Как выбрать бизнес-идею?

Мы не хотим начать с идеи, а затем двигаться в сторону клиентов. Мы хотим начать с проблемы клиента, а затем изобрести ее решение.

Джефф Безос, Amazon

Просто придумайте способ сделать обратное тому, что делают все остальные и вы, возможно, найдете для себя новый успешный продукт.

Джек Траут "Маркетинг снизу вверх"

Действительно уникальные технологии возникают очень редко, и с большой вероятностью в настоящий момент точно такая технология уже обсуждается, разрабатывается или даже продается где-то еще.

Игорь Ашманов "Правила Ашманова"

ЗНАЧЕНИЕ ИДЕИ

- Характеристики выгодного делового предложения можно сформулировать следующим образом:

ЧЕЛОВЕК + ИДЕЯ + ИНВЕСТИЦИИ = ПРИБЫЛЬ

- 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.

ЗНАЧЕНИЕ ИДЕИ

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

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.

ПРЕПЯТСТВИЯ НА ПУТИ ГЕНЕРАЦИИ ИДЕЙ

Основными проблемами при выявлении новых идей обычно являются:

- недостаток проницательности у потенциального предпринимателя;
- отсутствие поддержки, «убийцы идей».

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”

“Убийцы идей” или отсутствие поддержки

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?

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

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

Удовлетворение потребности клиента

Изменения	**Конкретное изменение**	**Возможности**
Возрастной структуры	Рост количества пенсионеров	- уход на дому - поставка продуктов в мелкой расфасовке - производство специального оборудования для передвижения - создание домов престарелых
Стиля жизни	Спрос на более здоровую пищу	- поставка продуктов без добавок - поставка органической пищи - обработка свежих овощей
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

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.

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

ОЦЕНКА ИДЕЙ

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?

ОЦЕНКА ИДЕЙ

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?

ЖИЗНЕНЫЙ ЦИКЛ ИДЕИ

1. ЗАРОЖДЕНИЕ ИДЕИ → 2. ПЕРВАЯ ЭКСПЕРТНАЯ ОЦЕНКА →

3. ПОЛУЧЕНИЕ РЫНОЧНОЙ ИНФОРМАЦИИ → 4. РАСЧЕТ ЗАТРАТ →

5. НЕЗАВИСИМАЯ ЭКСПЕРТНАЯ ОЦЕНКА 3-ГО И 4-ГО ЭТАПОВ →

6. ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЯ → 7. ПОДГОТОВКА К ПРАКТИЧЕСКОЙ РЕАЛИЗАЦИИ

→ 8. РЕАЛИЗАЦИЯ ИДЕИ → 1. ЗАРОЖДЕНИЕ ИДЕИ