**Дистанционный урок по основам предпринимательской деятельности №8**

**Практическая работа №3**

Согласно КТП для обучающихся 3 курса

**Тема урока:** Выбор "Бизнес - идеи"

 **Цели занятия:** Изучить вопросы при выборе бизнес-ниши. Что нужно знать при разработки концепции собственного дела.

**Конспект урока**

 Прежде чем искать идею для бизнеса присмотритесь к себе. Способности у людей разные. Возможно у вас есть талант что - то делать своими руками или хорошо ладить с людьми. После такого самотестирования, начинайте подбирать подходящие вам бизнес - идеи.

**Можно применить следующие методы:**

№ 1 Одним из продуктивных методов активизации мышления является- метод "мозгового штурма".

№2 Определение перспективных рыночных возможностей.

№3 Франчайзинг. Это - "аренда" товарного знака или коммерческого обозначения. Использование франшизы регламентируется договором между франчайзером и франчайзи. Франчайзер получает отчисления за использование своего товарного знака, обеспечивает поставки товара, обучение персонала. Франчайзи покупает право ведения дела по схеме, разработанной франчайзером.



 О том, чем стоит руководствоваться при выборе бизнес-ниши и какие нюансы учесть, разрабатывая концепцию и стратегию собственного дела.

1. Выбрать сферу, в которой вы разбираетесь или работаете в данный момент.

2. Чувствуете, что вы — предприниматель, фантазёр и удачливый человек, — просто идите туда.

3. Если у вас есть воля, желание, фантазия — идите в бизнес, кажущийся вам лично прибыльным и интересным.

4.Нужно  провести анализ рынка. (Каковы объёмы продаж данного конкретного продукта на рынке).

5. Наличие стартового капитала.

6. Умение добывать деньги не только на старт, но и на развитие.

7.Чем ваш продукт лучше для потребителя. Если нет идей по этому поводу, лучше не начинайте.

8. Цена на товар или услугу должна быть адекватна.

**Что продавать?**

 Выбрать инновационный продукт или попытаться усовершенствовать уже существующий? Если ты достаточно умный, если у тебя хорошее образование и ты реально видишь нишу и веришь в свой продукт, ты всё просчитал — конечно, новый продукт намного лучше. Ты заработаешь намного больше денег, ты быстрее получишь свой миллион, если сделаешь новый продукт. Но создать новый продукт под силу гениальным, талантливым людям. А люди среднего уровня, не в состоянии. Большинство предпринимателей берут существующие продукты и улучшают их, видоизменяют, копируют. Поэтому выбирайте: если вы хотите заработать миллиарды — придумывайте; если миллионы — улучшайте.

 **Product (продукт).** Что вы продаете? Товар или услуга должны быть нужны людям, не всем, конечно, а целевой аудитории. Продукт должен быть лучше или по крайней мере не хуже, чем у конкурентов. Желательно всё же лучше — ведь вам надо завоевать потребителя, пользующегося привычными марками. Продукт должен быть правильным и качественным, потому что нет продукта — нет и бизнеса.

 **Price (цена).** Сколько стоит? Цена на товар или услугу должна быть адекватна. Если ваш товар лучше, чем у конкурента, то цена — и рентабельность — может быть выше. Если преимущества нет, то, возможно, правильной стратегией выхода на рынок будет более низкая цена. При этом нельзя переусердствовать. Во-первых, бизнес должен зарабатывать, а не просто выходить «в ноль». Во-вторых, товар, зарекомендовавший себя дешёвым, потребители впоследствии могут отказаться покупать по более высокой цене.

 **Place (место).** Где вы продаете? Более широко этот пункт можно понимать не как место продажи, а как модель дистрибуции. В случае с недвижимостью или ресторанами важность места очевидна. Недаром говорят о трёх главных факторах цены на квадратные метры или успешности ресторана: location, location и ещё раз location. Звучит как шутка, но на самом деле правда: проходное место станет залогом успеха даже для ресторана, где не очень вкусно кормят.

Сразу думайте о том, как продавать свой продукт. Напрямую или через партнёров? Через онлайн или офлайн? Через стационарные точки или через агентов? Какую скидку предложить партнёрам? Как их мотивировать на рост продаж? Модель дистрибуции должна максимизировать прибыль бизнеса, а не выручку.

 **Promotion (продвижение).** Есть продукт, есть цена на него, есть схема, как продавать. Но работать это не будет, пока на продукт не создан спрос. Сначала нужно ознакомить потребителя с товаром, затем убедить купить и — главная цель — превратить в постоянного клиента.

 Как только ваша идея дозреет - переходите к анализу своих возможностей, конкурентов и рисков. Без оценки своих возможностей вы рискуете быстро разорится.

**Источники перспективных бизнес идей**

\* Продукция выпускаемая конкурентами

\* мнения работников торговли

\* различные публикации

\*рекомендации пожелания друзей родственников.

**Вопросы для закрепления:**

1. Франчайзер - это?

2. Почему цена на товар должна быть адекватной?

3. Способы реализации товара?

**Домашнее задание**

1. Составление конспекта.

2. Продумать и законспектировать вашу "Бизнес - идею".