

## РАЗДЕЛ 10. РАЗВИТИЕ БИЗНЕС-ИДЕИ

*Глоссарий*

**Бизнес** – это инициативная экономическая деятельность, с двумя главными целями: получение прибыли и развитие своего дела.

**Бизнес-план** – технико-экономическое обоснование деятельности предприятия, программа его деятельности, которая характеризует модель развития компании в будущем.

**Инвестиции** – долгосрочные вложения капитала с целью получения прибыли. От кредитов инвестиции отличаются степенью риска для инвестора (кредитора) – кредит и проценты необходимо возвращать в оговорённые сроки независимо от прибыльности проекта, инвестиции возвращаются и приносят доход только в прибыльных проектах. Если проект убыточен – инвестиции могут быть утрачены полностью или частично.

**Валовой доход (объем продаж)** – доход, который компания получает от своей основной деятельности, обычно от продажи товаров или услуг потребителям. Во многих странах термин валовой доход является синонимом термина оборот.

**Окупаемость затрат** — показатель экономической эффективности капитальных вложений; определяется отношением капитальных вложений к экономическому эффекту, обеспечиваемому ими.

**Капитальные вложения** - инвестиции в основной капитал (основные средства), в том числе затраты на новое строительство, реконструкцию и техническое перевооружение действующих предприятий, приобретение машин, оборудования, инструмента, инвентаря, проектно-изыскательские работы и другие затраты.

**Франшиза** — объект договора франчайзинга, комплекс благ, состоящий из прав пользования брендом и бизнес-моделью франчайзера, а также иных благ, необходимых для создания и ведения бизнеса. В качестве франшизы могут выступать методы ведения бизнеса, товарный знак, технология со взаимными обязательствами и льготами между передающей (франчайзер) и получающей (франчайзи) сторонами, предоставляемые за плату и оформленные в соответствии с законом об охране интеллектуальной собственности.

**Франчайзинг** (англ. franchise, «лицензия», «привилегия»), франшиза (от фр. franchir, «освободить»), коммерческая концессия — вид отношений между рыночными субъектами, когда одна сторона (франчайзер) передаёт другой стороне (франчайзи) за плату (роялти) право на определённый вид бизнеса, используя разработанную бизнес-модель его ведения. Это развитая форма лицензирования, при которой одна сторона (франчайзер) предоставляет другой стороне (франчайзи) возмездное право действовать от своего имени, используя товарные знаки и/или бренды франчайзера.

**Консалтинг** — определенная деятельность по консультированию юридических и физических лиц по управленческим, экономическим, юридическим, финансовым, производственным и другим вопросам с целью помочь в достижении поставленных целей и реализации бизнес-стратегии.

**Консалтинговая компания** – организация, оказывающая консалтинговые услуги юридическим или физическим лицам.

*Комментарий*

На начальной стадии организации бизнеса менеджеру необходимо определить параметры объекта управления и согласовать их с инвестором. Существует несколько вариантов организации бизнеса:

- ✓ создание нового бизнеса «с нуля»
- ✓ покупка готового бизнеса
- ✓ покупка франшизы
- ✓ присоединение к существующей сети

У каждого из представленных вариантов есть свои преимущества и недостатки. Например, создание бизнеса «с нуля» будет стоить дешевле, чем покупка уже готового бизнеса, но при этом существуют риски, связанные с отсутствием клиентской базы, неправильными расчетами проекта и т.д. Покупка готового, хорошо работающего бизнеса на первый взгляд кажется привлекательной идеей, но, к сожалению, невозможно на 100% обезопасить себя от возникновения «случайных» долгов, проблем с персоналом и т.д. Третий и четвертый варианты являются наиболее безопасными для организации бизнеса, но и здесь есть свои нюансы. При покупке франшизы инвестор выступает в роли «франчайзи» и получает от «франчайзера» набор бизнес-правил, а также ряд «маркетинговых привилегий» - существующий брэнд, рекламу и т.д. Но при этом инвестору придется заплатить за франшизу определенную стоимость, по согласованию с франчайзером. Кроме того, также потребуется отчислять определенные взносы в качестве процента с ежемесячной выручки. Присоединение к существующей бизнес-сети является одним из самых безопасных вариантов организации бизнеса, так как в данном случае уже существует готовая бизнес-модель, клиентская база и т.д. Но в тоже время уже сформированы определенные бизнес-правила и инвестор может не иметь возможности повлиять на концепцию развития, для него это будут финансовые вложения с определенными сроками окупаемости и рисками.

Существуют также различные варианты развития бизнеса. В зависимости от возможностей, менеджмент организации может самостоятельно реализовывать проекты по развитию или обратиться за помощью в специализированные консалтинговые компании, которые помогут развить определенные бизнес-идеи.

Бизнес-идея — идея, в которой соединяются чьи-то потребности в некоторой продукции (товарах, услугах) и возможности предпринимателя производить эту продукцию.

Бизнес-идея — идея, которая может быть использована для построения новой компании или нового направления деятельности в уже работающей компании. Способ реализации бизнес идеи - это результат комбинации знаний, жизненного опыта предпринимателя и случайного фактора: обстоятельств, наблюдаемой ситуации и даже случайно брошенной фразы – чего-то, что сталкивает мышление с привычной колеи и направляет мысль в новом, непривычном направлении. Как правило, бизнес-идея направлена на создание новых товаров или услуг, которые требует рынок. Помимо этого надо уметь правильно себя позиционировать, рекламировать и продавать себя и свой продукт.

Успешность и качество реализации бизнес-идеи зависит от подготовительной работы по сбору и анализу существенной для проекта информации. Проработка идеи начинается с анализа рынка. Именно благодаря добросовестно выполненному анализу и детально разработанному плану можно уберечься от серьёзных ошибок на пути выполнения бизнес-проекта. Ошибки, на исправление которых могут понадобиться дополнительные ресурсы денег и времени, порой весьма значительные. На этом этапе спешки быть не должно, впрочем, как и промедления. Приступая к исследованию рынка, следует уяснить, что ваша цель на данном этапе – это формирование ясного и объективного образа потенциального клиента, который сможет (а лучше, если уже хочет) получить пользу от вашего товара (им может быть как продукция, так и услуги). Проводимый анализ должен выявить определённые критерии, по которым вы сможете узнать своего клиента. Такими объективными критериями могут быть: возраст, пол, уровень доходов, профессиональная деятельность и т.п. Определение образа вашего клиента следует начать со сбора информации из интернет-источников, специализированных журналов и газет, статистических и аналитических изданий. Кроме этого можно получить интересующую информацию в государственных и деловых организациях. Проведённый анализ поможет определить готовность бизнес-идеи к реализации или направление её доработки. Собираемая информация должна отвечать критериям, задаваемым типом продукции или услуг, а также целями анализа. Также необходимо собрать информацию для анализа других характеристик рынка и планирования ваших действий на нём. Собранная информация должна помочь в решении таких вопросов, как: определение объёма рынка (сколько товара можно продать), какое мнение о товаре должно быть сформировано у целевых потребителей, как они оценивают выгодность для себя использования вашего товара. Особое внимание следует уделить сбору информации о наличии и уровне конкуренции в вашей области рынка. Информация о товарах конкурентов также важна для проработки свойств вашего продукта или услуги. Лучший способ сбора информации – выступить в роли клиента, т.е. пойти и приобрести продукт или услугу конкурента. Предварительно определите, на что именно вам следует обратить внимание.

Чтобы выполнить анализ бизнес-идеи, можно использовать такой метод - рассмотреть, как бизнес-идея представляется следующим группам участников рынка: автор бизнес-идеи, потребитель, конкуренты, сторонние лица или организации, заинтересованные в успехе бизнес-идеи.

Автор бизнес-идеи (фирма, предложившая идею или потенциальный предприниматель, намеренный построить свой бизнес на основе этой идеи) должен определить свойства своего продукта или услуги. Кроме того, отдельно отметить свойства, которые отличают товар от существующих на рынке. Далее надо определить формы обращения (текст, иллюстрации, веб-сайт и т.п.) к потенциальным клиентам, разъясняющие, какие выгоды они извлекут из использования продукта или услуги.

Потребитель. Здесь важно учитывать, что существуют три точки зрения потребителей на товар:

1. точка зрения покупателя, который принимает решение о покупке (вполне возможна ситуация, когда покупатель не использует товар сам);
2. точка зрения тех, кто влияет на решение покупателя;
3. точка зрения пользователя, который пользуется вашим продуктом или услугой.

Соответственно это нужно отразить в форме обращения к потенциальным потребителям.

Конкурент. При анализе конкурентов можно для удобства разделить их на первичных и вторичных, в зависимости от свойств их продукции или услуг. Если эти свойства незначительно отличаются от свойств вашего товара, то это первичные конкуренты. Если же конкурирующие товары могут выступить как замена вашему лишь в специфических условиях – то это вторичные конкуренты.

Сторонние лица или организации, заинтересованные в успехе бизнес-идеи. Причём здесь имеются в виду те, кто не намерен финансово участвовать в развитии проекта или распределении прибыли. Это могут быть различные деловые организации или производители других продуктов и услуг, не конкурирующие с вами, но имеющие общую сферу деятельности. Другой пример – средства информации. Определите для себя кто и какую пользу может оказать в реализации вашей бизнес-идеи.

Для анализа бизнес-идеи необходимо использовать ещё и такой метод, как SWOT-анализ. (SWOT – аббревиатура из слов:

**Strengths** — сильные стороны;

**Weaknesses** — слабые стороны;

**Opportunities** — возможности;

**Threats** — угрозы.

Более подробная информация по SWOT-анализу представлена в разделе 4.



### Задачи менеджера

**Сформулируйте задачи менеджера на данном этапе проектирования бизнеса.**

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

**Задание 1**

Выберите вариант организации бизнеса:

- ☐ Создание нового бизнеса
- ☐ Покупка готового бизнеса
- ☐ Покупка франшизы
- ☐ Присоединение к существующей сети
- ☐ Другая форма:

**Задание 2**

Дайте обоснование выбранному варианту организации бизнеса:

---

---

---

---

---

**Задание 3**

Выберите вариант реализации предложений по развитию бизнеса:

- ☒ Развивать проект самостоятельно
- ☐ Стать участником бизнес-сети
- ☐ Поручить разработку вариантов развития бизнеса консалтинговой компании
- ☐ Другая форма:

**Задание 4**

Дайте обоснование выбранному варианту реализации предложений по развитию бизнеса:

---

---

---

---

---