владелец решил, что ему стоит заняться именно этим видом бизнеса?

Мирлан провел определенное маркетинговое исследование и выяснил, что у него в районе немало людей часто меняют жилье и офисы. Все они жаловались на то, что переезд – дело крайне трудное, а службы упаковки и перевозки, куда можно было бы обратиться за помощью, в городе нет.

Как владелец выяснил, что именно требуется его потенциальным клиентам?

Мирлан поговорил со многими из своих друзей, родственников, соседей, а также с владельцами предприятий.

Какие преимущества или активы использовал владелец, начиная свой бизнес (например, предыдущий опыт, профессиональную подготовку, связи в обществе, знакомства, увлечения)?

У Мирлана была тетя, которая занималась бизнесом и была готова помочь в финансировании его дела. На предыдущей работе он приобрел опыт упаковки, хранения и перевозки товаров. У него также был брат, который помог организовать работу.

С какими проблемами столкнулся владелец, налаживая свой бизнес?

Мирлан не слишком разбирался в маркетинге, так что поначалу ему было непросто распространить информацию о своих уникальных услугах.

Изменился ли характер его бизнеса с течением времени?

Его бизнес расширился. Теперь у него собственный фургон и в будущем году он планирует купить еще два и увеличить штат предприятия.

Каким образом его предприятие воздействует на природную среду и местное сообщество?

Прежде чем продать картонные коробки и другие упаковочные материалы местному центру утилизации отходов, Мирлан использует их как минимум два или три раза. Таким образом он не только снижает затраты, но и сокращает количество отходов (люди, которые сами занимаются упаковкой и перевозкой, упаковочные материалы после переезда чаще всего выбрасывают). Его предприятие обеспечивает работой местных жителей. При этом работу у него могут получить и люди с низким уровнем образования: им он поручает несложные обязанности.

Примечания

- Не всегда то, чем вам нравится заниматься, может воплотиться в доходную бизнес-идею. Если бы Мирлан занялся торговлей войлочными сумками, он не сумел бы на этом заработать.
- Первая идея – не всегда лучшая. Прежде чем что-то предпринять, важно получить предметную информацию о рынке. То, что его сумки нельзя будет реализовать, Мирлан выяснил до того, как начать бизнес.
- Если вы нашли удачную идею, но для некоторых аспектов ее реализации вам не хватает профессиональной подготовки, вы можете нанять квалифицированных специалистов или наладить необходимые деловые связи.
- Возможно, для того чтобы суметь открыть свое дело, вам прежде потребуется найти источник финансовой помощи.
- Бизнес-идея Мирлана сработала благодаря тому, что опиралась на очевидные коммерческие возможности и знание рынка.



ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ 4

Узнайте теперь, какие бизнес-идеи успешно реализуются по соседству с вами.

- Выберите у себя в районе три предприятия, которые считаете успешными. Постарайтесь выбрать такие, которые существуют не менее трех лет. Напишите здесь название каждого из них и укажите, какими товарами или услугами оно торгует.

- Заготовьте для каждого из названных вами предприятий вопросник по приведенному ниже образцу.
- Поговорите с владельцами каждого из трех предприятий. Узнайте, согласны ли они с вами в том, что их бизнес идет успешно. Поинтересуйтесь, как они приняли решение заняться именно этим бизнесом. Был ли выбор связан с тем, что они обнаружили на рынке неудовлетворенный спрос? Был ли у них опыт, связи, навыки, на которые можно было опереться? Были ли знакомые, занимавшиеся тем же бизнесом? Было ли это дело первым, в котором они себя попробовали? Запишите ниже любые другие вопросы, которые вы считаете нужным задать владельцам предприятий.

[illegible]

Выполнение этого практического задания позволит лучше понять, как рождаются бизнес-идеи. Вы также узнаете о том, с какими проблемами сталкиваются люди, пытаясь найти бизнес-идею и воплотить ее в реальный бизнес.

ВОПРОСНИК ДЛЯ АНАЛИЗА БИЗНЕС-ИДЕЙ

Название предприятия: _____

Характер товаров или услуг: _____

Основная клиентура: _____

Когда и почему владелец принял решение открыть это дело?

Почему владелец решил, что ему стоит заняться именно этим видом бизнеса?

Как владелец выяснил, что именно требуется его потенциальным клиентам?

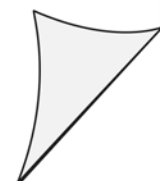
Какие преимущества или активы использовал владелец, начиная свой бизнес (например, предыдущий опыт, профессиональную подготовку, личные контакты, знакомства, увлечения)?

С какими проблемами столкнулся владелец, налаживая свой бизнес?

Изменился ли характер его бизнеса с течением времени?

Каким образом его предприятие воздействует на природную среду и местное сообщество?

Примечания:



4. Используйте имеющийся опыт

4.1. Ваш собственный опыт

Взгляните на приведенную выше (часть I, раздел 2.3) таблицу, в которой отражены ваши интересы, опыт и деловые связи. Можете ли вы извлечь из имеющегося у вас опыта какие-либо бизнес-идеи? Вспомните свой опыт.

Начните с себя. Какие истории происходили с вами в роли покупателя на рынке? Случалось ли вам потратить целый день на поиск каких-то товаров, которых не нашлось ни в одном окрестном магазине? Вспомните различные случаи, когда вам были нужны те или иные товары либо услуги, но найти их оказалось непросто.

4.2. Опыт других людей

Вокруг вас – потенциальные клиенты. Важно изучить их опыт поиска товаров или услуг, которые в итоге оказывались недоступными или не отвечали их запросам. Выслушайте внимательно, как они занимались покупками.

Расспросите родных и друзей о том, какие нужные им товары и услуги отсутствуют поблизости. Расширьте свои познания, поговорив с людьми, представляющими разные возрастные категории, социальные слои и т.д. Чтобы составить более полное представление о рынке, зайдите также в местные общественные организации, учебные заведения и т.д.

Вот несколько примеров высказываний, которые могут оказаться полезными для поиска вашей бизнес-идеи.

- «Не могу найти контейнер для еды, чтобы в нем еда не остывала».
- «До чего же небольшой выбор кастрюль у нас в магазинах!»
- «Хочу отправить подарки друзьям и родным в деревню, а надежный способ доставки найти не могу».
- «В этом городе толком негде развлечься – по выходным здесь так скучно!»
- «Мне очень нужна учебная литература по маркетингу, а хороших книжных магазинов у нас в городе нет».
- «Сколько же мусора у нас на улицах! Хорошо бы кто-нибудь этим занялся».
- «Никак не могу найти хорошего маляра. Те, кого нанимал, толком не готовят поверхность перед покраской – просто закрашивают все подряд, включая грязь».
- «На весь город – всего один магазин одежды. И продавщица там грубиянка. Такое впечатление, что ей неинтересно показывать вещи покупателям».
- «По соседству с больницей нет аптеки. Доктор прописал мне лекарства – так за ними пришлось ехать на автобусе».
- «Не нравится мне, как наш бакалейщик обращается со своими работниками. Но другого места, где я мог бы найти то, что мне нужно, поблизости нет».
- «Рядом с фабрикой нет ни столовой, ни кафе. Если тебе захотелось перекусить или выпить чаю, сделать это не так-то просто».
- «Если машина сломалась, быстро ее тебе не починят».
- «На рынке химические удобрения слишком дорогие, а заменить их органическими не получается».

Выполните приведенное ниже практическое задание 5 и обдумайте потенциальные бизнес-идеи, на которые могут натолкнуть отобранные вами примеры.



ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ 5

Впишите в приведенную таблицу примеры из вашего личного потребительского опыта или то, что о своем потребительском опыте вам рассказывали другие. Затем запишите соответствующие бизнес-идеи, реализация которых обеспечит потребителей нужными им товарами или услугами.

Личный опыт	Бизнес-идеи
Потребительский опыт других людей	Бизнес-идеи
Высказывания о недостатках обслуживания	Бизнес-идеи
Трудности, с которыми люди сталкиваются в своих начинаниях	Бизнес-идеи
Экологические проблемы	Бизнес-идеи



Включите эти бизнес-идеи в ваш список идей (используйте таблицу на стр. 47). Постарайтесь максимально четко изложить каждую из них на основе следующих пяти критериев.

- Какие потребности будет удовлетворять мой бизнес?
- Какие товары или услуги я буду поставлять?
- Кому я буду их продавать?
- Как именно я буду продавать товары или услуги?
- Насколько мой бизнес будет зависеть от окружающей среды и каким образом он будет на нее воздействовать?

5. Исследуйте местную деловую среду

Другой способ найти идеи для бизнеса – присмотреться к местной деловой среде. Выясните, какие виды предприятий уже действуют у вас в районе, и попробуйте обнаружить на рынке незанятые ниши.

Если вы живете в деревне или небольшом городке, вы, скорее всего, сможете выявить все имеющиеся там сферы деловой активности. Если нет – возможно, стоит сосредоточиться на тех сферах и видах бизнеса, которые, как вы определили с помощью Части I нашего руководства, вам подходят больше всего. Прodelать это будет гораздо легче, если воспользоваться помощью делового партнера или друга. Посетите ближайшие к вам промышленные зоны, рынки и торговые центры.

История Вероники

Веронике требуется бизнес-идея. Чтобы найти идею, на которой можно было бы построить собственное дело, она собирает информацию о предприятиях, действующих в ее родном городе. Вероника любит готовить и в студенческие годы подрабатывала в пекарне. Кроме того, она интересуется дизайном интерьеров и модой, а также любит общаться с разными людьми. В итоге она решает заняться услугами или торговлей, связанными с кулинарией, домашним декором или модой.



Вот что предприняла Вероника.

- Отправилась в местный торговый центр, где имеется немало приличных ресторанов, магазинов одежды и предметов домашнего обихода.
- Обошла центральный городской рынок, куда люди часто ходят за мебелью, одеждой, бытовой техникой и предметами интерьера – там все это продается по разумным ценам.
- Посетила торговый квартал, где работает немало оптовиков, продающих продукты питания и одежду. Там же сосредоточена и торговля бытовой техникой.
- Поговорила с представителями местной ассоциации предпринимателей, узнала, какие предприятия в нее входят, и просмотрела телефонный справочник, чтобы выяснить, какие еще предприятия там рекламируются.

Веронике интересуют кулинария, дизайн интерьеров и мода. Поэтому она составила список всех предприятий обследованного ею района, связанных с этими сферами.

Кулинария	Домашний декор	Мода
– 5 пекарен – 12 продовольственных магазинов – 3 ресторана – 5 кафе – 8 уличных палаток – 6 магазинов, торгующих напитками – 2 кейтеринговые компании (выездные услуги общественного питания)	– 1 мебельная фабрика, выпускающая деревянную мебель – 3 мебельных магазина – 1 магазин декоративных изделий ручной работы – 2 небольшие галереи – 4 магазина товаров для ремонта, торгующих лампами, красками, обоями, рамами для картин, декоративными изделиями – 3 магазина сувениров	– 12 портных – 5 магазинов женской одежды – 2 магазина для будущих мам и новорожденных – 7 магазинов обуви и сумок – 4 магазина детской одежды – 2 магазина мужской одежды – 2 магазина традиционной одежды

Вероника сделала и ряд наблюдений общего характера, касающихся жизни в ее городе:

- денег у большинства местных жителей немного. Покупки они в основном делают в недорогих ларьках, фешенебельных магазинов и развлекательных центров нет;
- основной вид экономической деятельности местного населения – сельское хозяйство;
- в районе город считается основным туристическим центром, сюда ездят многие жители соседних поселков, здесь множество небольших гостиниц и баров;
- численность молодежи, судя по всему, растет, в городе много детских садов;
- город явно растет и развивается – об этом можно судить по количеству строитель-но-подрядных фирм и магазинов стройматериалов;
- экологическая обстановка ухудшается, ни владельцам предприятий, ни местным жителям нет дела до загрязнения окружающей среды, на улицах грязно, много мусора, местные фабрики отравляют воздух.

Затем Вероника составила список предприятий, которых нет у нее в городе, но которые могли бы стать перспективными вариантами для бизнеса. Подготовить список ей помогли поездки в соседние города, где она обнаружила ряд товаров и услуг, которых у нее в районе не было.

Кулинария	Домашний декор	Мода
– Магазин детского питания – Кулинарный класс для гостей города – Служба организации питания, поставляющая недорогие комплексные обеды в офисы – Магазины для подростков возле вузов и школ, торгующие прохладительными напитками, холодным чаем, молочными коктейлями, напитками из свежих фруктов и мороженым	– Рамки для картин и полки на заказ (услуга) – Удобные домашние емкости для хранения (розничная торговля) – Декоративные изделия ручной работы из переработанных материалов (производство) – Галерея декоративного и изобразительного искусства с кафе (услуга) – Пластиковые и бумажные цветы для домашнего декора (розничная торговля)	– Ателье модной одежды – Магазин одежды «секонд-хэнд» – Обучение подростков основам кройки и шитья – Декоративные изделия ручной работы из переработанных швейных изделий

Оценив каждую идею с точки зрения возможного спроса в городе, Вероника отобрала несколько из них:

- магазин детского питания
- служба организации обедов в офисах
- магазин-буфет для подростков
- галерея декоративного и изобразительного искусства с кафе
- магазин пластиковых и бумажных цветов для домашнего декора
- магазин одежды «секонд-хэнд»
- декоративные изделия ручной работы из переработанных швейных изделий

Для того чтобы расширить круг идей, Вероника также пользовалась Интернетом и деловой периодикой.



Рассказ о том, как находить бизнес-идеи, будет продолжен в следующем разделе – «Анализ окружающей обстановки».



ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ 6

Следуя предлагаемой ниже инструкции, соберите сведения о предприятиях, которые уже действуют либо могут появиться в вашем районе или там, где вы намерены открыть собственное дело.

1. Вернитесь к тесту в части I, раздел 2.3, где определялась наиболее подходящая для вас сфера бизнеса.
2. Впишите в таблицу возможные для вас варианты бизнеса, которые имеются в вашем районе.

Сфера бизнеса.....	Сфера бизнеса.....	Сфера бизнеса.....

3. Изучите полученный список и постарайтесь ответить на следующие вопросы.
 - В каких сферах бизнеса потенциальных конкурентов больше, а в каких их совсем мало? Не стоит ли задуматься, почему в некоторых сферах так много предприятий?
 - Какие выводы можно сделать из вашего списка о том, как у вас в районе/городе люди тратят деньги? Запишите как минимум пять наблюдений, касающихся местного рынка.
4. Есть ли в интересующей вас сфере ниша еще для одного предприятия? Уверенны ли вы, что заняться этим бизнесом перспективно?
 - Впишите в следующую таблицу несколько предприятий, которых в вашем районе/городе нет.
 - Предприятия, которые можно открыть в вашем районе/городе:

Сфера бизнеса.....	Сфера бизнеса.....	Сфера бизнеса.....

Вы также можете внести поправки в этот список после того, как ознакомитесь с разделом: «Анализ окружающей обстановки».

6. Анализ окружающей обстановки

Для того чтобы найти у себя в районе больше бизнес-идей, подойдите к делу творчески. Взгляните на составленный вами список местных предприятий. Если вы взяли для анализа большинство местных рынков, то, возможно, вы сможете по этому списку составить представление о тех производителях и поставщиках услуг, на которых базируется вся местная экономика.

Город, где живет Вероника, существует в основном за счет сельскохозяйственного производства и обслуживает множество окрестных деревень. Может быть, город, где живете вы, существует за счет горнорудного производства, рыболовства, той или иной отрасли промышленности либо туризма. Возможно, многие его жители работают в образовательных учреждениях или государственных организациях.

При разработке бизнес-идеи стоит принять во внимание все ресурсы и организации, существующие в вашем районе/городе. Не забудьте, например, о таких факторах и источниках информации, как:

- природные ресурсы;
- характерные черты и навыки местных жителей;
- импортозамещение;
- отходы;
- публикации;
- ярмарки и выставки.

6.1. Природные ресурсы

Подумайте, каким сырьем, позволяющим без ущерба для окружающей среды наладить производство нужной продукции, богат ваш район/город. К природным ресурсам относятся почвы, сельскохозяйственное сырье, лес, полезные ископаемые, вода и т.д.

Возможно, в вашей местности имеется качественная глина, из которой можно производить кирпич. Можно найти ей применение и в других деловых начинаниях – таких как производство посуды или плитки.

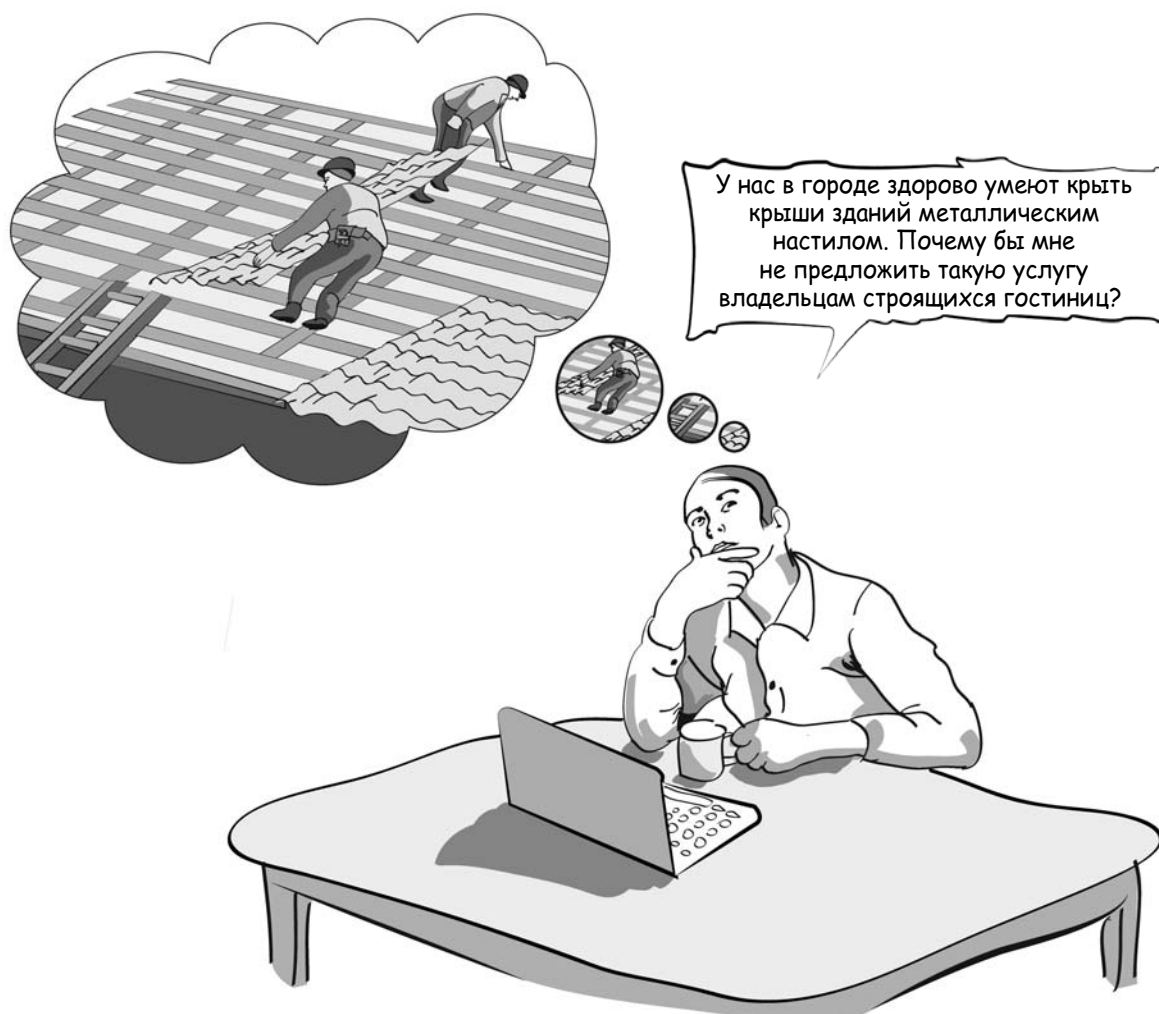


Продумайте, как использовать имеющиеся ресурсы без ущерба для окружающей среды. Иными словами, позаботьтесь о том, чтобы последствием вашей бизнес-идеи не стало истощение тех самых природных ресурсов, на которых основывается ваш бизнес.

6.2. Характерные черты и навыки местных жителей

Подумайте, отличаются ли жители вашего района/города какими-то характерными чертами или навыками, которые могут пригодиться в вашем бизнесе.

- Есть ли в местном сообществе искусные ремесленники, портные, столяры, чьи навыки позволяют им изготавливать вещи, которые больше никто в округе делать не умеет?
- Есть ли среди них молодые выпускники учебных заведений, которые ищут работу и которых вы могли бы нанять?
- Есть ли воспитатели, няни и те, кто умеет работать с детьми, обслуживать престарелых и больных?
- Поддерживают ли ваши земляки связь с помощью цифровых технологий?
- Можно ли считать местную инфраструктуру достаточно развитой?
-



6.3. Отходы

Вторичное применение материалов, которые уже были использованы в домашних хозяйствах или на предприятиях, тоже может открыть возможности для бизнеса. Подумайте, как можно использовать такие отходы для производства полезных товарных изделий. Чтобы выявить отходы, пригодные для переработки, изучите, каким образом утилизируются те или иные изделия. Отходы, образующиеся в результате человеческой деятельности, пагубно воздействуют на окружающую среду. В большинстве случаев предприятия охотно идут на сотрудничество с предпринимателями, готовыми превратить их отходы в ценные товарные изделия.

Часть мусора, который мы выбрасываем, как правило, может быть использована повторно. Переработке поддаются отходы сельскохозяйственного производства, домашний мусор, списанные механизмы и техника, промышленные отходы. Люди выбрасывают пищевые продукты, из которых можно изготовить компост или корм для скота. Выбрасывают они и бумагу, стекло, алюминий, которые также можно переработать. Подумайте, какие изделия можно изготовить из сырья, которое люди считают мусором.

Многие предприятия отправляют на свалку материалы, которые еще могут пригодиться. Швейная фирма может выбрасывать лоскутки ткани, из которых можно еще что-нибудь изготовить. На фабриках пластмассовых изделий обычно остаются лишние материалы, которые можно использовать для производства утеплителя, наполнителя для подушек или нового вида топлива.



Есть ли у вас возможность перерабатывать какие-то отходы, которые в большом количестве имеются в округе? Как можно более эффективно использовать имеющиеся ресурсы? Почему бы не предложить частным лицам и организациям помочь избавиться от отходов без ущерба для окружающей среды? А возможно, вы знаете, как из отходов изготовить новое изделие?

6.4. Импортозамещение

Подумайте о том, можно ли у вас в регионе производить какие-нибудь товары, которые сейчас импортируются? Некоторые импортные товары облагаются высокими пошлинами, что существенно повышает их цену. Изучите возможность организовать предприятие, которое могло бы заменить импортные товары местными.



6.5. Публикации

Помочь вам в поиске идей могут публикации в Интернете и печатных изданиях. В Интернете найдется множество сайтов, где вы сможете почерпнуть бизнес-идеи или получить информацию об имеющихся в продаже франшизах. Существуют и онлайн-компании, которые вы можете найти, не выходя из дома, — для этого достаточно иметь подключение к Интернету.

Прекрасный источник идей — газеты и Интернет. Из них часто можно узнать о предприятиях, которые вы тоже могли бы открыть, или о продукции, которую вы могли бы поставлять потребителям у себя в районе/городе. Подсказать вам идеи могут платные объявления или статьи о тенденциях развития бизнеса в других местах.



6.6. Ярмарки и выставки

Различные организации проводят ярмарки всевозможных товаров и услуг. На таких ярмарках вы можете натолкнуться на множество новых бизнес-идей, которые прежде не приходили вам в голову. Не пропустайте ни одной ярмарки, связанной с интересующим вас бизнесом.





ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ 7

Внимательно проанализируйте ситуацию в местном сообществе и впишите полученную информацию в таблицу:

Природные ресурсы	Бизнес-идеи
Отходы	Бизнес-идеи
Импортозамещение	Бизнес-идеи
Публикации	Бизнес-идеи
Ярмарки и выставки	Бизнес-идеи

Впишите эти бизнес-идеи в Ваш список идей (используйте таблицу на стр. 47). Постарайтесь максимально четко изложить каждую из них на основе следующих пяти критериев.

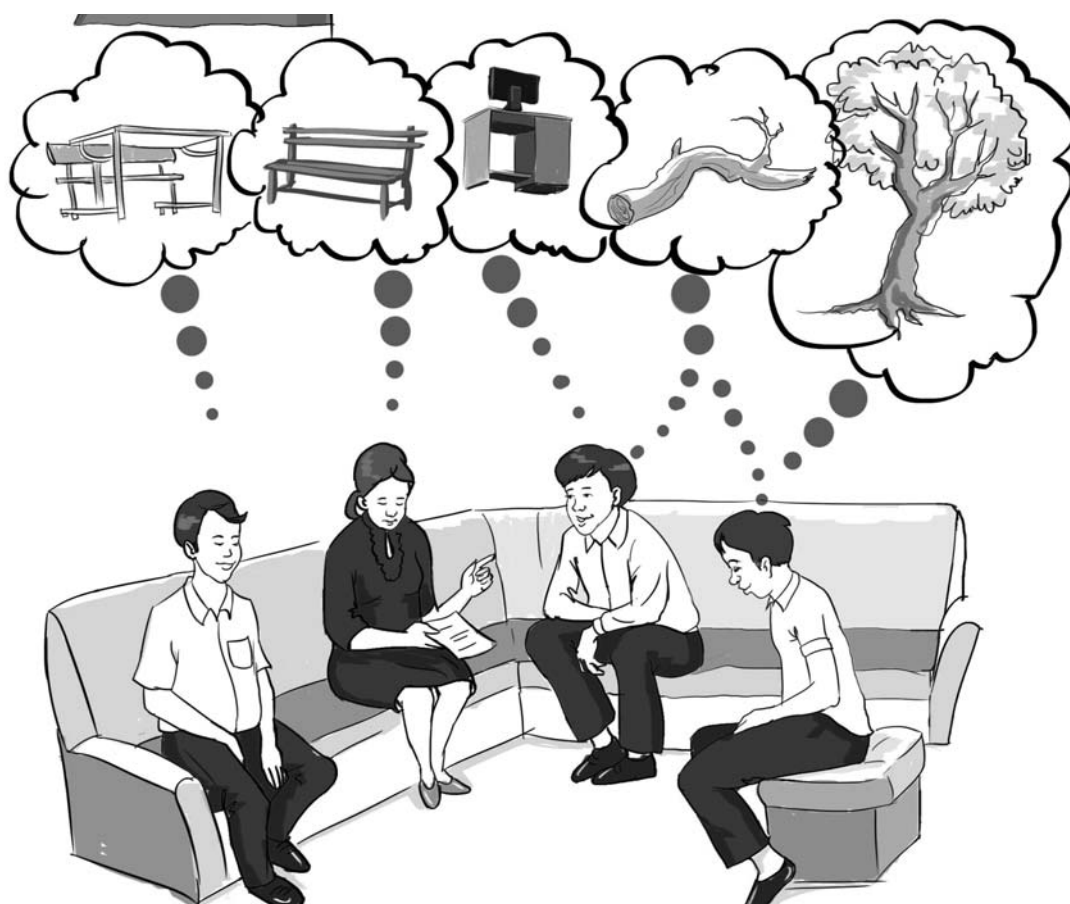
- Какие потребности будет удовлетворять мой бизнес?
- Какие товары или услуги я буду поставлять?
- Кому я буду их продавать?
- Как именно я буду продавать товары или услуги?
- Насколько мой бизнес будет зависеть от окружающей среды и каким образом он будет на нее воздействовать?

7. Мозговой штурм

Предпринять мозговой штурм означает раскрепостить свой разум и обдумать самые разные идеи. Возьмите для начала какое-то слово или предмет и начните записывать все, что вам будет в связи с ними приходить в голову. Пишите как можно больше, не упуская ни одной мысли, даже если она покажется вам лишней или нелепой.

Хорошие идеи подчас рождаются из мыслей, которые поначалу выглядят странными.

Устраивать мозговой штурм лучше всего в группе. Соберите родных или друзей и попросите их помочь – пусть тоже запишут идеи, которые придут им в голову при упоминании того самого слова или предмета.





ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ 8

Попробуйте самостоятельно провести мозговой штурм.

1. Начните с какого-то слова, связанного с интересующим вас или знакомым вам видом и сферой бизнеса. Записывайте все идеи, которые будут возникать у вас в голове. Пишите до тех пор, пока ваша фантазия не иссякнет.

2. Теперь вернитесь к началу и пересмотрите все слова, которые вы написали. Подсказывают ли они какие-то идеи бизнеса, которым вы могли бы заняться?

Даже если никаких привлекательных идей вы не нашли, это занятие полезно: оно помогает вам раскрепостить свой разум и научиться мыслить по-новому. Теперь, исходя из своих навыков, опыта предыдущей работы, образования и интересов, выберите другое слово и запишите все мысли, на которые оно вас наведет, на новом листе.

Чем чаще вы будете проводить такой мозговой штурм, тем лучше научитесь генерировать качественные бизнес-идеи.

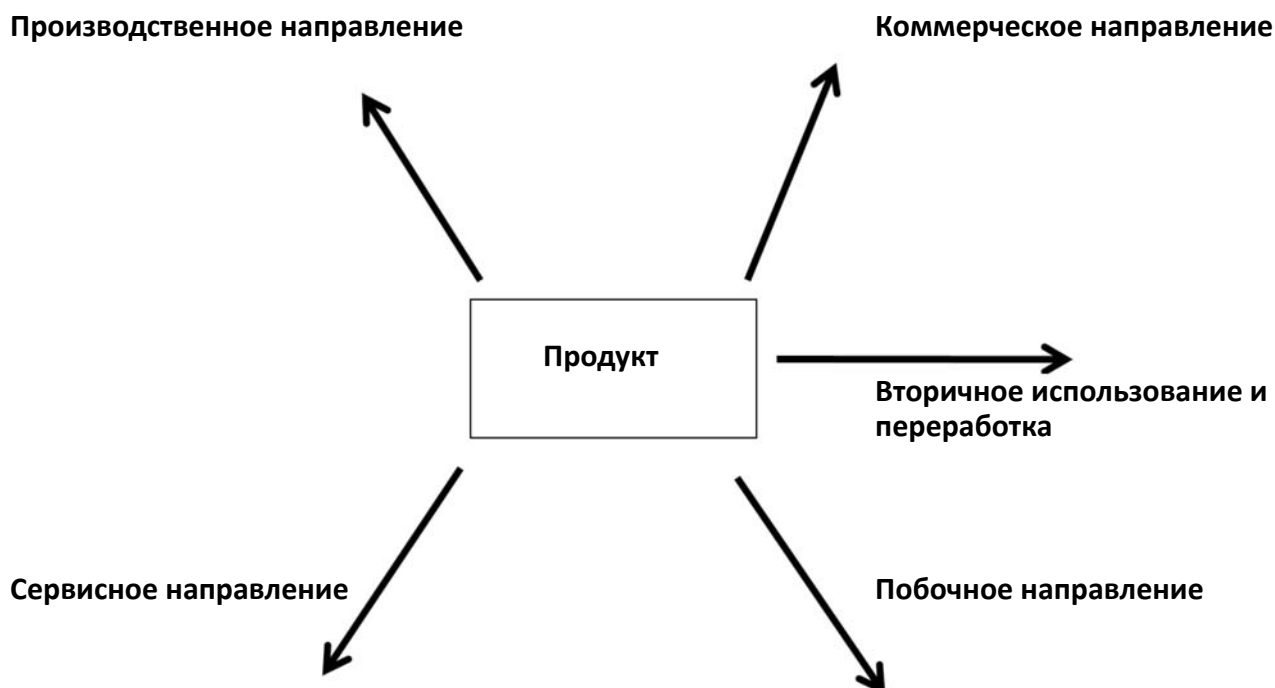
8. Структурированный мозговой штурм

Предпринять структурированный мозговой штурм означает проанализировать различные составляющие управления конкретным предприятием, и то, какие товары либо услуги оно может предложить. Этим структурированный мозговой штурм отличается от обычного, при котором идеи, связанные с той или иной сферой либо видом бизнеса, высказываются произвольно.

Постарайтесь вспомнить все предприятия, связанные с разными аспектами производства и сбыта конкретного продукта, а именно:

- задействованные в производстве;
- задействованные в процессе продажи;
- задействованные в переработке или вторичном использовании материалов;
- задействованные косвенно (побочные);
- задействованные в обслуживании.

Вот как это можно показать наглядно:



Вы можете проанализировать различные составляющие по каждому направлению. Занимайтесь этим, пока у вас не иссякнут идеи. И опять же записывайте все, что приходит вам в голову. Решить, насколько ценны и верны ваши мысли, вы сможете позже.

Возьмем для примера производство хлопчатобумажных футболок.





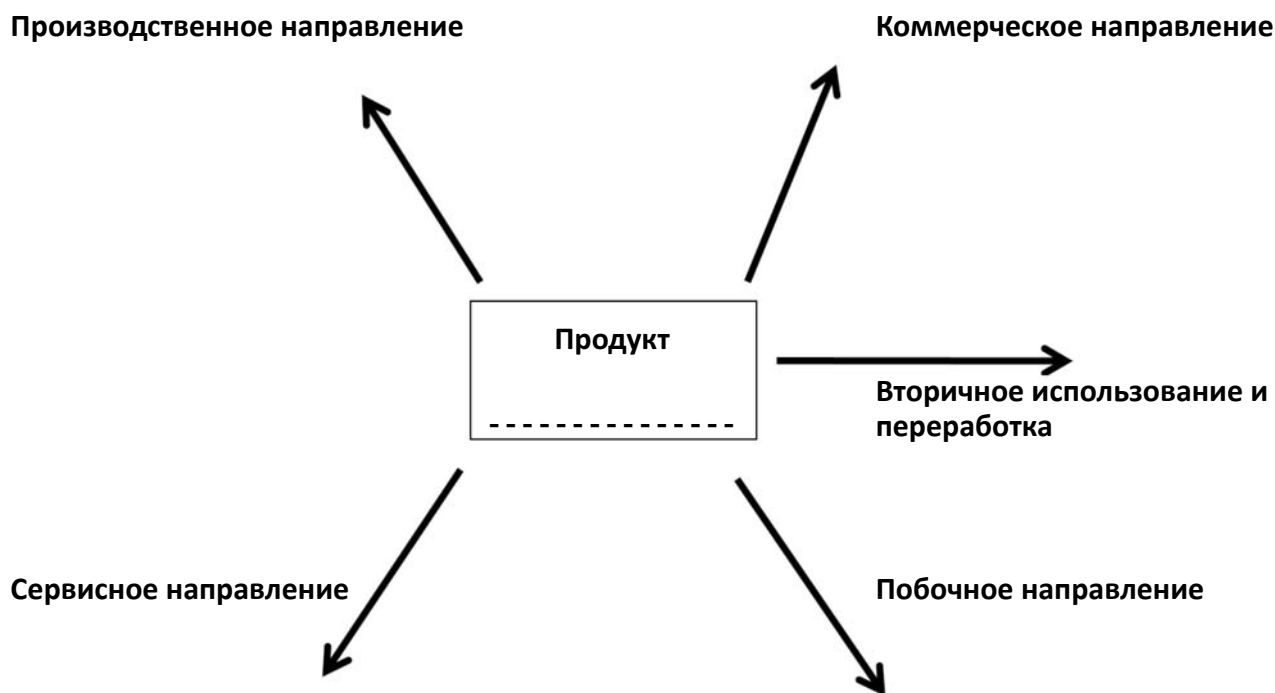
ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ 9

Попробуйте самостоятельно провести структурированный мозговой штурм.

Возьмите продукт, о котором вам что-то известно, исходя из вашей профессиональной подготовки, опыта или интересов. Это может быть как продукт, который вы уже выбрали для своего бизнеса, так и один из продуктов, о которых вы узнали из общения с владельцами успешных предприятий вашего района/города.

Используйте приведенную ниже схему. Впишите в рамку в центре название продукта и соответствующей сферы бизнеса.

Проведите мозговой штурм по каждому направлению – производственному, коммерческому, вторичному использованию и переработке, побочному и сервисному направлениям.



Вы можете возвращаться к мозговому штурму столько раз, сколько пожелаете, всякий раз рассматривая новый продукт. Для каждого используйте новый лист бумаги и заново рисуйте схему.

Если бизнес-идей в вашем списке пока не много, то по мере того, как расширяется ваше представление о рынке и бизнесе, повторяйте все приемы, которые использовали до сих пор.

Помните: успех в бизнесе всегда зависит от хорошей бизнес-идеи. При наличии списка таких идей у вас будет и более широкий выбор, и больше возможностей остановиться на удачной бизнес-идее. Поэтому стоит потратить время и как следует потрудиться над тем, чтобы выявить действительно подходящие вам и актуальные идеи.

9. Список ваших идей

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ 10



Составьте теперь список идей, используя следующую таблицу и учитывая результаты всех заданий, которые вы выполнили в данном разделе:

СПИСОК МОИХ ИДЕЙ	
Идея	Суть идеи



ЛУЧШИЕ БИЗНЕС-ИДЕИ ДЛЯ ВАС

1. Отсортируйте свой список идей



Когда Вероника проделала все упражнения, о которых говорилось в части III, у нее получился список из 17 бизнес-идей. Однако после того, как она применила к ним следующие пять критериев, список сократился до шести.

- Какие потребности будет удовлетворять предприятие?
- Какие товары или услуги оно будет поставлять?
- Кому оно будет их продавать?
- Как именно будут продаваться товары или услуги?
- Насколько предприятие будет зависеть от окружающей среды и каким образом оно будет на нее воздействовать?

Шесть идей, вошедших в краткий список, – лучшие, и из них она и будет делать выбор.

СПИСОК МОИХ ИДЕЙ	
Идея	Описание
Светильники на солнечной энергии с зарядными устройствами	Какие потребности будут удовлетворяться? Потребность в освещении в районах, где электроснабжение ненадежно и обходится дорого, а подача электроэнергии часто прерывается. Какие товары или услуги будут продаваться? Светильники на солнечной энергии с зарядными устройствами. Одна НКО как раз организовала обучение желающих изготавливать такие светильники и устройства. Есть и программа финансирования предприятий, выпускающих устройства на солнечной энергии. Кому продавать? Всем домохозяйствам и предприятиям в моем районе, где часто бывают перебои с электроэнергией. Как продавать? В хозяйственных магазинах.

	Как это будет воздействовать на окружающую среду? Светильник работает на солнечной, то есть возобновляемой энергии. Зарядное устройство будет надежным, служить долго и не потребует частой замены. В конструкции зарядного устройства используются токсичные химические вещества, но утилизация будет организована таким образом, чтобы они не засорили окружающую среду и не попадали в грунтовые воды.
Служба организации обедов в офисах	Какие потребности будут удовлетворяться? Офисным работникам требуется свежее питание по разумным ценам, которое доставлялось бы в обеденное время. Во всем городе этим никто не занимается. Какие товары или услуги будут продаваться? Комплексные обеды с доставкой. Готовить я умею и люблю. Больших вложений не потребуется. Кому продавать? Офисным работникам в центре города. Как продавать? У клиентов будет номер телефона, по которому они с утра могут позвонить и заказать один из четырех приготовленных на каждый день вариантов обеда. Как это будет воздействовать на окружающую среду? Одноразовые пенопластовые контейнеры трудно утилизировать и они неэкологичны. Бумага предпочтительнее, но на ее производство идет древесина, а это приводит к уничтожению лесов. Контейнеры я лучше буду использовать многоразовые, хотя ежедневно собирать их после обеда не так просто.
Производство плитки	Какие потребности будут удовлетворяться? Многие в городе строят дома, и им требуется плитка. Предприятия, которое бы ее выпускало, в городе нет, так что всем владельцам магазинов приходится ее покупать на заводе в другом районе. Какие товары или услуги будут продаваться? Керамическая плитка. В районе много дешевой глины, подходящей для ее производства. Как делается плитка, я не знаю, но она очень красивая, и я с удовольствием научусь. Правда, оборудование обойдется недешево. Кому продавать? Местные магазины покупают привозную плитку. Есть, однако, проблема: я не знаю, сколько у меня наберется клиентов и смогу ли я делать плитку не хуже заводской. Как продавать? В местных магазинах стройматериалов. Как это будет воздействовать на окружающую среду? Для окружающей среды производство керамической плитки безвредно.
Магазин одежды «секонд-хэнд»	Какие потребности будут удовлетворяться? Многие люди хотят красиво одеваться, но не могут себе позволить покупать новые вещи. Какие товары или услуги будут продаваться? Магазин будет торговать одеждой «секонд-хэнд». Такого в городе пока нет. Я буду тщательно отбирать только модную одежду и продавать ее гораздо дешевле, чем местные магазины одежды. В свое время я работала в магазине готового платья. Я хорошо разбираюсь в моде и могу оценить одежду высокого качества. Я с удовольствием буду управлять таким магазином, общаться с людьми и торговать модной одеждой. Кому продавать? Малообеспеченным семьям и стесненным в средствах студентам. Как продавать? Помещение для магазина я сниму в центре города. Надо еще выяснить, сколько там стоит аренда торговых площадей.

	Как это будет воздействовать на окружающую среду? Речь идет о бизнесе, в котором одежда используется вторично, так что на окружающей среде он сказывается благотворно. Успех моего предприятия будет зависеть от бесперебойных поставок одежды «секонд-хэнд».
Служба ухода на дому	Какие потребности будут удовлетворяться? Местные больницы переполнены и не предоставляют услуг по уходу за неизлечимыми больными на дому, так что потребность в медицинском уходе на дому имеется. Предприятия этого профиля в городе нет. Местным жителям такая услуга действительно необходима: многие люди заняты на работе и не имеют возможности ухаживать за больными родственниками. Какие товары или услуги будут продаваться? Речь о службе, предоставляющей уход на дому. Мне не раз доводилось ухаживать за больными. К тому же мне может помочь сестра – она работает медсестрой. Финансирование ухода за теми, кто не в состоянии оплатить услугу, я смогу найти, работая в рамках одной из программ медицинской помощи или с какой-либо из финансируемых донорами НКО. Работать по найму в такой службе могли бы многие местные женщины. Я была бы рада заняться этим делом, потому что мне нравится помогать людям. Кому продавать? Семьям, где есть престарелые и (или) больные. Как продавать? Открою офис моей службы и буду рекламировать ее в местных газетах или в Интернете, а также через местных врачей и в больницах. Как это будет воздействовать на окружающую среду? Местные жители только порадуются появлению такой службы: это бизнес, отвечающий всем этическим нормам и призванный помогать нуждающимся.
Уборка мусора	Какие потребности будут удовлетворяться? Многие жалуются на то, что не знают, куда выбрасывать мусор, и что муниципалитет не обеспечивает его регулярную и частую уборку. Нет у нас и общедоступной мусорной свалки, куда люди могли бы выбрасывать мусор. Какие товары или услуги будут продаваться? Услуги по уборке мусора. Такая служба могла бы не только обеспечивать крайне необходимые услуги и зарабатывать на этом, но и получать дополнительный доход от переработки таких материалов, как пластик, металл, бумага, ткани. Возможно, мне удастся заключить контракт с муниципалитетом. В свое время у меня был друг в департаменте муниципалитета, отвечавшем за уборку мусора, он может помочь мне советом. Кому продавать? Мы будем оказывать коммунальную услугу, и клиентов, готовых платить за избавление от мусора, должно быть немало. Как только получим в свое распоряжение площадку для мусорной свалки и купим грузовики для вывоза мусора, мы заведем счета для каждого дома и предприятия в округе, свяжемся с предприятиями, перерабатывающими отходы, и предложим им покупать у нас вторичное сырье. Как продавать? Уборка мусора будет производиться без посредников. На то, чтобы приобрести машины и нанять водителей, мне потребуется начальный капитал. Правда, для уборки домашнего мусора можно использовать ручные тачки, которые рекламирует местная НКО, выступающая за сохранение окружающей среды. Я вполне могу начать с малого – использовать на первом этапе тачки, наняв бригаду из молодых местных безработных, а затем, когда дело начнет приносить деньги, расширить его, купив мусороуборочные машины. Как это будет воздействовать на окружающую среду? Такая служба способствует улучшению окружающей среды.

У вас, возможно, уже имеется собственный список идей. И хотя каждую из них вы уже описали, вы, наверное, имеете еще далеко не полное представление о тех видах бизнеса, которые внесли в свой список. Составить такое представление и сократить список до трех лучших идей вам помогут приведенные ниже вопросы.

Постарайтесь ответить на них применительно к каждой из ваших идей.

ЧТО

- Что из перечня неудовлетворенных потребностей ваших клиентов вы хотите удовлетворить?
- Что из перечня потребностей клиентов удовлетворяют ваши товары или услуги?

КАКИЕ

- Какие товары или услуги нужны вашим клиентам?
- Какое качество продукции требуется вашим клиентам?
- Какой информацией о товарах или услугах в этой сфере бизнеса вы располагаете?
- Какие последствия – позитивные и негативные – деятельность вашего предприятия будет иметь для местных жителей и природной среды?

КТО

- Кто станет вашими клиентами в данном конкретном виде бизнеса? Достаточно ли их будет, чтобы ваше предприятие было прибыльным?
- С кем вам придется конкурировать и в чем состоят их сильные и слабые стороны?

КАК

- Каким образом вы сумеете добиться того качества ваших товаров или услуг, которое требуется клиентам?
- Насколько хорошо вы представляете себе качество товаров или услуг, которое требуется клиентам?
- В какой степени занятие данным видом бизнеса отвечает вашим личным качествам, навыкам и обстоятельствам?
- Откуда вам известно о том, что в вашем районе есть спрос на данный вид бизнеса?
- Каким вы видите себя через десять лет существования вашего предприятия?

ДРУГИЕ ВАЖНЫЕ ВОПРОСЫ

- Куда можно обратиться за советом и информацией по данному виду бизнеса?
- Будет ли ваше предприятие единственным в своем роде у вас в районе/городе?
- Если в округе имеются другие подобные предприятия, каким образом вы сможете успешно с ними конкурировать?
- В чем состоят ваши конкурентные преимущества? (Например, будете ли вы поставлять более полезные товары и услуги, которые со временем вытеснят с рынка те, что имеются там сейчас? Сможете ли вы за счет своих преимуществ со временем обойти ныне действующие предприятия по темпам роста?)
- Что заставляет вас думать, что ваше предприятие будет конкурентоспособным?

- Требуются ли вашему предприятию оборудование, помещение, квалифицированный персонал? Как вы полагаете, удастся вам найти финансирование на все эти цели?
- Достаточно ли у вас средств для стартового капитала? Если нет, где вы возьмете средства на запуск предприятия?
- Предусматривает ли ваша бизнес-модель экономию за счет сокращения затрат, вторичного использования или переработки материалов?

Чтобы получить на эти вопросы объективные ответы, вам необходимо больше информации. Получить ее поможет исследование рынка.

2. Исследование рынка

Полезную информацию о тех факторах, от которых будет зависеть реализация вашей бизнес-идеи, можно получить из бесед с потенциальными клиентами и поставщиками, а также с представителями местного делового сообщества. С ними можно пообщаться в неформальной обстановке и взять услышанное на заметку либо договориться о более официальных визитах и беседах. Исследование рынка занимает много времени и сил, но осуществление анализа поможет вам изучить все рыночные тенденции и потребности, что позволит вам быть успешным предпринимателем. К тому же знакомства, которые у вас появятся в ходе этого общения, пригодятся, когда вы откроете свое дело.

2.1. Как проводить беседы

Сбор информации для вашего бизнеса в то же время даст вам возможность продвинуть свою бизнес-идею и представиться своим собеседникам в качестве потенциального предпринимателя. Излагайте вашу идею в позитивном ключе, объясняя, почему вы убеждены, что она будет востребована. Рассказывайте о том, как ваша идея будет способствовать развитию местного сообщества. Задавайте так называемые открытые вопросы, то есть такие, которые требуют развернутого ответа: вопросы, начинающиеся со слов «кто», «что», «почему», «где», «когда», «как» помогут получить более полную информацию. Постарайтесь, чтобы ход беседы был непринужденным.

2.2. С кем говорить?

Есть важные категории собеседников, с которыми вам следует пообщаться.

- Потенциальные клиенты. Именно их мнение прежде всего поможет вам понять, насколько важен для них предлагаемый вами продукт и стоит ли вам пересмотреть свою идею в соответствии с их потребностями.
- Конкуренты, поставщики, структуры, располагающие финансовыми ресурсами. Из их высказываний можно сделать вывод об уровне конкуренции, с которым вам предстоит столкнуться, а также о других моментах, связанных с вашим будущим бизнесом.
- Финансовые учреждения. Выясните существующие условия кредитования и решите, сможете ли вы взять заем на открытие своего предприятия.
- Люди, обладающие важной информацией и формирующие общественное мнение. Речь идет о людях, которые многое знают о виде и сфере бизнеса, которым вы намерены заняться, и о ваших потенциальных клиентах. Их высказывания дадут вам богатую пищу для размышления и более глубокое понимание того, насколько реализуема ваша бизнес-идея.



ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ 11

Применительно к каждой бизнес-идее спланируйте, как с помощью исследования рынка получить больше информации, заполнив следующую таблицу:

Бизнес-идея:	
Что мне нужно узнать?	
С кем поговорить?	Какие вопросы задать?
1.....	
2.....	
3.....	
4.....	

Когда вы соберете больше информации по каждой бизнес-идее, вы обнаружите несколько причин, по которым одни идеи выглядят надежнее других. Например, та или иная идея может получить одобрение потенциальных клиентов и практически не встретить на рынке конкуренции, но при этом потребовать огромных первоначальных вложений. Другая идея может, наоборот, понравиться потенциальным клиентам, но будет связана с некоторой конкуренцией и при этом потребует меньших начальных инвестиций. Таким образом, если у вас нет доступа к значительным финансовым ресурсам, вторая идея может показаться Вам более целесообразной.

Отметьте три идеи, которые отвечают всем необходимым критериям и выглядят наиболее перспективно. После того как вы сведете ваш список к трем наиболее подходящим бизнес-идеям, вам предстоит сделать следующий шаг: с помощью инструмента SWOT-анализ (SWOT – Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats: сильные и слабые стороны, возможности и риски) выбрать лучшую идею из трех.

3. SWOT-анализ

SWOT-анализ – один из инструментов, к которому часто прибегают, чтобы выбрать наиболее подходящую бизнес-идею. Он поможет выделить возможные слабые места и потенциальные преимущества каждой идеи.

SWOT означает:

S
W
O
T

Сильные стороны (Strengths)

Слабые стороны (Weaknesses)

Возможности (Opportunities)

Риски (Threats)

3.1 Внутренние факторы

Чтобы проанализировать сильные и слабые стороны вашей бизнес-идеи, сформулируйте, в чем может преуспеть ваше предприятие и в чем могут состоять его изъяны или проблемы.

Сильные стороны – это конкретные положительные аспекты, дающие вашему предполагаемому предприятию преимущество перед аналогичными бизнес-проектами и конкурентами. Так, вы можете предложить на рынок продукт более высокого качества, чем у них, или ваше предприятие может быть расположено удобнее для клиентов. Новые продукты, которые полезнее других или позволяют по-новому решить старые проблемы, будут всегда пользоваться спросом. Выиграют ли ваши товар или услуга, если получат сертификат «Честная торговля» или «Биологически чистый продукт»? За товары, имеющие такие сертификаты, потребители готовы платить больше.

Слабые стороны – то, что Ваше предприятие не сможет делать так же хорошо, как другие предприятия. Например, затраты у вас могут быть выше из-за того, что ваше предприятие расположено вдали от источника сырья, необходимого для производства продукции, и вам придется нести лишние транспортные расходы. А возможно, вы не сумеете обеспечить соответствие вашей продукции необходимым в условиях конкуренции стандартам качества.

3.2 Внешние факторы

Чтобы проанализировать возможности и риски, связанные с вашим предполагаемым бизнесом, оцените обстановку, в которой ему предстоит функционировать. Какие аспекты этой обстановки скажутся на бизнесе положительно, а какие отрицательно?

Возможности – это потенциально возможные события, благоприятствующие вашему бизнесу. Например, может сложиться так, что спрос на предлагаемый вами продукт вырастет благодаря притоку туристов. Повысить спрос на вашу продукцию могут и введенные правительством новые правила, поощряющие создание экологических рабочих мест и социально ориентированных предприятий.

Риски – это события, которые могут негативно сказаться на вашем бизнесе. Например, ваша бизнес-идея может оказаться настолько очевидной, что другие люди откроют такие же предприятия у вас в районе и тем самым сократят вашу долю рынка. Возможно и принятие законопроектов, которые повлияют на работу вашего предприятия, например, введут ограничения на импорт определенной продукции.

Выявив все приведенные выше факторы, попробуйте взвесить свои сильные стороны и возможности, чтобы определить, обеспечат ли они вашему бизнесу преимущество перед другими. Например, если людям требуется как раз та услуга, которую вы предлагаете, то это открывает перед вами возможность. Если клиенты для вас прежде всего и вы работаете со всей тщательностью, в этом ваша сильная сторона. В итоге ваш предполагаемый бизнес может получить заметное преимущество.

Вы можете оценить и ваши слабые стороны и риски. Так вы определите, способны ли вы исправить свои слабые стороны и справиться с рисками. С другой стороны, если слабые стороны и риски выглядят как серьезное препятствие, перечеркивающее перспективу получить прибыль, осуществление этой бизнес-идеи вам, возможно, стоит отложить.

Обдумав информацию, полученную в результате исследования рынка, Вероника остановила свой выбор на трех наиболее подходящих идеях.

- Служба ухода на дому
- Служба организации комплексных обедов в офисах
- Магазин одежды «секонд-хэнд»

В приведенной ниже таблице показано, как Вероника провела SWOT-анализ для одного из своих предполагаемых предприятий – магазина, где местные жители могли бы покупать одежду «секонд-хэнд».

SWOT-анализ	
Бизнес-идея: магазин одежды «секонд-хэнд»	
СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ У меня есть некоторый опыт работы в магазинах готового платья. Я увлечена модой. Я умею определять качественные вещи. Я люблю общаться с людьми. Я умею красиво оформлять витрины.	СЛАБЫЕ СТОРОНЫ У меня нет свободного помещения – его придется арендовать. У меня не так много источников дешевой одежды «секонд-хэнд». У меня нет опыта руководства персоналом. У меня нет опыта управления запасами.
ВОЗМОЖНОСТИ Других магазинов одежды «секонд-хэнд» в городе нет. Новая одежда стоит дорого и далеко не всегда хорошо скроена. Среди учащихся и наименее обеспеченных представителей среднего класса имеется многочисленная клиентура. У большинства местных жителей не так много денег, чтобы разом их потратить на одежду. Когда у людей не хватает денег, они обычно экономят на одежде. Растет тенденция к вторичному использованию вещей в интересах окружающей среды.	РИСКИ В подобных экономических условиях люди, как правило, стараются носить вещи подольше и не выбрасывают их. Такое предприятие легко копируется. Если в районе станут открываться другие подобные магазины, я могу лишиться своей ниши на рынке. Аренда торговых площадей обходится дорого. Серьезная проблема у нас в районе – убытки от воровства в магазинах.
Преимущества: - Среди учащихся и наименее обеспеченных представителей среднего класса имеется многочисленная клиентура. Люди не готовы сильно тратить на одежду, но при этом хотят одеваться красиво и качественно. Я умею подобрать ранее использованные вещи, отвечающие этим требованиям. - Я разбираюсь в моде и оформлении, а значит, могу красиво оформить магазин, выставив в нем модную одежду. Люди будут рады возможности приобрести оригинальную вещь по разумной цене. - Этот бизнес отвечает растущей тенденции к вторичному использованию вещей в интересах окружающей среды. Недостатки: - Не имея разнообразных источников одежды «секонд-хэнд», мне будет трудно отобрать для своего магазина лучший ассортимент. Мне необходимо найти больше источников одежды «секонд-хэнд» в больших городах, а также, возможно, попросить друзей собирать для меня одежду у своих друзей, родных и коллег. - Затраты растут по всем статьям, и мне надо быть очень аккуратной, чтобы добиться прибыли. Надо следить за товарными запасами и назначать такую цену за вещи, которая покрывала бы мои растущие затраты. Надо либо записаться на курсы подготовки по управлению товарными запасами, либо попросить обучить меня этому делу кого-то из знающих друзей. - Для того чтобы опережать конкурентов, мне необходимо постоянно улучшать свой товар и качество обслуживания.	

Вероника провела также SWOT-анализ для обоих других предприятий, а затем сравнила преимущества и недостатки всех трех.

Магазин одежды «секонд-хэнд»	Служба организации комплексных обедов в офисах	Служба ухода на дому
Преимущества: – Среди учащихся и наименее обеспеченных представителей среднего класса имеется многочисленная клиентура, причем люди все больше стараются покупать вещи подешевле. При этом они по-прежнему хотят одеваться красиво и качественно. Я умею подобрать ранее использованные вещи, отвечающие этим требованиям. – Я разбираюсь в моде и оформлении, а значит, могу красиво оформить магазин, выставив в нем модную одежду. Люди будут рады возможности приобрести оригинальную вещь по разумной цене. – Этот бизнес отвечает растущей тенденции к вторичному использованию вещей в интересах окружающей среды.	Преимущества: – У работающих людей нет времени на то, чтобы перед уходом на службу приготовить себе обед. К тому же на предприятиях и в учреждениях хорошие столовые – редкость. Высокий спрос моему бизнесу обеспечен. – Я хорошо готовлю и смогу каждый день предлагать клиентам разные варианты обедов. Даже если конкуренция усилится, я своих клиентов не потеряю. – Людям всегда требуется высокое качество по разумной цене. У меня цена будет конкурентоспособной, поскольку арендовать торговое помещение мне не придется. Есть у меня и родственники, которые могут поставлять мне свежие продукты по сниженным ценам.	Преимущества: – Спрос на такие услуги заметно увеличился: растет продолжительность жизни и соответственно прибавляется количество пожилых граждан, многим из которых требуется постоянная медицинская помощь. А у меня много знакомых домохозяек, которые не прочь подработать. – Мы с сестрой можем обучить этих женщин основным навыкам ухода за больными и престарелыми. – Людей волнует то, насколько в свое отсутствие они могут доверить близкого человека привлеченному медицинскому персоналу. Я лично знаю этих женщин, знакома с их семьями и могу за них поручиться.
Недостатки: – Поскольку я не имею разнообразных источников одежды «секонд-хэнд», мне будет трудно отобрать для своего магазина лучшее. Мне необходимо найти больше источников одежды «секонд-хэнд» в больших городах, а также, возможно, попросить друзей собирать для меня одежду у своих друзей, родных и коллег. – Затраты растут по всем статьям, и мне надо быть очень аккуратной, чтобы добиться прибыли. Надо следить за товарными запасами и назначать такую цену за вещи, которая покрывала бы мои	Недостатки: – Для такого предприятия требуется достаточно многочисленный персонал, а опыта руководства людьми у меня нет. Надо учиться управлению предприятием и персоналом. – Мою бизнес-идею могут реализовать другие предприниматели – прежде всего владельцы закусочных вблизи офисных центров. У них доставка в офисы будет занимать меньше времени, да и опыта у них больше.	Недостатки: – Серьезные риски могут быть связаны со здоровьем клиентов. Мой персонал сможет справиться лишь с несложными проблемами. Мне необходимо выработать порядок действий в экстренных ситуациях и при составлении контрактов с клиентами четко обговаривать свою ответственность.

растущие затраты. Надо либо записаться на курсы подготовки по управлению запасами или попросить обучить меня этому делу кого-то из знающих друзей. – Чтобы опередить конкурентов, мне необходимо постоянно улучшать качество своих товаров и обслуживания.		
--	--	--

Проведя такое сравнение, Вероника пришла к выводу, что у каждого из трех вариантов есть свои преимущества, но в том, что касается недостатков, справиться с магазином одежды «секонд-хэнд» ей будет проще всего. Кроме того, эта идея показалась ей наиболее интересной, поскольку полностью отвечает ее увлечению модой. В итоге она сделала свой выбор: это будет магазин одежды «секонд-хэнд».

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ 12



Проведите теперь SWOT-анализ каждой из трех бизнес-идей, на которых вы остановились.

Прежде всего заготовьте три экземпляра приведенной ниже таблицы для SWOT-анализа и впишите в первый из них вашу первую бизнес-идею из трех.

Внимательно обдумайте сильные и слабые стороны будущего предприятия. К ним могут относиться личные качества, финансовые и маркетинговые факторы, местоположение предприятия, затраты на продвижение и реализацию вашего продукта. Все то, на что в частности вы можете повлиять в своем будущем бизнесе. Все факторы необходимо записать в таблице.

Затем подумайте о том, в какой внешней среде будет функционировать ваш бизнес. Какие возможности и риски существуют в этой обстановке? О них вам могли рассказать люди, обладающие важной информацией, с которыми вы беседовали в ходе исследования рынка. Впишите в таблицу и эти сведения.

Теперь задайтесь следующими вопросами.

- Может ли сочетание моих сильных сторон с имеющимися возможностями дать мне существенные преимущества?
- Какие недостатки проистекают из моих слабых сторон и существующих рисков? Смогу ли я их преодолеть? Как именно?

Укажите в таблице преимущества и недостатки, а также то, каким образом Вы намерены преодолеть последние.

Закончив с первой идеей, сделайте то же самое с двумя остальными, используя другие два экземпляра таблицы.

SWOT-анализ	
Бизнес-идея:	
СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ	СЛАБЫЕ СТОРОНЫ
ВОЗМОЖНОСТИ	РИСКИ
Преимущества:	
Недостатки:	

60 | Генерируй бизнес-идею

ВАША СОБСТВЕННАЯ БИЗНЕС-ИДЕЯ

Если Вы сделали верный выбор бизнес-идеи, примите поздравления!

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ 13



Теперь Вы можете изложить Вашу бизнес-идею, заполнив следующую таблицу.

Моя бизнес-идея:

Вид бизнеса:

☐

Производство

☐

Предоставление услуг

☐

Оптовая торговля

☐

Розничная торговля

Сфера бизнеса:

Мои товары или услуги:

.....

Мои клиенты:

.....

Потребности клиентов, которые будут удовлетворяться:

.....

.....

Этот бизнес я выбрал, потому что (преимущества и недостатки):

.....

.....

Чему еще мне нужно научиться, чтобы быть готовым заняться этим бизнесом?

.....

.....

Изложив таким образом вашу бизнес-идею, можно сделать следующий шаг к запуску вашего бизнеса – составить бизнес-план предполагаемого предприятия. В этом вам может помочь учебная программа «Начни свой бизнес» (НСБ) Международной организации труда. После того как вы откроете собственное дело, другая программа, «Совершенствуй свой бизнес» (ССБ), сможет помочь вам повысить эффективность и прибыльность вашего предприятия.

Если вы еще не сделали выбор, не переживайте!

Цель настоящего учебного пособия – помочь вам подготовиться к открытию собственного предприятия. Если вы чувствуете, что на данном этапе еще к этому не готовы, постарайтесь определить, в чем причина.

- Вы не уверены в своих способностях? Вам кажется, вы не созданы для того, чтобы быть предпринимателем?
- Вы не уверены, что на рынке имеется ниша, которую вы могли бы занять?
- Вы не уверены в том, какую идею выбрать, поскольку их у вас множество?
- Вы не уверены в том, что достаточно тщательно проанализировали и взвесили свои идеи?

В любом случае теперь вы имеете более полное представление о том, что требуется для выбора оптимальной бизнес-идеи. Если вы еще не готовы, продолжайте над этим работать – и у вас все получится! А свои последующие шаги перечислите в приведенной ниже таблице, предназначенной для составления «Плана действий».



ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ 14

ПЛАН ДЕЙСТВИЙ		
Что требует улучшения?	Что для этого сделать?	В какие сроки?

ГЕНЕРИРУЙ БИЗНЕС-ИДЕЮ

Хотите открыть собственное дело, но все еще ищете оптимальную бизнес-идею? Обратитесь к руководству «Генерируй бизнес-идею» (ГБИ) и разработайте конкретную и осуществимую бизнес-идею.

ГБИ – одна из серии учебных программ по менеджменту «Начни и совершенствуй свой бизнес» (НССБ), предназначенных для начинающих предпринимателей и владельцев малого бизнеса. Программа основана на 30-летнем опыте работы в более чем 100 странах, где в ее реализации участвуют более трех тысяч местных организаций. По всему миру работают более трехсот дипломированных мастер-тренеров и более 65 тысяч тренеров. На сегодняшний день программой воспользовались 15 миллионов клиентов, и их число продолжает расти!