

ТЕМА: Источники формирования предпринимательских идей.

Технология накопления предпринимательских идей.

Задание студенту:

1. Изучить лекционный материал по теме: Источники формирования предпринимательских идей. Технология накопления предпринимательских идей.
2. Сделать краткий конспект лекции в тетрадь. Термины и определения выписать в тетрадь.
3. Решить тест по теме: «Организация предпринимательской деятельности». Задание сдать 30.03.20.

1. Сущность и источники предпринимательских идей

В основе предпринимательской деятельности всегда должна лежать предпринимательская идея. Идея является потенциалом предпринимательства. Удачно сформулированная идея может определить деятельность предпринимателя на всю жизнь. Однако для продолжения предпринимательства требуются все новые и новые идеи.

Поиск предпринимательской идеи - это не типичный поиск. Для поиска хорошей предпринимательской идеи крайне важно вдохновение. Некоторые великие предприниматели, оставившие след в истории, смогли создать успешный бизнес не потому, что они умели обрабатывать информацию, как мы это делаем сейчас: моделировать на компьютере и готовить различные альтернативные версии проекта. В основе их успеха лежало то, что они смогли интуитивно определить свою бизнес-идею в нужное время и в нужном месте. Они смогли лучше или быстрее, чем другие, увидеть, что именно нужно людям сейчас, либо понадобится им в ближайшем будущем. Выявление и удовлетворение потребительских нужд являются главными факторами при

поиске и выборе идеи. Бизнес может приносить деньги только тогда, когда он удовлетворяет нужды потребителей.

Предпринимательская идея – это отражение в сознании предпринимателя присущего потребителю желания (осознанного или нет) иметь тот товар, который будет произведен предпринимателем.

Таким образом, идея – это четкое представление о том, как и путем каких конкретных действий предпринимателя потребность потенциального покупателя может быть удовлетворена.

Разработка (придумывание) идей не является основой профессиональной деятельности предпринимателя. Но предпринимателем может быть лишь тот, кто способен на «рождение» идей или чуток к их восприятию.

Предпринимательская идея имеет две особенности:

- без ее наличия предпринимательская деятельность вообще не возможна;
- любой функционирующий предприниматель в своей деятельности не может избежать процесса накопления, отбора и сравнительного анализа предпринимательских идей.

Формирование новой идеи есть построение новой комбинации, системы логических умозаключений, основанных на новых (появившихся или ранее не принимаемых во внимание) фактах.

Источниками формирования предпринимательских идей обычно считают:

- 1) *товарный рынок*. Сущность использования товарного рынка как источника идей сводится к выявлению существующего на рынке дефицита и прибыльности своих усилий по возможной ликвидации такого дефицита. Обычно к этому источнику прибегают начинающие предприниматели, имеющие малый опыт. Опытный предприниматель тоже анализирует товарный рынок, но обычно имеет другие цели;
- 2) *географический или структурный «разрывы» в системе общественного производства*. При использовании в качестве источника идей

географических или структурных «разрывов» в системе общественного производства предприниматель анализирует:

- процесс производства товара, его отдельных компонентов или даже целой товарной группы;
- источник и «маршрут» продвижения товара от производителя к потребителю;
- форму предложения товара потребителю.

Цель этого анализа: обнаружение разрывов» в процессе производства — структурных (это производится, то не производится) или в процессе постановок — географических (это производится в нашей стране, а то ввозится из-за рубежа, почему?). Если в результате обнаружения «разрывов» предприниматель формирует идею и реализует ее, то это означает, что он сумел интегрироваться в процесс производства. Обычно это происходит в форме организации производства товара или отдельных его компонентов взамен ввозимых из-за рубежа, налаживания прямых связей с производителем взамен существующих, включающих ряд посредников;

3) *достижения науки и техники.* Достижения науки и техники в качестве источника идей требуют хорошей информированности в этой области и значительного интеллектуального труда. С одной стороны, такой подход направлен на поиск конкретных форм совмещения имеющихся достижений науки, техники и технологии, с другой — возможностей производства новых товаров.

Планирование производства новых товаров осуществляется на основе внедрения в производство достижений науки, техники и технологии. Этой деятельностью должны заниматься профессионалы. Объектом внимания может быть не только собственно товар, но и технология его производства, производственный процесс;

4) *новые возможности применения уже производимого товара или продукта.* Новые возможности применения уже производимого товара или продукта являются специфическим источником идей. В значительной степени

появление идей на базе этого источника носит случайный характер. Однако целенаправленный поиск в этом направлении, основанный на творческом подходе, тоже эффективный метод. Например, приборы ночного видения, ранее используемые только в военной технике, в результате конверсии ВПК стали широко применяться для гражданских целей (в охранных системах или для прицелов охотничьих ружей).

5) не осознанные потребителем или пока не удовлетворенные потребительские запросы. Не осознанные потребителем и пока не удовлетворенные запросы, угадываемые предпринимателем, представляют собой практически неисчерпаемый источник идей. Это основывается на том, что любая удовлетворенная потребность порождает новую. Если рассуждать в масштабах рынка, то обеспечение им видимых общественных потребностей приводит к созреванию новых, которые еще могут не сознаваться потенциальными потребителями. Поэтому предпринимателю важно прогнозировать будущее развитие рынка. Такой прогноз возможен на основе тенденций предыдущего периода развития рынка и основных направлений НТП, имеющих место в данный период. Однако следует иметь в виду, что идеи, основанные на данном источнике, приводят к проектам с повышенным риском. Зато успешная реализация таких проектов позволяет обеспечить долговременное устойчивое положение на рынке и высокий доход.

2. Технология накопления идей

Деятельность предпринимателя предполагает создание базы идей, которые могли бы составить основной или дополнительный профиль производства товаров, услуг или посредничества. Накопление идей может иметь как текущий, так и перспективный характер. По каждой идее предприниматель принимает решение – приступать или не приступать к ее практической реализации.

Концепция технологии накопления идей включает в себя следующие три момента:

- 1) предприниматель осуществляет накопление идей, которые могли бы составить предмет его предпринимательской активности;
- 2) предприниматель ведет отбор конкретных идей из накопленного объема. Отбор осуществляется по разным критериям:
 - эффективность идеи;
 - перспектива завоевания прочного положения на рынке;
 - длительность подготовительного периода;
 - размер требуемого капитала и возможности его инвестирования;
 - доступность требуемого сырья в необходимых количествах и т.д.
- 3) предприниматель проводит сравнительный анализ отобранных предпринимательских идей.

Тест по теме:

«Организация предпринимательской деятельности»

Вопрос №1 Финансовая среда предпринимательства – это:

- а) совокупность хозяйствующих субъектов и сил, действующих вне пределов данного предприятия (фирмы) и влияющих на возможности финансового менеджера получать прибыль;
- б) совокупность хозяйствующих субъектов и сил, действующих вне пределов данного предприятия (фирмы) и влияющих на возможности финансового менеджера разменять денежные средства и получать доходы;
- в) совокупность хозяйствующих субъектов и сил, действующих вне пределов данного предприятия (фирмы) и влияющих на возможности финансового менеджера увеличивать стоимость собственного капитала фирмы;

г) совокупность хозяйствующих субъектов и сил, действующих вне пределов данного предприятия (фирмы) и влияющих на возможности финансового менеджера влиять на ликвидность и финансовую устойчивость фирмы.

Вопрос №2 На внутреннюю среду предприятия не оказывает воздействия:

- а) земля;
- б) трудовые ресурсы;
- в) капитал;
- г) услуги;
- д) предпринимательство;
- е) информация.

Вопрос №3 Внутренняя среда предприятия оказывает воздействие на:

- а) информацию;
- б) трудовые ресурсы;
- в) отходы;
- г) услуги;
- д) продукцию.

Вопрос №4 Микросреда – это:

- а) контактные аудитории;
- б) персонал;
- в) покупатели;
- г) поставщики;
- е) потребители;
- ж) конкуренты.

Вопрос №5 К факторам макросреды не относится:

- а) политический;
- б) природный;
- в) технический;
- г) научный;
- д) экономический;

- е) культурный;
- ж) демографический.

Вопрос №6 На нарушение графиков отгрузки готовой продукции предприятия влияют:

- а) качество сырья;
- б) недопоставки запасов;
- в) неритмичность поставок;
- г) забастовки и прочие события.

Вопрос №7 Повышение цен на предметы снабжения влияют на:

- а) качество производимой продукции;
- б) рентабельность производимой продукции;
- в) повышение цен на готовую продукцию;
- г) ликвидность активов предприятия.

Вопрос №8 Посредники по организациям товародвижения делятся на:

- а) сбытовые организации;
- б) складские организации;
- в) транспортные организации;
- г) организации связи;
- д) рекламные агентства.

Вопрос №9 К финансово-кредитным посредникам не относятся:

- а) финансовые биржи;
- б) банки;
- в) кредитные учреждения;
- г) страховые кампании;
- д) валютные биржи.

Вопрос №10 Покупателями потребительского рынка являются:

- а) физические лица и индивидуальные предприниматели, приобретающие товары или услуги в целях личного потребления;
- б) физические и юридические лица, индивидуальные предприниматели, приобретающие товары или услуги в целях личного потребления;

в) физические лица, приобретающие товары или услуги в целях личного потребления;

г) физические лица и индивидуальные предприниматели, приобретающие товары или услуги в коммерческих целях и для личного потребления.

Вопрос №11 Покупателями международного рынка являются:

а) все покупатели находящиеся за пределами страны производства товаров или услуг;

б) физические лица и индивидуальные предприниматели, находящиеся за пределами страны производства товаров или услуг;

в) юридические лица и индивидуальные предприниматели, находящиеся за пределами страны производства товаров или услуг;

г) физические и юридические лица, находящиеся за пределами страны производства товаров или услуг.

Вопрос №12 Марками – конкурентами являются:

а) торговые марки (бренды) разных производителей (фирм), способные удовлетворить окончательно определившееся желание покупателя;

б) товары разных производителей (фирм), способные удовлетворить окончательно определившееся желание покупателя;

в) торговые марки (лейблы) разных производителей (фирм), способные удовлетворить окончательно определившееся желание покупателя;

г) товары, услуги, торговые марки (бренды) разных производителей (фирм), способные удовлетворить окончательно определившееся желание покупателя.

Вопрос №13 Контактные аудитории по характеру воздействия подразделяются на:

а) публичные аудитории, благотворные аудитории, нежелательные аудитории;

б) искомые аудитории, благотворные аудитории, публичные аудитории;

в) искомые аудитории, благотворные аудитории, нежелательные аудитории;

г) публичные аудитории, искомые аудитории, нежелательные аудитории.

Вопрос №14 Увеличение числа законодательных актов, регулирующих предпринимательскую деятельность вызвано необходимостью:

- а) защиты предприятия (фирмы) друг от друга;
- б) защиты интересов предприятия (фирмы) от недобросовестной деловой практики государственных чиновников;
- в) защиты потребителей от недобросовестной деловой практики производителей;
- г) защиты интересов общества от недобросовестной деловой практики предпринимателей.

Вопрос №15 Покупательная способность населения зависит от:

- а) уровня текущих доходов;
- б) уровня безработицы;
- в) сбережений населения;
- г) уровня цен на готовую продукцию;
- д) доступности кредита.

Вопрос №16 Наиболее характерные формы предпринимательских идей:

- а) идея нововведения, идея бизнеса, идея товара;
- б) идея инвестиции, идея бизнеса, идея товара;
- в) идея инвестиции, идея бизнеса, идея товара, идея нововведения;
- г) идея инвестиции, идея бизнеса, идея нововведения.

Вопрос №17 Предпринимательская идея — это:

- а) четко сформулированное предпринимателем мнение, с помощью какого именно нового товара (услуги) или реализовав какой именно способ изготовления имеющейся продукции, он может получить наибольшую величину собственного капитала;
- б) четко сформулированное предпринимателем мнение, с помощью какого именно нового товара (услуги) или реализовав какой именно способ изготовления имеющейся продукции, он может получить наибольшую рентабельность;
- в) четко сформулированное предпринимателем мнение, с помощью какого именно нового товара (услуги) или реализовав какой именно способ

изготовления имеющейся продукции, он может получить наибольшую прибыль;

г) четко сформулированное предпринимателем мнение, с помощью какого именно нового товара (услуги) или реализовав какой именно способ изготовления имеющейся продукции, он может получить наибольшую величину ликвидности активов и финансовой устойчивости предприятия.

Вопрос №18 Подходами к разработке идеи являются:

а) предприниматель — профессионал, хорошо владеющий технологией производства какого-либо продукта;

б) предприниматель определяет потребность в определенном товаре, услуге на рынке, которые он может предложить потенциальным потребителям;

в) предприниматель выступает с законодательной инициативой по улучшению внешней среды предпринимательства;

г) предприниматель выступает с законодательной инициативой по смягчению налоговой политики по отношению к малому и среднему бизнесу.

Вопрос №19 К источникам формирования предпринимательских идей не относится:

а) товарный рынок;

б) фондовый рынок;

в) валютный рынок;

г) географический или структурный «разрывы» в системе общественного производства;

д) достижения науки и техники;

е) новые возможности применения уже производимого товара или продукта;

ж) не осознанные потребителем или пока не удовлетворенные потребительские запросы

Вопрос №20 Предпринимательский потенциал определяется:

а) возможностями предпринимателя (профессиональными, физико-психологическими, интеллектуальными, нравственными, материальными, финансовыми, информационными);

- б) наличием доступа к кредитным ресурсам;
- в) наличием производственных и офисных помещений;
- г) наличием доступа к государственным и муниципальным заказам.

Вопрос №21 Варианты решения идей:

- а) реализовать идею;
- б) отложить реализацию идеи на определенный срок;
- в) отказаться от идеи;
- г) предложить реализацию идеи партнёру по бизнесу.

Вопрос №22 Признаком субъекта предпринимательского права является:

- а) регистрация;
- б) печать;
- в) правоспособность;
- г) наличие обособленного имущества;
- д) уплата соответствующих налогов.

Вопрос №23 Источники предпринимательского права:

- а) это нормативные документы, регулирующие предпринимательские отношения;
- б) это официальные формы выражения и закрепления норм права, регулирующих предпринимательские отношения;
- в) это Федеральные Законы, регулирующие предпринимательские отношения;
- г) это Федеральные и муниципальные законы, регулирующие предпринимательские отношения.

Вопрос №24 Регистрация предпринимательской деятельности — это:

- а) регламентированная законодательством процедура приобретения лицом статуса субъекта предпринимательского права;
- б) регистрация учредительных документов в специализированных органах государственной власти;
- в) регистрация учредительных документов в регистрационной палате субъекта Федерации;

г) регистрация учредительных документов в налоговых органах субъекта Федерации.

Вопрос №25 Создание субъектов предпринимательского права— это:

а) совершение юридически значимых действий и принятие соответствующих актов, направленных на придание лицу правового статуса субъекта для осуществления хозяйственной деятельности;

б) совершение юридически значимых действий и принятие соответствующих актов, направленных на придание лицу правового статуса субъекта предпринимательского права;

в) совершение юридически значимых действий и принятие соответствующих актов, направленных на придание лицу правового статуса субъекта для осуществления финансово-хозяйственной деятельности;

г) совершение юридически значимых действий и принятие соответствующих актов, направленных на придание лицу правового статуса субъекта для защиты своих прав в органах государственной власти.

Вопрос №26 Способом создания коммерческой организации не является:

а) учредительный способ;

б) учредительно - распорядительный способ;

в) согласительно - учредительный способ;

г) дозвоительно - учредительный способ;

д) договорно - учредительный способ.

Вопрос №27 Субъектами предпринимательства не являются:

а) Частные лица;

б) Различные объединения;

в) Министерства и ведомства;

г) Государство.

Вопрос №28 Объектами предпринимательства не являются:

а) Коммерческие организации;

б) Коммерческое посредничество;

- в) Хозяйственная деятельность;
- г) Инновационная деятельность;
- д) Операции с ценными бумагами;
- е) Консультационная деятельность.

Вопрос №29 Видом предпринимательства в зависимости от содержания деятельности не является:

- а) Производственное;
- б) Коммерческое;
- в) Финансовое;
- г) Кредитное;
- д) Посредническое;
- е) Страхование

Вопрос №30 Товарищества бывают:

- а) полные;
- б) не полные;
- в) коммандитные;
- г) товарищества на вере;
- д) товарищества на доверии.

Вопрос №31 Формой предпринимательства не является:

- а) кооператив;
- б) индивидуальное или частное;
- в) общество;
- г) партнёрство или товарищество.

Вопрос №32 Акции бывают:

- а) «бронзовые»;
- б) простые;
- в) процентные;
- г) привилегированные;
- д) «золотые».