

Лекция 3. Предпринимательская идея и ее реализация.

План лекции:

1. Реализация предпринимательской идеи.
2. Анализ предпринимательских идей
3. Виды предпринимательской деятельности

Цель лекции: Любая идея может быть реализована в практику хозяйственной деятельности с разной степенью эффективности. При этом каждый предприниматель избирает и отработывает свою технику реализации идей. Для реализации идеи необходимо составить общую схему, включающую основные этапы и процессы взаимосвязанных действий, направленных на достижение конкретного результата.

Новые идеи, отбираемые для реализации, должны быть обоснованы экономически. Этот выбор осуществляется на базе сравнительного анализа нескольких возможных для реализации идей. Перед проведением такого анализа следует оценить достаточность условий и наличие технических возможностей для реализации идей. Уже на этом этапе некоторые идеи могут быть отвергнуты. Основным элементом сравнения идей является их экономическая эффективность.

Кроме указанного оцениваются сроки окупаемости. Но такой подход является чисто экономическим. В реальной деятельности следует учитывать и ряд других рыночных факторов, связанных с целями предпринимателя. Например, устойчивое положение на рынке может обеспечить проект, имеющий максимальный срок окупаемости.

Отсюда следует, что при отборе предпринимательских идей важную роль играет та цель, которая руководит предпринимателем.

Любая идея может быть реализована с различной эффективностью. В этом аспекте для предпринимателя важно не упустить имеющиеся возможности.

Каждый предприниматель избирает свою технику реализации идеи. Однако в этом направлении можно предложить общий подход. При готовности реализовать идею целесообразно составить общую схему этой реализации.

1) бизнес-планирование, сущность которого состоит в детальном изложении с точными расчетами реализации проекта. В бизнес-плане также указываются организационная форма предпринимательства и источники формирования денежных средств, необходимых для начального этапа реализации идеи;

2) привлечение заемных денежных средств и партнеров (участников);

3) государственная регистрация собственной фирмы (предприятия), если она создается впервые;

4) организационно-техническая подготовка фирмы к производству товаров (услуг);

5) управление функционирующей фирмой и партнерскими связями.

Реализация предпринимательской идеи считается успешной, если достигнут (или почти достигнут) результат, планируемый в начале реализации

предпринимательской идеи. Цивилизованное понимание предпринимательского успеха связывается в первую очередь с идеей самоутверждения или со стремлением изменить ход событий.

Коммерческий успех (дополнительный доход, прибыль) сопровождает предпринимательский успех, но в самой предпринимательской деятельности не выступает как самоцель. Это понятие успеха предпринимательства опирается на культуру предпринимательства как на систему совместно вынашиваемых и реальных убеждений и представлений о ценностях, что обеспечивает высокий престиж и способствует увеличению эффективности производства товаров (услуг) и доходов. По мере стабилизации социально-экономической жизни общества интерес к культуре предпринимательства как к системе норм нравственного поведения деловых людей, их обязанностей по отношению друг к другу и обществу в целом будет возрастать.

При более детальном рассмотрении предпринимательской идеи как понятия можно отметить достаточное разнообразие ее форм. Очевидно, что конкретная форма идеи в основном определяется характерными условиями, в которых может осуществляться процесс ее поиска или формирования.

Интуитивно можно предположить, что подобными условиями могут являться различные инвестиционные, конъюнктурные, технологические, организационные и другие требования. Выделим основные формы предпринимательских идей.

Традиционно под идеей в предпринимательстве подразумевается идея нового товара или нового продукта. Очевидность этого положения не вызывает сомнений — каждому новому товару или продукту практически всегда предшествует предпринимательская идея. Новый продукт, таким образом, становится итогом практической реализации идеи, ее воплощением в реальной жизни.

Более того, формирование идей необходимо рассматривать в широком смысле, поскольку новый продукт или товар может быть получен и после модификации существующего продукта, что в характеристиках последнего может позволить получить изменения, которые потребитель может считать достаточно значимыми. Это значит, что продукт в результате модификации приобретает настолько новые, отличительные или просто иные качества, которые в глазах потребителей представляют прежний продукт как новый. Таким образом, в основе предпринимательской идеи всегда лежит стремление создания нового продукта или нового товара. Идею нового товара (или просто — идею товара) можно с полным основанием считать одной из основных в бизнесе, поскольку именно эта идея и ей подобные в практике бизнеса наиболее распространены, а также и инвариантны с точки зрения применимости к различным предметным сферам предпринимательской деятельности.

Далее, результатом идеи может быть не только новый продукт в понимании рыночного товара. Она может затрагивать не только аспекты создания нового продукта как такового.

Итогом практической реализации предпринимательской идеи может быть также создание на предприятии новых условий, формирование различных предпосылок, реализация характерных изменений технического, технологического, организационного, правового, финансового и т. п. содержания — нововведений. Тогда производимый товар для предпринимательской идеи подобной формы не будет являться прямым или непосредственным результатом ее практической реализации. Предпринимательская идея будет оказывать на товар влияние не прямым, а косвенным образом, то есть опосредованно через состоявшиеся изменения или нововведения, не связанные напрямую с товаром. Определенная таким образом идея нововведения для среднего и малого бизнеса имеет не меньшее значение, чем идея товара. Очевидно, что производство прежнего товара в новых условиях, которые обеспечиваются реализацией на практике идеи нововведения, может создать для конкретного бизнеса или предприятия совершенно новые, конкурентно выгодные условия, что в свою очередь может существенно укрепить его позиции на рынке.

Дальнейшее обобщение форм, в виде которых могут быть формально представлены предпринимательские идеи, позволяет выделить такого рода идеи, которые могут подразумевать для конкретного бизнеса принципиальные изменения постановочного характера. Подобные идеи — идеи бизнеса в большинстве случаев становятся при своей практической реализации ядром новых предприятий или нового бизнеса. При этом они определяют содержание будущего бизнеса, его предметную область, будущую рыночную нишу для предприятия, его структуру и т. д.

Идея бизнеса

Идея товара

Идея нововведения

Литература: <http://www.enbek.gov.kz/>

<http://www.kapital.kz/>

<http://headhunter.com.kz/>