

ТРЕНИНГ «ГЕНЕРИРОВАНИЕ БИЗНЕС-ИДЕИ»

Пархома Н.Н.,

преподаватель

ОГАПОУ «Новооскольский колледж»

Бизнес-идея – это краткое и точное определение предполагаемого бизнеса. Для того, чтобы начать свой бизнес нужно четко понять, чем именно Вы хотели бы заниматься. Успешность проекта напрямую связана с тем, какая бизнес-идея лежит в его основе

Этапы генерирования бизнес-идеи

1. Поиск идеи для бизнеса.
2. Оценка идей для бизнеса.
3. Проведение SWOT-анализа бизнес-идеи.

Требования к бизнес-идее:

1. должна удовлетворять потребности потребителей;
2. должна приносить доход;
3. должна приносить моральное удовлетворение предпринимателю.

Идей существуют тысячи, реализуются из них десятки, а успеха достигают единицы. В чем секрет поиска и выбора успешной идеи.

Существует несколько источников идей для бизнеса

- Увидел и реализовал локально. Это самый распространенный способ получения идеи и самый надежный. Плюсом данного способа является уже проверенность идеи на практике. Главное – соответствие идеи географическим и социально-экономическим факторам Вашего бизнеса. Найти идеи можно в путешествии, на выставках или просто в СМИ. Пример: В Интернете можно найти много бизнес-идей и бизнес-планов

- Кто-то предложил. В эпоху развития предпринимательства источниками идеи предпринимательства может быть все активное население – знакомые, друзья, родственники, коллеги, с которыми Вы можете обсудить предложения о реализации совместного проекта. «Плюс» данного

источника в том, что у Вас уже есть партнер, который горит данной идеей и готов разделить с Вами риски проекта.

- Сам придумал. Самый сложный и неоднозначно результативный вариант источника идеи, но который может привести к фантастически успешным проектам. Часто идеи инновационны, что на старте деятельности предпринимателя скорее «минус», чем «плюс». Сталкиваясь с традиционными проблемами запуска проекта, приходится решать и дополнительные вопросы, в связи с инновационностью идеи – создание нового рынка, преодоление консерватизма потребителей и т. д.

- Дефицит. Если на рынке существует дефицит, а Вы сможете придумать способ его преодолеть – Вы гарантировано сможете заработать. Ищите и Вы найдете. Единственное ограничение: Вы не одни, и, очень скоро, рынок может быть наполнен предложением.

- Изменения. Изменения во всем: законы, демография, мода, предпочтения. Главное – отслеживать изменения и придумывать, как на них можно построить бизнес. Например, всплеск рождаемости в России позволил развиваться многим бизнесам, связанным с детьми – детские магазины, школы развития, частные детские сады.

- Доступ к ресурсам. Если у Вас есть доступ к сырьевой базе, технологиям, помещениям, Вы можете построить свой бизнес на использовании этого ресурса.

- Новые знания. Это новые продукты и технологии. Реализация традиционной идеи может быть привлекательной возможностью при предложении товара или услуги, которые есть на рынке, в новом уникальном или инновационном формате, или с новыми дополнительными характеристиками.

Многие считают, что процесс поиска идеи для бизнеса является легким только для людей с креативным мышлением. Так вот, существует множество методов и правил как запустить процесс креативного мышления. Одним из них является «Фитнес для мозга» с использованием приема «Друдлы».

Друдлы- это недорисованные картинки, зарисовки (рис.1). И необходимо выключив критика, расслабив мозг ответить на вопрос «Что это?», при этом правильного ответа нет. Желательно назвать 3 существительных сразу.

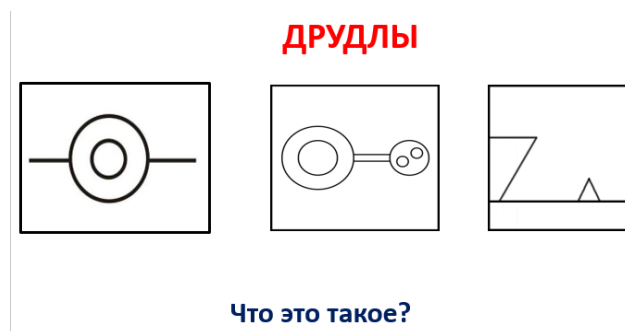


Рисунок 1. Друдлы

Очень важно в процессе генерирования идей соблюдать 10 правил:

1. Начинай с фитнеса мозга
2. Ищи идеи и аналогии в большом количестве областей или уровней – не менее 9
3. Собирай все идеи, даже если на первый взгляд они кажутся странными
4. Делай из любой идеи гипотезы: «А что если...», «А вдруг...», «Предположим...»
5. Запрет критики на этапе генерирования
6. Генерируя, не ищи доказательств
7. Фиксируй все идеи: записывай, а лучше- рисуй!
8. Будь вдохновенным!
9. Делай перерывы, переключайся!
10. Избегай монотонности- ищи идеи разными путями, комбинируй

Порой, мы встаем в тупик и не знаем, как решить ту или иную проблему. Именно в таких ситуациях, когда не хватает креатива, на помощь приходит метод SCAMPER.

Скампер – это аббревиатура. Каждая буква – это определенный вид деятельности

- Substitute – заменить?
- Combine – комбинировать?
- Adapt – адаптировать?
- Modify/Magnify – модифицировать? увеличить?
- Put to Other Uses – предложить другое применение?
- Eliminate – устранить или свести действия до минимума?
- Rearrange/Reverse – поменять на противоположное? изменить порядок?

В качестве примера можем предположить, что производитель скрепок для бумаги хочет усовершенствовать выпускаемую продукцию. Процесс поиска идей он может начать со следующих вопросов:

- Что можно заменить в скрепке?
- С чем можно скомбинировать скрепку, чтобы она превратилась в нечто новое?
- Что можно адаптировать по отношению к скрепке?
- Как можно модифицировать скрепку?
- Что можно к ней прибавить?
- Какие другие способы применения можно предложить для скрепки?
- Что можно убрать из скрепки?
- Что можно поменять в скрепке на противоположное?
- Какой вид скрепок является наилучшим?

Таким образом, фабрикант решил заменить металл на пластик, прибавил к этому цвет и создал разноцветные пластиковые зажимы, которые не только скрепляют листы бумаги, но и помечают их — тем самым всем знакомой скрепке было найдено еще одно применение.

При отборе бизнес-идеи необходимо придерживаться следующих критериев: рентабельность, наличие помещения, наличие основных средств, наличие рынка, доступ к поставщикам, наличие трудовых ресурсов, профессионально-технические навыки предпринимателя, наличие

материальных средств (начального капитала), минимальная степень риска, доступ к финансовым ресурсам.

Подходы к оценке бизнес-идеи:

1. «Продажа» идеи друзьям и знакомым. Правило 10/8/5. Расскажите 10 друзьям. Если 8 из них поддержат идею, то она стоит того, чтобы двигаться дальше, если их будет меньше 5 – забудьте о ней. Если посередине – доработайте идею и еще раз сделайте опрос.

2. Оценка эксперта. Найдите минимум одного эксперта в области, где Вы хотите создать бизнес. Поверьте, посоветовавшись с ним, Вы откроете для себя много нового. Где найти экспертов? Бизнес-встречи, мастер-классы по бизнесу– именно те места, где можно встретить множество крупных предпринимателей совершенно из разных сфер деятельности.

3. Проверяем спрос по поисковой системе или в социальных сетях. Если Вы провели опрос, посоветовались с экспертом, то самое время обратиться к поисковой системе в Интернете. С помощью сервисов по проверке частоты запросов Вы можете узнать, насколько этот товар или услуга востребованы.

SWOT-анализ бизнес-идеи

Сильные стороны: Наличие собственных средств; Наличие помещения; Наличие оборудования; Опыт работы в бизнесе; Технические навыки; Доступная цена на продукт/услугу	Слабые стороны: Отсутствие маркетинговой стратегии бизнеса; Отсутствие менеджерских навыков; Отсутствие трудовых ресурсов; Нет уникальности в продукте/услуге; Нет доступа к сырью и материалам.
Возможности: Доступ к источникам финансирования; Программы поддержки субъектов МСП; Наличие рынка и потребности на	Угрозы: Высокий уровень конкуренции; Форс-мажорные обстоятельства; Политическая и социально-экономическая обстановка; Источники финансирования,

продукт/услугу; Отсутствие конкуренции.	требующие залоговое обеспечение; Отсутствие льгот на аренду помещения.
--	---

Если Вы отобрали наиболее оптимальную для Вас бизнес-идею и готовы ее реализовать – следующим важнейшим шагом для успешной реализации проекта является разработка бизнес-модели вашего проекта.