**ПАМЯТКА**

**на тему: «Генерация бизнес-идеи»**

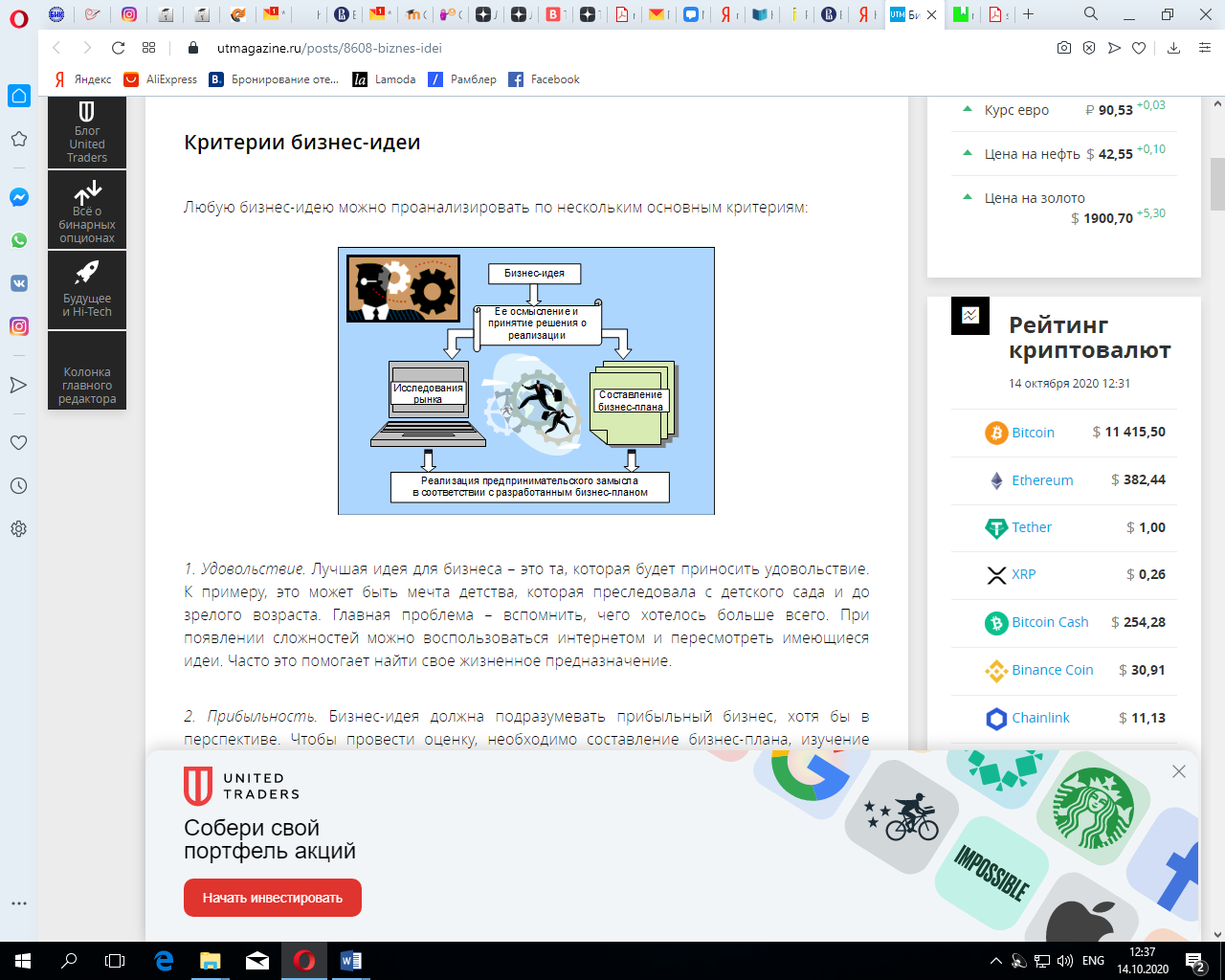
[Бизнес](http://utmagazine.ru/posts/8559-biznes)-идеи – это алгоритм действий, замысел, комплекс мероприятий, направленный на создание новой компании (частного предприятия) в любом из направлений деятельности для получения стабильной прибыли.

Бизнес-идеи, как правило, подразумевают производство товаров или предоставление услуг за денежное вознаграждение. Для внедрения бизнес-идеи в жизнь составляется [бизнес-план](http://utmagazine.ru/posts/8214-biznes-plan). Для реализации задуманного может использоваться личный или привлеченный [капитал](http://utmagazine.ru/posts/8186-kapital) (инвестиции).

Бизнес-идеи могут быть проданы путем заключения договора, на основании которого за реализацию проекта берется другой менеджер. В свою очередь разработчик идеи получают другой вид компенсации, к примеру, процент от прибыли бизнеса или одноразовое поощрение.

**Критерии бизнес-идеи**

Любую бизнес-идею можно проанализировать по нескольким основным критериям:



1. Удовольствие. Лучшая идея для бизнеса – это та, которая будет приносить удовольствие. К примеру, это может быть мечта детства, которая преследовала с детского сада и до зрелого возраста. Главная проблема – вспомнить, чего хотелось больше всего. При появлении сложностей можно воспользоваться интернетом и пересмотреть имеющиеся идеи. Часто это помогает найти свое жизненное предназначение.

2. Прибыльность. Бизнес-идея должна подразумевать прибыльный бизнес, хотя бы в перспективе. Чтобы провести оценку, необходимо составление бизнес-плана, изучение текущих успехов других предпринимателей, общение с опытными людьми, изучение рынка и его потребностей.

3. Вероятность осуществления. Бизнес-идея должна быть реальной и иметь четкие показатели для реализации. Все это должно выражаться в цифрах, с учетом форс-мажорных ситуаций, сложностей в оформлении и реализации бизнес-проекта.

4. Скорость окупаемости. Чем быстрее окупаемость, тем лучше. Но здесь нужно исходить из собственных задач, размера первоначального капитала и долгосрочных целей. Если в получении мгновенной прибыли нет необходимости, можно рассмотреть долгосрочный проект, который окупится через 2-3 года, но потенциально принесет больший доход.

**Где искать бизнес-идеи?**

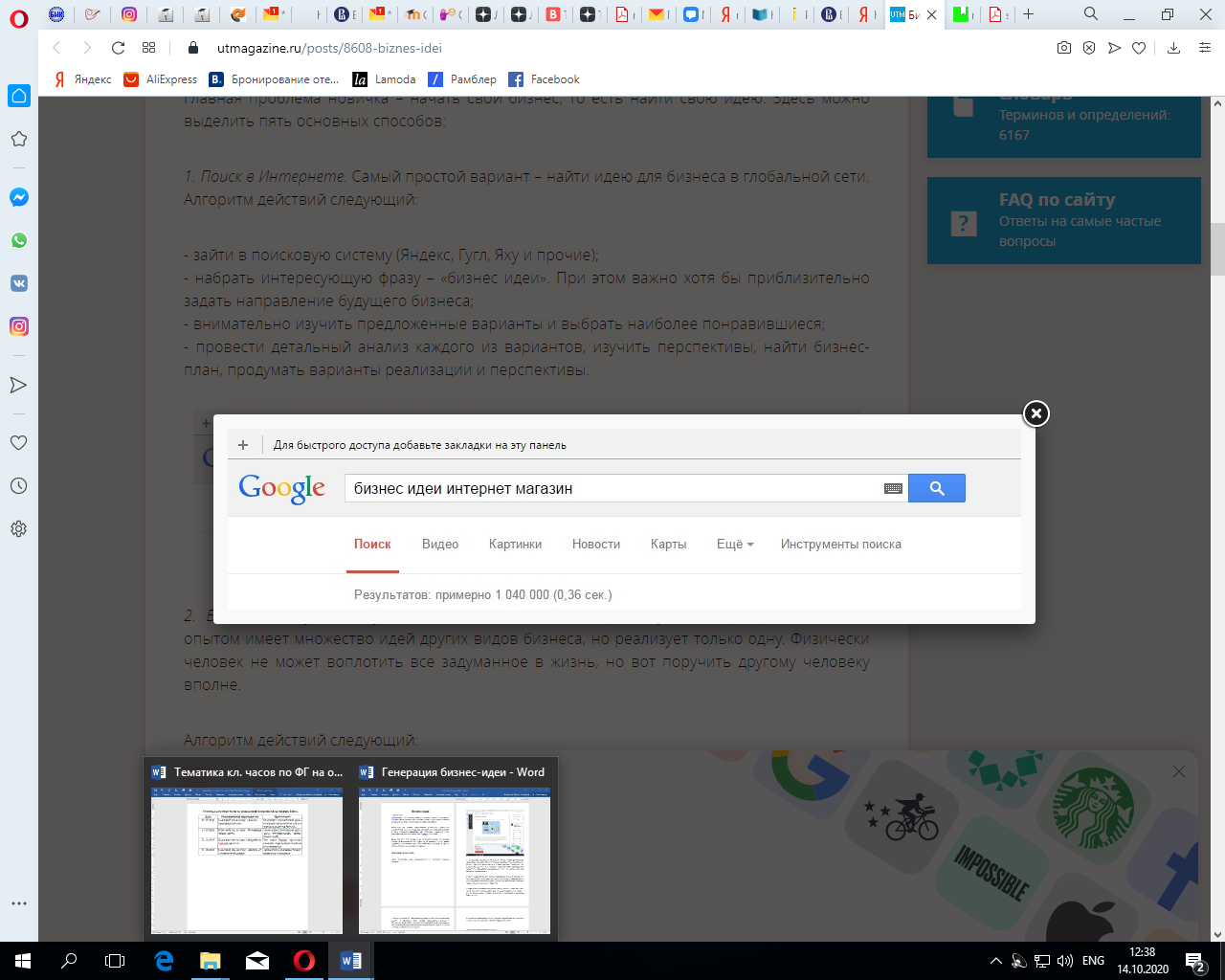
Главная проблема новичка – начать свой бизнес, то есть найти свою идею. Здесь можно выделить пять основных способов:

1. Поиск в Интернете. Самый простой вариант – найти идею для бизнеса в глобальной сети. Алгоритм действий следующий:

- зайти в поисковую систему (Яндекс, Гугл, Яху и прочие);

- набрать интересующую фразу – «бизнес идеи». При этом важно хотя бы приблизительно задать направление будущего бизнеса;

- внимательно изучить предложенные варианты и выбрать наиболее понравившиеся;  
 - провести детальный анализ каждого из вариантов, изучить перспективы, найти бизнес-план, продумать варианты реализации и перспективы.

  
 2. Взять идею у действующего бизнесмена. Каждый практикующий [предприниматель](http://utmagazine.ru/posts/13780-predprinimatel) с опытом имеет множество идей других видов бизнеса, но реализует только одну. Физически человек не может воплотить все задуманное в жизнь, но вот поручить другому человеку вполне.

Алгоритм действий следующий:

- написать список знакомых, которые занимаются бизнесом. Если таких нет – нужно познакомиться через друзей, близких, других знакомых;

- переговорить с предпринимателем по поводу перспектив того или иного направления в ближайшее время;

- предложить свои услуги или реализовать идею самостоятельно, за свои [деньги](http://utmagazine.ru/posts/8476-dengi).

3. Улучшить существующий бизнес – еще один хороший вариант. Всегда есть возможность оптимизировать ту или иную сферу деятельности.

Последовательность действий следующая:

- найти отрасль, в которой есть определенные знания или изучить интересующее направление. Можно воспользоваться услугами знакомого бизнесмена, имеющего опыт в конкретном виде деятельности;

- провести анализ того, что нравится людям, какие направления можно улучшить, где есть недостатки;

- разработать нововведения и реализовать свой бизнес уже с их учетом.

4. Вспомнить старые бизнес-идеи, которые были популярны. Такая стратегия может быть очень эффективна, ведь люди склонных возвращаться к старым привычкам. Алгоритм действий такой:

- вспомнить все направления, которые были популярны раньше, но сейчас почти не реализуются;

- продумать, почему этот вид бизнеса пропал и будет ли он актуален сегодня; - проанализировать способы реализации проекта, составить бизнес-план, провести исследование (при необходимости).

5. Воплотить в жизнь мечту детства. Самый простой способ – реализовать свою «голубую мечту», ведь в этом случае даже придумывать ничего не нужно.

Действовать нужно таким образом:

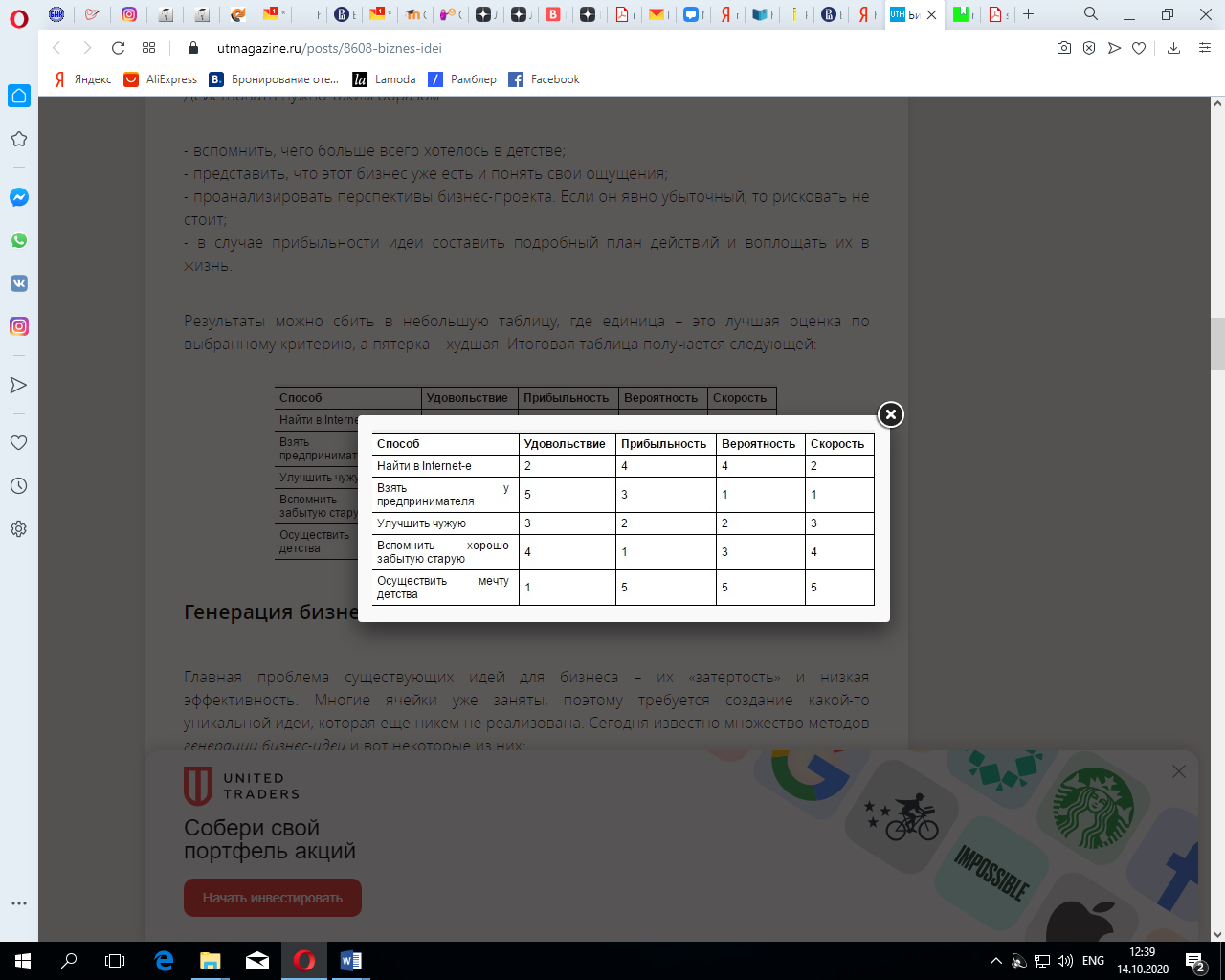
- вспомнить, чего больше всего хотелось в детстве;

- представить, что этот бизнес уже есть и понять свои ощущения;

- проанализировать перспективы бизнес-проекта. Если он явно убыточный, то рисковать не стоит;

- в случае прибыльности идеи составить подробный план действий и воплощать их в жизнь.

Результаты можно сбить в небольшую таблицу, где единица – это лучшая оценка по выбранному критерию, а пятерка – худшая. Итоговая таблица получается следующей:

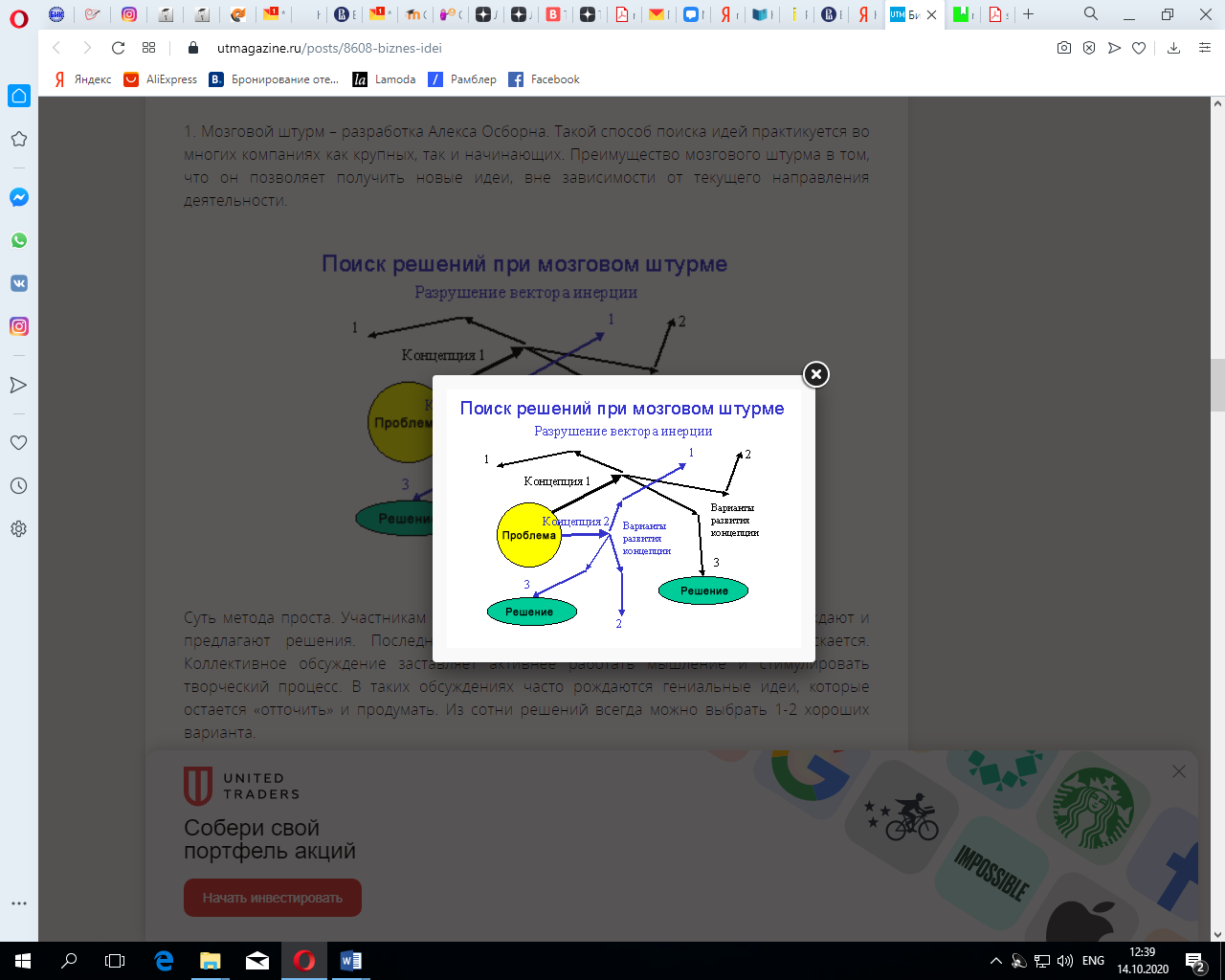


**Генерация бизнес-идеи**

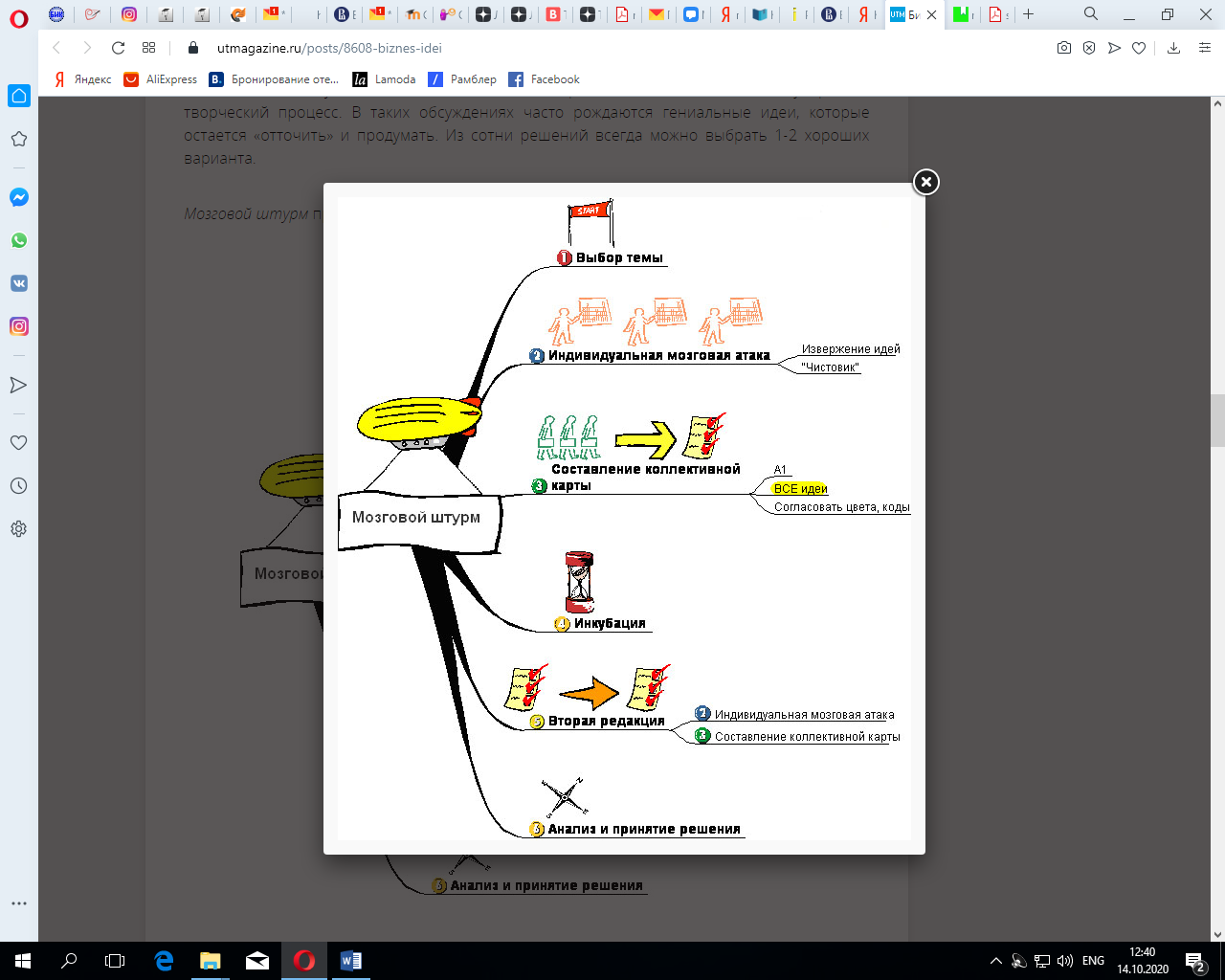
Главная проблема существующих идей для бизнеса – их «затертость» и низкая эффективность. Многие ячейки уже заняты, поэтому требуется создание какой-то уникальной идеи, которая еще никем не реализована. Сегодня известно множество методов генерации бизнес-идеи и вот некоторые из них:

1. Мозговой штурм – разработка Алекса Осборна. Такой способ поиска идей практикуется во многих компаниях как крупных, так и начинающих. Преимущество мозгового штурма в том, что он позволяет получить новые идеи, вне зависимости от текущего направления деятельности.

Суть метода проста. Участникам эксперимента задается вопрос, который они обсуждают и предлагают решения. Последние могут быть фантастическими – это допускается. Коллективное обсуждение заставляет активнее работать мышление и стимулировать творческий процесс. В таких обсуждениях часто рождаются гениальные идеи, которые остается «отточить» и продумать. Из сотни решений всегда можно выбрать 1-2 хороших варианта.



Мозговой штурм проводится в три этапа:



- определение проблемы. Важно сразу выделить, в каком направлении будет вестись обсуждение;

- генерация бизнес-идеи. На данном этапе высказываются любые предположения. Главная задача – не критиковать других участников (даже если идеи действительно глупые). Приветствуются любые предположения и идеи – в том числе и совсем фантастические;

- сбор предложенных идей и их анализ. В итоге можно выбрать несколько самых достойных.

К этому методу можно привлекать своих знакомых и таким способом находить идею для своего бизнеса.

2. Метод «шести шляп». Этот способ разработан Эдуардо де Боно. Суть метода проста. Человек поочередно надевает шесть шляп разного цвета. У каждого оттенка своя функция:

- белая шляпа – анализ фактов и цифр будущего бизнеса. Здесь должны быть иключительно факты и никаких эмоций;

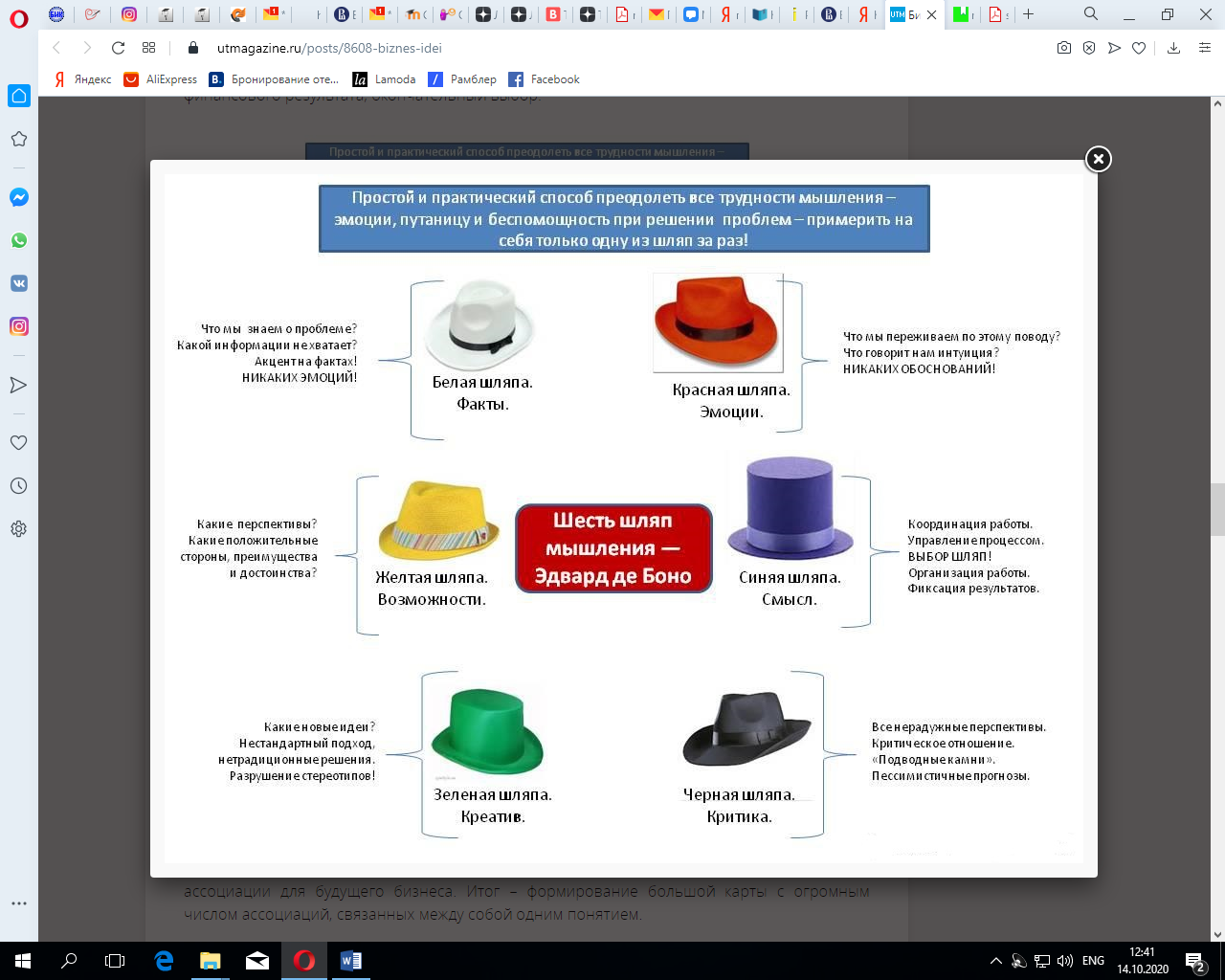
- черная шляпа – поиск минусов выбранной идеи, а также возможных рисков. В этой шляпе должны отражаться все «подводные камни» бизнеса и наименее радужные перспективы;

- желтая шляпа – анализ всех положительных моментов будущей деятельности;

- зеленая шляпа – генерация дополнительных идей, касающихся выбранного направления, нестандратные решения;

- красная шляпа – проверка собственных эмоциональных ощущений от ведения деятельности, прислушивание к своей интуиции. Здесь не должно быть обоснований - только внутренние ощущения;

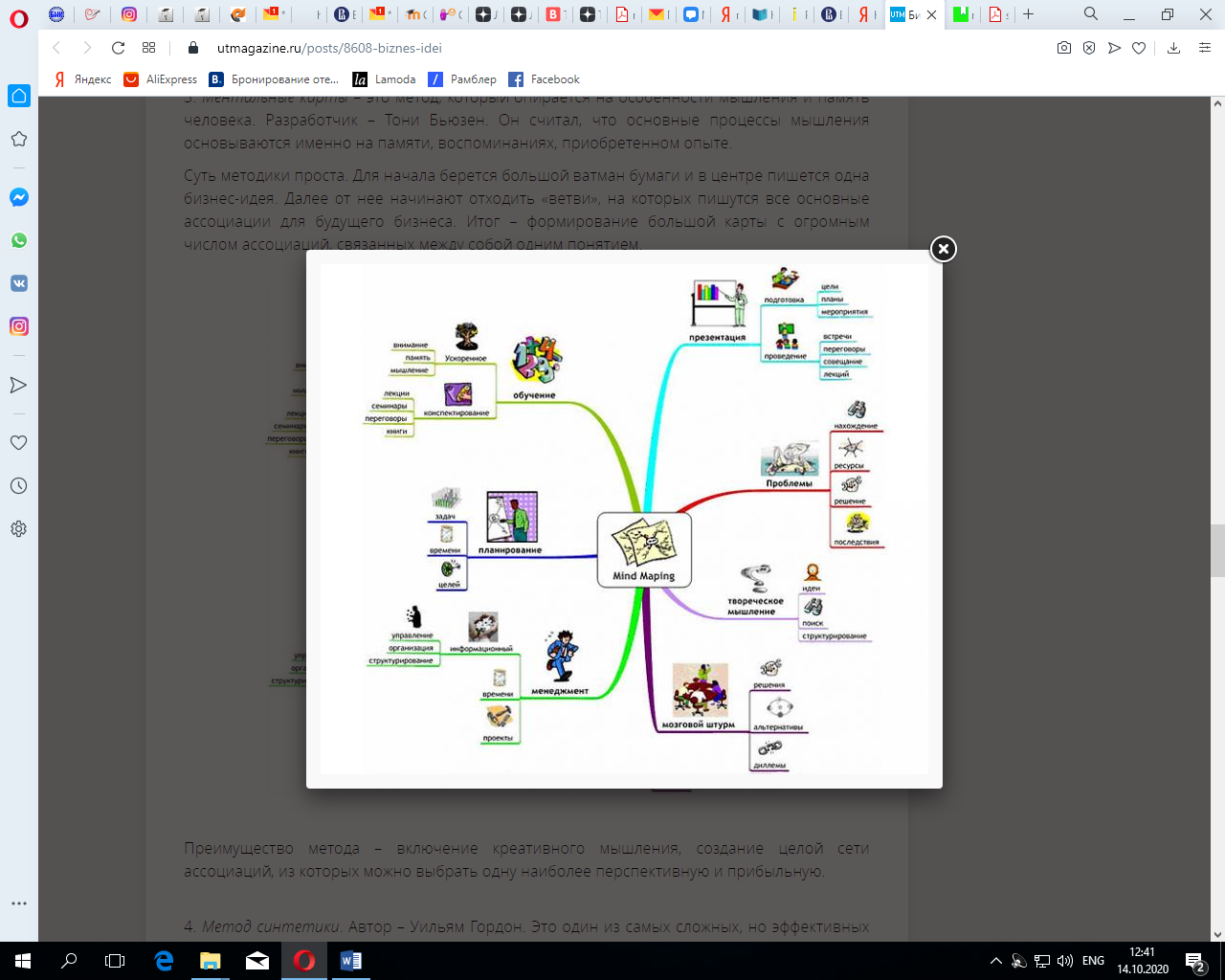
- синяя шляпа – подведение итогов проделанной работы, итоги потенциального финансового результата, окончательный выбор.



Эта методика похожа на игру, но она невероятным образом активирует мозговые процессы и заставляет думать в правильном направлении.

3. Ментальные карты – это метод, который опирается на особенности мышления и память человека. Разработчик – Тони Бьюзен. Он считал, что основные процессы мышления основываются именно на памяти, воспоминаниях, приобретенном опыте.

Суть методики проста. Для начала берется большой ватман бумаги и в центре пишется одна бизнес-идея. Далее от нее начинают отходить «ветви», на которых пишутся все основные ассоциации для будущего бизнеса. Итог – формирование большой карты с огромным числом ассоциаций, связанных между собой одним понятием.



Преимущество метода – включение креативного мышления, создание целой сети ассоциаций, из которых можно выбрать одну наиболее перспективную и прибыльную.

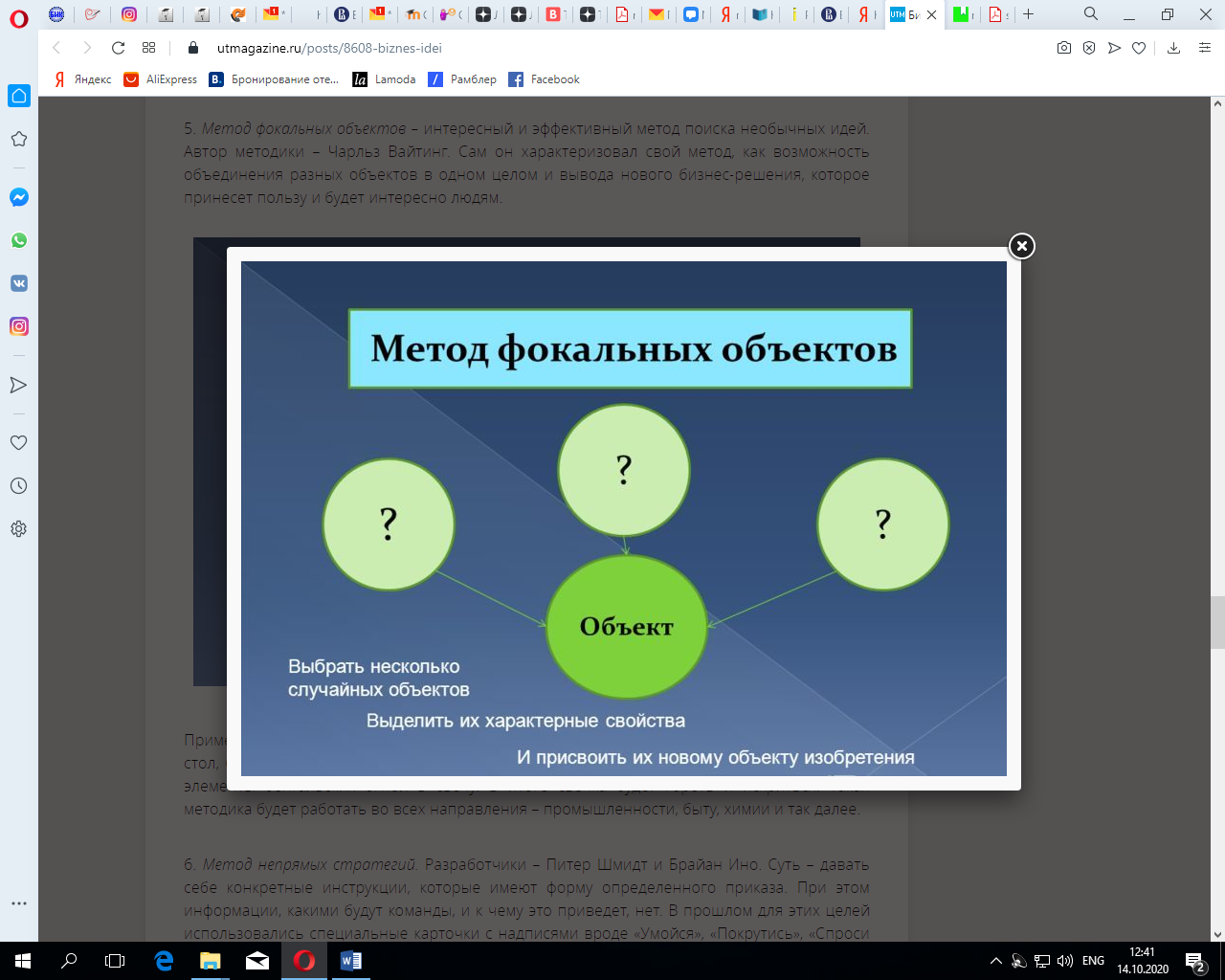
4. Метод синтетики. Автор – Уильям Гордон. Это один из самых сложных, но эффективных методов. Если с ним разобраться, то можно с легкостью генерировать новые идеи или решать сложные задачи. Основная суть метода – поиск аналогий. Алгоритм следующий:

1) Выбирается определенный объект и рисуется таблица для заполнения пустых граф аналогиями.

2) Сопоставляется цель, проводятся косвенные и прямые аналогии.

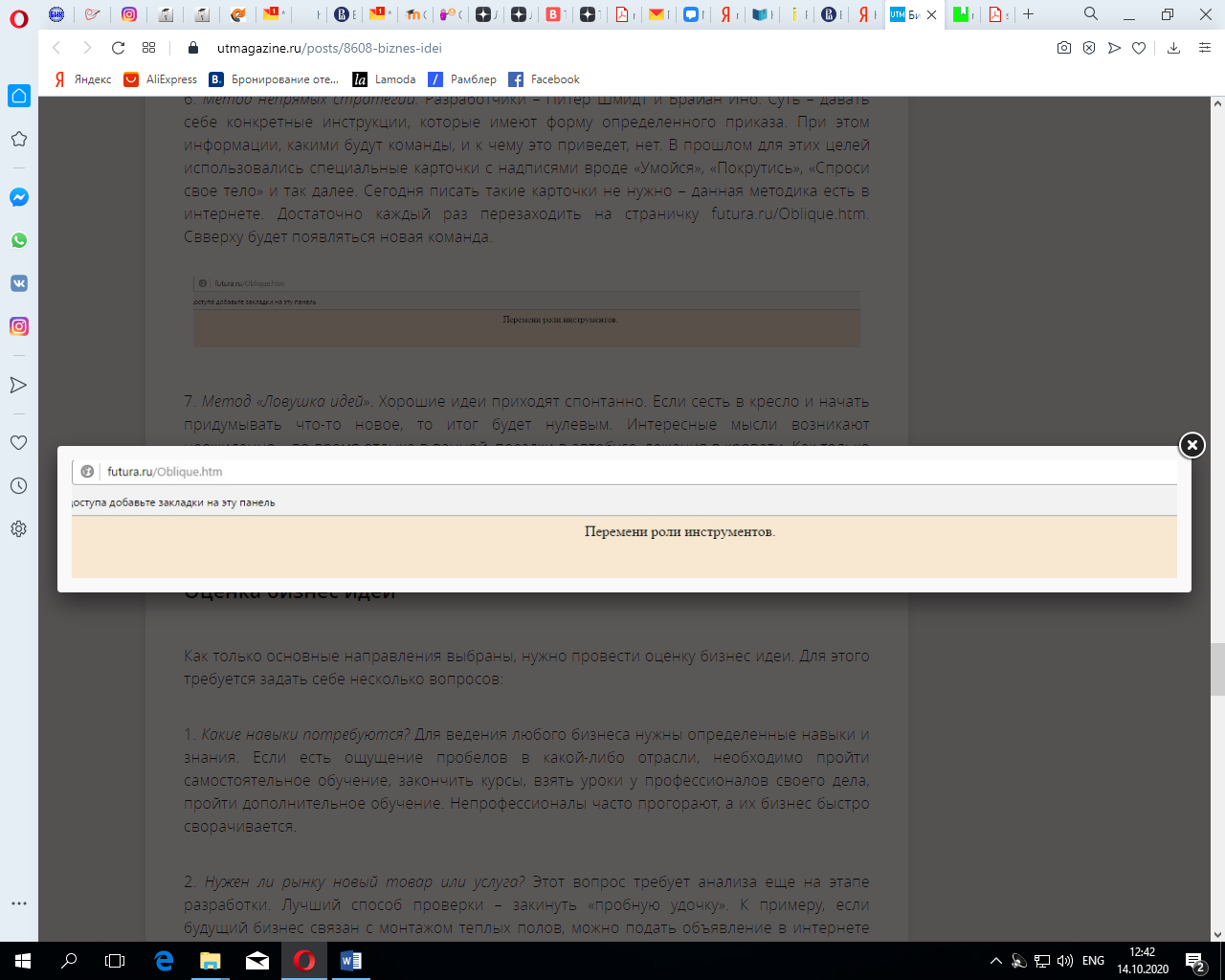
Пример. Объект – ручка. Основная задача – увеличение ассортимента продукции и рост продаж. Аналогия прямая – ручка объемная и большая. Аналогия косвенная – ручка плоская. Если совместить две аналогии (прямую и косвенную), то в итоге рождается идея о создании ручки в форме закладки для книг. Этот пример наиболее простой, но он лучше всего отображает суть методики.

5. Метод фокальных объектов – интересный и эффективный метод поиска необычных идей. Автор методики – Чарльз Вайтинг. Сам он характеризовал свой метод, как возможность объединения разных объектов в одном целом и вывода нового бизнес-решения, которое принесет пользу и будет интересно людям.



Пример – празднование Нового года. Основные ассоциации с этим событием – накрытый стол, бенгальские огни, зажженные свечи, елка. На этом этапе рождается идея – добавить элементы бенгальских огней в свечу. В итоге свечка будет гореть и искриться. Такая методика будет работать во всех направления – промышленности, быту, химии и так далее.

6. Метод непрямых стратегий. Разработчики – Питер Шмидт и Брайан Ино. Суть – давать себе конкретные инструкции, которые имеют форму определенного приказа. При этом информации, какими будут команды, и к чему это приведет, нет. В прошлом для этих целей использовались специальные карточки с надписями вроде «Умойся», «Покрутись», «Спроси свое тело» и так далее. Сегодня писать такие карточки не нужно – данная методика есть в интернете. Достаточно каждый раз перезаходить на страничку futura.ru/Oblique.htm. Свверху будет появляться новая команда.



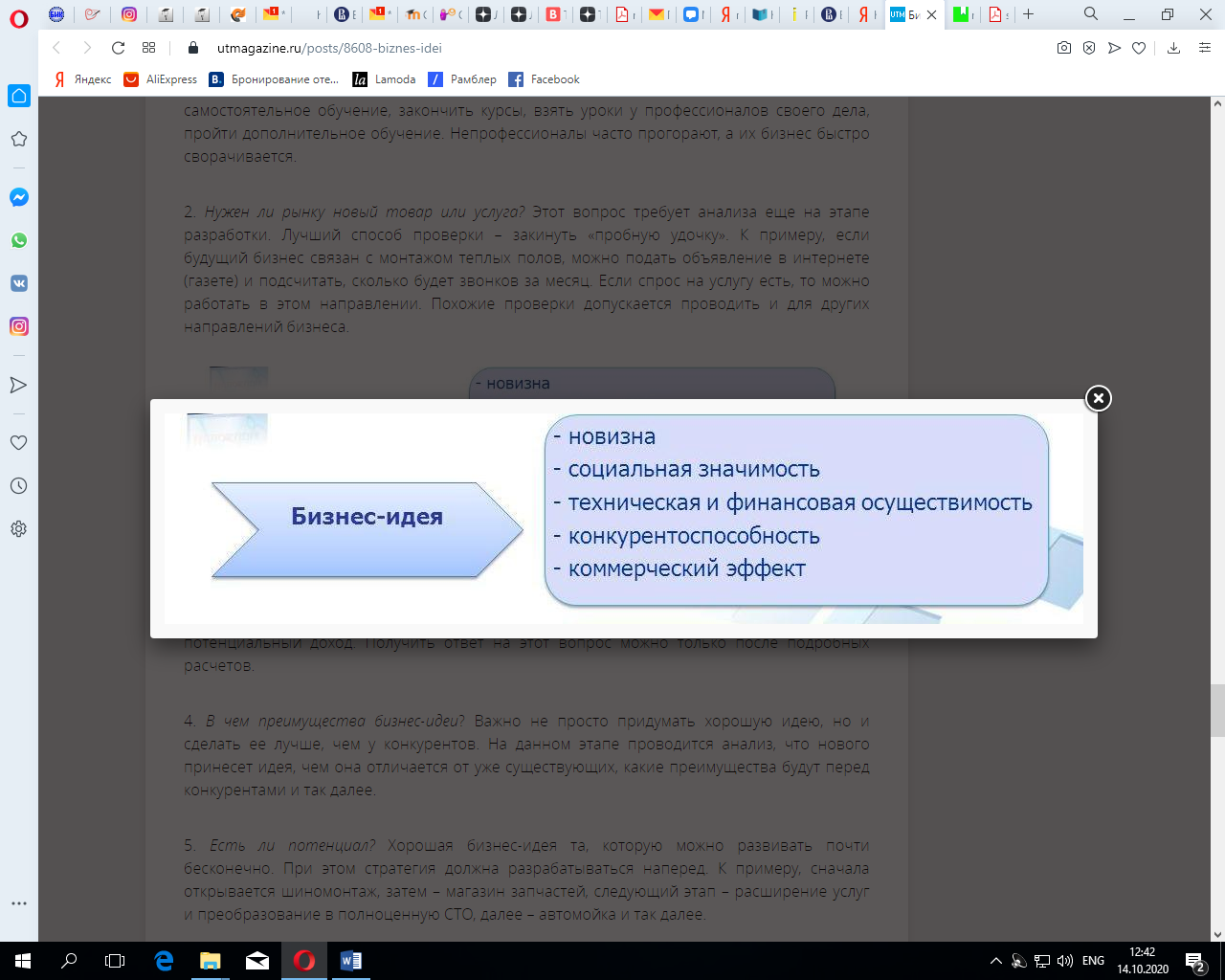
7. Метод «Ловушка идей». Хорошие идеи приходят спонтанно. Если сесть в кресло и начать придумывать что-то новое, то итог будет нулевым. Интересные мысли возникают неожиданно – во время отдыха в ванной, поездки в автобусе, лежания в кровати. Как только промелькнула хорошая мысль – она должна быть записана. Для этого с собой нужно носить записную книжку и ручку. В конце месяца можно подвести итоги и выбрать лучшие идеи для бизнеса.

**Оценка бизнес идеи**

Как только основные направления выбраны, нужно провести оценку бизнес идеи. Для этого требуется задать себе несколько вопросов:

1. Какие навыки потребуются? Для ведения любого бизнеса нужны определенные навыки и знания. Если есть ощущение пробелов в какой-либо отрасли, необходимо пройти самостоятельное обучение, закончить курсы, взять уроки у профессионалов своего дела, пройти дополнительное обучение. Непрофессионалы часто прогорают, а их бизнес быстро сворачивается.

2. Нужен ли рынку новый товар или услуга? Этот вопрос требует анализа еще на этапе разработки. Лучший способ проверки – закинуть «пробную удочку». К примеру, если будущий бизнес связан с монтажом теплых полов, можно подать объявление в интернете (газете) и подсчитать, сколько будет звонков за месяц. Если спрос на услугу есть, то можно работать в этом направлении. Похожие проверки допускается проводить и для других направлений бизнеса.



3. Принесет ли бизнес доход? Главная цель – определить минимально допустимую [прибыль](http://utmagazine.ru/posts/9038-pribyl), которая устроит на первое время. Формулировка «как можно больше» не подходит – должна быть конкретная цель. При этом стоит соизмерять свои [затраты](http://utmagazine.ru/posts/9240-zatraty) на организацию бизнеса и потенциальный доход. Получить ответ на этот вопрос можно только после подробных расчетов.

4. В чем преимущества бизнес-идеи? Важно не просто придумать хорошую идею, но и сделать ее лучше, чем у конкурентов. На данном этапе проводится анализ, что нового принесет идея, чем она отличается от уже существующих, какие преимущества будут перед конкурентами и так далее.

5. Есть ли потенциал? Хорошая бизнес-идея та, которую можно развивать почти бесконечно. При этом стратегия должна разрабатываться наперед. К примеру, сначала открывается шиномонтаж, затем – магазин запчастей, следующий этап – расширение услуг и преобразование в полноценную СТО, далее – автомойка и так далее.

6. Какие есть преимущества и недостатки бизнес-идеи? Здесь важно быть честным перед самим собой. Если негативных моментов будущей деятельности на 30-40% больше, чем положительных, то лучше подобрать другую идею.

7. На какую аудиторию рассчитан товар (услуга)? Главное – определить, кто будет главным клиентом, чего он хочет, какие интересы преследует. Если знать своего потребителя и его желания, то вероятность предложить качественную и нужную услугу намного выше.

8. Сколько потребуется денег? Финансовая часть бизнеса - одна из основных. Вы должны понимать, сколько необходимо денег, где они будут браться, будет ли возможность своевременного возврата средств (при оформлении кредита), понадобятся ли [инвесторы для бизнеса.](https://utmagazine.ru/posts/8562-investory-dlya-biznesa)

9. Какова окупаемость бизнеса? Важный момент – в какой срок окупятся вложения. Некоторые направления позволяют покрыть затраты уже через 6-8 месяцев, но чаще всего окупаемость составляет 2-3 года (при инвестициях от 1 миллиона рублей).

Еще один вариант оценки бизнес-идеи уже существующей компании. В нем оценивается:

- источник и наличие всей необходимой информации;

- имидж компании;

- наличие необходимого опыта реализации задумки;

- наличие на руках сертификата, лицензии или патента;

- наличие отличительных особенностей от других похожих проектов, «изюминки»,

- наличие рынка сбыта;

- возможности новой идеи в отношении конкурентоспособности;

- наличие поддержки со стороны государственных структур;

- объемы капитала на руках и его достаточность для начала ведения бизнеса;

- наличие земли, оборудования, недвижимости;

- сроки окупаемости;

- возможности для дальнейшего развития.

Все результаты можно оценить по данным таблицы и сделать выводы.

