

**Проект Тасис по  
распространению  
технической  
информации  
(ПРТИ)**

[tdp2@pophost.eunet.be](mailto:tdp2@pophost.eunet.be)

**TDP**

**Вниманию пользователей:**

документация, подготовленная ПРТИ, предназначена для использования только в качестве информационных руководств, и должна быть истолкована пользователями в соответствии с их собственными задачами. Все права на данную документацию принадлежат Европейской Комиссии, тем не менее материалы могут использоваться в любых целях, кроме коммерческих.

Данная техническая документация

**"Как начать свой бизнес - Генерация и оценка идей"**

разработана подрядчиком:

NI-CO (Белфаст, ВБ)

в ходе выполнения следующего проекта Тасис  
Техническое содействие для Агентства по Развитию  
Предпринимательства.

**Как начать свой бизнес**

## Раздел 2

# Генерация и оценка идей

## **2.0 ЗНАЧЕНИЕ ИДЕИ**

2.1 Характеристики выгодного делового предложения можно сформулировать следующим образом:

### **ЧЕЛОВЕК + ИДЕЯ + ИНВЕСТИЦИИ = ПРИБЫЛЬ**

2.2 Конечный успех любого предприятия зависит от навыков человека или команды, работающих на его достижение, и от качества деловой идеи. Во многих случаях недостаток средств называют самым большим препятствием на пути создания предприятия или приводят в качестве объяснения неудачи. Наличие неограниченных финансовых возможностей, однако, никогда не заменит учредителям предприятия ни необходимых навыков, ни хороших идей.

### **ХОРОШИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ, ИМЕЮЩИЕ ХОРОШИЕ ИДЕИ, ОБЯЗАТЕЛЬНО ПРИВЛЕКУТ ИНВЕСТИЦИИ В НЕОБХОДИМЫХ ОБЪЕМАХ**

2.3 Будущие основатели фирм, имеющие необходимые навыки для создания предприятия, гораздо чаще страдают от отсутствия хороших, практических идей, нежели от отсутствия ресурсов. Идеи необходимы не только для того, чтобы начать свое дело, но и на всех остальных этапах функционирования предприятия. Это обусловлено следующими причинами:

- идеи нужны для разработки новых видов продукции, услуг и диверсификации существующего производства;
- идеи нужны для завоевания новых рынков и клиентов;
- идеи нужны для сокращения уровня затрат;
- идеи нужны для повышения прибыли.

## **2.4 ПРЕПЯТСТВИЯ НА ПУТИ ГЕНЕРАЦИИ ИДЕЙ**

Основными проблемами при выявлении новых идей обычно являются:

- недостаток проницательности у потенциального предпринимателя;
- “убийцы идей”.

## **2.5 Отсутствие проницательности**

Будущие владельцы и руководители предприятий часто ограничивают свою способность выявлять новые идеи, поскольку придерживаются одного из следующих подходов:

Подход	Сущность
Получить субсидию	“Я начну свое дело только для того, чтобы получить субсидию, независимо от рынка и от возможной рентабельности дела”
“И я тоже”	“Я займусь только тем бизнесом, в котором преуспели другие”

## 2.6 “Убийцы идей”

Идеи выявлять трудно, но легко убить идею еще до того, как будет проведена ее оценка на потенциальную отдачу в плане доходности.

Убийцами идей являются следующие заявления:

- ЭТО РАБОТАТЬ НЕ БУДЕТ
- ЭТО УЖЕ ПРОБОВАЛИ
- КТО БУДЕТ ЗА ЭТО ПЛАТИТЬ?
- ЭТО ГЛУПО!
- ЭТО СЛИШКОМ ПРОСТО
- ПОЧЕМУ ЭТО НЕ СДЕЛАЛ КТО-ТО ДРУГОЙ?

## 2.7 МЕТОДЫ ГЕНЕРАЦИИ ИДЕЙ

Общепринято, что самый лучший способ выявления эффективных идей состоит в разработке максимально большего числа идей с последующим просеиванием их для извлечения тех, которые имеют наивысший потенциал. Ударение делается на КОЛИЧЕСТВЕ, а не на КАЧЕСТВЕ.

Основными методами генерации идей являются:

- мозговой штурм;
- карты идей.

## 2.8 Мозговой штурм

Этот метод стимулирует группы людей на поиск возможно большего числа идей на данную тему в заданном интервале времени (как правило, 20 минут). Участники мозгового штурма должны придерживаться следующих принципов:

- ни одну идею нельзя игнорировать;
- отрицательная реакция (как словесная, так и несловесная)
- не допускается;
- свой вклад должны вносить все участники, невзирая на возможную нелепость комментариев;
- председателя на таком собрании быть не должно, но один член группы должен записывать все идеи;
- у мозговой атаки должно быть согласованное время начала и окончания.

## 2.9 Упражнение 1

Участники разбиваются на группы по 5-6 человек и проводят десятиминутную мозговую атаку, цель которой - найти максимум деловых возможностей на следующую тему:

### ОВОЩИ

Для записи всех идей, которые будут предложены при мозговом штурме, используется рабочая таблица 2.1.

**Рабочая таблица 2.1: см. раздел рабочих таблиц**

## 2.10 Карты идей

Использование карты идей - это усовершенствованный вариант мозгового штурма. Действуют те же принципы, но участников просят найти деловые возможности по трем основным типам предприятий: производство, услуги, торговля. В рабочей таблице 2.2 приведен пример- заполненная карта идей.

**Рабочая таблица 2.2: см. раздел рабочих таблиц**

## 2.11 Упражнение 2

Участники разбиваются на группы по 5-6 человек (желательно, чтобы это были не те, кто участвовал в упражнении 1). В течение 10 минут они должны заполнить карту идей, приведенную в рабочей таблице 2.3, найдя возможности для производства, услуг и торговли по следующему предмету:

### СВИНЬИ / СВИНИНА

<b>Рабочая таблица 2.3: см. раздел рабочих таблиц</b>
-------------------------------------------------------

## 2.12 ИСТОЧНИКИ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ ИДЕЙ

Методы генерации идей нужны для поиска огромного количества идей, из которых затем извлекаются те, которые имеют высокий потенциал. Идеи, которые в конечном итоге формируют основу рентабельного бизнеса, как правило, относятся к одной из следующих категорий:

- идея решает проблему;
- идея удовлетворяет потребность клиента, покупательскую тенденцию или конкретный сектор рынка;
- идея добавляет стоимость;
- идея связана с законодательными изменениями;
- идея как результат совершенствования предпринимателем своих навыков и ресурсов.

## 2.13 Решение проблем

Покупатели приобретают товары постоянно лишь в том случае, если они получают выгоду от покупки. Очень часто товары или услуги разрабатываются специально для решения какой-либо проблемы. Примеры таких товаров и услуг приведены в следующей таблице:

Товар или услуга	Решаемая проблема
Поштучно замороженные сосиски	Покупателям не нужно для приготовления обеда размораживать весь пакет сосисок
Цемент в мелкой расфасовке	Покупателям не нужно покупать 50-килограммовый мешок
Квадратный пластиковый пакет для молока	Молоковозы могут развозить большее количество молока. Кроме того, обеспечивается более эффективное использование площадей складов и магазинов

## 2.14 Удовлетворение потребности клиента

Нужды и потребности клиентов в любом заданном интервале времени изменяются. Такие изменения могут быть следствием одного из следующих факторов:

- изменения стиля жизни;
- изменения технологии;
- изменения в возрастной структуре населения;
- изменения моды или дизайна.

Вот примеры того, как подобные изменения привели к изменениям потребностей клиентов и созданию новых возможностей для бизнеса

Изменения	Конкретное изменение	Возможности
Стиля жизни	Спрос на более здоровую пищу	- поставка продуктов без добавок - поставка органической пищи - обработка свежих овощей
Возрастной структуры	Рост количества пенсионеров	- уход на дому - поставка продуктов в мелкой расфасовке - производство специального оборудования для передвижения - создание домов престарелых
Моды и дизайна	Разработка строительных изделий из полихлорвинила	- производство окон - изготовление и сооружение зимних садов - услуги по установке вывесок и потолков
Технологии	Разработка СВЧ-печей	- поставка продуктов для приготовления в СВЧ-печах - поставка готовых блюд для СВЧ-печей - приготовление супов в специальных резервуарах

## 2.15 Добавление стоимости

Никакой товар, никакая услуга не остается неизменной неопределенное время. Компании постоянно вносят доработки, усовершенствования, нацеленные на предоставление потребителю дополнительной выгоды, за которую он должен заплатить **ПОВЫШЕННУЮ ЦЕНУ**. Способность добавлять стоимость может быть связана со следующими факторами:

- способ доставки;
- новый технологический процесс;
- улучшенный дизайн;
- введение новых выгодных свойств;
- упаковка.

Вот примеры того, как добавляется стоимость к продукту или услуге:

<b>Товар или услуга</b>	<b>Чем добавляется стоимость</b>
Молоко с длительным сроком хранения	Увеличение срока хранения скоропортящегося продукта питания
Многофункциональные трейлеры	Новые свойства, которые позволяют адаптировать трейлер для перевозки крупного рогатого скота, зерна, силоса и т.д. Устраняется необходимость покупки нескольких трейлеров.
Большие мешки для удобрений	Один большой мешок содержит эквивалент двадцати 50-килограммовых мешков, благодаря чему сокращается время разгрузки и уменьшается вероятность травмы.
Детская игрушечная мебель	Улучшенный дизайн, который позволил повысить безопасность и стимулирует родителей платить за это повышенную цену

## 2.16 Законодательные изменения

Законодательство постоянно развивается и по мере развития может предоставлять новые возможности для производства изделий или предоставления услуг. При каждом значительном нововведении предприниматели анализируют новые возможности и быстро реагируют на них. Ниже приведены примеры того, как законодательные изменения открыли новые возможности для бизнеса.

<b>Изменение</b>	<b>Возможности для бизнеса</b>
Закон о пожарной защите	- производство пожароустойчивых дверей - установка и обслуживание средств противопожарной безопасности
Закон об общественном попечении	- предоставление услуг по уходу на дому



## 2.17 Развитие навыков и ресурсов

У каждого человека есть набор навыков (как практических, так и коммерческих), необходимых для того, чтобы начать свое дело. Бизнес можно построить на развитии и приспособлении этих навыков с целью удовлетворения запросов рынка. Идея бизнеса также может появиться в процессе варьирования методов использования уже имеющихся ресурсов. В приведенной ниже таблице даны примеры того, как развитие и адаптация навыков и ресурсов приводит к созданию возможностей в бизнесе.

Навык или ресурс	Возможности для бизнеса
Навыки скотоводства	- создание конезавода
Старые амбары и здание мельницы	- разработка проекта предприятия общественного питания с самообслуживанием
Автозаправочная станция	- открытие ресторана при станции

## 2.18 ОЦЕНКА ИДЕЙ

После выдачи максимально возможного числа идей их необходимо проверить и определить, какие из них можно положить в основу бизнес-проекта. Каждую идею следует оценить относительно следующих факторов:

- Наличие навыков:
  - какие практические навыки требуются?
  - какие коммерческие навыки требуются?
  - какой дефицит навыков имеет место в данной команде?
- Наличие материалов:
  - имеются ли в наличии необходимые материалы?
  - представляет ли проблему сезонность поставок?
- Удовлетворяется ли потребность?
  - кто будет покупать товар или услугу?
  - сколько они будут платить?
  - имеет ли место конкуренция?
- Справится ли группа с проектом?
  - достаточно ли у группы времени для реализации проекта?
  - могут ли они получить профессиональную помощь?
- Практична ли идея?
  - жизнеспособен ли проект?

- принесет ли проект экономическую выгоду основателям предприятия?
- Можно ли финансировать проект?
  - можно ли получить субсидии?
  - вложат ли банки средства в проект?
  - сколько денег Вы вложите (если сможете) в проект?

Рабочая таблица 2.4 поможет Вам оценивать идеи. После отсева идей, оставшиеся следует тщательно исследовать на предмет определения их реального потенциала для бизнеса.

**Рабочая таблица 2.4: см. раздел рабочих таблиц**

## РАБОЧАЯ ТАБЛИЦА 2.1



## РАБОЧАЯ ТАБЛИЦА 2.2

### КАРТА ИДЕЙ



**РАБОЧАЯ ТАБЛИЦА 2.3**

**КАРТА ИДЕЙ**

