

## Основы предпринимательства



### Успехи и неудачи в развитии бизнеса

Swiss Create

© Swiss Create www.swisscreate.com

ADVANCED  
CONSULTING

## Цели



- Оценивать свой потенциал, чтобы стать успешным предпринимателем
- Четко объяснить любую бизнес-идею, которую вы рассматриваете
- Создавать список идей из нескольких источников бизнес-концепций
- Выбрать лучшую идею для создания собственного бизнеса
- Разработать бизнес-модель и бизнес-планирование

Swiss Create

© Swiss Create www.swisscreate.com

ADVANCED  
CONSULTING

# Содержание

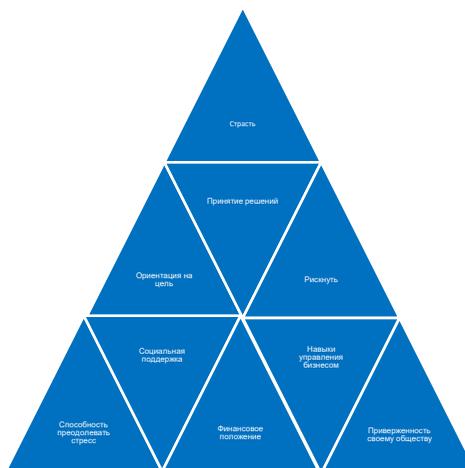


1. Определение предпринимательства
2. Важность предпринимательского мышления
3. Определение и разработка бизнес-идеи
4. Планирование бизнеса – преимущества и недостатки

## 1. Определение предпринимательства



## Что нужно, чтобы стать предпринимателем?



© Swiss Create www.swisscreate.com



## Предпринимательство?

Создание и развитие коммерческого бизнеса, предоставляющего продукты или услуги в обмен на доход и прибыль, а также влияние на общество.

Предприниматель – это человек, который берет на себя риск начать этот бизнес, вкладывая время, деньги и труд в надежде получить прибыль и добиться успеха в своей среде.

Swiss Create

© Swiss Create [www.swisscreate.com](http://www.swisscreate.com)

ADVANCED  
CONSULTING



SIYB  
START AND IMPROVE  
YOUR BUSINESS

ADVANCED  
CONSULTING



# 2. Важность предпринимательского мышления

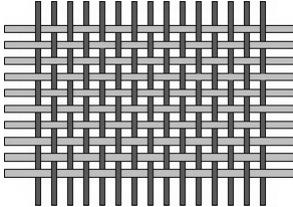
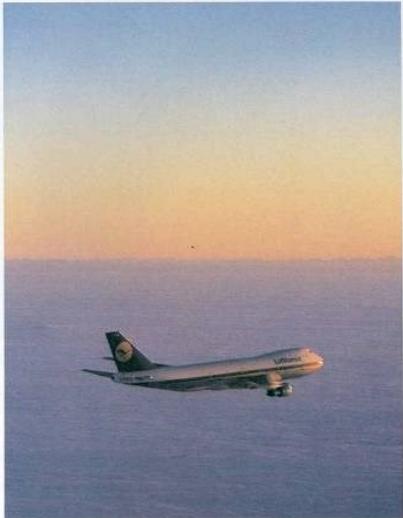
Swiss Create

© Swiss Create www.swisscreate.com



**"With Lufthansa you're in good hands."**

This is an authentic passenger statement.



Swiss Create



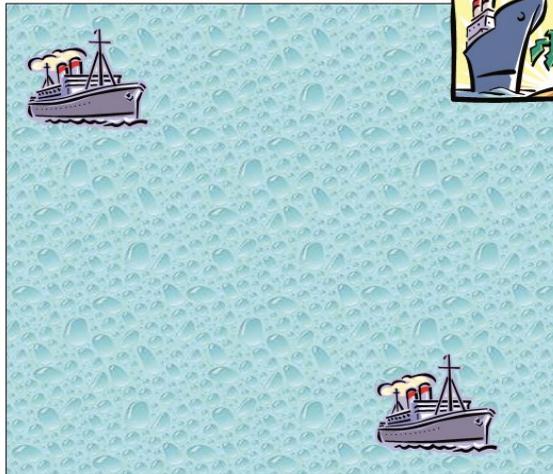
© Swiss Create www.swisscreate.com



# Путь к превосходству

превосходство

поведение



Методы, системы



© Swiss Create www.swisscreate.com



# Местный - национальный - международный - глобальный



© Swiss Create www.swisscreate.com



## Предпринимательский менталитет



**Мало людей,**  
которые что-то делают.

**Много людей**  
которые наблюдают за  
тем, что  
происходит.

**Масса людей,**  
которые даже не  
замечают, что  
происходит.

Dr. R. Schnyder-von Wartensee

## Менталитет

Да, но....

危機

Почему бы и нет?



### 3. Определение и разработка бизнес-идеи



### Успехи и неудачи в развитии бизнеса



## Puralpina - бизнес естественного роста



ADVANCED  
CONSULTING

## И в Молдове это возможно – ApiHerb



Swiss Create

© Swiss Create [www.swisscreate.com](http://www.swisscreate.com)

ADVANCED  
CONSULTING

## И в Молдове это возможно – Honey House



Swiss Create

ADVANCED  
CONSULTING

## И в Молдове это возможно – Moft Dulce



Swiss Create

© Swiss Create www.swisscreate.com

ADVANCED  
CONSULTING

## Крем-мед с ягодами или травами – Victor Dascaluc



## Крем-мед с ягодами или травами – Victor Dascaluc



# Почему вы хотите начать свой **бизнес**?



## Стратегия ежа





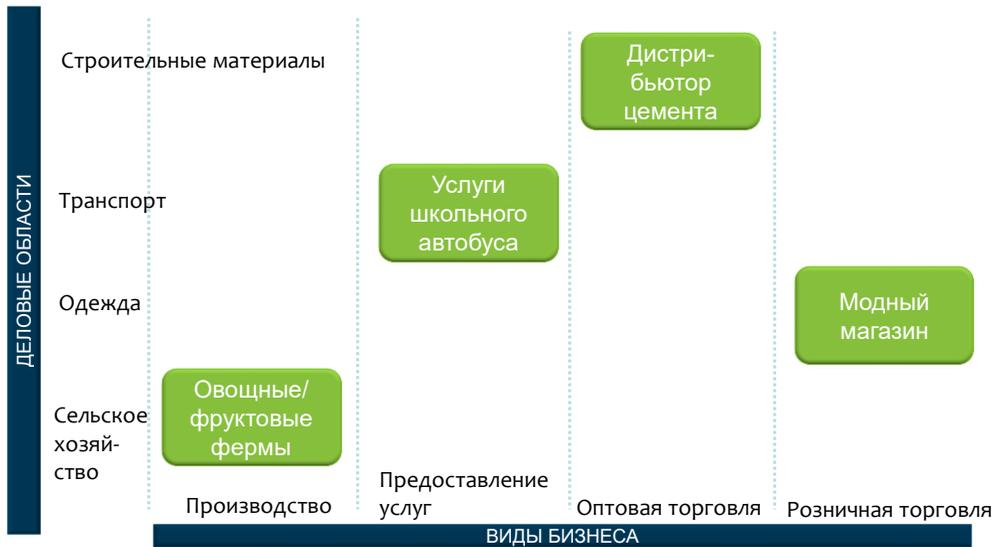
## "Prăjitura Magică" SRL – Smile Cafe



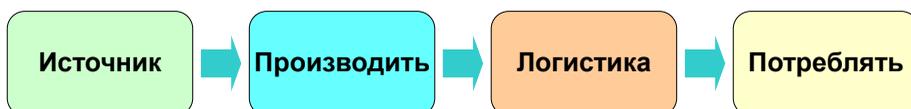
ADVANCED  
CONSULTING

## Типы предприятий

- Определите, как вы участвуете в сфере бизнеса, в которой работаете
- Сфера деятельности часто выбирается на основе:
  - Персональные характеристики
  - Доступные сети
- Четыре основных типа бизнеса:
  - Производство товаров
  - Предоставление услуг
  - Оптовая торговля
  - Розничная торговля

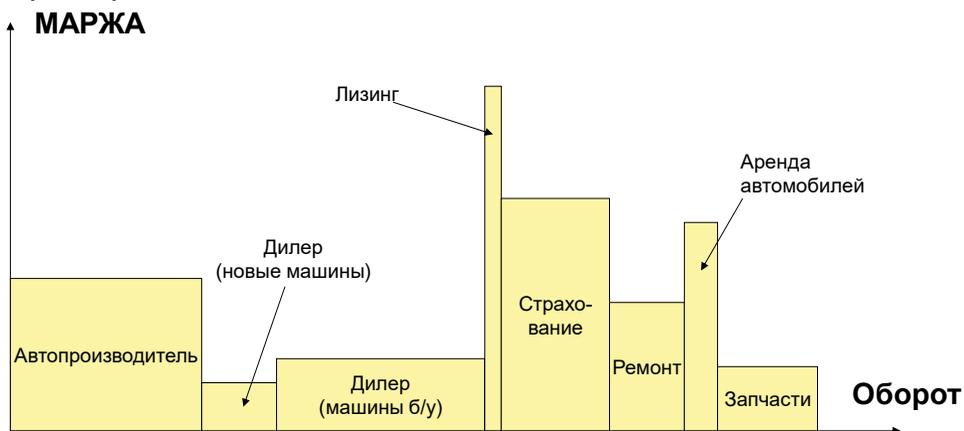


## Позиционирование в цепочки ценностей



## Прибыль по цепочке создания стоимости

Основная цель: получение прибыли не только внутри компании, но также по цепочке создания стоимости.  
Пример: автобизнес.



## SWOT-анализ

Сильные стороны <b>S</b> (Strengths)	Слабые стороны <b>W</b> (Weakness)
Возможности <b>O</b> (Opportunities)	Угрозы <b>T</b> (Threats)

ПОСВЯЩЕННОСТЬ

ЕДИНСТВО

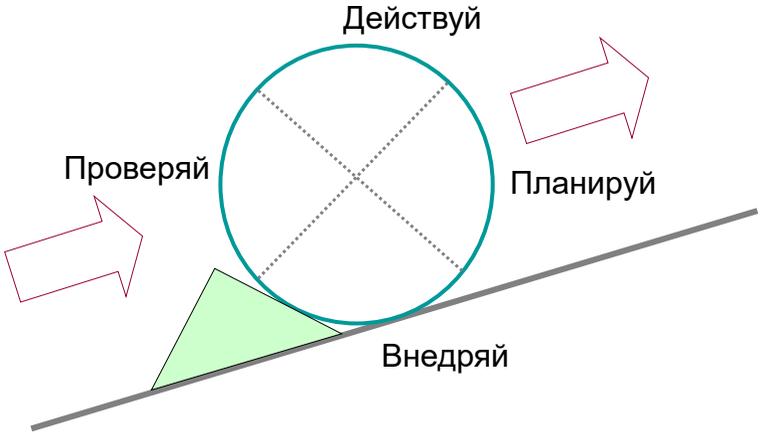
КОММУНИКАЦИЯ



# 4. Планирование бизнеса – преимущества и недостатки



## Общее управление качеством





## Визуализация бизнес-модели



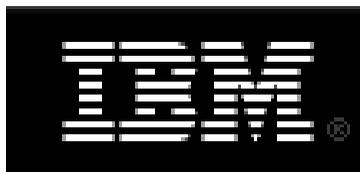
## Визуализация бизнес-модели



## Краткий бизнес-план – бизнес модель

1. Имя/Название фирмы
2. Видение/основная идея (Что мы хотим?)
3. Развитие (доход, прибыль, сотрудники...)
4. Наибольшая выгода из моих продуктов или услуг
5. Почему клиенты покупают наши продукты или услуги?
6. Ситуация на рынке (в прошлом, сегодня и в будущем)
7. Каковы причины фактического положения моего бизнеса?
8. Описание конкурентов и почему мы лучше, чем они
9. Человеческие факторы, которые важны для нашего успеха
10. Когда и как мы можем контролировать и сообщать о наиболее важных факторах(кабина пилота)?

## Имя и брэнд



## Николас Хайек (Nicolas Hayek)

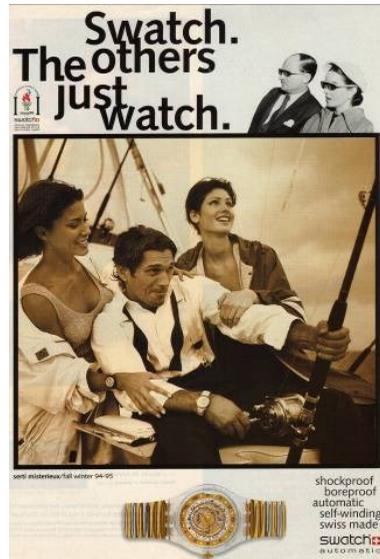


THE **SWATCH GROUP** LTD

Swiss Create



© Swiss Create www.swisscreate.com



ADVANCED  
CONSULTING

## Бизнес-модель: Swatch (Свотч)

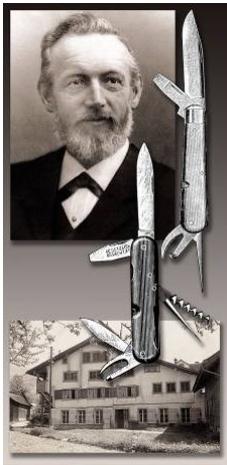
Описание

Факторы успеха

Swiss Create

© Swiss Create www.swisscreate.com

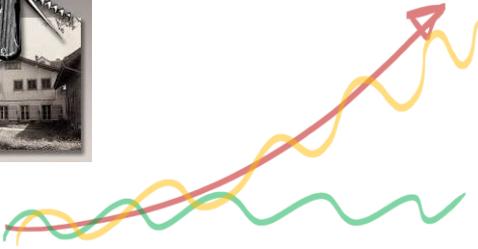
ADVANCED  
CONSULTING



  
VICTORINOX



1884



 Swiss Create

© Swiss Create [www.swisscreate.com](http://www.swisscreate.com)

 ADVANCED  
CONSULTING

## Бизнес-модель: Victorinox

Описание

Факторы успеха

 Swiss Create

© Swiss Create [www.swisscreate.com](http://www.swisscreate.com)

 ADVANCED  
CONSULTING

Бизнес-модель: Arnos

# ARNOS



Swiss Create

© Swiss Create www.swisscreate.com

ADVANCED  
CONSULTING



Swiss Create

© Swiss Create www.swisscreate.com

ADVANCED  
CONSULTING



Swiss Create

© Swiss Create www.swisscreate.com

ADVANCED  
CONSULTING

## Цели

1. Откуда они взялись?

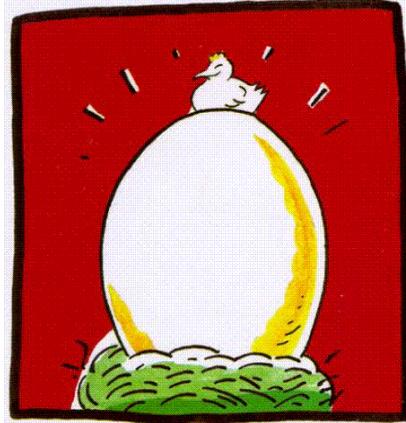
2. Кто их формулирует?

3. Каков их эффект?

Swiss Create

© Swiss Create www.swisscreate.com

ADVANCED  
CONSULTING



Swiss Create

© Swiss Create www.swisscreate.com

ADVANCED  
CONSULTING



**Аварии не случаются.  
Они обусловлены.**

Swiss Create

© Swiss Create www.swisscreate.com

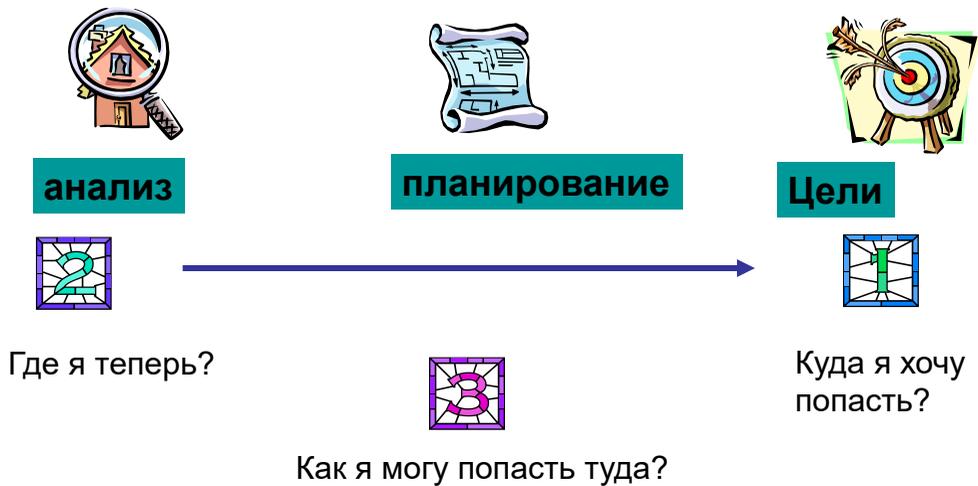
ADVANCED  
CONSULTING



**Чем быстрее ты едешь, тем больше должен смотреть вперед.**



**Три шага для вашего бизнеса**



## ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

За:

**Людей**  
(я и другие)

**Ресурсы**  
(деньги, оборудование...)

**Время**  
(Время – больше, чем  
деньги, это – жизнь.)

## Ключевые факторы успеха вашей компании

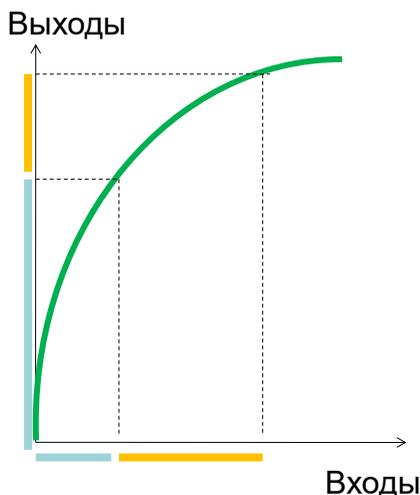


## Структура компании Швейцарии

Тип компании (полный рабочий день)	Количество компаний	% от общего числа компаний	Количество сотрудников	% от общего числа сотрудников
МСП (1-249)	311'707 (29.03.10) 297'694 (30.06.07)	99.6 99.7	2'327'802 2'150'183	66.6 67.5
Микро-предприятия (1-9)	272'346 (29.03.10) 261'584 (30.06.07)	87.1 87.6	889'206 839'366	24.9 26.4
Небольшие компании (10-49)	33'183 (29.03.10) 30'638 (30.06.07)	10.6 10.3	760'780 692'285	21.8 21.7
Средние компании (50-249)	6'178 (29.03.10) 5'472 (30.06.07)	2.0 1.8	697'816 618'532	20.0 19.4
Крупные компании (250 и больше)	1'154 (29.03.10) 1'028 (30.06.10)	0.4 0.3	1'166'269 1'035'197	33.4 32.5

## Как работает глобальная экономика: 2 основные модели

### Закон уменьшения доходов



### Экономический цикл



## Глобализация - я пострадавший или создатель?



Swiss Create

© Swiss Create www.swisscreate.com

ADVANCED  
CONSULTING

## Решение проблем и создание схемы

Шаг	Цель	Пример: сумки Freitag
1 a	Исходная ситуация, понимание проблемы	Обычные сумки и корзины слишком сложны для использования на велосипедах и мотоциклах; у них недостаточная водонепроницаемость.
1b	Описание проблемы	Вода проникает в сумку через большие отверстия и простые швы. Чтобы открыть сумку, нужны обе руки.
1c	Анализ проблемы: может ли она быть выгодно решена?	Да. Оценка показывает, что доходы и расходы являются доступными (принцип рентабельности).
2	Определение целей	Братья говорят, что в течение года они хотят создать новый стиль сумки с новым материалом; целевые группы: друзья и частное использование. В то же время они продолжают работать на старой работе.

Swiss Create

© Swiss Create www.swisscreate.com

ADVANCED  
CONSULTING

## Решение проблем и создание схемы (II)

Шаг	Цель	Пример: сумки Freitag
3	Проверьте альтернатив (морфологические матрицы)	Создание различных моделей (прототипов); анализ плюсов и минусов моделей
4	Определить средства и процессы	К ним относятся: финансовые, технические, человеческие и местные ресурсы, каналы снабжения, орудия производства.
5	Реализация	Подробные планы: покупка материалов, производственные операции, наем и обучение людей, бюджет.
6	Контроль	Непрерывный контроль результатов (в том числе удовлетворенность клиентов) и его использование для улучшения продукции, сбыта и распределения.

## Концепция компании: инструмент управления для достижения целей

	Производительность	Финансы	Изучение
<b>Цели</b>	Продукты: ассортимент и количество Рынок: потребности, целевые группы и регионы	Прибыль и резервы, капитал и структура затрат	Партнерство с сотрудниками и внешними партнерами
<b>Средства и ресурсы</b>	Количество сотрудников, продажи, производство, услуги, распределение	Потребность в капитале, структура капитала	Ресурсы и приоритеты
<b>Методы и инструменты</b>	Приобретение, каналы продаж, собственная продукция, приобретение, эффективность, время производства	Ликвидности, прибыль и убытки, должники, акции и активы	Кодекс поведения, проверка производительности, Balanced score card

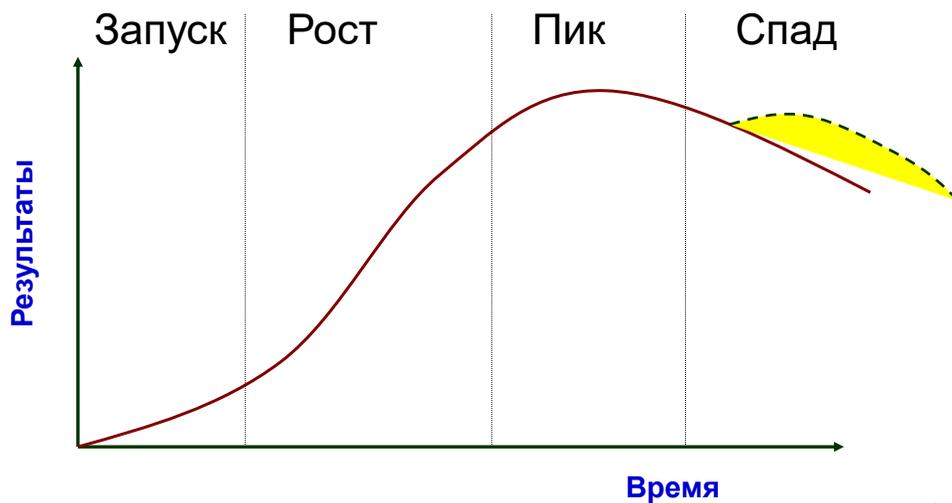
## Ключевые вопросы бизнес-стратегии:

1. Каковы потребности рынка, которые мы хотим удовлетворить с помощью наших продуктов и услуг? Определение позиции компании.
2. Каковы требования по качеству, цене, презентации, инновации, которых мы хотим достичь? Определение целевых групп (в том числе расширение географии).
3. Каковы перспективы роста компании (доход, прибыль, количество клиентов, количество сотрудников, расширение рынка и производства)?
4. Каковы наши цели в использовании прибыли, в том числе цели будущей структуры капитала (зависимость от банков и др.)?
5. Кто будет нашими партнерами по рынку (ключевые клиенты, поставщики, логистические компании, конкуренты)? Чего мы ожидаем от них, и что мы можем им предложить?
6. Какова удовлетворенность сотрудников и каковы предложения по улучшению труда?

## Анализ рынка: Познакомьтесь с вашей целевой группой

Тип анализа	Тип вопроса Пример: безопасность продукции	Ответы
Вопросы Да/Нет	Вы заинтересованы в покупке сейфа?	<input type="checkbox"/> Да <input type="checkbox"/> Нет
Вопросы на выбор	Где бы вы использовали сейф?	<input type="checkbox"/> Личное <input type="checkbox"/> Бизнес <input type="checkbox"/> Личное и бизнес
Приоритетные вопросы и предложения	Каковы наиболее важные риски безопасности для вас (1 = очень важно, 5 = относительно неважно)?	<input type="checkbox"/> Кража <input type="checkbox"/> Пожар <input type="checkbox"/> Наводнение <input type="checkbox"/> Другое
Диапазон вопросов	Насколько для вас важны следующие вопросы безопасности? а) Безопасность денег б) Безопасность дома в) Безопасность отдельных помещений	1 = значительно, 5 = вовсе нет 1 2 3 4 5 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0

## Жизненный цикл продукта



Swiss Create

© Swiss Create www.swisscreate.com

ADVANCED  
CONSULTING

## Матрица анализа портфеля

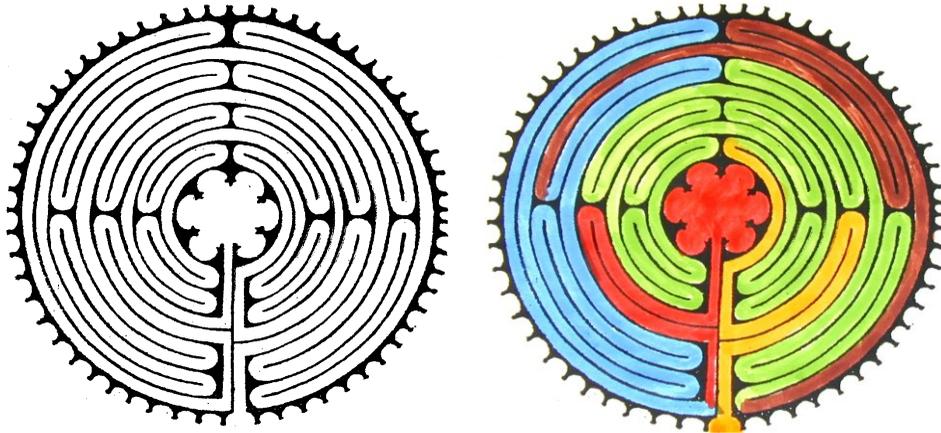


Swiss Create

© Swiss Create www.swisscreate.com

ADVANCED  
CONSULTING

Никогда, никогда, никогда не сдавайся!



Swiss Create

© Swiss Create www.swisscreate.com

ADVANCED  
CONSULTING

Денежная ловушка

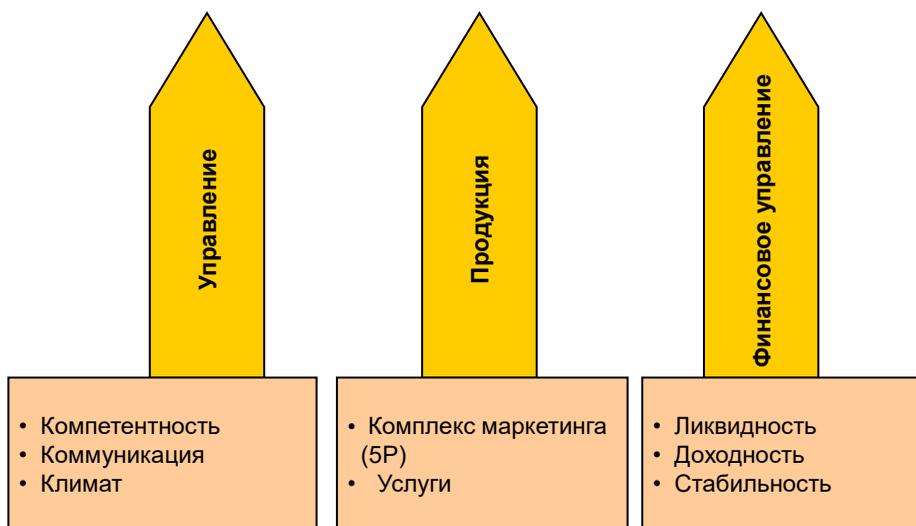


Swiss Create

© Swiss Create www.swisscreate.com

ADVANCED  
CONSULTING

## Три столпа успеха



## Отделяйте личные деньги от бизнес-денег!



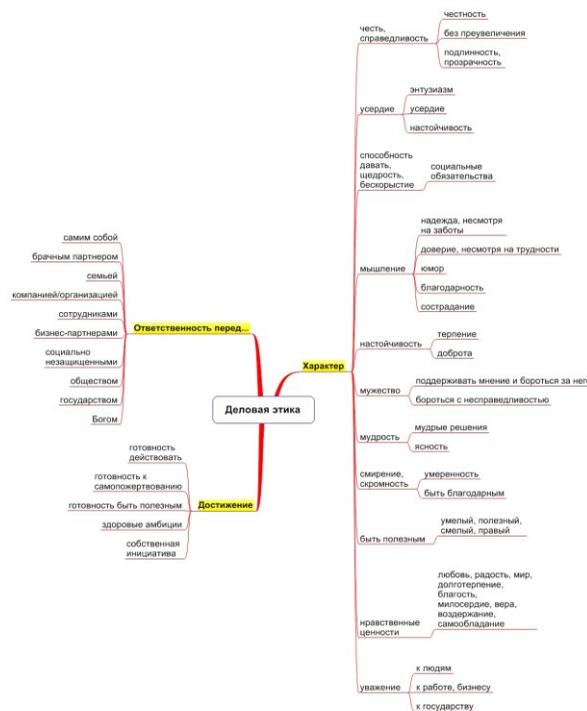
## 5 уровней бизнеса

Виды деятельности	Нужды	Элементы программы
<b>МСП с потенциалом роста</b> (на международном уровне)	Бегство из ловушки среднего дохода Международный / глобальный бизнес  <b>Ключевая стратегия: рост</b>	Тренинги для руководителей: инновации, наука, технология, творчество, инфраструктура Сотрудничество с университетами
<b>МСП</b> (фокус на «с», в основном национальный)	Специальные знания конкурентоспособность эффективность Финансирование <b>Ключевая стратегия: конкурентоспособность</b>	Специальные тренинги Оптимизация производства, 5S Награды Конференции
<b>МСП</b> (местный)	Классический бизнес-тренинг стадия запуска развитие Доступ к кредитам <b>Ключевая стратегия: позиционирование</b>	Основные тренинги: бизнес модель маркетинг управление финансами руководство персоналом
<b>Семейный бизнес</b> (зарегистрированный)	Бизнес-наставники Семейный Бизнес-тренинги Доступ к кредитам <b>Ключевая стратегия: профессионализм</b>	Обучение наставников Местные кредитные средства Конференции для наставников Исследования рынка
<b>Микро-бизнес</b> (формирование доходов)	Бизнес-наставники Начальные инвестиции  <b>Ключевая стратегия: вдохновение</b>	Местные наставники Местные фонды Сотрудничество с правительственными и общественными организациями, церквями

Swiss Create

© Swiss Create www.swisscreate.com

ADVANCED CONSULTING



Swiss Create

© Swiss Create www.swisscreate.com

ADVANCED CONSULTING

## Дом Swiss Create



Swiss Create

© Swiss Create www.swisscreate.com

ADVANCED  
CONSULTING



**Создание процветания и счастья для людей**

Бизнес – это больше, чем деньги. Речь идет о людях.



**Мышление предпринимателя**

Научитесь думать как предприниматель.



**Бизнес-видение и стратегии**

Получите вдохновение и будьте вдохновением для других.



**Управление рисками**

Признать и минимизировать риски, пока не слишком поздно.



**Ценности как основа устойчивого бизнеса**

Сотрудники будут делать все, чтобы достичь высоких значений.



**5 уровней: от очень небольшого семейного бизнеса до международного МСП**

Каждый уровень имеет индивидуальные потребности и инструменты.



**Стратегии роста и перемещения между уровнями**

Посмотрите, что невидимо, и действуйте соответствующим образом.

Swiss Create

© Swiss Create www.swisscreate.com

ADVANCED  
CONSULTING