**Предпринимательская** **идея** **и** **ее** **выбор**

**Предпринимательская** **идея.** **Этапы** **ее** **формирования** **и** **элементы.** Осуществление предпринимательской деятельности всегда

основано на какой-то конкретной идее. Исходной точкой в предпринимательстве и в создании нового предприятия часто является идея нового продукта или услуги.

Предпринимательская идея, в основе которой – продуманная во всех деталях инновационная инициатива предпринимателя, может охватывать как процесс производства в целом, так и один или несколько его отдельных фрагментов.

Процесс организации предпринимательства предполагает решение не только и не столько управленческих задач, сколько поиск новых идей, и оценку способности довести их до конкретного результата, преодолевая сопротивление. Организационная самостоятельность предпринимателя включает в т.ч. выбор вида деятельности. «Старые» предприниматели не стоят перед выбором сферы деятельности, так как их устраивает предшествующий опыт работы, но им нужны предпринимательские идеи по улучшению ведения бизнеса. А вновь создаваемые фирмы, более склонны ориентироваться на потребности рынка и, таким предпринимателям необходимы предпринимательские идеи по организации бизнеса.

Одной из характеристик предпринимателя является новаторство. С экономической точки зрения новаторство представляет собой не открытие и не изобретение, а практическую реализацию предпринимательской идеи, точнее говоря, коммерциализацию новых технических, организационных и других достижений.

Основные этапы предпринимательской деятельности начинаются на уровне мышления от зарождения предпринимательской идеи до принятия решения предпринимателем и подготовки идеи к практической реализации.

Обычно выделяют следующие этапы формирования идеи: 1. Зарождение предпринимательской идеи;

2. Первая экспертная оценка идеи;

3. Получение рыночной информации (выявление соотношения между спросом и предложением, определение цены и т.д.);

4. Расчеты затрат на осуществление идеи; 5. Экспертная оценка 3 и 4 этапов;

6. Принятие предпринимательского решения, подготовка к практической реализации идеи.

Для принятия решения не обойтись без тщательного маркетинга или изучения состояния рынка, положения дел у конкурентов, научных прогнозов вероятных изменений спроса и предложения, покупательной способности населения. Как показывает практика, источников новых идей множество: отзывы партнеров по бизнесу и контрагентов по договору, продукция конкурентов, материалы публикаций государственных структур, информационные листки патентных бюро. Самое важное место в источниках занимает мнение

потребителей продукции, так как конечная цель предпринимательской деятельности – удовлетворение их запросов.

В целом, предпринимательскую идею формируют следующие элементы: Знание определенного вида предпринимательской деятельности;

Знание внешних факторов, которые влияют на предпринимательскую деятельность;

Стремление реализовать свою жизненную цель, добиться признания общества;

Стремление постоянно увеличивать свое благосостояние и стать собственником;

Осознание необходимости работать на грани своих способностей; Знание потенциальных рисков и умение управлять ими.

**Методы** **оценки** **новых** **идей**

Многие варианты и подходы в решении проблем поиска новых идей оказываются в ряду самых неожиданных. Найти новую, нестандартную идею – это только часть дела. Есть другая сторона проблемы – «идею следует оценить». В практике подобной работы по обработке и оценке новых идей получили распространение многие методы. Ниже приводится описание лишь некоторых из них.

**Метод** **целевых** **обсуждений**

Суть метода заключается в проведении совещания, направляемого руководителем. Главная задача ведущего совещание заключается в том, чтобы втянуть всех участников в открытую и заинтересованную дискуссию и не дать совещанию вылиться в серию пассивных ответов на вопросы. При этом, ведущий в прямой или косвенной форме нацеливает собравшихся на обсуждение определенной области, в которой ведется поиск идей новой продукции. Целевые обсуждения оказываются полезными не только для выработки новых идей – это хороший метод оценки перспективности новых идей и концепций.

**Метод** **«мозговой** **атаки»**

В основе метода лежит идея о том, что для пробуждения творческой инициативы, человека нужно поместить в необычные условия – сделать его участником игры или дискуссии с элементами игры, т.е. «вырвать» из привычной обстановки.

Этот метод может применить и начинающий предприниматель. Для этого следует собрать группу людей, желающих принять участие в выработке и обсуждении новых идей. Возможно, что большинство высказанных идей окажутся «абсурдными», но при этом есть большая вероятность того, что вы найдете интересные вам мысли. Причем, чаще всего это происходит в том случае, когда «мозговой атаке» подвергается конкретная проблема. Ориентируясь на применение этого метода, следует придерживаться следующих правил:

1. Никаких критических замечаний – авторы идей не должны стесняться высказываться.

2. Следует всячески поощрять свободный полет мысли. Чем экстравагантнее идеи, тем лучше.

3. Идей должно быть высказано как можно больше. Чем их больше, тем выше вероятность того, что среди них попадется нечто дельное.

4. Желательно, чтобы участники обсуждения подхватывали идеи, высказанные другими, строили их комбинации, развивали их.

**Метод** **инвентаризация** **«слабых** **мест»**

Обсуждение списка «слабых мест» является методом выработки новых идей, который во многом напоминает целевые обсуждения. Только в том методе участники совещания сами предлагали новые идеи, а в этом им предлагается заранее составленный список возможных «слабых мест» продукции, относящейся к определенной товарной группе.

Участников просят привести конкретный пример имеющейся на рынке продукции и объяснить, почему сделан такой выбор.

Этот метод часто оказывается весьма эффективным, поскольку позволяет «привязать» известные товары к готовому списку «слабых мест» и тем самым приблизиться к пониманию того, что желает потребитель. Это гораздо легче, чем придумать совершенно новый продукт «с нуля». Метод хорошо подходит для оценки перспективности уже имеющихся идей, новых продуктов.

Сложным моментом является составление полного списка всех возможных недостатков продукции. Если такой список удастся составить, то конкретный пример на каждый недостаток придумать проще.

**Метод** **«мозговой** **атаки** **наоборот»**

Метод во многом напоминает обычную «мозговую атаку», но при этом разрешается высказывать критические замечания. Вернее, не столько разрешается, сколько весь метод построен на том, чтобы все участники группы выявляли недостатки предлагаемых идей. К проведению таких заседаний нужно относиться очень ответственно, чтобы участники дискуссии вели себя корректно по отношению друг к другу. Метод «мозговой атаки наоборот» может дать неплохие результаты, если его задействовать в качестве предварительного шага перед использованием других методов стимулирования творческой активности. Обычно в ходе «мозговой атаки наоборот» участники должны не только найти все слабые места каждой идеи, но и предложить пути их устранения.

**Метод** **Гордона**

В отличие от большинства других методов пробуждения творческой инициативы, метод предполагает, что участники рабочей группы заранее не знают, какая именно проблема будет обсуждаться, поэтому они не скованы устоявшимися представлениями и привычными шаблонами. Заседание открывает ведущий, который в общих выражениях излагает некую концепцию, связанную с интересующей его проблемой. Участники группы высказывают свои идеи по поводу услышанного, затем под руководством ведущего уточняется исходная концепция и некоторые другие вопросы, имеющие к ней отношение. После этого

вскрывается та самая проблема, ради которой, собственно, и затевалось все обсуждение. В результате участники начинают высказывать уже конкретные предложения и излагать свои мысли о том, как реализовать задуманное.

**Метод** **свободных** **ассоциаций**

Метод является одним из самых простых и в то же время самых действенных способов выработки новых идей. Он бывает весьма полезен при необходимости выработать совершенно новый взгляд на проблему. Нужно взять листок бумаги и написать на нем слово или целую фразу, имеющую отношение к обдумываемой проблеме, добавить к ней другую, затем еще одну и т.д., стараясь, чтобы каждое новое слово добавляло какую-то новую грань всему мыслительному процессу. Благодаря этому постепенно возникнет цепочка идей.

**Научный** **метод**

Метод широко применяется в самых разных областях и предполагает сбор данных в ходе наблюдений или экспериментов, проверку различных гипотез на основании этих данных относительно состояния объектов и процессов, происходящих в данной сфере деятельности. Научный метод необходимо применять всегда, когда необходимо провести тщательное исследование какого-либо объекта.

Предприниматель должен обозначить проблему, проанализировать ее, проверить возможные пути решения поставленной проблемы и, наконец, выбрать наилучшее из всех допустимых решений.

**Метод** **матричного** **структурирования** **проблем**

Метод представляет собой метод систематизации поиска новых идей путем построения матрицы, столбцы которой соответствуют обсуждаемым вариантам товаров, а строки – рыночным атрибутам этих товаров, записанным в виде вопросов. Например: какое применение может найти данный товар? Где можно использовать? На какой круг потребителей он рассчитан? Для чего товар можно использовать? Где? Когда? Кто? Каким образом? Ответы по каждому товару записываются в соответствующих клетках матрицы.

**Предпринимательский** **риск**

**Риск** **-** это ключевой, важнейший элемент предпринимательства. Наличие предпринимательского риска - оборотная сторона экономической свободы предпринимателя. Свободе одного предпринимателя сопутствует свобода других предпринимателей и, следовательно, по мере развития рыночных отношений, в стране будут возрастать неопределенность и риск. **Риск** **-** это вероятность наступления некоторого нежелательного события.

Устранить неопределенность невозможно, так как она является элементом объективной действительности. В настоящее время, можно выделить две формы предпринимательства. Первая, это коммерческие предприятия, основанные на старых хозяйственных связях, которые стараются избегать риска и

приспосабливаются к изменяющимся условиям. Вторые - это вновь созданные организации, которые готовы рисковать. Это означает, что риск является не только объективной категорией, но и субъективной (неоправданный риск предпринимателя, связанный с его некомпетентностью).

**Предпринимательский** **риск** - это экономическая категория, количественно и качественно выражающаяся в неопределенности исхода намеченной предпринимательской деятельности, отражающей степень неуспеха (успеха) деятельности предпринимателя (фирмы) по сравнению с заранее планируемыми результатами.

**Классификация** **предпринимательских** **рисков**

Наиболее часто приводится следующая классификация рисков: 1. По возможности страхования.

• Страхуемый **-** риск частично может быть переложен на других хозяйствующих субъектов.

• Нестрахуемый риск.

2. По природе возникновения • Хозяйственный риск.

• Риск, связанный, с личностью предпринимателя.

• Риск, связанный, с недостатком информации - это очень важный вид риска и связан с недостатком информации о партнерах, их финансовом состоянии, связан с неполной информацией о конкурентах.

3. Внешние и внутренние риски. • Внешние риски.

Источник возникновения таких рисков - внешняя среда по отношению к предпринимательской деятельности. Предприниматель не может оказывать влияние на внешние риски, он их может только предвидеть и учитывать.

• Внутренние риски.

Источник таких рисков - сама организация. Причина рисков - неэффективный менеджмент, неверная стратегия предприятия, недостаток финансовых средств.

4. Постоянные и временные риски.

• Временные риски угрожают предпринимателю в течение известного отрезка времени (например, транспортный риск).

• Постоянный риск непрерывно угрожают предпринимательской деятельности (несовершенство правовой системы).

5. Риски в связи с ожидаемыми результатами.

• Спекулятивный риск (например, прибыль получена от приобретения или продажи ценных бумаг).

• Обычный риск (например, риск, связанный с имущественной ответственностью). 6. Риски в зависимости от этапа решения проблемы.

• Риск в области принятия решения.

• Риск в области реализации решения.

7. Риски в зависимости от проявления предпринимательской деятельности.

• Производственный риск непосредственно связан с риском полной остановки производства, риском недополучения исходных материалов, риском незаключения договоров, имущественным риском.

• Финансовый риск включает кредитный, процентный, валютный риски, риск банкротства, как самого предпринимателя, так и партнеров по бизнесу, риск дебиторской задолженности и другие виды риска.

• Инвестиционный риск связан с риском инвестирования в ценные бумаги, риск новых проектов.

• Коммерческий риск возникает в процессе реализации закупленных предпринимателем товаров и оказания услуг.

• Экологический риск.

8. Уровень иерархии риска. • Исполнительский.

• Фирменный.

• По виду экономической деятельности. • Региональный.

• Страновой.

• Международный. • Всемирный.

9. Метод управления риском. • Системный анализ.

• Нормативный. • Экспертный.

• Статистический.

• Экономико-математические методы.

**Управление** **рисками**

Эффективное управление коммерческой организацией невозможно без эффективного управления рисками. Цель управления - защита своего предприятия от рисков, которые угрожают прибыльности и выбор оптимального проекта деятельности из возможных вариантов.

Процесс управления рисками можно представить этапами:

1. Выявление всех потенциальных рисков и анализ возможных потерь. 2. Выявление факторов, влияющих на уровень риска.

3. Ранжирование и оценка потенциальных рисков.

4. Выбор методов и определение путей снижения рисков. 5. Применение выбранных методов.

6. Оценка результатов, анализ эффективности принятых решений и применение корректирующих воздействий.

**Этапы** **1-2.** На данных этапах пока не определен риск, и невозможно принять меры по его минимизации. Выявление рисков и факторов, на него влияющих, может осуществляться двумя способами - от чисто интуитивных догадок до анализа методами вероятностного анализа в моделях исследования операций. **Этап** **3.** На данном этапе риски и факторы должны быть ранжированы по степени влияния на общий уровень риска в деятельности организации. Оценка уровня рисков осуществляется с помощью экспертных методов, статистических методов, расчетно-аналитических. На данном этапе риски оцениваются как качественно, так и количественно.

**Этап** **4.** На данном этапе осуществляется выбор основных методов нейтрализации рисков. Методы так же разнообразны, как

и сами риски - это статистический, экспертный и расчетно-аналитический методы. Один из методов исследования операций - теория статистических решений, который служит для выработки рекомендаций по рациональному образу действий в условиях неопределенности, вызванной не зависящими от нас объективными причинами (природой).

**Этап** **5.** На пятом этапе предприниматели реализуют выбранный метод.

**Этап** **6.** На данном этапе осуществляется анализ эффективности принятых решений и корректура целей управления рисками.

После выявления возможных рисков в процессе предпринимательской деятельности, после определения факторов, оказывающих влияние на уровень риска, проведения оценки риска, стоит задача разработки программы минимизации выявленных рисков. Это означает, что специалист должен принять решение о направлениях нейтрализации рисков. Существует целый ряд методов нейтрализации и снижения рисков. Ниже приводятся некоторые из них. **Уклонение** **от** **риска.**

Данный метод позволяет избежать потенциальных потерь, но и не позволяет получить прибыль, связанную с предпринимательской деятельностью. Направление самое простое и радикальное. Данный способ применим лишь при серьезных и крупных рисках. Он предполагает отказ от ненадежных партнеров, от рискованных проектов. Метод эффективен при выполнении следующих условий: - отказ от одного вида предпринимательского риска не влечет за собой возникновение других рисков;

- уровень риска намного выше, чем уровень возможной доходности. **Сознательный** **риск.**

Этот метод позволяет заниматься бизнесом до тех пор, пока убытки от последствий рисков не приведут к невосполнимым потерям. **Трансферт.**

Трансферт означает передачу риска партнерам по отдельным сделкам путем заключения контрактов. Передается та часть предпринимательского риска, по которой партеры имеют больше возможностей по нейтрализацию.

В современной практике управления рисками получили распространение следующие основные направления передачи рисков:

- факторинг или финансовая услуга, при которой банк заранее оплачивает товары, выпускающему их предприятию и по мере поступления к потребителю получает деньги от покупателя.

Предмет передачи - кредитный риск предпринимательской фирмы, который передается банку.

- договор поручительства (ст.361 ГК).

- хеджирование (дословно означает «ограждение риска»).

Хеджирование - есть способ минимизации риска и представляет собой процесс страхования риска от возможных потерь путем переноса риска изменения цены с одного лица на другого. Например, передача риска путем заключения биржевых сделок. Первое лицо - хеджер, второе - спекулянт. Хеджирование

способно оградить хеджера от потерь, но и лишает его возможности получить прибыль. Хеджирование осуществляется с помощью заключения трех видов контрактов:

форвардный контракт - это соглашение между двумя сторонами о будущей поставке предмета контракта, которое заключается вне биржи и обязательно для исполнения;

фьючерсный контракт - это соглашение между двумя сторонами о будущей поставке предмета контракта, которое заключается на бирже, а его исполнение гарантируется расчетной палатой биржи. Например, фермер в мае рассчитывает продать 100 т. пшеницы по определенной цене в сентябре. Но боится, что цены в сентябре могут упасть. Фермер хочет минимизировать риск и заключает фьючерсный контракт на продажу пшеницы в сентябре. В этом контракте зафиксирована приемлемая цена для фермера. Фермер будет иметь актив (пшеницу) и обязательство - контракт;

опционный контракт - это соглашение между двумя сторонами о будущей поставке предмета контракта, которое заключается как на бирже, так и вне биржи и предоставляет право одной из сторон исполнить контракт или отказаться от его исполнения. Предметом соглашения могут выступать активы (валюта, товары, акции, облигации).

Диверсификация - это инвестирование финансовых средств в более, чем один вид активов, или процесс распределения инвестируемых средств между объектами вложения, которые непосредственно не связаны между собой. **Распределение** **риска** **между** **участниками** **проекта.**

Суть этого метода в том, чтобы сделать ответственным за риск того участника проекта, который в состоянии лучше всех рассчитывать и контролировать риски.

**Страхование.**

Страхование - это передача определенных рисков страховой

компании. Страхованию подлежат наиболее опасные риски по своим последствиям. Перечень событий, подлежащих страхованию широк: остановка производства, сокращение объема производства, банкротство, непредвиденные расходы и прочее. При определении состава страхуемых рисков, фирме необходимо учитывать определенные условия, основные из которых высокая степень вероятности возникновения риска, невозможность полностью возместить финансовые потери по риску за счет собственных средств, приемлемая стоимость страхования.

**Резервирование** **средств.**

Резервирование средств на покрытие непредвиденных расходов представляет собой один из способов управления рисками. Резервный фонд создается путем отчисления от чистой прибыли организации.