

Women
@ICT
Frontier
Initiative

Инициатива
Женщины на Рубеже ИКТ

**Управление Бизнесом
с Помощью ИКТ**

Модуль W2



UNITED NATIONS
APCICT-ESCAP

Курс для Женщин-Предпринимателей

Модуль W2:

Управление Бизнесом с Помощью ИКТ

Мария Хуанита Райес Макапагаль

Инициатива Женщины на Рубеже ИКТ — Курс для Женщин-Предпринимателей

Работа издана под международной лицензией Creative Commons Attribution 4.0.

Копию этой лицензии можно увидеть на сайте <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>.

Ответственность за представленные в этой публикации мнения, данные и оценки возлагается на автора, и они не должны быть рассмотрены как отражающие взгляды или выражающие одобрения Организации Объединенных Наций.

Используемые термины и изложение материала в настоящей публикации не подразумевают выражения какого-либо мнения от имени Секретариата Организации Объединенных Наций относительно правового статуса какой-либо страны, территории, города или района, или их уполномоченных органов, либо относительно делимитации их рубежей или границ.

Упоминание наименований фирм и коммерческих продуктов не подразумевает их одобрение со стороны Организации Объединенных Наций.

Контактные данные:

United Nations Asian and Pacific Training Centre for Information
and Communication Technology for Development (UN-APCICT/ESCAP)
5th Floor G-Tower, 175 Art Center Daero, Yeonsu-gu,
Incheon, Republic of Korea

Тел.: +82 32 458 6650

Факс.: +82 32 458 6691/2

E-mail: info@unapcict.org

<http://www.unapcict.org>

Авторские права принадлежат © UN-APCICT/ESCAP 2016

Дизайн и верстка: Scand-Media Corp., Ltd and Mr. Lowil Espada

Издано в: Republic of Korea

Предисловие

Женское предпринимательство является движущей силой позитивных социальных преобразований. Большинство женщин-предпринимателей являются инновационными, полными решимости преодолеть препятствия, и остаются открытыми для обучения на протяжении всей жизни. Их успех имеет хороший результат, от увеличения сбережений домохозяйств и инвестиций в здоровье и образование детей, до поощрения создания рабочих мест и значительного увеличения национального ВВП.

В то время как Азиатско-Тихоокеанский регион закрыл некоторые гендерные различия в отношении здоровья и образования, женщины по-прежнему склонны быть более отчужденными, чем мужчины, от экономических возможностей, будь то ограниченный доступ на рынок труда, сравнительно низкая заработная плата, уязвимость в опасных производственных объектах, или более ограниченный доступ к финансам и кредиту.

Повестка дня для устойчивого развития 2030 — это наш глобальный проект экономически, социально и экологически устойчивого будущего, которого мы хотим для нынешнего и будущего поколений. Однако, с имеющимся гендерным различием, очень мало изменившимся за более чем 20 лет, понимание этого видения в Азиатско-Тихоокеанском регионе будет еще более сложным. Неравенство препятствует экономической динамике, подрывает социальную сплоченность и препятствует обеспечению экологической устойчивости. Устранения сохраняющегося неравенства требует от нас устранения коренных причин нищеты и дискриминации, и обеспечить надлежащую социальную защиту наиболее уязвимых слоев населения. Это также требует развития науки, технологий и инноваций, а также использования информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) для повышения возможностей во всех сферах развития.

ИКТ являются ценными и полезными инструментами для социально-экономического развития, социального участия и расширения прав и возможностей, но определенные слои населения продолжают сталкиваться с недостатками в результате отсутствия возможности использовать эти технологии. Для того, чтобы преодолеть этот цифровой разрыв и помочь в решении гендерных пробелов, которые остаются, Азиатско-Тихоокеанский Учебный центр по ИКТ в целях развития (АТУЦ ИКТР) разработал инициативу “Женщины и ИКТ” (WIFI) для поддержки предпринимательской деятельности женщин, обладающих фундаментальными знаниями ведения бизнеса, навыками использования ИКТ и интернет-ресурсов. Программа также активно содействует созданию благоприятных условий политики, которые будут конкретно решать вопросы институциональных барьеров, лежащих на пути улучшения положения женщин.

Модули WIFI отражают предположения, что развитие навыков работы с ИКТ и предпринимательских знаний имеют большое значение для обеспечения средств к существованию и обеспечению общего экономического процветания и благополучия женщины. WIFI является важной вехой в построении инклюзивного и устойчивого будущего с равными возможностями и выгодой для всех.

Хьюн-Сук Ри
Директор
ООН-АТУЦ ИКТР/ЭСКАТО

О Модуле

Этот модуль является продолжением модуля *W1: Планирование бизнеса с помощью ИКТ*. Основная цель этого модуля — познакомить действующих и начинающих женщин-предпринимателей с построением и управлением бизнесом, и со способами, в которых информационные и коммуникационные технологии (ИКТ) могут помочь в этом процессе.

Модуль предоставляет фундаментальные концепции бизнес менеджмента, аналитических инструментов и приложений ИКТ для создания и ведения бизнеса. Этот модуль направлен на женщин, владеющих знаниями ИКТ, использующих ИКТ только для основных задач (например, совершение звонков, обмен текстовыми сообщениями, электронной почтой), и заинтересованы в использовании ИКТ для более продвинутых бизнес-функций (например, онлайн-маркетинг и продажа). Тем не менее, не-пользователи ИКТ также могут извлечь выгоду из модуля. С учетом потребностей и предпочтений женщин-предпринимателей, модуль предлагает не только осведомленность и знания, но также мероприятия для женщин-предпринимателей, чтобы начать применять принципы и инструменты для их бизнеса.

Руководство для кураторов в конце модуля предоставляет предложения по методу обучения женщин-предпринимателей, и по обогащению этого материала с учетом местного характера.

Результаты обучения

После завершения модуля, обучающийся будет иметь возможность:

1. Определять связь между расширением прав и возможностей женщин и предпринимательством, и использование ИКТ в создании и управлении бизнесом
2. Оценивать связь женского предпринимательства со сферой бизнеса в целом, в частности — планированием, построением и управлением предприятием, и как ИКТ могут быть полезны в процессе
3. Ценить значение мотивации предпринимателя и необходимость управления временем в реализации бизнеса
4. Понимать важность соблюдения государственных норм и стандартов в бизнесе
5. Понимать, что такое рынок, и стоимость подготовки и ведения маркетинговых исследований в бизнесе
6. Выявлять и анализировать процессы мобилизации ресурсов и средств в организации бизнеса
7. Понимать различные бизнес-функции в управлении бизнесом и как ИКТ могут быть применены в целях содействия осуществлению этих функций
8. Понимать ценность защиты бизнеса в отношении юридических, физических и онлайн-угроз
9. Понимать важность мониторинга и оценки эффективности бизнеса
10. Признавать связь между мониторингом, оценкой и закрытием бизнеса

Целевая Аудитория

Потенциальные женщины-предприниматели и женщины-предприниматели на ранней стадии их бизнеса

Продолжительность

12 часов по гибкому графику в неделю — от 2 до 3 часов в день.

Благодарность

АТУЦ ИКТР выражает благодарность организациям и лицам, которые участвовали в нескольких этапах обзора содержания обучающего материала и тем, кто внес ценный вклад в разработку этого модуля. Мы благодарим Институт ИКТ для Развития Пакистана (PIID) и Расширенную программу Дилиманского Университета Филиппины в Пампанге (UP Clark). АТУЦ ИКТР также благодарит Марию Хуаниту Р. Макапагал, Фахима Хусайна, Тхи Нгок Тхао Нгуена, Марию Лиузу С. Консепсион, Терезу Марие Б. Рико, Эмму Ф. Иман, Мину Лин С. Перальта, Эммануель С. Лаллана, Джона Дж. Макасио, Уша Рани Вьясулу Редди, Марию Антонетте Веласко Аллонс и Грейс Гороспе Джамона за особый вклад в разработке и усовершенствовании содержания модуля. Мы благодарим участников совещательных встреч, семинаров и полевых тестов за их вклад, а также Кристину Апикуль за редактирование модуля.

Мы также благодарим группу переводчиков модуля на русский язык, а именно Шолпан Есимову и Айсулу Алмаш за перевод, Амана Амансахатова за корректуру модуля, а также Асом Атоева за координацию этой работы.

Содержание

Предисловие	i
О Модуле	ii
Благодарности	iii
Список Сокращений	vii
I. ВВЕДЕНИЕ	1
1.1. О чем модуль W2?	1
1.2. Использование ИКТ в запуске и управлении бизнесом	2
1.3. Закрепление материала посредством примера	3
II. ПОСТРОЕНИЕ СОБСТВЕННОГО БИЗНЕСА	6
2.1. Что может повлечь за собой открытие бизнеса	8
2.2. Проведение маркетинговых исследований по улучшению бизнес-плана и реализации	17
2.3. Мобилизация ресурсов	40
III. РУКОВОДИТЬ БИЗНЕСОМ	52
3.1. Функции бизнеса	53
3.2. Ваша безопасность и защита Вашего бизнеса	63
3.3. Мониторинг и оценка	65
IV. ЗАКРЫТИЕ БИЗНЕСА	68
V. ЗАКЛЮЧЕНИЕ	69
ПРИЛОЖЕНИЕ	71

Список Вкладок

Вкладка 1. Кейс предпринимателя, занимающегося кулинарным бизнесом	3
Вкладка 2. Пример мини-маркетинговой анкеты	20
Вкладка 3. Инструменты социальных медиа для продвижения	37

Список Рисунков

Рисунок 1. Цикл бизнес деятельности	7
Рисунок 2. Цепочка ценностей	28
Рисунок 3. Разделение личных и бизнес фондов	62

Список Таблиц

Таблица 1. Перечень мероприятий для запуска бизнеса	8
Таблица 2. Пример ежедневного расписания	13
Таблица 3. Ежедневный и еженедельный график деятельности	14
Таблица 4. Анализ результатов исследования рынка	23
Таблица 5. Описание уникальности и ценности продукта	25
Таблица 6. Совершенствование продукта и процесс изменения	26
Таблица 7. Вопросы для разработки уникального ценного предложения	27
Таблица 8. Расчет прямых материальных затрат	30
Таблица 9. Расчет прямых затрат труда	31
Таблица 10. Расчет накладных расходов	32
Таблица 11. Расчет общей стоимости за единицу	33
Таблица 12. Вопросы для определения места продажи	35
Таблица 13. Поля для списка контактов	43
Таблица 14. Таблица для платежей онлайн банкинга	48
Таблица 15. Список инвентаризации	54
Таблица 16. Список поставщиков	54
Таблица 17. Список состояния оборудования и инструментов	55
Таблица 18. Документация производственного процесса	55
Таблица 19. Анализ затрат и выгод вариантов нового продукта	56
Таблица 20. Прогноз прибыли и расходов на месяц	60
Таблица 21. Краткий обзор мониторинга и оценки	67

Список Условных Обозначений

-  Ключевые Тезисы
-  Вопросы для Размышления
-  Изучение Кейса
-  Задание
-  Проверьте Себя

Список Сокращений

АТУЦИКТР	Азиатско-Тихоокеанский Учебный центр по Информационным и Коммуникационным Технологиям в целях развития (ООН)
АСЕАН	Ассоциация государств Юго-Восточной Азии
С1	WIFI Основной Контент — Модуль С1: Расширение прав и возможностей женщин, ЦУР и ИКТ
С2	WIFI Основной Контент — Модуль С2: Стимулирующая роль ИКТ для женщин-предпринимателей
ССТV	Замкнутая телевизионная система
ЭСКАТО	Экономическая и социальная комиссия для Азии и Тихого океана (ООН)
ФАО	Продовольственная и Сельскохозяйственная Организация (ООН)
ИКТ	Информационные и коммуникационные технологии
МОТ	Международная организация труда
ПИС	Права на интеллектуальную собственность
SCAMPER	Подмена, сочетание, усиление, уменьшение, положить для другого использования, ликвидация и переставление
ЦУР	Цели устойчивого развития
СКС	Служба коротких сообщений
КИДРП	Конкретные, Измеримые, Достижимые, Реалистичные, Привязанные ко времени цели
ООН	Организация Объединенных Наций
USD	Доллар Соединенных Штатов
ЮНКТАД	Конференция Организации Объединенных Наций по торговле и развитию
ЮНЕСКО	Организация Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры
ЮНЕВОК	Международный центр технического и профессионального образования и обучения
ООН-Женщины	Структура ООН по вопросам гендерного равенства и расширения прав и возможностей женщин
W1	WIFI Направление Женщины-предприниматели — W1: Планирование бизнеса с помощью ИКТ
W2	WIFI Направление Женщины-предприниматели — W2: Управление бизнесом с помощью ИКТ
WIFI	Инициатива “Женщины на Рубеже ИКТ”

I. ВВЕДЕНИЕ

Направление “Женщины-предприниматели” — *Модуль W1: планирование бизнеса с помощью ИКТ* и *Модуль W2: управление бизнесом с помощью ИКТ* разработано специально для потенциальных женщин-предпринимателей и тех, кто начинает свой бизнес. Модули служат в качестве направляющих для женщин, которые желают повысить и усовершенствовать свои знания, навыки и умения в разработке бизнес-плана и управления бизнесом. Модули включают в себя примеры, упражнения, и аналитические инструменты, чтобы построить и увеличить понимание женщины-предпринимателя о бизнесе и его окружении.

Модуль W1: планирование бизнеса с использованием ИКТ обеспечивают основные бизнес-концепции, аналитические инструменты и основные применения ИКТ в бизнес-планировании. Этот модуль по *Управлению бизнесом с использованием ИКТ* является продолжением *Модуля W1*. Данный модуль направлен на повышение понимания женщин-предпринимателей о навыках и знаниях, взглядах и ценностях в актуализации и операционализации бизнес деятельности. Кейс-примеры и упражнения с использованием ИКТ-приложения призваны облегчить восприятие использования ИКТ в управлении предпринимательской деятельностью.

В частности, формат обучения будет практическим и интерактивным, и будет включать в себя:

- » Концепцию и бизнес-терминологию, общие для всех видов бизнеса
- » Кейс-примеры для иллюстрации понятий и терминов
- » Практические упражнения и дискуссии, которые позволят учащимся применять концепции на их конкретные предприятия

1.1. О чем модуль W2?

Цели обучения этого модуля:

- » Предоставить основные рекомендации по запуску бизнеса
- » Осветить различные аспекты предпринимательской деятельности
- » Разъяснить пользу программных приложений ИКТ в запуске и управлении бизнесом

Руководство включает в себя две основные темы: (1) создать свой бизнес (как начать); и (2) запуск своего бизнеса (как управлять предприятием).

Когда вы начинаете бизнес, это означает, что вы решили создать свой бизнес и реализовать свои планы, которые включают следующее: исследование рынка (будете ли вы делать это самостоятельно или попросите других), охватывающие сведения о людях, продукте, месте, цене и продвижении; мобилизация ресурсов, которые необходимы вашему бизнесу; и обеспечение соблюдения национальных и локальных нормативных актов локации вашего предприятия.

После того, как ваш бизнес начинает работу, как владелец бизнеса и предприниматель, вы должны управлять своим бизнесом; определять запасы и закупки сырья и материалов; руководить или работать на производство или обслуживание; и вовлекаться в маркетинг и продажи, управление персоналом, финансы и администрирование.

Частью вашей роли как владельца бизнеса и предпринимателя является развитие и защита вашего бизнеса, так чтоб он стал успешным. В процессе управления вашим бизнесом, вам необходимо установить критерий для измерения прогресса вашего бизнеса на регулярной основе, осмыслить результаты и извлечь уроки от того, что получилось, а что нет. Эти размышления становятся частью инструментов, которые можно использовать, чтобы ваш бизнес рос.

Результаты обучения

Напоминание о связи между расширением прав и возможностей женщин и предпринимательством, и использование ИКТ в создании и управлении бизнесом.

1.2. Использование ИКТ в запуске и управлении бизнесом

ИКТ внесли значительный вклад в расширение доступа к информации и повышение эффективности бизнеса. В *Модуле W1: планирование бизнеса с использованием ИКТ* перечислены и описаны информационно-коммуникационные технологии и программные приложения, которые могут пригодиться для планирования бизнеса.

Аналогичным образом, здесь будут отмечены программы и приложения ИКТ полезные для запуска бизнеса и управления им.

Специалисты и предприятия в области ИКТ в некоторых странах разработали локальные социальные сети, используя местный язык, которые учитывают социально-культурные обычаи страны в отношении продвижения бизнеса и продажи.

Некоторые инструменты ИКТ уже упоминались в *Модуле W1: Планирование бизнеса с использованием ИКТ*. Дополнительные инструменты ИКТ, которые полезны в запуске и управлении бизнесом включают в себя:

- » Онлайн-опросы (например, SurveyMonkey)
- » Социальные сети (например, Facebook, Твиттер, Instagram, Pinterest, YouTube и т. п.)
- » Инструменты управления запасами (например, Skyware, Inventory Box, Brightpearl, Unleashed Software, Megaventory)
- » Базы данных и облачные системы хранения данных
- » Онлайн рынки (например, Alibaba)
- » Инструменты взаимодействия и коммуникации (например, Google)
- » Инструменты управления проектами (например, ProjectLibre)

1.3. Закрепление материала посредством практического примера

Практические занятия (Вкладка 1) и примеры будут использованы для объяснения понятий и важных идей, представленных в данном модуле.

Вкладка 1. Кейс предпринимателя, занимающегося кулинарным бизнесом

Виктория была мамой-домохозяйкой. Она была замужем, у нее были двое детей, и она хотела внести свой вклад в семейный доход, так как доход мужа только покрывал счета за коммунальные услуги. Она хотела, чтобы у ее семьи были сбережения. Поскольку Виктория умела печь, чему ее в детстве научили мать и бабушка, она решила, что может продавать домашнее печенье, чтобы увеличить доходы. Она подумала, что запуск своего собственного бизнеса позволит ей планировать ее кулинарную деятельность вокруг семьи, зарабатывая дополнительные денежные средства, и посчитала, что такой способ имеет преимущество над работой на поставке.

Для того, чтобы получить представление о том, как другие люди будут реагировать на ее печенье, Виктория решила испечь партию в качестве подарков на день рождения ее дочери. Она получила хорошие отзывы от тех, кто отведал печенье. Виктория получала заказы от своих друзей для их детских праздников. Она обдумывала идею продавать печенье и спросила у друзей, какую цену поставить за печенье.

Средства, которыми Виктория начала свой бизнес, были из ее семейных банковских сбережений. Она и ее муж вложили свои деньги в местный кооператив. Она стала членом одной из микрофинансовых организаций, действующих в ее обществе.

Изначально, Виктория записывала свои расходы по выпечке и доходы в тетрадь. Однако, как только заказов стало много, у нее было мало времени, чтобы отслеживать, была ли на самом деле прибыль или нет. Кроме того, она иногда использовала доходы от печенья на домашние расходы, но забывала записывать их в тетрадь. Тогда Виктория поняла, что ее бизнес растет, и она должна была правильно им заниматься. Также росли различные проблемы ведения бизнеса.

У нее не было опыта в ведении бизнеса, но она решила узнать, что необходимо для нее, чтобы стать очень успешным предпринимателем. Она знала, что ей нужно установить четкие цели для того, чтобы добиться того, чего она хотела от бизнеса домашней кулинарии. Для того, чтобы держать свои финансы в порядке, Виктория читала книги по управлению бизнес-финансами, прошла онлайн курс по этой тематике и спрашивала у местных предпринимателей, как они занимаются своими бизнес-финансами. Она поняла, что ей нужно выяснить, имеет ли запуск кулинарного бизнеса в своем районе будущее для расширения или было бы лучше, если она продолжит развитие в другом районе. Она также интересовалась, где она могла бы получить лучшие ингредиенты по самым выгодным ценам, чтобы можно было поддерживать эффективность расходов.

Виктория была членом сети мам, которые были активны в учебе и общественной деятельности. Она получила первые отзывы от этой сети матерей. Она использовала эту сеть, чтобы запросить информацию о возможных местах консигнации для ее печений, например, кафе, школы и больничные кафе. Она начала искать людей, с которыми она могла бы поговорить об этом. Ее друзья посоветовали ей завести блог для хроники ее опыта в открытии бизнеса, и в то же время продемонстрировать свою продукцию, предоставляя информацию о том, где продукты можно было купить. Наряду с этим, Виктории посоветовали использовать социальные медиа для привлечения клиентов и потенциальных партнеров.

Виктория знала, что необходимо выявить ресурсы, чтобы получить нужную ей информацию для принятия правильных деловых решений и поиска деловых контактов, дополнительного финансирования, источников сырья и оборудования

и людских ресурсов. Она должна была укрепить свои навыки в общении, в подготовке бизнес-планов и учете ее финансовых отчетов. Также крайне важно было, чтобы она работала над ее тайм-менеджментом и организаторскими способностями, которые помогли бы ей определить приоритетность задач, связанных с ее бизнесом и семьей.

Виктория интересовалась относительно процесса создания бизнеса. Она спрашивала своих друзей, знают ли они что-либо о создании домашнего бизнеса. Виктория даже пошла в интернет-кафе, чтоб зайти в интернет и проверить, есть ли правительственные услуги, которые доступны онлайн для регистрации бизнеса. Она искала бесплатные онлайн курсы по бизнесу, чтобы увеличить свои знания в бизнесе, особенно в сфере маркетинга, развития продукта, бизнес-планирования, лицензирования, безопасности пищевых продуктов и брендинга. Она также просмотрела онлайн видео людей, занимающихся выпечкой. Виктория купила печатные и цифровые книги, чтобы узнать больше о ведении бизнеса и выпечки печенья.

Вооружившись намерением развить бизнес-мышление и опыт, который имеют успешные предприниматели, Виктория готова начать бизнес по продаже качественного домашнего печенья, которые известны по всей стране.

II. ПОСТРОЕНИЕ СОБСТВЕННОГО БИЗНЕСА

Результаты обучения

- » Оценка взаимосвязи женского предпринимательства со сферой бизнеса в целом, планирования, построения и управления предприятием, и как ИКТ могут быть полезны в процессе
 - » Оценка значимости мотивации предпринимателя и необходимости тайм-менеджмента в реализации бизнеса
 - » Признание важности соблюдения государственных норм и стандартов в бизнесе
 - » Понимание, что такое рынок, и стоимость подготовки и ведения маркетинговых исследований в бизнесе
 - » Выявление и анализ процессов мобилизации ресурсов и средств для создания бизнеса
-

На основании инструкций, предложений и идей, представленных в *Модуле W1: Планирование бизнеса с использованием ИКТ*, теперь вы должны иметь бизнес-план. Данный бизнес-план представляет собой документ, в процессе которого должен регулярно анализироваться и пересматриваться с учетом хода вашей деятельности, финансовых результатов предприятия и других внутренних и внешних факторов. Таким образом, существует связь между бизнес-планом, запуском и управлением предпринимательской деятельностью (см. Рисунок 1).

Представление бизнеса. Бизнес-план, как уже упоминалось ранее, дает вам направление для Вашего бизнеса — видение, цели, стратегии и задачи. Чтобы продвигать бизнес-план, вы должны вооружить себя более подробной информацией и сделать план более детальным, чтобы он помогал принимать обоснованные бизнес-решения в запуске и в ведении бизнеса.

Планирование бизнеса. Помимо определения целей и направлений бизнеса, детальное планирование маркетинга, финансов и требований материально-технического обеспечения должны быть продуманы. Детали важны, чтобы обеспечить правильные затраты и ценообразования на продукцию и услуги.

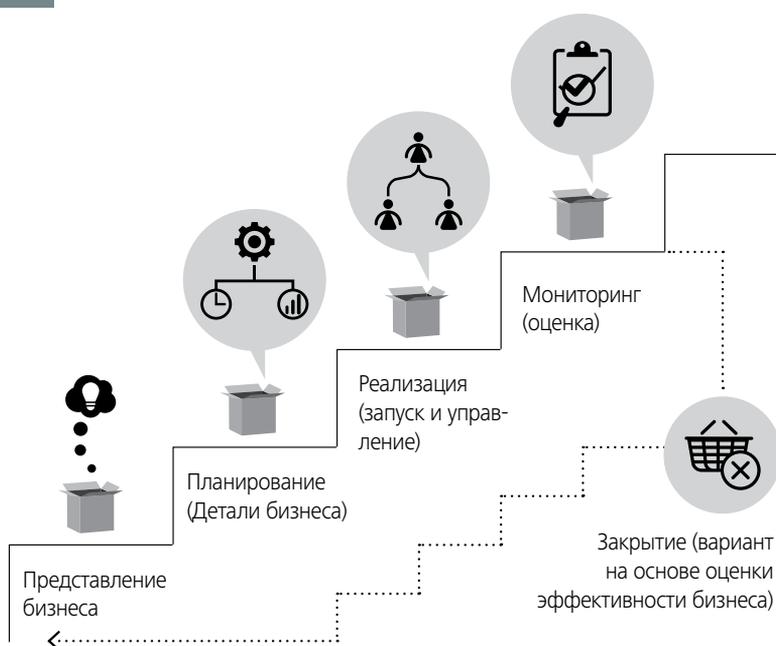
Запуск и управление. Это фактическая реализация бизнес-плана. Бизнес охватывает все аспекты, необходимые для продажи продукции. Это включает в себя соблюдение требований законодательства, и фактический запуск бизнеса, где продукты проданы клиентам и конкуренция имеет место на рынке. Предприниматель также должен постоянно заглядывать в детальные внутренние и внешние управления бизнесом.

Мониторинг и оценка. Это обеспечивает оценку эффективности бизнеса, используя ключевые показатели для измерения роста и совершенствования. Мониторинг и оценка дает представление о направлении и изменении стратегий для бизнеса.

Заккрытие бизнеса. Предприниматель может принять решение о закрытии бизнеса по разным причинам. Результаты мониторинга и оценки могут предоставить информацию о том, стоит ли продолжать или закрыть бизнес.

Этот бизнес-цикл происходит на каждом этапе бизнеса. Четыре рабочих стадии представлены в *Модуле W1: Планирование бизнеса с использованием ИКТ*. Они включают в себя стадию концепции, начальную стадию развития, стадию роста и более поздние стадии. Каждый этап будет иметь циклический процесс представления, планирования, осуществления, мониторинга, оценки, и закрытие или непрерывности, чтобы перейти к следующему этапу.

Рисунок 1. Цикл бизнес-деятельности



2.1. Что может повлечь за собой открытие бизнеса?

В перечне ниже приводится список мероприятий для запуска бизнеса. Он также включает примеры ИКТ, которые можно использовать для каждого вида деятельности. Перечень не является исчерпывающим, вы можете добавлять еще в список с помощью вашего текстового процессора или электронных таблиц. Эта таблица, однако, должна включать в себя выполнение нормативно-правовых требований вашей страны.

Таблица 1. Перечень мероприятий для запуска бизнеса

Для галочки, когда мероприятие сделано	Список мероприятий	Использование ИКТ (оборудование, интернет, программные приложения)	Расписание (даты начала и завершения)	Цена запуска	Примечания
Появление бизнес-идей					
	Бизнес идея - Фильтр - Тестирование	Использование электронных таблиц	Оценить, сколько рабочих дней и часов необходимо для завершения	Оценить затраты на ведение деятельности	Записывайте наблюдения; эта информация может помочь в пересмотре и принятии решений
	Бизнес план - Написание плана - Редактирование плана	Использование текстового процессора и электронных таблиц	1 неделя		Не обязательно писать идеальный план
	Исследование рынка - Ведение исследования - План маркетинга	<ul style="list-style-type: none"> Использование текстового процессора и электронных таблиц Обзор веб-ресурсов для вторичных данных 	2-3 недели		Исследование может быть простым
	Персональный план - Тайм-менеджмент - Создание группы поддержки - Налаживание связей - Построение знания, например, дальнейшее обучение	<ul style="list-style-type: none"> Использование текстового процессора и электронных таблиц Используйте поисковик, чтобы найти информацию. Использование коммуникационных устройств и приложений. 	1 неделя		
Регистрация названия предприятия и другие юридические мероприятия					
	Список всех юридических требований: сельские требования, районные требования, провинциальные и национальные требования	Используйте поисковик, чтобы найти правительственные веб-сайты, предоставляющие информацию	Определить, сколько рабочих дней и часов необходимо для завершения	Определить стоимость регистрации	Требования будут зависеть от национальных, районных, городских, сельских правил по бизнесу

Таблица 1. Перечень мероприятий для запуска бизнеса (продолжение)

Для галочки, когда мероприятие сделано	Список мероприятий	Использование ИКТ (оборудование, интернет, программные приложения)	Расписание (даты начала и завершения)	Цена запуска	Примечания
	<p>Определить законную бизнес-структуру</p> <ul style="list-style-type: none"> - часть группы самопомощи - индивидуальный предприниматель - партнер - корпорация 	Используйте поисковик, чтобы найти описание и требования каждой структуры			Отложите средства для запуска бизнеса
	<p>Решение о названии Вашего предприятия</p> <ul style="list-style-type: none"> - иметь по крайней мере пять имен для выбора - убедитесь, что нет никаких других предприятий с тем же именем, чтобы избежать правовых последствий 	Использование поисковых систем для проверки названий предприятий, а также узнать о государственных требованиях к регистрации названия			
	Определить место для запуска бизнеса	Просматривать веб-сайты по недвижимости и бизнес-каталоги для определения местоположения бизнеса и сравните стоимость аренды			
	Разработать дизайн логотипа для предприятия	<ul style="list-style-type: none"> • Использовать поисковую систему, чтобы найти логотипы аналогичных предприятий • Использовать инструменты рисования и шаблоны дизайна для визиток и маркетингового обеспечения 			
	Регистрация названия (и логотипа) предприятия	Найдите правительственные веб-сайты, чтобы найти форму заявки и требования к регистрации, и возможность регистрации онлайн			
	Регистрационный налог бизнеса (например, налог на добавленную стоимость)	Посмотрите правительственные веб-сайты, которые могут предоставить информацию о требованиях а также возможность регистрации в режиме онлайн			

Таблица 1. Перечень мероприятий для запуска бизнеса (продолжение)

Для галочки, когда мероприятие сделано	Список мероприятий	Использование ИКТ (оборудование, интернет, программные приложения)	Расписание (даты начала и завершения)	Цена запуска	Примечания
	Сколько времени уделять каждому требованию при регистрации бизнеса	<ul style="list-style-type: none"> Узнать, доступна ли эта информация онлайн. Позвонить или отправить сообщение в соответствующий государственный орган, если информация не доступна в интернете 			
	Другие юридические требования	Использовать поисковую систему, чтобы узнать о других юридических требованиях			Получить бесплатную консультацию от юридического или бизнес-эксперта
Мобилизация ресурсов					
	Построение капитала	Использовать поисковую систему, чтобы узнать о кредитующих банках, микрофинансовых организациях и сайтах краудфандинга		Сравнение процентных ставок кредитных организаций	
	Закупка материалов и оборудования	<ul style="list-style-type: none"> Поиск поставщиков по справочнику и на вебсайтах и сравнить цены. Позвонить или отправить сообщение, если информация не доступна в интернете 			
Нахождение поставщиков					
	Создать список всех возможных поставщиков сырья и определить критерий отбора	Использовать электронную таблицу, чтобы написать детальное описание продуктов и их цены			
	Выбрать и создать список поставщиков	Использовать таблицу или электронную таблицу, чтобы создать список выбранных поставщиков			
Финансы бизнеса					
	Бухгалтерский учет, система бюджета и денежных потоков	Использование электронных таблиц и финансовых приложений			
	Учет продаж	Использование электронных таблиц и финансовых приложений			

Таблица 1. Перечень мероприятий для запуска бизнеса (продолжение)

Для галочки, когда мероприятие сделано	Список мероприятий	Использование ИКТ (оборудование, интернет, программные приложения)	Расписание (даты начала и завершения)	Цена запуска	Примечания
	Логистика	<ul style="list-style-type: none"> Использовать поисковую систему, чтобы найти информацию о логистике, транспортировке и хранении, и их стоимости. Позвонить или отправить сообщение, если информация не доступна в интернете 			
	Страхование – имущества и жизни	<ul style="list-style-type: none"> Просматривать различные сайты страховых компаний, чтобы сравнить цены и выгоды. Позвонить или отправить сообщение в страховые компании, если информация не доступна в интернете 			
Бизнес маркетинг					
	Личность – клиенты	Использовать поисковую систему для поиска информации			
	Место	Использовать поисковую систему для поиска информации			
	Продукт	Использовать поисковую систему для поиска информации			
	Цена	Использование электронных таблиц и финансовых приложений			
	Продвижение	<ul style="list-style-type: none"> Использовать поисковую систему для поиска информации Использовать инструменты рисования Связывать и тестировать продвижение идей 			
Продажа онлайн					
	Выбор сайта	Использовать поисковую систему для поиска информации			
	Создание вебсайта	Использовать онлайн инструменты веб-разработки			
	Регистрация домена и веб-хостинга	Зарегистрироваться на веб-доменные имена и выбрать услугу веб-хостинга			

Таблица 1. Перечень мероприятий для запуска бизнеса (продолжение)

Для галочки, когда мероприятие сделано	Список мероприятий	Использование ИКТ (оборудование, интернет, программные приложения)	Расписание (даты начала и завершения)	Цена запуска	Примечания
Набор сотрудников					
	Создать перечень требований и решить сроки найма	<ul style="list-style-type: none"> Поиск информации и сравнение зарплат. Размещение вакансий в интернете. Проверить предысторию потенциального сотрудника онлайн. Использование электронных таблиц для записи информации о сотрудниках 			
Другое...					

Детальный план, с использованием контрольного списка поможет вам расставить приоритеты и управлять своим временем в реализации вашего бизнес-плана.

2.1.1. Мотивация и наличие времени предпринимателя

Какова ваша мотивация при создании бизнеса?

Мотивация — это ваш внутренний двигатель, который толкает вас к созданию бизнеса. Это по экономическим причинам (для увеличения семейного дохода)? Это выражение страсти более свободно? Это связано с целью жизни? Например, некоторые люди руководствуются необходимостью помочь другим. Эта мотивация взаимосвязана с вашими бизнес-целями, стратегией, и как вы будете реализовывать свою бизнес-деятельность. Например, ваши личные цели могут включать в себя увеличение семейного дохода для финансирования высшего образования детей через пять лет, и обеспечить занятость для членов вашей семьи. Ваша мотивация будет подталкивать вас, чтобы ваш бизнес работал; он должен выживать и выполнять ваши цели и целевые прибыли.

Так как вы главный человек в вашем бизнесе, должно быть правильное распределение вашего самого важного ресурса — времени. Для начала, приготовьте простое расписание, так что вы можете уделить время Вашему бизнесу, и вашим личным работам по дому.

Таблица 2 показывает пример распорядка дня Виктории.

Таблица 2. Пример ежедневного расписания

Время	Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье
До обеда							
5:00	Проснуться. Умыться	Проснуться. Умыться	Проснуться. Умыться	Проснуться. Умыться	Проснуться. Умыться	Проснуться. Умыться	Проснуться. Умыться
5:15	Приготовить завтрак	Приготовить завтрак	Приготовить завтрак	Приготовить завтрак	Приготовить завтрак	Приготовить завтрак	Приготовить завтрак
5:30	Разбудить детей. Подать завтрак	Разбудить детей. Подать завтрак					
6:00	Сходить за водой	Сходить за водой					
6:30	Помыть посуду. Убраться дома	Помыть посуду. Убраться дома					
7:00	Отвезти детей в школу	Участие в под- готовке бизнес- деятельности	Заняться семейными делами				
7:30	Участие в под- готовке бизнес- деятельности						
8:00	Стирка	Стирка	Глажка	Стирка	Стирка	Заняться делами детей	
11:00	Забрать детей из школы						
11:30	Приготовить обед	Приготовить обед	Приготовить обед	Приготовить обед	Приготовить обед	Приготовить обед	Приготовить обед
Обед и после обеда							
12:00	Подать обед	Подать обед					
12:30	Помыть посуду	Помыть посуду					
1:00	Заняться бизнес- деятельностью / продажами	Отдыхать или заняться семейными делами					
2:00							
3:00	Сделать покупки в мини-маркете	Покупки в супермар-кете					
3:30	Купить свежие продукты	Время для поездки					
4:00	Время для обратного пути						
5:00	Инвентари- зация ресурсов	Заказать и ку- пить продукты для бизнеса	Сортировка и маркировка ресурсов	Подготовить упаковочные материалы	Испечь и упаковать печенья	Упаковка и доставка (раздача)	Упаковка и доставка (раздача)
6:00	Приготовить ужин	Приготовить ужин	Приготовить ужин	Приготовить ужин	Приготовить ужин	Приготовить ужин	Приготовить ужин
6:30	Помочь детям с домашними заданиями	Помочь детям с домашними заданиями					
7:00	Подать ужин	Подать ужин					
8:00	Заняться	Заняться	Заняться	Заняться	Заняться	Заняться	Заняться
9:00	бизнес / про- ектной деятельностью	бизнес / про- ектной деятельностью					
10:00							
11:00	Отдых	Отдых	Отдых	Отдых	Отдых	Отдых	Отдых



Задание

Упражнение: Ваше расписание

1. Используйте программу электронных таблиц, чтобы воссоздать расписание на таблице 3, или скачать календарное приложение, которое может показать ежедневные, еженедельные, ежемесячные и ежегодные графики (например, календарь Google и Yahoo календарь).
2. Заполните расписание, перечисляя все ваши рутинные действия.

Таблица 3. Ежедневный и еженедельный график деятельности.

Время	Пн	Вт	Ср	Чт	Пт	Сб	Вс
До обеда							
5:00							
6:00							
7:00							
8:00							
9:00							
10:00							
11:00							
Обед и после обеда							
12:00							
1:00							
2:00							
3:00							
4:00							
5:00							
6:00							
7:00							
8:00							
9:00							
9:00							
10:00							
11:00							



Задание (продолжение)

3. Заполнив таблицу, оцените, как вы используете свое время, отвечая на следующие вопросы:
 - Определить, какие задачи требуют много времени и внимания дома.
 - Определить, какие предпринимательские деятельности требуют больше времени.
 - Есть ли конфликты, которые происходят в распределении времени между домашними делами и предпринимательской деятельностью? Определить их.
 - Каково качество вашей деятельности дома и в бизнесе?
 - Какие действия можно предпринять, чтобы избежать конфликта между распределением времени и домашними делами?
 - › Какие виды деятельности/задачи могут быть делегированы?
 - › Какие виды деятельности/задачи требуют пристального внимания?
4. После анализа использования вашего времени, создать новый календарь, в котором вы рассмотрите способы уменьшения или увеличения времени для личной или предпринимательской деятельности.

Упражнение поможет вам понять, как вы используете свое время, и как вы можете управлять своей повседневной деятельностью более эффективно, чтобы уделить время важным делам в вашей жизни и достичь баланса между работой и личной жизнью (иногда это называют “баланс работа-жизнь”).

2.1.2. Соблюдение национальных и местных правил

Предприниматель должен понимать правовые и нормативные требования в области создания и ведения малого бизнеса. Каждая страна имеет разные законы, правила и требования.

Предприниматель должен быть в состоянии удовлетворить эти требования, такие как контракты, разрешения, требования по налогообложению бизнеса и интеллектуальной собственности, назвать несколько из них.

Например, некоторые страны требуют следующее при построении официального бизнеса:

- » Регистрация названия предприятия в агентстве по торговле и промышленности, чтобы проверить на наличие похожих названий в избежании дублирования и нарушения прав интеллектуальной собственности; процесс может занять целый день.
- » Регистрация предприятия или заявление на получение разрешения на бизнес, чтобы работать в селе, на муниципальном или городском уровне; процесс может занять 15 дней, если ведомство не располагает компьютеризированными системами.
- » Налоговый учет для бизнеса, уплата налогов в зависимости от доходов, получаемых от бизнеса, и сдача ежегодных налоговых деклараций. Эти процессы могут занять день или два, в зависимости от типа предприятия.
- » Регистрация для здоровья, если бизнес связан с пищей, водой или лекарствами (препаратами); это может занять день или больше в зависимости от типа предприятия.
- » Иные требования в зависимости от вида предпринимательской деятельности (т. е. отдельные кооперативные предприятия, корпорации или партнерства).



Задание

Использование ИКТ инструментов

Используйте поисковые системы, чтобы узнать о требованиях для создания бизнеса в вашей стране. Информация обычно может быть получена из правительственных веб-сайтов (например, Министерства торговли и промышленности, Управления по развитию кооперативного движения, веб-сайты местных управлений).

На текстовом процессоре или электронной таблице создайте список требований, которые вы должны соблюдать, как владелец бизнеса. А также, создать план мероприятий для создания Вашего бизнеса.

2.2. Проведение маркетинговых исследований по улучшению бизнес-плана и реализации

Модуль W1: планирование бизнеса с использованием ИКТ освещает как планировать маркетинговую стратегию путем выявления Ваших клиентов и конкурентов. Здесь вы можете узнать больше о проведении маркетинговых исследований для улучшения и реализации вашего бизнес-плана.

2.2.1. Что такое “рынок” с позиции бизнеса?

Рынок это любое место, где продавцы и покупатели встречаются прямо или косвенно при продаже товаров или услуг.¹ Прямой способ обмена продукта или услуги это, когда оплата осуществляется на фактическом месте. Это может быть косвенным при использовании посредников или других людей в торговле. Торговля товарами и услугами может осуществляться на различных торговых точках, уличном магазине или онлайн. Но рынок в рамках бизнеса включает в себя также способы определения цены товара или услуги, донесения информации о ценах, облегчения сделок и операций и осуществления рассылки.

Рынок по определенному товару состоит из существующих потенциальных клиентов, которые нуждаются и имеют возможность и желание платить за это. Он также включает в себя другие виды конкуренций, которые есть в похожем бизнесе.²

Как предприниматель, вы должны изучить маркетинг, который выявляет потребности и желания клиентов, и удовлетворяет их с прибылью. Чтобы знать рынок, необходимо знать сторону спроса (клиентов, их потребности, уровень дохода), и сторону предложения (конкурентов, их предложения, их стратегии продаж).³

Маркетинг (процесс управления вашим рынком) должен быть в центре внимания предпринимателя, а маркетинговый план должен быть неотъемлемой частью бизнес-планирования и анализа бизнес-планов.

1 BBC, “Исследование рынка” (“Market Research”). Доступно на сайте <http://www.bbc.co.uk/schools/gcsebiteize/business/marketing/marketresearchrev1.shtml>.

2 BusinessDictionary.com, “Рынок” (“Market”). Ресурс доступен на сайте <http://www.businessdictionary.com/definition/market.html#ixzz41eEDD9x>.

3 Международная организация труда, *Gender and Entrepreneurship Together: GET Ahead for Women in Enterprise – Training Package and Resource Kit* (Bangkok, Berlin and Geneva, 2004). Ресурс доступен на сайте http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/documents/publication/wcms_116100.pdf.

Есть пять критериев, которые надо учитывать в маркетинге:

- » **Люди** — Кто ваши целевые клиенты? Кто будет покупать ваши продукты или услуги?
- » **Продукт** — Какой товар вы будете продавать, что будет наилучшим образом соответствовать потребностям вашего целевого рынка? Чем ваш продукт отличается от других, что в настоящее время предлагают конкуренты? Каково качество вашего продукта? Бюджетная или хай-энд упаковка? Предлагаете ли вы дополнительные услуги? Как выглядит ваш продукт?
- » **Цена** — Какая сумма вашему продукту или услуге является разумным для вашего целевого рынка? Ваш продукт по цене находится в низком или высшем диапазоне текущего предложения на рынке? Вы предлагаете скидки? Каковы будут условия оплаты? Ваша цена отражает качество продукта?
- » **Место** — Как продукты доставляются вашим клиентам? Где и как ваши клиенты могут приобрести или получить ваши продукты или услуги? Будете вы держать запасы или акции? Каков ваш процесс оформления заказа? Где можно найти ваши продукты? Можно ли приобрести ваши продукты онлайн?
- » **Продвижение** — Как ваши клиенты узнают о Ваших товарах или услугах? Как вы будете доносить до ваших клиентов о Ваших товарах и услугах? Вы размещаете рекламу, раздаете листовки, делаете специальные рекламные акции, участвуете в мероприятиях? У вас будет свой сайт и будете ли использовать социальные медиа для продвижения ваших товаров или услуг?

2.2.2. Что такое исследование рынка?

Исследование рынка — это деятельность по поиску, сбору, анализу и интерпретации информации о рынке, о продукте или услуге, которые будут предложены для продажи на рынке, о конкурентах, которые вы встретите, и о потенциальных клиентах. По последнему, это включает в себя обучение о потенциальных характеристиках клиентов, их привычки, их расположение и их потребности.⁴

⁴ Медиа предпринимателя (Entrepreneur Media), "Small Business Encyclopedia: Market Research". Ресурс доступен на сайте <https://www.entrepreneur.com/encyclopedia/market-research>.

Как предприниматель, вы должны понимать поведение рынка. Так как есть конкуренция на рынке. Ведение бизнеса без проведения маркетингового исследования может дать преимущество вашим конкурентам над вашим бизнесом.⁵

Каковы преимущества маркетингового исследования? Маркетинговое исследование может помочь вам увидеть картину Ваших клиентов, покупающих ваши продукты и услуги, которые будут вносить прибыль от бизнеса. Исследование может показать вам, будет ли ваша продукция или услуги удовлетворять потребности и ожидания клиентов. Исследование также может помочь Вам понять, нужно ли менять способ упаковки и доставки вашего продукта, а надо ли предлагать дополнительные продукты и услуги.

Результаты исследования рынка предоставят вам правильную информацию для вашего маркетингового плана. Он также может измерять уровень успеха Вашего бизнеса. Но, чтобы добиться таких результатов, необходимо задать конкретный вопрос целевой аудитории; это имеет важное значение для хорошего исследования рынка.

Как исследовать рынок? Проведение **первичных исследований** существующих и потенциальных клиентов и конкурентов. Первичное исследование может включать в себя: интервью (лицом к лицу или по телефону), анкетирование (онлайн или по почте) и фокус-групповые дискуссии. Убедитесь, что люди, от которых вы собираете информацию не ограничиваются вашей семьей и друзьями. Вы должны собирать информацию как минимум от 30 человек, чтобы получить хорошие результаты.

В кейс-примере Виктория представила образец печенья для своих друзей, как способ изучения их мнения о продукте, который она будет производить. Ее друзья высказали свое мнение о вкусе ее печенья, внешнем виде и текстуре. Друзья Виктории также дали ей идеи, как лучше упаковать печенье и продавать их.

Важные вопросы вашего исследования будут включать в себя аспекты рынка, пять критериев в частности. Вопросы должны быть простыми. Мини-маркетинговая анкета Виктории отображается во Вкладке 2.

5 Lesley Spencer Pyle, "How to Do Market Research - The Basics", *Entrepreneur Media*, 23 September 2010. Ресурс доступен на сайте <https://www.entrepreneur.com/article/217345>.

Вкладка 2. Пример мини маркетинговой анкеты

Дата анкетирования: _____

1. Личный профиль

- Возраст (группа) _____
- Пол _____
- Место проживания _____
- Моб. тел. _____
- Эл. почта _____

2. Информация о рынке

2.1. Как часто вы покупаете здесь печенье?

Пожалуйста, отметьте частоту

- | | |
|-----------------------|---------------------------------|
| ___ Один раз в день | ___ Больше одного раза в день |
| ___ Один раз в неделю | ___ Больше одного раза в неделю |
| ___ Один раз в месяц | ___ Больше одного раза в месяц |
| ___ Другое | |

2.2. Сколько вы обычно платите за печенье? _____

2.3. В какое время суток вы обычно покупаете печенье?

- Утром _____
- В обеденного время _____
- После обеда _____
- Вечером _____

2.4. Что из нижеследующего вам важнее всего, когда вы покупаете печенье?

- ___ Цена
- ___ Имеет ли печенье пищевую ценность или нет?
- ___ Большой выбор разных видов печенья?
- ___ Можно ли поделиться печеньем?
- ___ Можно ли предоставить эти печенье в качестве подарка или нет?
- ___ Другое: _____
- _____
- _____
- _____

3. Информация о продукте

3.1. Какие виды печенья вы любите?

- Менее жирные, менее сладкие
- Жирные и сладкие
- С фруктами и орехами
- С шоколадом
- С колоритным дизайном
- Другое: _____

3.2. Какой размер печенья Вы предпочитаете?

- Большое
- Среднее
- Маленькое
- Мини
- Другое: _____

4. Где Вы обычно покупаете печенья? Почему?

В кейс-примере, Виктория беседовала с ее потенциальными клиентами под предлогом предоставления им образца печенья. Она собрала первые отзывы от них о том, что можно улучшить в ее печенье и то, что можно не менять. Она также собрала возможные идеи для дальнейшего развития продукта, такие как возможные ароматы печенья, и расширение ассортимента изделий, включая кексы, макаруны и торты.



Задание

Создание онлайн-опроса

Использовать SurveyMonkey.com для создания простого онлайн-опроса для исследования рынка, а затем пригласить других в процессе обучения. Вы можете отправить ссылку на опрос по электронной почте или опубликовать ее в социальных сетях. Затем проверить результаты своего опросника на SurveyMonkey.com.

Узнайте больше о том, как создать интернет-опрос на SurveyMonkey.com по ссылке <https://www.surveymonkey.com/mp/how-to-create-surveys/>. Преимущество использования SurveyMonkey.com является то, что результаты будут автоматически организованы и сведены в таблицы для вас. Недостатком является то, что ваши целевые участники могут не иметь доступа к компьютеру или мобильному устройству и к Интернету для завершения опроса.

Используйте также вторичные исследования для анализа данных о клиентах и конкурентах. Через вторичное исследование, вы сможете найти информацию о демографической характеристике клиента, образа жизни и модели поведения. Вы также можете узнать о ваших конкурентах, об их стратегиях и планах. Вторичные данные помогают создать более широкую картину вашей рыночной группы.

Вторичное исследование включает в себя использование ресурсов, которые вы можете найти в местной библиотеке, студенческом городке или государственных органах. Вы также можете найти информацию в интернете.



Задание

Проведение вторичного исследования на ваших клиентах и конкурентах

Узнайте о Ваших клиентах и конкурентах, делая поиск в интернете. Исследуйте товары ваших конкурентов и наблюдайте, как они представляют свою продукцию через их рекламу и визуальные эффекты. Поделитесь своими вторичным исследовательским опытом и результатами с другими.

Другие вопросы, которые стоит рассмотреть о клиентах и конкурентах:

- » **Какие инструменты ИКТ Ваши клиенты и конкуренты используют?** Этот вопрос применяется теми, кто планирует продавать свои товары и услуги в интернете.
- » **На какой процент рынка вы внедряетесь или ставите целью?** Запрашивается доля от общего количества потенциальных клиентов на которые вы ориентируетесь. Например, если у вас есть 1000 потенциальных заказчиков и после тщательных исследований, Вы смогли узнать, что все ваши конкуренты получают 70 процентов клиентов. Есть еще оставшиеся 30 процентов, на которые можно ориентироваться.

После проведения опроса Виктория анализирует результаты в Таблице 4.

Таблица 4. Анализ результатов исследования рынка

Домашнее печенье Виктории	
Вопросы	Результаты
<i>Опишите профиль вашего клиента</i>	
Возраст (или возрастная группа):	Матери с детьми ясельного и школьного возрастов
Пол:	Женский
Количество членов семьи:	3-5 человек
Годовой семейный доход:	Минимум USD 5,000
Местонахождение: Где находится рынок?	Город и загородные участки
Покупательское поведение: какие продукты и услуги они предпочитают покупать?	<ul style="list-style-type: none"> • Они занятые мамы и, как правило, им нужны доступные продукты в местной булочной и супермаркете • Они хотят, чтобы их дети имели лучшее • Они хотят купить подарки школьным друзьям и учителям своих детей • Они хотят иметь хорошие отношения со своими семьями, в особенности во время особых случаев
Причина покупать у Вас: Какие могут быть хорошие причины для покупки моих продуктов и услуг?	<ul style="list-style-type: none"> • Питательный (с сухофруктами и орехами, и меньше сахара) • Красочные и веселые для детей • Подарок, который может быть персонализирован
Географическое описание вашей торговой зоны: (т. е. местная, провинциальная, национальная и международная)	Местная и провинциальная
Имеют ли Ваши клиенты электронные почтовые адреса? Покупают ли они онлайн?	<ul style="list-style-type: none"> • Менее 10 • Очень немногие пробовали купить онлайн
Насколько рынок большой?	Полмиллиона
Что может быть показателем того, что рынок растет (Р), устойчивый (Уст) или уменьшается (Ум)?	<ul style="list-style-type: none"> • Р: USD 10,000 • Уст: USD 5,000 • Ум: USD 2,000

Таблица 4. Анализ результатов исследования рынка (продолжение)

Домашнее печенье Виктории	
Вопросы	Результаты
<i>Кто Ваши конкуренты?</i>	
Кто наиболее близкие? Напишите их имена, адреса, продукты и услуги	<ul style="list-style-type: none"> • Местные кулинарные магазины в провинции (адреса указаны в каталогах) • Коммерческие (не домашние) печенье продаются в супермаркетах
Чем их бизнес похож на ваш или является конкурентным вашему? Чем отличается от вашего?	<p>Сходства:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Внешний вид продукта и размер • Доступность <p>Отличия:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Пищевая ценность • Вкусы • Упаковка
Что клиентам не нравится в их продуктах и услугах? Жалуются ли клиенты по определенной проблеме?	<ul style="list-style-type: none"> • Недостаточно питательные и привлекательные • Не совсем хороший вкус • Не очень подходит в качестве подарка
Что клиенты предпочитают в вашем продукте? У вас есть уникальная “ниша”? Опишите ее.	<ul style="list-style-type: none"> • Особый вкус • Питательная ценность продукта • Они могут быть использованы в качестве подарка для друзей и семьи • Они могут быть использованы в качестве перекуса
Как можно сделать ваш продукт или услугу лучше, или более ходовым, чем у ваших конкурентов?	<ul style="list-style-type: none"> • Индивидуальный подход, поскольку печенье домашнее и свежее • Ориентировано на семью — можно делиться • Идея для подарка
Бизнес ваших конкурентов растет, остается стабильным или уменьшается? Почему?	<ul style="list-style-type: none"> • Остается стабильным, так как они уже действуют здесь долгое время
Что можно извлечь из наблюдений за их деятельностью и/или собеседований с их нынешними или бывшими клиентами?	<ul style="list-style-type: none"> • Их операции больше, чем этот бизнес • Более высокая частота использования продукта • Стратегическое расположение и наличие товаров

2.2.3. Продукт: Какие ваши конкурентные преимущества и уникальное торговое предложение

После “людей”, второе важное место имеет “товар” в маркетинге. Зачем клиенту нужен ваш продукт или услуга? Какую ценность ваш продукт или услуга могут предложить? Как разработать уникальное ценное предложение?

Ценное предложение — это анализ или заявление о товарах и услугах, предлагаемых предпринимателем своим клиентам в обмен на оплату.⁶

Какое уникальное ценное предложение имеет бизнес Виктории? Виктория планирует сделать свою продукцию уникальной и немного выше остальных ее конкурентов с точки зрения качества, внешнего вида и пищевой ценности. Ее целью является производство здорового (питательного) печенья не только в качестве перекуса, но и как подарок. После исследования рынка, Виктория рассмотрела уникальную ценность ее продукции (см. таблицу 5). Затем она зашла в интернет, чтобы узнать больше о безглютеновых и органических разновидностях печенья, и как их сделать. Она также провела поиск по многократно закрывающейся и многоразовой упаковке.

Таблица 5. Описание уникальности и ценности продукта

	Домашнее печенье Виктории
Цена	Цена немного выше, чем в местной пекарне и чем коммерческие продукты
Размер, вес или цвет	Сравнимы с размерами импортной продукции печенья
Внешний вид	Круглые или квадратные с фруктами и орехами и красочным дизайном
Местонахождение — доступность	На дому, но могут быть доступны в семейных ресторанах или парках отдыха
Другое (например, если непродовольственные товары, то рассмотреть пищевую ценность и доступность; если машины или программные обеспечения, то рассмотреть производительность, скорость, и удобство эксплуатации, обслуживание и монтаж)	<ul style="list-style-type: none"> • Пищевая ценность • Свежеиспеченные • Могут быть оформлены для особых случаев

⁶ BusinessDictionary.com, “Value Proposition”. Ресурс доступен на сайте <http://www.businessdictionary.com/definition/value-proposition.html#ixzz41f0Ios5p>.

Виктория применила модель SCAMPER для совершенствования своего продукта (см. таблицу 6).

Таблица 6. Совершенствование продукта и процесс изменения

Фактор для изменения	Процесс изменения	Пример
Замена	Замена одного или нескольких компонентов продукта	Замена сахара (заменить рафинированный сахар на коричневый сахар или сахар-сырец)
Сочетание	Смешивание одного или нескольких элементов товара	Использование местного и импортного сырья
Усиление	Увеличить или сделать продукт более сложным	Добавить безглютеновые и органические ингредиенты
Минимизация	Сделать продукт более простым	Использование биоразлагаемых материалов для упаковки
Другие цели использования	Использовать продукт для различных целей	Товар как подарок и для индивидуальных событий, например, как свадебные сувениры
Удаление	Удаление ненужных частей	Убрать не-биоразлагаемые материалы в упаковке
Перераспределение	Пересмотреть порядок элементов, содержащихся в продукте	(не применимо)

Для более подробной информации о SCAMPER смотрите Модуль W1.



Задание

Какое ваше уникальное ценностное предложение?

Что является конкурентным преимуществом (или недостатком) вашей продукции или услуги? Отвечая на вопросы в Таблице 7, Вы получите представление о том, как разработать предложение по уникальной ценности.

Таблица 7. Вопросы для разработки уникального ценностного предложения

Клиенты	Посредники, распространяющие ваши товары/услуги	Конкуренты	Онлайн тренд
<ul style="list-style-type: none"> • Почему ваши целевые клиенты нуждаются в ваших товарах/услугах? • Что может убедить ваших целевых клиентов покупать вашу продукцию или пользоваться вашими услугами? 	<ul style="list-style-type: none"> • Какая репутация у вашего потенциального посредника/грузополучателя? Положительная? • Какие виды товаров/услуг они предоставляют? 	<ul style="list-style-type: none"> • Как ваши конкуренты делают маркетинг и упаковки для своих продуктов/услуг? • Чем ваши товары/услуги лучше того, что они предлагают? 	<ul style="list-style-type: none"> • Что в настоящее время в тренде онлайн касательно вашего продукта?

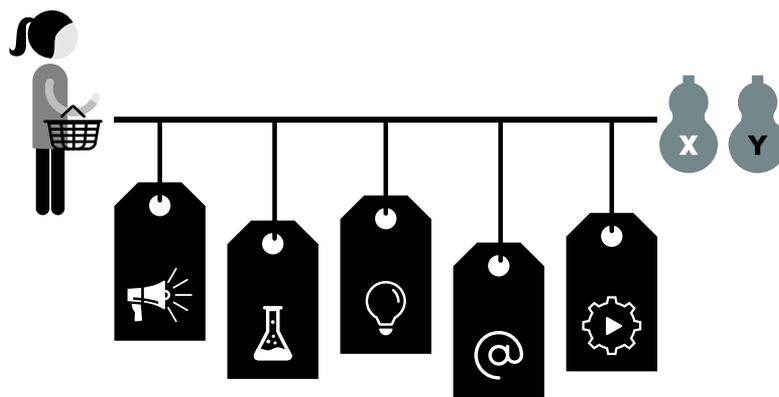
2.2.4. Создание ценности для вашего бизнеса

Создание ценности для вашего бизнеса значит найти способы, чтобы ваши клиенты были довольными и удовлетворенными вашим продуктом или услугой; это ведет к более широким возможностям для клиентов для покупки ваших продуктов или услуг. Чем больше клиент покупает ваш продукт или услугу, тем больше он отдает преимущество и находит ценность в вашем продукте или услуге. Чтобы этот сценарий имел место, вы должны задать вопрос: в какой части бизнеса может продукт или услуга иметь самую большую значимость у клиентов?

Прежде чем клиент приобретает товар или услугу, вы должны сначала создать/сделать продукт или услугу, прежде чем вам заплатят. Есть много шагов (процесс) до момента оплаты клиентом.

Например, если вы печете и продаете печенье, есть основная и вспомогательная деятельность, которую вы должны предпринять, прежде чем вы сможете продать печенье:

Рисунок 2. Цепочка ценностей



Основная деятельность

- » Приготовить ингредиенты и оборудование для выпечки
- » Испечь печенье
- » Упаковать печенье
- » Контроль качества конечного продукта
- » Доставить печенье в магазин
- » Продвигать и рассказывать людям о печенье
- » Предлагать бесплатную дегустацию и получать отзывы

Вспомогательные виды деятельности

- » Купить ингредиенты и оборудование
- » Эксперимент с новыми рецептами печенья, которые являются полезными и вкусными
- » Эксперимент с новой упаковкой
- » Нанимать и управлять людьми для помощи приготовления и продажи печенья
- » Запуск бизнеспланирования, финансов и администрации
- » Использование ИКТ для повышения эффективности ведения бизнеса

Какой из вышеуказанных шагов заказчик будет больше всего ценить? Анализ цепочки ценностей является полезным инструментом для работы над созданием ценностей для клиентов. Для проведения анализа цепочки ценностей, начните делать каждый шаг вашего производства и определять шаги, которые можно устранить или улучшить. Исключения и улучшения могут привести к экономии затрат или улучшению производственных мощностей. В конце концов, клиенты

смогут воспользоваться более дешевым и/или более качественным продуктом. Экономия затрат также может означать более высокую прибыль для вас.⁷

В анализе цепочки ценностей Виктория изучала ее основную и вспомогательную деятельность. Она смотрела на каждое действие, чтобы увидеть, где она может улучшить свои услуги, так что ее клиенты будут повторно покупать ее печенье. Она планирует предложить бесплатно попробовать печенье всем заходящим клиентам, и предоставлять бесплатный чай и кофе. Она должна быть уверена, что ее магазин, оборудование и посуда чистые. Она также намерена приобрести компьютер и подключение к Интернету, чтобы управлять своими финансами и разработать сайт.

Как ИКТ может помочь вам в создании ценности для вашего бизнеса? Есть много способов, как ИКТ могут помочь сделать ваш бизнес более эффективным. В случае Виктории, она может делать покупки быстрее, связываясь с поставщиками и заказывая продукты и оборудования онлайн. Ей не нужно идти к поставщикам в городе, и это снижает затраты на ведение бизнеса; стоимость ее продукта также будет снижена.

2.2.5. Цена: какая сумма является приемлемой для вашего целевого рынка?

В выполнении исследований рынка, важно, узнать о цене аналогичной продукции, и сравнить их с ценами Вашей продукции. Чтобы узнать, как цена товара определяется, начните с типичной формулы, обсужденной ниже.⁸ В следующей таблице каждая формула является иллюстрацией того, как Виктория высчитала цену на ее печенье.

Формула ценообразования

а. Стоимость основных ингредиентов

Узнайте общую стоимость **сырья**, используемого для производства вашего продукта. Затем эта стоимость делится на количество продуктов, для того чтобы найти стоимость за единицу. Иногда стоимость товаров может колебаться, поэтому важно принять к сведению изменения в стоимости сырья. Формула:

» Стоимость сырья ÷ количество продукции = стоимость основных ингредиентов за единицу.

⁷ Kristina Zucchi, "The Basics of Value Chain Analysis", *Investopedia*, 10 ноября 2014. Ресурс доступен на сайте <http://www.investopedia.com/articles/investing/111014/basics-value-chain-analysis.asp#ixzz42mp15m00>.

⁸ <http://www.bizmove.com>

Пример показан в Таблице 8.⁹

Таблица 8. Расчет прямых материальных затрат

РЕЦЕПТ ПЕЧЕНЬЯ "МЕДВЕЖАТА"			ВЫХОД РЕЦЕПТА	24	ЖЕЛАЕМЫЙ ВЫХОД	65
					ВЫХОДНАЯ РАЗНИЦА	2.71
ИНГРЕДИЕНТЫ	ОБЩЕЕ КОЛИЧЕСТВО	ОБЩАЯ ЦЕНА	ЦЕНА ЗА ШТУКУ	КОЛИЧЕСТВО ШТУК ПО ОРИГИНАЛЬНОМУ РЕЦЕПТУ	НЕОБХОДИМОЕ КОЛИЧЕСТВО ШТУК ПО ЖЕЛАЕМОМУ ВЫХОДУ	СТОИМОСТЬ ИНГРЕДИЕНТОВ
Универсальная мука (в унциях)	400	13.99	0.035	5.25	14.22	0.184
Сахар (в унциях)	80	7.59	0.095	3	8.13	0.285
Масло (в унциях)	16	2.99	0.187	4	10.83	0.748
Яйца	12	2.69	0.224	2	5.42	0.448
Соль (в унциях)	16	0.77	0.48	0.25	0.68	0.012
Коричневый сахар (в унциях)	32	2.89	0.9	1.2	3.25	0.108
Сушеные вишни (в унциях)	12	1.99	0.166	0.5	1.35	0.083
Сушеная голубика (в унциях)	12	2.87	0.239	0.5	1.35	0.12
Шоколадные чипсы (в унциях)	12	3.69	0.308	4	10.83	1.23
Ванильный экстракт (в жидких унциях)	8	13.99	1.749	0.25	0.68	0.437
Пищевая сода (в унциях)	16	0.99	0.062	0.25	0.68	0.015
Итого		54.45	4.445			3.67

б. Стоимость труда

Узнайте, сколько нужно платить людям, которые помогают в производстве вашего продукта. Вы должны назначить оклад-сумму заработной платы (на основе руководящих принципов трудовой политики правительства), даже если вы единственный, кто производит продукты. Рассчитайте еженедельную заработную плату (исходя из почасовых ставок), которую вы платите кому-то для получения

⁹ На основе материалов Jennifer Lewis, "The Food Product Cost and Pricing Calculator", цитированные в блоге CookiePreneur. Доступен на сайте <http://cookieconnection.juliausher.com/blog/from-dough>.

необходимого количества продуктов, и разделите ее на количество продуктов. Добавьте эту цифру к стоимости прямых материалов на единицу. Формула:

- » $\text{Заработная плата} \div \text{Количество изготовленной продукции} = \text{Стоимость труда на единицу}$
- » $\text{Стоимость основных ингредиентов на единицу} + \text{стоимость труда на единицу} = \text{Стоимость прямого труда на единицу}$

В таблице 9 приведен пример расчета прямых затрат труда на единицу печенья Виктории.¹⁰

Таблица 9. Расчет прямых затрат труда

ПРЯМЫЕ ЗАТРАТЫ ТРУДА НА ЕДИНИЦУ	
УДЕЛЬНЫЕ ЗАТРАТЫ ТРУДА НА ИНГРЕДИЕНТ	
Пакетная стоимость ингредиентов	3.67
Минуты, требуемые на приготовление (одной упаковки)	35
Почасовая оплата труда по приготовлению	11.50
Выход по оригинальному рецепту	24
Стоимость единицы	0.43
Общее количество в одной упаковке	3
Общая стоимость ингредиентов (одной упаковки)	1.30

с. Накладные расходы

Эти расходы включают в себя аренду, газ и электричество, телефонные звонки, расходные материалы, расходы на доставку, уборку, страхование, канцелярские товары, почтовые расходы, налоги на заработную плату, ремонт и техническое обслуживание. Если вы действительно хотите узнать точную стоимость, оцените реалистичные суммы по всем категориям расходов. Если вы работаете дома, откладывайте сумму на часть вашего общего объема арендного или ипотечного платежа (в пропорции на ваше рабочее место и места хранения), или определите разумную стоимость аренды для данного типа пространства. Напишите список всех накладных расходов и сложите их. Разделите общую цифру накладных расходов по количеству предметов в месяц (или период времени, который Вы использовали для предыдущего расчета).

¹⁰ Из того же источника, что 9.

Ответ — это накладные расходы на единицу. Формула:

- » Накладные расходы ÷ количество продукции = накладные расходы за единицу
- » Стоимость прямых материалов на единицу + стоимость труда на единицу + стоимость накладных расходов за единицу продукции = общие расходы на единицу

В таблице 10 приведен пример расчета накладных расходов на единицу.¹¹

Таблица 10. Расчет накладных расходов

НАКЛАДНЫЕ РАСХОДЫ НА ЕДИНИЦУ	
УПАКОВОЧНЫЕ РАСХОДЫ НА ЕДИНИЦУ	
Стоимость упаковки	0.254
Минуты, требуемые на приготовления (одной упаковки)	3
Почасовая стоимость труда по упаковке	9.00
Общая стоимость упаковки	0.70
Общая стоимость продуктов за одну единицу	2.00

d. Определите вашу прибыль

Возьмите **сумму, добавленную к общей стоимости за единицу на прибыль** — чтобы вы не работали в убыток. Проверьте ваших конкурентов и выясните их ценовой диапазон (ритейлеры, как правило, удваивают оптовую цену). Если ваш продукт немного лучше, чем у конкурентов, назначьте стоимость немного выше. Если ваш продукт сопоставим, предусмотрите аналогичную ценовую политику.

Вы должны помнить, о прибыли от каждой продажи, в дополнение к цифрам вашей зарплаты. Добавьте показатель прибыли, который вы выбрали, к суммарным затратам на единицу, чтобы получить полную цену за единицу товара. Формула:

- » Прибыль + суммарные затраты на единицу = цена за единицу

В таблице 11 приведен пример расчета общей стоимости за единицу.

¹¹ Из того же источника, что 9.

Таблица 11. Расчет общей стоимости за единицу

СТОИМОСТЬ ЕДИНИЦЫ ПРОДУКЦИИ	
Ваша оптовая цена	5.00
Ваша прибыль от оптовой цены	3.00
Ваш индивидуальный ярлык / цена со-упаковщика	3.08
Ваша прибыль от розничной цены / со-упаковщик	1.08
Ваша цена для дистрибьюторов	2.86
Ваша прибыль от дистрибьюторских продаж	0.86
Комиссия брокера	0.25
Ваша прибыль после брокерских комиссий	2.75
Рекомендованная розничная цена	10.01
АНАЛИЗ КОНЕЧНОЙ ЦЕНЫ	
Если розничная цена	8.50
Оптовая цена будет	4.25
Тогда стоимость продукта должна быть	1.70

Как ИКТ может помочь вам в определении цены Вашей продукции?

В программе электронных таблиц, формулы, приведенные в расчетах выше, могут быть установлены для автоматизации расчетов при изменении стоимости сырья, труда или накладных расходов

2.2.6. Ценообразование и условия продаж

Вы можете принять решение установить специальные цены (или скидки) для привлечения клиентов или для быстрой продажи Ваших товаров. Узнайте, основаны ли покупки клиентов на цене, качестве или на том и другом. Спрос может меняться в разные сезоны года, по местоположению или типам клиентов. Будете ли вы устанавливать разные цены?

Основным фактором в ценообразовании продукта или услуги является ценность, которую он представляет для клиентов. Если ваш продукт является первым в области, Вы можете определить более высокую цену. С другой стороны, если речь идет об “аналогичных” продуктах, нужно получить долю рынка, прежде чем увеличивать свою цену. Одно правило в бизнесе, которое работает: в конечном счете, рынок устанавливает цену.



Задание

Какая цена у вашего продукта или услуги?

Сделайте расчет вашего товара или стоимость услуги. Проведите исследование, чтобы узнать о ценах и стратегиях ваших конкурентов. Отправьте друга в подобный вашему магазин. Выясните, предлагают ли они специальные цены или скидки на их продукцию. Узнайте, есть ли лидеры цен в отрасли?¹² На основе ваших выводов сделайте подробную ценовую политику.

2.2.7. Место: где и как ваши клиенты покупают или получают?

Прямые продажи — это продажа товаров напрямую вашим клиентам. Косвенная продажа может включать в себя продажи посредников — лиц или учреждений, которые могут показать и продать ваши изделия. Непрямые продажи также включают продажи на веб-сайтах или социальных сетях, где люди могут размещать заказы на ваш продукт онлайн и вы доставляете по договоренности. Вы можете предложить как прямые, так и непрямые продажи одного и того же продукта.

Ниже приведены некоторые общие рекомендации:

- » **Прямые продажи по телефону или лично** — Вы можете попросить кого-то продавать ваш продукт, или вы можете продавать от двери до двери.
- » **Клиенто-ориентированный заказ** — Есть специализированные рынки уникальных продуктов. Некоторые семьи или отдельные лица не имеют времени ходить по магазинам. Но эти случаи требуют изучения законодательства и государственной политики, которые применяются к этим подходам.
- » **Франчайзинг** — Вы можете решить либо покупать чужую франшизу в качестве франчайзинга, или создать свою собственную операцию франшизы, которая продает права на конкретные места или линии продуктов для других. Каждый потребует дальнейших юридических, финансовых и маркетинговых исследований.

¹² Лидером в ценообразовании может стать компания определяющая стоимость товаров и услуг в своей отрасли. Такой лидер не оставляет другого выбора своим конкурентам кроме как следовать его ценам чтобы остаться на рынке. Альтернативой для них может быть снижение цен с надеждой увеличить долю на рынке. Investopedia, "Price Leadership". Ресурс доступен на сайте <http://www.investopedia.com/terms/p/price-leadership.asp>

» **Дистрибьюторы** — Вы можете решить работать в качестве локального или регионального дистрибьютора для нескольких различных линий продукции.¹³

Исследование рынка может помочь вам принять решение о лучших способах продавать и распространять вашу продукцию. В зависимости от вашего продукта или услуги существует несколько факторов, которые следует учитывать при принятии решений по местоположению продаж и обнаружению сбыта. Например, в случае Виктории, ее продукт — быстро портящийся продукт. Она должна учитывать срок годности товара — сколько дней пройдет, прежде чем срок годности ее продукта истекает? В каком состоянии (температуре) ее продукт легко испортится? Учитывая эту информацию, она должна придумать способ, чтобы ее продукт оставался свежим в течение определенного периода времени. Она должна рассмотреть возможность охлаждения/заморозки продукции, используя холодильники с прозрачной дверцей, если она хочет, чтоб люди могли посмотреть ее продукцию; она может пересмотреть упаковку, которая поможет сохранить свежесть продуктов дольше. Ей необходимо будет учесть доставку в тот же день, если она хочет сделать клиенто-ориентированные заказы.

Подумайте, как ваши клиенты могут купить ваш продукт. В Таблице 12 есть несколько вопросов, которые могут направлять вас в принятии решения о месте продажи вашего продукта или услуги.

Таблица 12. Вопросы для определения места продажи

Прямые	Косвенные	Компонент ИКТ
Куда клиенты должны пойти, чтобы купить ваш продукт?	Кто будут лучшими продавцами вашего продукта?	Вы бы хотели, чтобы ваш продукт был доступен в интернете?
<ul style="list-style-type: none"> • Как вы будете оценивать места, где ваш продукт будет продаваться? 	<ul style="list-style-type: none"> • Учтите, как быстро ваши посредники могут доставить ваш товар 	<ul style="list-style-type: none"> • Если вы хотите, чтобы ваш продукт был доступен в интернете, у вас будет свой собственный сайт или вы будете искать сайт, через который вы сможете продавать ваш продукт?
<ul style="list-style-type: none"> • Учитывайте стиль и демографию клиентов 	<ul style="list-style-type: none"> • Учитывайте стиль и демографию клиентов 	<ul style="list-style-type: none"> • Учитывайте стиль и демографию клиентов
<ul style="list-style-type: none"> • Рассмотрите, какие группы клиентов будут лучше всего подходить для каждого способа доставки продукта 	<ul style="list-style-type: none"> • Учитывайте, как ваши конкуренты доставляют свои товары 	<ul style="list-style-type: none"> • Подумайте, как ваши целевые клиенты могут связываться с вами для заказов или запросов

¹³ <http://www.bizmove.com>.

Таблица 12. Вопросы для определения места продажи (продолжение)

Прямые	Косвенные	Компонент ИКТ
<ul style="list-style-type: none"> Обращайте внимание на удобство клиентов — пешая доступность, наличие парковочных мест, близость к другим бизнес-заведениям 	<ul style="list-style-type: none"> Учитывайте репутацию ваших потенциальных посредников/грузополучателей Репутация положительна? Какой тип товаров они доставляют? 	<ul style="list-style-type: none"> Рассчитайте свою возможность отвечать на вопросы онлайн и принимать онлайн-заказы Посмотрите в интернет-магазинах (например, Alibaba, Lazada, Zalora) и рассмотрите внешний вид их сайтов. Узнайте, как они выполняют заказы онлайн, сколько они берут и с кем они сотрудничают
<ul style="list-style-type: none"> Рассмотрите постановления правительства в отношении прямых продаж 	<ul style="list-style-type: none"> Рассмотрите постановления правительства в отношении косвенных продаж 	<ul style="list-style-type: none"> Рассмотрите постановления правительства в отношении косвенных продаж
<ul style="list-style-type: none"> Считайте расходы (например, арендную плату, затраты на франчайзинг) 	<ul style="list-style-type: none"> Считайте затраты (например, комиссий по продажам) 	<ul style="list-style-type: none"> Считайте расходы (например, коммунальные услуги, связь)



Задание

Узнайте, как ваши конкуренты продают и распространяют свою продукцию. Опишите, как вы будете продавать и распространять ваш продукт? Будьте конкретными.

2.2.8. Продвижение: как ваши клиенты узнают о вашем продукте или услуге?

Продвижение значит общение с вашими клиентами о ваших продуктах или услугах. Цель продвижения — информировать и убедить Ваших клиентов покупать Вашу продукцию или пользоваться вашими услугами. Будут затраты по продвижению. Продвижение часто связано с определенной рекламой, которая в любой форме платного, неличного продвижения, что взаимодействует с большим количеством потенциальных клиентов одновременно. Когда вы принимаете последнее как подход, вы должны иметь рекламную стратегию и цели. Их разработка также влечет за собой расходы.

Рекламные мероприятия варьируются от разработки логотипа, печати и распространения визиток, размещения уведомлений на досках объявлений в магазинах и офисах, и совершения звонков потенциальным и существующим клиентам. Социальные медиа также могут быть ценным пространством для продвижения. Для определения типа рекламы, которая соответствует и является в рамках вашего бюджета, необходимо будет внимательно изучить ваш профиль клиента.

Как ИКТ может помочь вам в продвижении ваших продуктов? Если многие ваши клиенты регулярно используют социальные медиа, вы можете использовать этот канал для продвижения своей продукции. Преимущество использования социальных медиа для продвижения — это возможность иметь двустороннюю связь со своими клиентами, в отличие от большинства рекламных каналов, которые позволяют только одностороннее общение — от вас к вашим клиентам. Двусторонняя связь позволяет Вам иметь прямую и непосредственную обратную связь от ваших клиентов. Инструменты социальных медиа, которые могут быть использованы для продвижения обсуждаются во Вкладке 3.

Вкладка 3. Инструменты социальных медиа для продвижения

С увеличением числа людей, использующих социальные медиа на регулярной основе, социальные сети дают большие возможности для продвижения Вашей продукции/услуг и нахождения новых клиентов в интернете. Существуют различные сайты социальных сетей и выбор сайтов зависит от того, на кого вы ориентируетесь, так как есть, например, сайты, которые более популярны среди женщин и молодежи. Ваш выбор также будет зависеть от характера вашего сообщения и характера Вашего бизнеса.

Facebook является самой популярной социальной сетью в Интернете. Facebook является наиболее подходящим для:

- Предприятий, проводящие мероприятия
- Местных пользователей и конкретных страниц
- Привлечения и получения экспозиций с существующими и потенциальными клиентами
- Интеграция функций соцсети на вашем сайте

Google Plus — социальная сеть от Google. Google Plus подходит для:

- Создания/обновления вашего местонахождения на картах Google и результатов местного поиска
- Получения отзывов клиентов, чтобы показать в результатах поиска
- Предприятий, организующие локальные события
- Местных пользователей и предприятий.

Twitter — это социальная сеть, которая позволяет пользователям отправлять сообщения в 140 символах. Он популярен среди молодой аудитории. С момента создания в 2006 году, Твиттер стала выгодной для предприятий, давая им мощную пропагандистскую платформу для взаимодействия с клиентами, что вы, возможно, не могли и предполагать до этого. Твиттер предназначен для::

- Взаимодействия с существующими и потенциальными клиентами
- Ответов на вопросы и обратной связи с клиентом
- Публикаций последних новостей Вашей компании

- Использование таргетированной рекламы с конкретными пользователями и аудиторией

YouTube является крупнейшим и самым популярным видео-социальным медиа сайтом в Интернете. YouTube предназначен для:

- Появления в результатах поиска с богатыми видео-фрагментами
- Пользователей с видео-контентом
- Геотаргетирования видео на основе вашего местоположения
- Интеграции и встраивания видео на вашем сайте

Pinterest — это мощная социальная сеть, которая пользуется популярностью среди женщин. Pinterest подходит для:

- Фотографии, путешествий и других смежных отраслей
- Фотографии, связанные с праздниками
- Домашнего декора, моды, искусства и ремесла
- Достижимости женщин, мам и более состоятельных пользователей
- Продвижения контактов на целевых пользователей

База пользователей **Instagram** состоит, в основном, из молодых людей. Instagram предназначен для:

- Совместного использования фотографий и коротких видео роликов
- Ресторанов, розничной торговли, и других отраслей промышленности, которые полагаются на визуальные средства массовой информации
- Редактирования снимков с заданными фильтрами
- Обмена культурой компании и взгляда “за кадром”

LinkedIn — это самая популярная профессиональная социальная медиа и сеть. Из-за его профессионального характера, предприятия используют популярный сайт, чтобы найти новых сотрудников и потенциальных клиентов с их целевой рекламной программой. LinkedIn подходит для:

- Сетевого взаимодействия с местными специалистами
- Общения с людьми в аналогичных отраслях
- Ведения поколения и управления репутацией
- Отображения информации и статистики, связанных с компанией
- Того, чтобы иметь ваши личные и/или бизнес информацию на сайте для нахождения в поисковых системах

Craigslist — это сайт, который обеспечивает местные объявления и форумы в более чем 700 городах в более чем 70 странах. От веб-сайтов электронной коммерции до мебели для оптовиков, предприятий малого бизнеса как онлайн, так и оффлайн, начинают понимать маркетинговую мощь Craigslist. Craigslist является замечательным для размещения бесплатных, целевых рекламных объявлений в отношении клиентов в определенном городе.

Многие предприятия присутствуют в разных социальных медиа, включая Facebook, Твиттер, Pinterest и Instagram. Hootsuite — это приложение, удобное для бизнеса в управлении множеством учетных записей социальных медиа, в том числе сообщения, планирования, привлечения аудитории и оценки прибыли от инвестиций.



Задание

Исследуйте две или три из этих социальных сетей. Создайте учетную запись на выбранные сайты и ознакомьтесь с его особенностями и функциями, которые сайт предлагает. Подумайте, как вы можете использовать эти особенности и функции в продвижении ваших продуктов или услуг.



Задание

Разработайте вашу стратегию по продвижению

Запишите, чего вы хотите достичь с помощью вашей стратегии продвижения. Поможет рассмотрение следующих вопросов:

- **Сообщение** — Что следует сказать о бизнес-продукте и каким он должен быть? Каков ваш девиз — фраза или слово, которое будет ассоциироваться с вашей продукцией или услугами, и сможет ли клиент легко его запомнить?
- **Целевой рынок** — Планируете ли вы предоставлять услуги или продавать на промышленном рынке, национальном рынке, районном или специализированном рынке?
- **Предпочтения клиентов** — Что ваш клиент читает или слушает? Где? Как часто?
- **Медиа** — На основе предпочтений ваших клиентов, какой тип медиа должен быть использован? Каков послужной список использования медиума (средства), который вы рассматриваете для вашего вида бизнеса? Что ваши конкуренты используют? Что ваша сеть друзей и ваша торговая ассоциация предлагают?
- **Бюджет** — Какой суммой вы ограничены для использования СМИ? Как вы можете распределить свой бюджет на год, чтобы иметь циклическую связь? Даже если вы можете потратить больше на старте, хороший постоянный руководящий принцип заключается в том, что реклама не должна превышать один или два процента от продаж. Определите сколько вы готовы инвестировать в рекламу в первый же год.
- **Преимственность сообщения** — Как тип товара или услуги, профиль клиентов и сезонные покупательские привычки могут повлиять на ваш выбор СМИ и частота вашего рекламирования?
- **Акция “ролл-аут”** — Как рекламная кампания будет реализована? Как можно измерить ее эффективность?

2.3. Мобилизация ресурсов

Ресурсы необходимы для любого бизнеса, как для начала, так и для продолжения работы. Ресурсы — это материалы и оборудование, а также людские и финансовые потребности бизнеса. Мобилизация ресурсов — это процесс обеспечения всей деятельности, что предполагает обеспечение ресурсами для вашего бизнеса. Это включает в себя повышение эффективности использования и максимальное использование существующих ресурсов.¹⁴

2.3.1. Поиск информации

Помимо исследования рынка, существуют и другие виды информации, которые вам понадобятся, которые можно получить от людей или технологических опосредованных источников. Чтобы получить нужную информацию в нужное время требуются навыки и знания.

Для того, чтобы увеличить свои знания о ведении бизнеса, Виктория просмотрела ресурсы, как онлайн, так и бумажные. Она изучила, как записываться на бесплатные онлайн бизнес курсы. Она также дополнила свои существующие знания по выпечке из других книг, распечаток, также она смотрела видео через онлайн для новых методов выпечки.

Как ИКТ может помочь вам найти информацию? Использование поисковых систем в Интернете может помочь Вам найти информацию. Вы должны убедиться, что выбранная информация из достоверных источников, поэтому, вам необходимы умения оценивать достоверность информации.

Предприниматели могут расширить свои знания и навыки, записавшись на бесплатные публично открытые онлайн-курсы, которые сосредотачиваются на определенных отраслях или секторах бизнеса. Просмотрите Coursera (<http://www.coursera.org>), edX (<http://www.edx.org>) и Udacity (<http://www.udacity.com>) для поиска курсов, которые могут подойти вам.

¹⁴ Judith B. Seltzer, "What is resource mobilization and why is it so important?" Health Communication Capacity Collaborative, 20 October 2014. Ресурс доступен на сайте <http://healthcommcapacity.org/resource-mobilization-important/>.



Задание

Найдите информацию онлайн

Так же, как и сделала Виктория, используйте поисковую систему, чтобы искать в интернете ресурсы на ведение бизнеса, схожего с вашим. Найдите бесплатные онлайн-курсы, которые могут помочь вам по ведению вашего бизнеса. Вы можете также смотреть на онлайн ресурсы по технике, оборудованию и сырью, которые используют люди с аналогичным предприятием. Примите к сведению эти технологии, оборудования и сырье, и посмотрите, что вы могли бы применить к вашему бизнесу в данный момент и что можно будет использовать в дальнейшем. Вы можете отметить эти ссылки в таблице или текстовом документе.

2.3.2. Установление контактов

Многие женщины пользуются сетями друзей и родственников. Сеть — это группа из множества социальных взаимодействий и личных отношений, сложившихся с течением времени. Сеть предоставляет информацию, а также может оказывать поддержку.

Например, в случае Виктории, кроме родственников и старых друзей, она обрела новых друзей в школе ее детей. Она дала образцы ее печенья, чтоб оценить вкус и качество печенья. Они стали ее первыми клиентами. Эта сеть может стать больше, поскольку новые друзья имеют родственников и своих друзей, и информация о ее печенье распространяется в большем круге.

Установление контактов — это очень важный навык. Иметь этот навык является преимуществом, поскольку это дает возможность разрабатывать и использовать контакты для вашего бизнеса. Например, вы можете спросить клиентов имена других лиц, которые могут быть заинтересованы в ваших товарах или услугах. Чтобы развивать ваш бизнес, вам потребуется установить больше контактов, чтобы иметь возможность проинформировать о ваших продуктах.

Чтобы сделать вашу сеть больше, вам нужно уделять внимание мероприятиям. Для вашего преимущества, существующие предприятия в разных отраслях организуют мероприятия с целью установления контактов для предпринимателей. Вы должны научиться эффективно устанавливать контакты. Установление контактов — это больше, чем просто выйти и общаться с людьми. Установление контактов — это

стратегия; необходимо разработать структурированный план, чтобы узнать людей, которые будут делать бизнес с вами или, наоборот, представить вас этим людям.

Когда у вас есть план установления контактов, фиксируйте это, изучите навыки общения и установления контактов, и реализуйте ваш план. В процессе вашего планирования, спросите себя:

- » Какие бизнес цели я хочу достичь?
- » Сколько потенциальных клиентов я хочу в месяц?
- » Где мои клиенты и где они устанавливают контакты?
- » Какие бизнес организации будут мне выгодны?
- » Как построить мой деловой имидж?
- » Какие виды деятельности в обществе могут помочь мне поднять мой бизнес?

Установления контактов — это действовать на опережение. Это означает взять ситуацию под контроль вместо того, чтобы просто реагировать на нее. Установление контактов требует выхода за пределы своей зоны комфорта и испытания себя.¹⁵

Ваша сеть друзей и коллег может стать источником информации для обновления новостей, связанных с вашей деловой отраслью, также для финансирования и потребности в человеческих ресурсах.

В начале бизнеса Виктория сузила сеть в своем распоряжении мамами в ее окрестностях. Эта сеть предоставляла ей информацию о возможностях продажи и доступности ее выпечки. После этого она принимает активное участие в общественной деятельности, где она может встречаться или знакомиться с людьми, в той же сфере бизнеса где она, которым она может задавать вопросы о ведении бизнеса или о развитии продукции.

Виктория может посещать мероприятия, относящиеся к ее деятельности и интересам. Она может присоединиться к официальным и не официальным организациям, чтобы найти людей в той же отрасли. Она может обмениваться рецептами и также может получить информацию о проблемах, возникающих в личной и деловой сферах. Для повышения осведомленности об ее продуктах и об опыте, ее друзья посоветовали ей начать блог¹⁶ и использовать различные инструменты социальных медиа. Если Виктория

¹⁵ Медиа предпринимателя (Entrepreneur Media), "Networking". Материал доступен на сайте <http://www.entrepreneur.com/encyclopedia/networking>.

¹⁶ Блог — это статья или информация, представленная в стиле беседы в вебсайтах. Блоггером является тот, кто регулярно пишет статьи для своего блога и поддерживает его новыми деталями.

создаст блог, ее друзья и последователи могут общаться и делиться своими мыслями и знаниями с ней. Каталог контактов Виктории — важный документ для ее бизнеса.

Таблица 13 показывает информацию, которая вам нужна в вашем списке контактов.

Таблица 13. Поля для списка контактов

Базовая информация	<ul style="list-style-type: none"> Имя Фамилия 	Контактные данные: <ul style="list-style-type: none"> Домашний номер Мобильный номер 	Заметки: <ul style="list-style-type: none"> Где и как вы встретили этого человека
Необязательная информация		<ul style="list-style-type: none"> Домашний адрес Рабочий адрес 	<ul style="list-style-type: none"> Дни рождения и юбилей (важные события)
Продвинутая информация	<ul style="list-style-type: none"> Возраст Семейное положение 	<ul style="list-style-type: none"> Адрес эл. почты Адрес в соц. сети Вебсайт 	<ul style="list-style-type: none"> Сеть и филиалы организации Предпочтения в продуктах и услугах



Задание

Создайте каталог контактных данных

Используя электронную таблицу или программу текстового процессора, подготовьте каталог контактов. Вы можете разделить их на личные и деловые.

Используя поисковик, попробуйте поискать возможные ассоциации, которые могут помочь вам в вашем бизнесе. Также вы можете искать ассоциации, которым ваш бизнес может быть в состоянии помочь. Добавьте их в свой каталог.

Подготовьте план установления контактов

Изучите, кто может быть вашей локальной/общественной сетью. Являетесь ли вы членом каких-либо общественных групп? Существуют ли группы, к которым вы можете присоединиться, или люди, которые могут вам помочь улучшить ваши навыки ведения бизнеса и/или продвижения вашего продукта? После того как вы определили группу или человека, можно классифицировать их по темам, которые вы хотите обсудить с ними (выпечка, распределение товара, лицензирование бизнеса, упаковка, и т.д.). Вы можете перечислить темы для обсуждения о продукте и подготовить разговор, прежде чем подходить к ним. Вы также можете составить список вопросов, которые вы хотите задать.

Поищите и спрашивайте о торговых ярмарках и местных базарах, где вы сможете продать ваши продукты. Если вы собираетесь посетить их, вы можете создать рекламу вашего продукта или презентацию. Подумайте о тех вопросах, которые часто задают ваши клиенты и подготовьте ответы на них.

Ваш план сетей будет зависеть от вашего потенциала. Вам необходимо быть разборчивым касательно сетевых событий, которые вы посещаете. Спросите себя: на какие сайты заходят мои клиенты и потенциальные покупатели? Какую прибыль получали бы бизнес-организации от моего бизнеса? Какие бизнес-организации могут служить расширением моему бизнесу?

2.3.3. Финансирование вашего бизнеса: внесение денежных средств

Получить деньги для начала бизнеса — непростая задача. Часто это является самым большим препятствием для начинающих предпринимателей. Однако, многим предпринимателям удалось преодолеть трудности. Некоторые решения для финансирования бизнеса являются надежными, другие следует применять с осторожностью.¹⁷

Рассмотрите следующие источники средств:

а. Объединение личных финансовых ресурсов

Пользуйтесь своими личными сбережениями, но часть оставьте для чрезвычайных ситуаций. Вы также можете подрабатывать для финансирования вашего бизнеса. Это означает: начинайте свой бизнес частично, до того времени пока не получите ресурсы для управления своим бизнесом. Если вы работаете, продолжайте работу до тех пор, пока бизнес не достигнет стабильного потока клиентов и прибыли.

Чтобы сократить расходы, вы можете рассмотреть возможность начать свой бизнес дома, до тех пор, пока вы не будете увереннее в ваших доходах и прибыли от вашего бизнеса. Офисные помещения и коммунальные услуги являются большой частью расходов для многих предприятий. Вы можете продать личные вещи, которые вам больше не нужны и использовать денежные средства для вашего бизнеса. Вы можете рассмотреть вопрос об аренде или покупке использованного оборудования, чтобы сэкономить средства, до тех пор, пока у вас не появится достаточная сумма денег, чтобы купить новые предметы.¹⁸

Семья Виктории имела некоторые сбережения, которые она использовала для первоначального финансирования ее пекарского дела. Поскольку она и ее муж были членами местного кооператива и из-за ее членство в микрофинансовой организации она имеет доступ к нескольким источникам финансирования, ей следует решать об использовании сбережений ее семьи. Она также может попросить банк, где ее семья хранит свои сбережения, предоставить ей кредит.

17 Janet Attard, "Where to get money to start a business". Ресурс доступен на сайте <http://www.businessknowhow.com/money/startup-money.htm>.

18 <http://www.bizmove.com>

Виктория может попросить своих друзей и родственников быть партнерами в ее бизнесе, и вложиться в первоначальный капитал. Она может занять у семьи и друзей под небольшие проценты. Она может воспользоваться преимуществами кредитной карты, страхования и государственного социального обеспечения. Виктория будет вести скромный образ жизни, чтобы она могла оплачивать кредиты, включая проценты, до момента, пока ее бизнес не станет более прибыльным.



Задание

С помощью поисковой системы, узнайте, какие механизмы финансирования и вознаграждения предлагает ваше правительство владельцам малого бизнеса и предпринимателям. Проверьте, имеете ли вы право на какие-либо из этих вознаграждений, и как вы можете воспользоваться ими.

в. Заимствования у банков и микрофинансовых организаций

Подать заявление на кредитования малого бизнеса через банки или микрофинансовые организации, которые предлагают низкие процентные ставки. Сравнить процентные ставки банков и микрофинансовых организаций.

Чтобы подать заявку на кредит, вам необходимо предоставить в банк следующую информацию:

- » Цель кредита
- » Планированный начальный бухгалтерский баланс (для новых предприятий)
- » Подробности аренды
- » Сумма инвестиций в бизнес от владельца(ев)
- » Прогнозы доходов
- » Расходы и движение ликвидности
- » Подписанные личные финансовые отчетности
- » Ваше резюме

Вам также может понадобиться формальный бизнес-план. Если вы пытаетесь получить финансирование для развития бизнеса который вы уже начали, вам также понадобится финансовые отчеты за последние три года и информация о дебиторской, кредиторской и просроченных задолженностях. Не удивляйтесь, если банк вам откажет. Банки часто осторожничают с кредитованием в стартапы.

Некоторые банки предлагают ипотечные кредитные средства, которые позволяют вам взять кредит до 75 процентов от оценочной стоимости вашего дома. В зависимости от стоимости вашего дома и что вы еще имеете в вашем залоге, этот вариант может предоставить вам значительную сумму денег в ваше распоряжение для открытия вашего бизнеса. Недостатком является то, что вы ставите ваш дом в опасность. Если бизнес не удастся или вы не сможете погасить кредит, велика вероятность потери дома. Если вы решите пойти по этому пути, обязательно прочитайте правовые информации о кредитной линии под залог жилой недвижимости.

В некоторых странах, традиции и практики могут диктовать, что женщинам не разрешается брать в долг без согласия супруга. Кроме того, им не разрешается быть без супруга во время тет-а-тет допросов или транзакции в банке. В то время как политика страны может помочь облегчить ситуацию, эти практики могут по-прежнему превалировать. Важно чтобы вы поговорили с вашими партнерами и членами семьи, также с группами поддержки и с уважаемыми/ заслуживающими доверия лицами в сообществе о ваших бизнес планах для получения их поддержки до реализации вашего бизнеса. Убедитесь, что ваш бизнес выгоден для вашей семьи и для общества



Задание

Используя поисковик, поищите банки, которые предоставляют финансирование для владельцев малого бизнеса и предпринимателей. Сравните процентные ставки этих банков. Если вы являетесь членом микрофинансовой организации или кооператива, сравните тарифы этих финансовых институтов с процентными ставками банка.

Если вы рассматриваете кредит от любого финансового учреждения, то изучите их требования по кредиту и условия погашения задолженности. Примите во внимание:

- » Воспользоваться либо постоянным доступом к кредиту, либо одноразовым финансированием
- » Необходим ли доступ к кредиту вашим партнерам и сотрудникам
- » Хотите ли вы установить график погашения
- » Является ли процентная ставка фиксированной или переменной
- » Можете ли вы нести расходы на погашение вашего кредита или на предельный размер кредита

с. Финансирование из государственных и негосударственных грантов или займы с низкими процентами

Правительства могут финансировать программы жизнедеятельности и проекты микропредприятий для женщин. Вы можете узнать об этом подробнее онлайн ресурсов правительственных и неправительственных организаций. Местные группы поддержки и кооперативы также могут иметь информацию о грантах или о займах с низкими процентными ставками.

d. Краудфандинг (прямое финансирование группой физических лиц)

Краудфандинг служит для обеспечения жизнестойкого варианта для малого бизнеса, чтобы мобилизовать капитал. Существует несколько краудфандинговых платформ, которые являются специфическими для различных отраслей промышленности. Сайт <https://www.funddreamer.com/> интересен для женщин-предпринимателей. Это краудфандинговая платформа для женщин и меньшинств. Эта платформа может собрать небольшую сумму денег, если вы заинтересуете их своим бизнес проектом. Поскольку речь идет о государственном предприятии, вы подвергаете свой бизнес в общественность. Если вам важна конфиденциальность этот вариант может быть не из лучших. Вы также должны учитывать права на интеллектуальную собственность и на законодательные аспекты, которые потребуют услуги юристов для патентов, и других аналогичных проблем.



Задание

Взгляните на <https://www.funddreamer.com/>, <https://www.gofundme.com/> и <http://crowdrise.com/>. Посмотрите, аналогичны ли продукты или услуги вашим, и были ли они успешны в зарабатывании денег для своей продукции или услуг. Изучите, как компании продвигали свою продукцию или услуги потенциальным спонсорам, и сравните их с вашей стратегией.

2.3.4. План предприятия и подготовка финансовой отчетности

После приобретения капитала для вашего бизнеса от внутренних и внешних источников, вам необходимо иметь способ сохранения ваших бизнес средств в безопасном месте. Открытие банковского счета для вашего бизнеса поможет вам контролировать средства. Убедитесь, что вы отделяете ваш деловой банковский счет от вашего личного банковского счета.

Изучите преимущества и недостатки выбранных банков рядом с вашим предприятием. Сохраняйте банковские выписки для деловой документации, ведение учета и для бухгалтерских целей. Помимо традиционных делопроизводственных журналов, рассматривайте возможности использования ИКТ-программ для управления финансами.

В самом начале, Виктория сталкивалась с трудностями касательно отделения ее личных средств от деловых. Она приняла меры, чтобы решать эту проблему углубляясь на тему управления финансами, проходя онлайн-курсы, и советуясь с людьми которые занимаются бизнесом касательно обращения финансами.

В создании вашего стартового финансового учета, имейте следующие готовые соответствующие системы записи:

- » Инвентарная запись для контроля запаса товаров
- » Прогнозирование продаж для планирования производства
- » Стандартная система бухгалтерского учета признанная законом
- » Необходимые финансовые отчетности



Задание

Онлайн банкинг

Выясните у банка не имеется ли у них опция онлайн банкинга, и узнайте об услугах, которые они предлагают и о сборах для малого бизнеса. Попробуйте заполнить реквизиты в таблице 14.

Таблица 14. Таблица для платежей онлайн банкинга

Ежемесячный взнос	
Ежемесячные транзакции	
Ежемесячные суммы на депозите	
Экспресс поуслуговая оплата в дополнении ежемесячных плановых затрат	
Транзакционные расходы за сверх лимит	
Депозиты за сверх лимит	
Лимит депозитов	
- Заметки по депозитам	
- Монеты по депозитам	
- Чеки по депозитам	
Оплата за ежемесячную банковскую выписку	

2.3.5. Приобретение оборудования и сырья

Когда бизнес-план уже написан и доступен капитал для бизнеса, оборудование и инструменты, необходимые в бизнесе, должны быть приобретены до запуска и производства. Это заключается в необходимости выявления и идентификации поставщика, ведения переговоров и премии, логистического менеджмента и установки механизмов и оборудования, включая коммунальные услуги и приспособления. В плане, вы можете рассмотреть вопрос о закупке информационно-коммуникационной техники (компьютеры, мобильные телефоны со встроенной возможностью подключения к сети Интернет, принтеры и камеры) и программных приложений (для обработки текстов, электронных таблиц, чертежных инструментов и т. д.), которые будут полезны для вашего бизнеса.

Как ИКТ помогают? ИКТ могут помочь в поисках спецификации оборудования, сравнение цен, брендов и функций, которые будут наилучшим образом соответствовать вашим бизнес-целям и задачам.

Виктория осмотрелась вокруг чтобы получить лучшие ингредиенты по самым низким ценам. Чтобы искать другие источники для ее сырья в онлайн режиме, она не может сделать ничего, кроме как спрашивать магазины и предприятия, где они получают свои ингредиенты.



Задание

Поищите в интернете источники и поставщиков сырья и оборудования, необходимых для вашего бизнеса. Подготовьте стандартные письма для запроса котировок. Пользуйтесь электронной почтой для создания сообщения. Узнайте пользуются ли поставщики бесплатными интернет звонками (например, Skype, Viber или Whatsapp) для общения со своими клиентами.

Интернет-магазины и поисковые системы как Alibaba.com и Google.com могут быть использованы для быстрого поиска потенциальных поставщиков онлайн. Онлайн поиск экономит время и деньги, так как информацию можно получать не выезжая в различные места для поиска поставщиков.

Общение с поставщиками, координация логистики и доставка товаров могут быть проведены быстро и эффективно (по сравнению со старыми средствами связи, такими, как тет-а-тет, писать письма или факс) через приложения, которые

позволяют совершить голосовые и видео звонки через Интернет. Примеры таких приложений: Skype, Viber или Whatsapp.

2.3.6. Наем персонала

Ссылаясь на продукцию и на свой маркетинговый план, определите и составьте список количества и качества необходимых человеческих ресурсов. Будет идеально:

a. Подготовить простую схему, которая перечисляет конкретные задачи и тип необходимого персонала. Перечислить и описать конкретные обязанности и ответственности каждой должности и дать название должности. Создать форму для каждой позиции с описанием их обязанностей и ответственностей, которая будет служить в качестве руководства при подготовке контрактов.

b. Для каждой позиции на схеме перечислить соответствующую заработную плату, оклад, льготы и другие необходимые компенсации по закону.

c. Составить общий список требований для подбора и найма персонала, в том числе информацию о том, что вы будете требовать от заявителей, как мотивационное письмо, резюме и рекомендации

d. Отдавать приоритет позициям, необходимым для найма в начале бизнеса.

e. Определить дополнительные профессиональные ресурсы, доступные для бизнеса. Они включают в себя: бухгалтера, юриста, страхового брокера и банкира. Опишите отношения каждого профессионального ресурса для вашего бизнеса. Например, "бухгалтер доступен на неполной почасовой основе, по мере необходимости; первоначальное соглашение предусматривает услуги не более X часов в месяц за \$ XX.XX в час".

f. Чтобы ориентировать вас в дальнейшем приготовлении ваших потребностей в персональном ресурсе, ответьте на следующие вопросы:

- » Какие потребности в персонале у вас сейчас?
- » Какие навыки должен иметь каждый ключевой человек?
- » Доступны ли необходимые вам люди? Назовите их и укажите полный или неполный рабочий день и нормы заработной платы

g. Подробно описать предлагаемый график работы на неделю и месяц, по крайней мере первый год. Если у вас выявлены какие-либо пробелы в квалификации персонала, сформулируйте как эти проблемы могут быть преодолены в результате обучения, приобретения внешних услуг или субподряда)

Некоторые страны имеют национальные или местные сайты вакансий, где работодатели могут размещать вакансии. Поисковые системы могут помочь найти каталоги профессиональных услуг необходимые для вашего бизнеса.

III. РУКОВОДИТЬ БИЗНЕСОМ

Результаты обучения

- » Понять различные бизнес-функции в управлении бизнесом и как ИКТ могут быть применены в целях содействия осуществлению этих функций
 - » Ценить защиту бизнеса в отношении юридических, физических и онлайн-угроз
 - » Понять важность мониторинга и оценки эффективности бизнеса
-

Бизнес, который только запустился, требует практического управления предпринимателем. Есть восемь основных бизнес-функций в управлении бизнесом. Восемь функций соответствуют подготовленным бизнес-планам перед запуском. Эти функции включают в себя:

1. Общее руководство
2. Приобретение
3. Производство
4. Маркетинг
5. Связь с общественностью
6. Кадровые ресурсы
7. Администрация
8. Финансы

Функции могут быть интегрированы в реализацию в зависимости от размера бизнеса. В данном разделе рассматривается каждая из этих функций и исследуется, как ИКТ могут помочь вам осуществить эти функции лучше.

3.1. Бизнес функции

3.1.1. Общее управление

Общее руководство означает, что кто-то должен управлять бизнесом. Управление требует планирования, организации, кадрового распределения, координирования и контроля.¹⁹

Обычно сам предприниматель полностью управляет бизнесом. Цели и задачи указаны в бизнес-планах. Однако, существует множество факторов, которые могут оспорить планы и должны будут приняты альтернативные действия. Вы должны быть в состоянии сбалансировать контроль и гибкость в зависимости от бизнеса внутренней и внешней среды. Лидерство и принятие решений являются основой управления.

Даже если предприятие является малым, структура предпринимательской деятельности должна быть в наличии включая задачи и обязанности персонала и порядок субординации в организации бизнеса. Чтобы достичь бизнес-целей и задач предприниматель должен быть в состоянии нанять правильных людей для правильной работы.

Координирующая функция менеджмента предполагает общение, контроль и направление бизнеса. Контролирующая функция управления включает установление стандартов и мониторинга производительности и объема производства предприятия.

Использование ИКТ приложений может быть полезен менеджеру в планировании, координации и реализации всех бизнес-функций. Это включает в себя: подготовку прогноза продаж; управление запасами; планирование закупок и производства; координация и общение с персоналом, поставщиками и клиентами, а также продвижение и маркетинг продукции и услуг.

Важно для бизнеса иметь централизованное хранилище бизнес-информации, включая деловые документы и базу данных. Веб-решения доступны бесплатно или за ежемесячную абонентскую плату, что позволяет предприятиям хранить и обмениваться документами. Эти решения включают в себя базу данных, Dropbox и Google диск

¹⁹ Calia Roberts, "Five Functions of Management and Leading". Ресурс доступен на сайте <http://smallbusiness.chron.com/five-functions-management-leading-56418.html>.

Есть комплекс приложений, поддерживающих деловые операции, такие как:

- » <http://appsoncloud.com/> — Инструмент поможет регистрировать кадровые ресурсы, создавать контактные данные, управлять клиентами и отслеживать статус проекта.
- » <http://www.apptivo.com> — это коллекция из 40 приложений, охватывающая управление проектами, управление взаимоотношениями с клиентами, табелей учета рабочего времени, инвентаризации и многое другое.

3.1.2. Инвентаризация и закупка сырья и оборудования

Вы можете подготовить таблицу инвентаризации, чтобы помочь контролировать входы и выходы товаров или изделия в вашем бизнесе. Было бы полезно включить стоимость сырья в таблицу инвентаризации (см. таблицу 15). Вы также можете попробовать программы управления запасами, таких как *Skywareinventory.com..*

Таблица 15. Список инвентаризации

Дата инвентаризации	Список сырья	Поставщик	Текущее количество	Стоимость покупки	Дата покупки	Срок годности	Заметки

При закупке сырья, будет полезна таблица со списком поставщиков, с информацией на их поставки, цены, качества и технические характеристики, и контакты (см. таблицу 16).

Таблица 16. Список поставщиков

Список поставщиков	Поставки	Цены (оптом или в розницу)	Качество и характеристика	Контактная информация	Заметки

Аналогичным образом, программа работы с электронными таблицами может быть использована для вывода списка оборудования и инструментов, их состояние и другие сведения для мониторинга их состояния (см. таблицу 17).

Таблица 17. Список состояния оборудования и инструментов

Оборудование и инструменты	Характеристики	Цена единицы	Дата покупки	Цена ремонта	Дата ремонта	Состояние	Дата осмотра	Рекомендации	Заметки

3.1.3. Производство

Производство охватывает процессы и методы, используемые для преобразования сырья, полуфабрикатов, агрегатов и вложение нематериальных ресурсов, таких, как идеи, информации и знаний в товары и услуги. В этом процессе ресурсы используются для создания продукта для использования или для стоимости обмена.²⁰

Для стандартизации метода, важно перечислить производственные процессы, определить время, необходимое сырье, необходимый труд, и соответствующие затраты для производства. Таблица 18 может быть изменена в документе “пошаговый процесс производства”.

Таблица 18. Документация производственного процесса

Процесс (шаги)	Время	Необходимое сырье и количество	Стоимость материала	Необходимый труд (персонал)	Стоимость труда	Результаты (количество)	Заметки
Подготовить и отмерить ингредиенты	20 мин.	½ чашки несоленого сливочного масла комнатной температуры ¾ чашки коричневого сахара ¾ чашки белого сахара 2 яйца 1 чайная ложка ванили 12 унций шоколадной стружки 2 ¼ чашки муки ½ чайной ложки соли ½ чайной ложки пищевой соды	В общем 3.67 на пачку	1 помощник для подготовки и упаковки	11 в час	65 единиц	
Очистить и подготовить оборудование	5 мин.	Предварительно разогреть духовку до 350°F или 180°C	Стоимость электричества				
Смешать и просеять сухие ингредиенты	5 мин.						
Взбить масло и сахар в отдельной миске	10 мин.						

²⁰ BusinessDictionary.com, “Production”. Ресурс доступен на сайте <http://www.businessdictionary.com/definition/production.html>.

Таблица 18. Документация производственного процесса (продолжение)

Процесс (шаги)	Время	Необходимое сырье и количество	Стоимость материала	Необходимый труд (персонал)	Стоимость труда	Результаты (количество)	Заметки
Добавить яйца и ваниль	5 мин.						
Вмешать в мучную смесь	5 мин.						
Смешать с шоколадной стружкой или сухофруктами	5 мин.						
Бросить полную ложку масла на противень	5 мин.						
Выпечь	15 мин.						
Охладить печенье	15 мин.						
Украсить	15 мин.						
Упаковать	15 мин.						

Чтобы убедиться, что печенье Виктории сохраняет качество, когда она выпускает новую партию, она документирует действия которые она принимает, включая и измерение времени, используемые в ее процедурах. Она использует программу электронных таблиц, чтобы документировать шаги и важные аспекты в производстве, как показано в таблице 18. Помимо установления стандартов, пошаговая документация поможет выявить области, в которых она может уменьшить время и затраты.

Улучшение продукции

Чтобы сделать свой бизнес более динамичным, Виктория должна подумать об улучшении своего продукта. Она должна разделить много времени в развитие товара. Она также должна документировать процесс для регистрации различных версий продукта. Она может документировать процесс используя электронные таблицы и программы текстового процессора. Таблица 19 может быть использована для описания новых возможностей продукта и для облегчения анализа затрат и выгод, чтобы взвесить все плюсы и минусы различных вариантов.

Таблица 19. Анализ затрат и выгод вариантов нового продукта

Факторы	Текущее состояние	Новый вариант	Затраты	Прибыли
Замена				
Комбинирование				
Расширение				
Минимизация				
Другое использование				
Удалить				
Переделать				

3.1.4. Маркетинг и продажи

В маркетинговой логистике (планирование, осуществление и контроль расхода материальных товаров) вы можете регистрировать маркетинговую информацию в электронных таблицах и текстовых процессорах, которые помогут с анализом записанной информации и в ускорении отчетности.

Для продвижения товаров и услуг, существуют ИКТ программы для проектирования и подготовки рекламно-информационных материалов, такие как листовки, брошюры и визитные карточки. Информация о продукте также может быть передана посредством использования электронной почты, создания сайтов, смс и социальных медиа. Но не забывайте о старых технологиях, таких как использование радио, телевидения и печатных медиа для рекламы. Вы можете обнаружить, что эти средства коммуникации являются более популярным среди ваших целевых клиентов.

Наличие веб-сайта становится существенным для продвижения бизнеса, так как сайт может быть обновлен дешевле по сравнению с печатными маркетинговыми материалами, а также предоставляет информацию о бизнесе заинтересованным клиентам 24 часа в сутки. Веб-сайты, такие как *Blogger.com*, *Wordpress.com* и *Wix.com* могут быть использованы для создания основных бизнес-сайтов. Социальные медиа сайты, такие как Facebook также могут быть использованы для продвижения бизнеса.

Для предприятий с требованиями к клиенто-ориентированности и с более высоким бюджетом, онлайн-сервисы, такие как *99designs.com* являются отличным вариантом для создания делового стиля, включая сайт. *99designs.com* позволяет предприятиям запускать конкурс дизайна на основе вознаграждения в свое сообщество, состоящее из более миллиона графических дизайнеров со всего мира. Затем дизайнеры представят проекты, и предприятие может выбрать подходящий дизайн для использования.

В качестве альтернативы или в дополнение к сайту (в зависимости от ваших возможностей), вы можете рекламировать и продавать ваши товары в популярных интернет магазинах, которые вы считаете более эффективным, чем ваш собственный сайт, особенно если многие из ваших целевых клиентов посещают эти площадки. Интернет-магазины — это тип веб-сайта, где товары или услуги предоставляются разными продавцами, а транзакции обрабатываются оператором рынка. Существует несколько рыночных интернет-площадок с международным и местным доступом. Примеры популярных интернет-площадок: *Alibaba.com*, *AliExpress.com*, *Amazon.com*,

Lazada.com, Rakuten.com, Zalora.com и *ebay.com*. Интернет магазины, как *Groupon.com*, позволяют предприятиям размещать и продвигать специальные предложения.

В прямых продажах и маркетинге, создание физического момента продажи может быть разработано в партнерстве с сервис-провайдерами, которые также могут помочь в продвижении бизнеса, продукта или услуги. *Ezetap.com* и *Square.com* являются приложениями торговой точки, которые позволяют принимать платежи по кредитным и дебетовым картам на вашем портативном устройстве.

3.1.5. Управление персоналом

В течение каждодневных бизнес-деятельностей, управление персоналом иногда является его большой частью. Оно включает в себя управление персоналом, управление поставщиками и управление отношениями с клиентами. Общение является частью, а иногда и есть все управление. Поэтому эффективная коммуникация является обязательным. Подготовка коммуникационных планов необходимо для установки устойчивых отношений с людьми, которыми вы имеете дело не только на основе каких-нибудь событий, а также на ежедневной основе.

Вы можете использовать ИКТ-устройства и приложения для общения с людьми. Задача состоит в том, чтобы разработать четкое содержание общения, чтобы убедиться, что вы способны передать ваши намерения или сообщения в коммуникации.

В управлении персоналом, подготовка шаблонов могут быть разработаны для более эффективного развития контента для найма, обучения и увольнения. Кроме того, это может быть практикой разработки договоров для сотрудников и поставщиков. В отношениях с клиентами, общение очень важно для поддержания и расширения ваших бизнес-операций.

3.1.6. Финансы и управление

Главная забота предпринимателя — итоговый результат и прибыль. Если у вас нет надлежащего финансового планирования и учета, вы не можете знать, сколько прибыли вы делаете. Составление бюджета, ведение банковских счетов, документирование и обработка платежей, кредиторской и дебиторской задолженности, и налоги должны присутствовать в бизнес-системе.

Как показано в предыдущих разделах, электронные таблицы могут быть использованы для многих вещей в вашем бизнесе. Среди прочих, они являются хорошими инструментами для бухгалтерского учета, управление финансами и расчета заработной платы.

Существуют цифры и значения в валюте, переведенные во все бизнес деятельности. Это отражается в планировании и в запуске деятельности, в производстве, в продаже, даже в продвижение, в отношении с клиентами, в найме персонала, и в распределении продукции. Это и есть причины, с которыми предприниматель должен управлять и контролировать бизнес.

Вы должны быть в состоянии разобраться в финансовой отчетности так же хорошо, как в регистрации учета и ведении финансовых операций. Финансы должны управляться ежедневно, даже если бизнес небольшой. Чем больше вы будете пользоваться финансовыми инструментами, тем выше шансы, что ваш бизнес будет выживать и развиваться. Тогда ваш бизнес, скорее всего, будет успешным и прибыльным.

Как ИКТ могут помочь вам управлять своими финансами? Для финансового прогнозирования предприятия могут использовать электронные таблицы для расчета различных сценариев. Бесплатные шаблоны прогнозирования доступны в известных бизнес-приложениях. Google Docs предлагает шаблоны, которые могут быть общими и редактируемыми.

Финансовые отчетности и документация

Наиболее важным разделом Документации Бизнес Планирования является Финансовый План. При составлении этой части документа планирования можно наладить жизненно важные графики, которые будут определять финансовое состояние вашего бизнеса через трудности первого года и дальше. Как предприниматель, важно, чтобы у вас были некоторые базовые знания бухгалтерского учета.

Большинство предприятий малого бизнеса используют “кассовый” метод учета с системой регистрации, которая может быть тщательнее, чем аннотированные чековые книжки, в которой фиксируются все поступления и все расходы, подкрепленные несколькими формами первичного учета (счета, квитанции, денежные билеты и др.). По мере роста вашего бизнеса, вы будете нуждаться в чем-то более современном. Несколько компактных систем бухгалтерского учета с простыми журналами, бухгалтерскими книгами и подробными инструкциями на понятном языке доступны для

покупки в компьютерных магазинах. Если вы чувствуете, что ваши знания бухгалтерского учета недостаточны, то вам нужна профессиональная помощь, чтобы наладить систему бухгалтерского учета, иметь их как часть ваших персональных ресурсов может дать вам уверенность в себе и гарантию в вашем бизнесе. Ваш телефонный справочник или местные веб-сайты могут дать вам информацию об услугах к малых предпринимателей, которые предлагают полный спектр бухгалтерских услуг.²¹

а. Финансовый план бизнеса начинается с предпосылок финансового планирования — это короткие изложения условия под которыми, вы планируете работать. К ним относятся:

- » Ситуация на рынке здравоохранения
- » Дата запуска
- » Формирование продаж в валюте страны
- » Рентабельность по валовой прибыли
- » Оборудование, мебель и необходимые приспособления
- » Платежная ведомость и другие ключевые расходы, которые повлияют на финансовый план

б. Производственный план с прогнозом прибылей и убытков — обычно готовится ежегодно на месячной основе. Создайте таблицу на примере нижеуказанной таблицы 20 для собственного прогноза прибыли и убытков.²²

Таблица 20. Прогноз прибыли и расходов на месяц

Продажи	Количество
(-)Минус: себестоимость реализованной продукции	xxxxxx
(=)Валовая прибыль	xxxxx
Регулируемые расходы	
Эксплуатационные материалы	xxx
Валовые заработные платы	xxx
Ремонт и техническое обслуживание	xxx
Продвижение и реклама	xxx
Перевозка и доставка	xxx
Дебиторская задолженность	xxx
Административно-правовые расходы	xxx
Внешняя работа	xxx
Прочие расходы	xxx

21 Bizmove Management Training Institute. Доступен на www.bizmove.com/books/how-to-start-a-small-home-business.pdf.

22 Из того же источника, что 21.

Таблица 20. Прогноз прибыли и расходов на месяц (продолжение)

Полностью регулируемые расходы	xxx
Постоянные расходы	
Аренда	xxx
Коммунальные услуги	xxx
Страхование	xxx
Налоги и лицензии	xxx
Интерес	xx
Амортизация	xxx
Совокупные постоянные расходы	xxxx
Суммарные расходы	xxxxx
Валовая прибыль за вычетом расходов = Чистая прибыль	xxxx

с. График источника фондов — это показывает источник/и ваших средств для капитализации бизнеса и как они будут распределены среди ваших основных средств и оборотного капитала. Чтобы создать такой график, вам будет необходимо создать список всех активов, которые вы собираетесь использовать в вашем бизнесе, сколько инвестиций от каждого потребуется и источник средств для капитализации. В графике источника фондов укажите количество месяцев полезной среды для амортизируемых основных средств. В примере Виктории печи, упаковочные машины, производственные столы и офисное оборудование были бы амортизируемыми. Эти данные нужны для введения в качестве ежемесячной амортизации на ваш проект прибылей и убытков. Все данные будут необходимы для создания бухгалтерского отчета.

d. Счет проформа — “Проформа” ссылается на факт, что бухгалтерский баланс является пред фактом, а не фактическим. Эта форма включает в себя активы (все вещи, приобретенные в бизнесе), обязательства (все вещи, которые были куплены в кредит) и капитал (всех капитальных вложений) предприятия. Это утверждение помогает определить, достаточно ли денежных средств, сколько инвестиций потребуется и сколько из них будет использоваться в качестве оборотных средств.

e. Прогнозирование денежных потоков — Это прогноз потока наличных денег в и из вашего бизнеса в течение года. Это поможет планировать график закупок, а также выявить интенсивные месяцы и менее активные периоды. Практика «здорового» ведения бизнеса это сохранить достаточное количество наличных денег в бизнесе, которыми нужно управлять и защищать их от потери. Большинство малых предприятий сталкиваются с недостатком наличных. Прогнозирование денежного потока помогает следить за количеством денежных средств, которые

будут поглощены функционированием предприятия, по сравнению с той суммой, которая будет доступна.

3.1.7. Необходимы ли дополнительные деньги?

Достаточный оборотный капитал всегда необходим для достижения успеха. Из финансовых документов вы сможете определить нуждается ли ваш бизнес в больших деньгах чем полученная прибыль. Как вам поступить? Возможно, вы будете нуждаться в инвесторах, в дополнительных ссудах и в банковском кредите, чтобы преодолеть скудный месяц ваших бизнес нужд. Этот кредит может быть погашен в течение месяцев, когда ваши доходы будут превышать ваши расходы.

Предприниматель должен иметь средства для бюджетирования и запуска бизнеса. Вы должны знать о важнейших материалах и услугах, необходимых для запуска бизнеса. Расчет всех материалов и затрат поможет осознать ценность контроля над расходами.

Одна из проблем, с которой сталкиваются предприниматели, — это смешение личных и деловых средств. Вам следует избегать такой практики насколько это возможно. Навык, который может вам помочь это сделать отдельные списки для личных и бизнес расходов. Другим вариантом является отдельные банковские счета для личных и деловых средств. Предпринимателю необходимо создать прочную систему финансовой отчетности, будь то ручное или автоматизированное с помощью компьютера, чтобы показать учет денежных средств и расходов.

Рисунок 3. Разделение личных и бизнес фондов



Что такое бюджет? Бюджет представляет собой план расходов. Бюджетирование — это процесс, который помогает оценить количество денег, которые будут потрачены

на необходимые нужды против вашего дохода. Составление бюджета поможет вам понять, как использовать деньги для личных нужд и для вашего бизнеса.²³

Бизнес бюджет представляет собой подробную смету всех необходимых расходов вашего дела. Стоимость расходов могут быть получены от разных поставщиков, чтобы сравнить цены. Цены иногда меняются, поэтому в бюджетировании лучше заложить более высокую цену, чтобы дать свободу на случай повышения цен. Вы также можете включить запасной план от 5 до 10 процентов от общего объема расходов.

Каковы источники средств для вашего бизнеса? Бюджет должен состоять не только из расходов или затрат, он должен содержать средства в качестве капитала для вашего бизнес проекта. Как отмечалось ранее, источники средств могут быть взяты из личных сбережений, заемных средств, через кредитные организации или инвесторов.

Как ИКТ может помочь вам в бюджетировании? Компьютерные программы электронных таблиц, такие как Google Sheets, Microsoft Excel и OpenOffice Calc могут помочь вам записывать ваш бюджет и отслеживать расходы. Вы можете воспользоваться ИКТ программами для бюджетирования и отслеживания ваших деловых и личных расходов по отдельности.

Существуют онлайн-сервисы для ведения бухгалтерского учета, такие как *Freshbooks.com* и *Xero.com*, которые позволяют предприятиям регистрировать транзакции.

3.2. Ваша безопасность и защита вашего бизнеса

3.2.1. Соблюдение правовых и нормативных требований

Женщины-предприниматели как владельцы малого бизнеса обязаны соблюдать законы лицензирования бизнеса в стране. От формирования малого бизнеса до создания законных контрактов, вы должны быть знакомы с законами бизнеса в вашей стране и иметь доступ к адвокату в случае возникновения юридических проблем с клиентами или сотрудниками. Возможно, вам придется писать, рассматривать и подписывать законные контракты и договоры купли-продажи. При возникновении юридических вопросов, будут необходимы услуги адвоката.

²³ Более подробная информация для личного бюджетированию доступна на сайте <http://www.mymoneycoach.ca/>.

3.2.2. Страхование себя и бизнеса

Страховые полисы от известных компаний могут защитить ваш бизнес в случае природных и финансовых катаклизмов. Необходимо выбрать страховые полисы, которые могут максимально обезопасить ваш бизнес, сравнивая условия и цены. Посмотрите на послужной список страховой компании, и узнайте что другие предприниматели думают об этих страховых компаниях



Задание

Найдите по крайней мере три страховых агентства, которые обеспечивают защиту имущества и жизни. Сравните их цены и выгодные предложения.

3.2.3. Онлайн и оффлайн безопасность

Есть существенные вопросы, которые нужно иметь в виду, когда вы решаетесь использовать ИКТ в вашем бизнесе.

Если вы решите использовать свой компьютер и общие ИКТ инструменты для управления своими финансами, людскими ресурсами, запасами и различными документациями для вашего бизнеса, не стоит забывать, что компьютерная безопасность имеет ключевое значение. Рекомендуется установить и использовать хорошее антивирусное программное обеспечение. На интернет сайтах вы можете найти хороший отбор различных антивирусных и доступных инструментов интернет-безопасности. Есть так же несколько хороших и абсолютно бесплатных антивирусных решений.

Воспользовавшись поисковой системой, вы найдете хороший состав бесплатных инструментов, а также ссылку на сайты, где вы можете скачать антивирусные продукты на ваш выбор.

Ваша личная безопасность имеет значение как онлайн, так и оффлайн.

Онлайн, чтобы избежать мошенничества и фишинга, которые предъявляются в виде сообщении с вашей электронной почты и аккаунтов в социальных сетях с требованием от вас пароля (кража персональных данных), и другой важной информации (номера банковских счетов, кредитных карт и тому подобное). Опасайтесь сообщений и рекламных мероприятий типа “разбогатеть быстро”.

Оффлайн вы должны защитить ваш бизнес помещение. Обеспечить правильное освещение и правильную проводку или электрических установок. Если вы можете себе позволить, вложите в компьютерные камеры видеонаблюдения, где вы можете контролировать и наблюдать предпринимательскую деятельность.

Права интеллектуальной собственности (ПИС)

Предприниматель должен быть осведомлен о ПИС. Когда вы создали или изобрели продукт, который является уникальным и единственным в своем роде, вы можете подать заявку на права на интеллектуальную собственность. Это означает, что вы можете наслаждаться и защитить использование своего творения в течение определенного периода времени от других лиц, которые могут заявить о своих правах на него. Государства имеют законы регулирующие ПИС. Помимо изобретений, интеллектуальной собственностью могут выступать литературные, художественные произведения, дизайн, символы, фирменные названия и изображения, используемые предприятиями.²⁴ Разузнайте об этом и вы можете гарантировать безопасность вашей продукции.

В то же время, вы должны быть начеку касательно имитации или подделки брендов, особенно если вы собираетесь перепродать ваш бизнес. Вы должны быть осторожны, чтобы не оказаться субъектом правовых последствий. Убедитесь, что вы не нарушаете никаких законов, связанных с ПИС, чтобы избежать ненужных последствий.



Задание

Чтобы быть в курсе законов ПИС вашей стране, поищите в интернете и почитайте о государственных торговых постановлениях по отношению к ПИС.

3.3. Мониторинг и оценка

Мониторинг и оценка говорит вам, как ваш бизнес выполняется. Ваш бизнес-план, который описывает функции и деятельности в рамках каждой функции должен включать показатели для оценки успеха вашего бизнеса. Вам необходимо разработать критерии качеств и стандартов в ваших бизнес-операциях.

²⁴ <http://www.wipo.int/about-ip/en/>.

Например, ключевые показатели эффективности маркетинга могут оценить, насколько ваши маркетинговые мероприятия и расходы влияют на ваши продажи и на счета расходов. Так вы можете решить, где увеличить или уменьшить расходы, и определите, как вы можете восстановить ваши инвестиции. Разработка и мониторинг ваши ключевые показатели эффективности для различных поощрений продаж, таких как скидки и акции, а также обслуживание клиентов, могут сказать вам, как они способствуют увеличению или уменьшению объема продаж и прибыли.

Мониторинг и оценка также предоставляет вам показатели прогресса по отношению к вашим годовым стратегиям и целей, и могут вам подсказать, какие аспекты вашего бизнеса, вам необходимо улучшить впредь. Могут оценить удовлетворенность клиентов, качество продукции и имидж компании на рынке. Могут подсказать вам достигаете или теряете ли объем продаж и прибыли.

Мониторинг включает в себя наблюдение и проверку факторов риска в бизнесе. В *Модуле W1: Бизнес-планирование с использованием ИКТ* были определены несколько видов риска. Вы должны быть в курсе этих факторов, которые будут влиять на ваш бизнес. Внешний мониторинг относится к обновлению своих знаний и информации о тенденциях, которые повлияют на ваш бизнес. Например, увеличение цен на топливо или расходы на электроэнергию повлияют на цены и затраты на сырье. Следовательно, цены на вашу продукцию также будут затронуты.

Во многих случаях, контроль и оценка пренебрегаются в бизнесе. Необходимо отметить то, что ваши бизнес-планы, такие как установление целей связаны с мониторингом и оценкой эффективности бизнеса. Таким образом, чем яснее ваши цели (SMART-цели и задачи), тем лучше вы можете установить меры — ключевые показатели эффективности.

Примеры ключевых показателей эффективности связаны с вашими ежедневными, ежемесячными и годовыми объемами продаж в противовес вашим целям продаж. Качество продукта, а не жалобы или оценки клиентов, является еще одной областью, где вы можете установить цели и отслеживать результаты, основанные на обратной связи и сбора данных. В вашем бизнес-плане вы можете определить ваши ключевые показатели для создания собственных механизмов мониторинга и оценки (включая, отчеты о продажах, отзывы покупателей и командные отчеты).

Планы аудита должны быть запланированы, чтобы помочь вам контролировать и оценивать этапы и показатели эффективности. Мониторинг должен включать

бизнес-среду и каким образом ваш продукт и конкуренты действуют на рынке в финансовом плане. Планирование приложения и инструментов для оценки, таких как финансовые отчеты и характеристика продукта, могут быть использованы для этой цели.

В таблице 21 приведен пример ключевых показателей эффективности ТЕСКО бизнес-корпорации..²⁵

Таблица 21. Краткий обзор мониторинга и оценки

Задача	Ключевые показатели деятельности	Цель	Фактически	Отклонение
Покупка и продажа продукции с должной ответственностью	Точка зрения поставщика: % баллов, которые положительно ответили на вопрос "Относились ли ко мне с уважением"	74%	71%	-3%
Забота об окружающей среде	Снижение выбросов углекислого газа из хранилищ, построенных до 2006 года	3.5%	4.9%	+1.4%
Создание хороших рабочих мест и карьера	% сотрудников, обученных на их следующую работу с помощью Схемы Параметров	6%	5.8%	-0.2%
Предоставление коллегам и клиентам разумных вариантов	Коллеги и потребители работают с Компанией	9.3 млн	9.5 млн	+0.2 млн

Как ИКТ могут помочь вам контролировать и оценивать ваш бизнес?

Иметь данные своего бизнеса в программных обеспечениях может позволить вам отслеживать и контролировать эффективность вашего бизнеса. Программы электронных таблиц могут легко предоставить вам краткую информацию, которая может помочь вам в отслеживании прогресса вашего бизнеса.

25 Практический пример изучения бизнеса ТЕСКО (TESCO)

IV. ЗАВЕРШЕНИЕ БИЗНЕСА

Результаты обучения

Осознавать связь между мониторингом и оценкой и завершением бизнеса

Хороший мониторинг и оценка может показать вам, должен ли завершиться ваш бизнес.

Как уже упоминалось в *Модуле W1: Бизнес-планирование с использованием ИКТ*, некоторые причины деловых неудач следующие: не иметь высших бизнес-целей и видения; недостаточный уровень знаний и компетенции в бизнесе; отсутствие внимания; страх неудачи (боится, что другие люди скажут); отсутствие мотивации; плохое управление денежными средствами; недостаточная капитализация; ограниченная или отсутствие командной работы и разделения с другими людьми.²⁶

Таким образом, начало бизнеса и двухгодичный период может быть критическим перед возможной стадией развития бизнеса.

Заккрытие бизнеса может не быть обязательным из-за неудачи предпринимателя. Это может произойти по причине того, что кто-то захочет купить ваш бизнес или объединить его со своим бизнесом. Другими могут быть причины вне контроля предпринимателя, такие как экономический кризис в стране, дефицит сырья, изменения в политике и тому подобные.

Когда бизнес закрывается, также когда он открывается, есть важные вещи, которые должны быть признаны и сделаны. Есть политика или правовые требования, которые вам необходимо соблюдать в зависимости от местонахождения бизнеса. То есть, закрывать отчетности органов власти, оплачивать сборы вашего персонала, продажа оборудования и расходных материалов, и гарантировать, что все другие правовые и социальные требования сходятся.

²⁶ Tito Philips, Jnr, "7 Reasons why most entrepreneurs fail in business", *Naijapreneur*, undated. Доступен на сайте <http://www.naijapreneur.com/why-entrepreneurs-fail/>.

V. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Этот модуль содержит основные рекомендации по созданию бизнеса и представляет различные аспекты бизнес-функций и операций. Модуль также предлагает различные способы ИКТ которые могут помочь сделать бизнес более эффективным и результативным в достижении целей предпринимателя.

Открытие и ведение собственного бизнеса требует много психологической подготовки, мотивации и времени. В начале это может быть утомительно, так как это требует много подготовки и наличия времени, испытывая увлечение и терпение предпринимателя, даже если бизнес маломасштабный. Как показано в этом модуле, возможности добиться успеха больше когда вы работаете душой и сердцем. Но даже если вы на первом этапе провалитесь, это не означает, что карьера закончилась. Уроки неудачи могут углубить ваше понимание бизнеса.

Некоторые уроки, извлеченные из неудач и успехов включают в себя:

- » Нахождение высшей цели и ясности вашего видения
- » Имение достаточных знаний и компетенций в бизнесе
- » Сосредоточение большего внимания на бизнес
- » Уменьшение переживаний и страхов неудачи
- » Мотивирование себя и знания того, что заставляет вас быть более серьезным и энтузиастом в достижении своих бизнес-целей и задач
- » Умение управлять своими средствами
- » Нахождение все большего количества людей, которые верят в ваш бизнес
- » Позволение людям помочь вам построить ваш бизнес

Обучение премудростям бизнеса - это непрерывный процесс. Участие в группах самопомощи и становление членами бизнес-ассоциаций и сетей смогут отточить ваши навыки. Вы можете воспользоваться бесплатными онлайн-курсами, чтобы расширить ваши знания и навыки в бизнесе.

От четкого видения и стратегии, предприятия должны иметь план, не окончательный, но динамичный, который основывается на знании, полученный от внутренней и внешней среды. Планы являются частью цикла на каждом этапе бизнеса: в момент выработки концепции и детального планирования, вы запускаете и реализовываете,

а затем контролируйте и оцениваете, так вы можете планировать и улучшать бизнес-деятельности в цикле.

В этом модуле мы узнали, что:

- » При создании бизнеса возникают много дополнительных деятельностей. Делая контрольный список и используя инструменты ИКТ можно облегчить работу.
- » Как предприниматель, вы обязаны соблюдать требования законодательства в открытии, ведения, а также в закрытии бизнеса.
- » Проведение исследования рынка поможет вам определить пять критериев: ваши клиенты (**люди**); уникальная ценность вашего **продукта**; приемлемая **цена** продукта, который может быть продан на рынке; как продукт может достичь клиентов (**место**); и как клиенты будут знать, что предлагает бизнес (**продвижение**).
- » Ресурсы играют важную роль в подготовке и мобилизации в запуске и в ведении бизнеса. Эти ресурсы должны быть определены, разумно использованы и учтены. В мобилизации ресурсов важно, что вы умеете искать хорошую информацию для разработки, планирования и реализации вашей бизнес-деятельности. Люди являются важной частью вашего бизнеса, не только как клиенты, но и в качестве группы поддержки. Вам необходимо развивать ваши социальные навыки в области продвижения бизнеса, сетей, строительных ресурсов и капитала, а также в области управления вашей бизнес-командой.
- » Поиск надежной и ценной информации является ключом в обучении как можно мобилизовать ваши бизнес ресурсы.
- » Вы должны быть терпеливы в ведении ваших финансов, включая затраты и продажи, и в планировании вашего бюджета. Вы можете рассмотреть вопрос об инвестировании в системы бухгалтерского учета и финансовой отчетности, чтобы помочь вам управлять вашими финансами. Вы должны разделить ваши личные и деловые средства.
- » Вы должны уметь контролировать и оценивать эффективность бизнеса, обучаться от него и приводить результаты мониторинга и оценки, которые будут служить основой для следующего финансового планирования и экономического цикла.

ПРИЛОЖЕНИЕ

Руководство Координаторов

А. Цели модуля

Цель данного модуля — ознакомить потенциальных женщин-предпринимателей как начать и управлять бизнесом, и как Информационно-Коммуникационные Технологии (ИКТ) могут помочь в этом процессе. Он обеспечивает фундаментальные бизнес-концепции, аналитические инструменты и базовое применение ИКТ в создании и управлении бизнеса. С учетом потребностей и предпочтений женщин-предпринимателей модуль содержит примеры и рекомендации для женщин, которые начинают применять ИКТ и ИКТ инструменты для своего бизнеса. Ключевыми задачами изучения модуля являются:

O1 — предоставить базовые рекомендации по запуску бизнеса

O2 — представить различные аспекты предпринимательской деятельности

O3 — ввести целесообразность применения ИКТ инструментов в начальной стадии и управлении бизнесом

В. Результаты обучения

После завершения этого модуля участник сможет:

L1 — Находить связь между расширением прав и возможностей женщин с предпринимательством, и использовать ИКТ в создании и управлении бизнесом

L2 — Оценить взаимосвязь женского предпринимательства с общей сферой бизнеса, как планирование, организация и управление предприятием, и как ИКТ могут быть полезны в процессе

L3 — Оценить значение предпринимательской мотивации и необходимость управления временем в реализации бизнеса

L4 — Признать важность соблюдения государственных норм и стандартов в бизнесе

L5 — Понять, что такое рынок, а также важность подготовки и ведения маркетинговых исследований в бизнесе

L6 — Выявлять и анализировать процессы ресурсов и мобилизации средств в создании бизнеса

L7 — Осмыслить различные бизнес-функции в управлении бизнесом и как ИКТ может быть применен для облегчения этих функций

L8 — Оценить важность защиты бизнеса в отношении юридических, физических и онлайн-угроз

L9 — Понять важность мониторинга и оценки эффективности бизнеса

L10 — Осознать связь между мониторингом, оценкой и закрытием бизнеса

Примечание: Это не курс по ИКТ грамотности. Есть программы, направленные на повышение грамотности в сфере ИКТ. Координатор, связанный с образовательным учреждением, государственной или негосударственной организацией, может воспользоваться программами до проведения этого тренинг-модуля.

С. Цель, аудитория и предлагаемая продолжительность

Для политиков

Если целью является проинформировать политиков о модуле, презентация может продолжаться от 30 минут до часа.

Для обучения координаторов

Если цель тренинга — провести курс по подготовке координаторов, продолжительность обучения будет варьироваться в зависимости от подготовки участников тренинга. Тем, кто знаком с использованием настольных и мобильных приложений, будет легче управлять материалами и упражнениями. Тем, кто с ограниченным образованием или без знаний в области ИКТ, будет полезно пройти курс обучения компьютерной грамотности до этой программы обучения.

В ходе обучения может быть полезно объединить тех, чьи знания в области ИКТ ограничены, с теми, кто грамотен в этой же области. Будет полезно, если участники тренинга (в том числе координаторы) имеют некоторый бизнес-опыт в продаже товаров или предоставлении услуг в любом формальном или неформальном секторе. Продолжительность обучения может длиться 1-2 дня или с 8 до 16 часов.

Для обучения женщин-предпринимателей

Если целью тренинга является обучение женщин-предпринимателей, длительность обучения будет снова меняться в зависимости от подготовки женщин-предпринимателей. Рекомендуется, чтобы те, кто имеют ограниченные знания в области ИКТ, брали курсы обучения ИКТ до изучения программы WIFI. В ходе обучения, может быть полезно объединить тех, кто не имеют знаний в области ИКТ, с теми, кто грамотен в области ИКТ. Продолжительность обучения может составлять 12 часов по 2 часа в сутки в течение одной или двух недель с необходимыми перерывами для того, чтобы женщины могли отдохнуть от своих ежедневных обязанностей в участии в данном курсе.

D. Подготовка к обучению

Проведение анализа потребностей в обучении. Вы как координатор должны проверить подготовку участников. Узнавайте возраст и гражданский статус (замужем/не замужем или женат/не женат), их предпринимательский опыт, и владение ИКТ (используют ли они мобильные телефоны и/или компьютеры, знают ли, как пользоваться простыми приложениями). Также будет полезно узнать возможности участников поделиться своими ожиданиями перед началом обучения. Это поможет вам планировать обучение, чтобы соответствовать ожиданиям участников. Анализ потребностей в обучении может проводиться до начала обучения через короткий опрос участников тренинга.

Локализация. В настоящее время материалы UN-APCICT WIFI написаны на английском языке. Перевод понятий и упражнений может потребоваться в некоторых странах. Вы должны быть знакомы с экономическими, социальными и культурными особенностями участников тренинга и соответственно, адаптировать обучение к их местным условиям. Это внедряет разработку и использование локальных особенностей и упражнений, и демонстрацию местных приложений и веб-сайтов с содержанием на местном языке. Упражнения с использованием популярных социальных медиа сайтов или веб-сайтов могут стать начальным шагом для участников. Например, если правительство страны имеет сайты, которые предоставляют

информацию о регистрации предприятия и о лицензиях, укажите ссылки на этот сайт. Аналогичным образом, используйте популярные сайты социальных медиа, чтобы показать рынок местных предприятий, их продукция будет более значимым для участников и позволит им быстро понять значимость и использование ИКТ.

Подготовка к проведению упражнения требует практики и предварительного тестирования. Создайте группу соратников, помогающих вам в проведении предварительной проверки локализованных упражнениях, чтобы обеспечить вам отзывы и предложения по улучшению упражнения. Если необходимы материалы и оборудование для некоторых упражнений, убедитесь, что они готовы до проведения деятельности.

Е. Организация и проведение обучения

Использование местного языка предпочтительно и более эффективно.

Чтобы стимулировать обсуждение, некоторые принципы обучения взрослых являются полезными и эффективными. В частности, в качестве координатора вам необходимо предоставить время для участников, чтобы в ходе дискуссии они поделились своими знаниями и опытом. Вы должны быть в состоянии развеять опасения участников о традиционных школьных дискуссиях, и дать понять, что обучение-это возможность проверить свои идеи с непосредственным применением их в жизни. Поощрение их обсуждений и диалогов поможет вам определить контекст и уровень опыта. Это даст вам способность направить обучение, соответствующее ожиданиям участников, и в то же время выполнять цели модуля и программы. Частью вашей подготовки к обучению является подготовка несколько простых вопросов для начинания обсуждения.

Другие предложенные методы включают:

Повествования и использование случаев из жизни. Этот метод является очень мощным и привлекает внимание участников. Если у вас есть предпринимательский опыт, поделиться собственными историями будет увлекательным для участников.

Использование местного опыта и упражнений. Применяйте по крайней мере три местных опыта и три упражнения готовые объяснить концепции и основные идеи, которые будут обсуждаться в ходе тренинга. Если доступны компьютеры и Интернет, показывайте короткие местные видео об успешных делах женщин-предпринимателей. Если они все еще не доступны, вы можете перевести некоторые видео материалы на ваш язык. Также поощряется создание коротких видеоматериалов и фотографий, которые отражают местную специфику.

Истории о расширении возможностей и предпринимательстве от участников. Если участники имеют расширенные возможности и предпринимательский опыт, дайте им поделиться этим в ходе обсуждения. Они легко могут быть экспертами по определенным темам. Вы можете легко определить их во время проведения анализа потребностей в обучении..

Использование игр и работа в группах. Командные и ролевые игры в обучении подбодряют участников.

Командные мероприятия. Как правило, особенно при выполнении упражнений, женщины-участники чувствуют себя более непринужденно и уверенно в группах. Вы можете рассмотреть вопрос о создании смешанных групп, объединяя тех, кто имеет знания в области ИКТ, с теми, кто без них. То же самое и с предпринимательским опытом. Настроение и атмосфера во время тренинга могут быть настроены и структурированы таким образом, чтобы те, кто знает больше, разделил обязанности с вами, чтобы помочь тем, кто меньше владеет обсуждаемой темой.

Айсбрейкеры. Необходимо иметь короткие упражнения-разминки наготове в случае, если участники чувствуют сонливость или беспокойство.

Важно повторять, рассматривать и обобщать ключевые аспекты темы. Дайте это делать участникам, если они на это согласны, и всегда предоставляйте им возможность делиться мыслями касательно темы и ключевых вопросов.

Ф. Оценка обучения

Чтобы определить цели и результаты обучения оценка должна быть проведена сразу по окончании тренинга. UN-APCICT имеет шаблоны оценок обучающей деятельности. Шаблоны могут быть локализованы и использованы для получения структурированной обратной связи от участников.

Г. Пост-тренинговый мониторинг и оценка

Если обучение входит в программу заведения (будь то государственные или неправительственные организации), участникам рекомендуется следовать по следующим видам деятельности программы:

Мониторинг участников. Анализ потребностей в обучении может быть принят в качестве исходных данных для учебной программы. Программа UN-APCICTWIFI заинтересована в том, чтобы узнать эффективность и результативность обучения в разных странах, в частности, в применении учебных модулей в жизни участников. Учебное заведение или программа может сформировать простую пост-тренинговую оценку для определения эффективности программы.

Сообщество/Организации женщин. Поддержка женщин-предпринимателей в обществе может включать в себя организацию женщин активно добивающихся расширения их экономических возможностей. Они могут образовывать самозащиту или группу поддержки, которые будут служить для женщин предпринимателей, чтобы поделиться знаниями и опытом, и поддерживать друг друга в бизнесе и в личных делах.

Коучинг и наставничество. Женщины могут быть поддержаны путем предоставления им дополнительных услуг, таких как предпринимательские и ИКТ коучинги и наставничества. В коучинге женщинам предпринимателям будет оказано содействие для выполнения целей деятельности по отношению к их бизнес-планированию, запуску и управлению. В наставничестве женщинам-предпринимателям будут даны

более конкретные и индивидуальные советы и рекомендации, так они могут поднять уровень своих действий на более продвинутой.

Оценка результатов обучения. Будет идеальным, если учебное заведение или программа будут включать в себя программу WIFI как часть оценки учебного заведения или программы деятельности. Результаты обучения могут быть использованы в качестве руководства для оценки воздействия обучения. UN-APCICT может быть запрошен для поддержки в разработке оценочных вопросов для этой цели.

Н. Предлагаемая хронология, описание и продолжительность тем сессии

Секция А: Введение в управление бизнесом с использованием ИКТ	
<p>Сессия 1: Введение и общий обзор</p> <p>(Предлагаемая продолжительность: 30 мин.)</p>	<p>Результат обучения:</p> <p>L1 — Находить связь между расширением прав и возможностей женщин с предпринимательством, и использовать ИКТ в создании и управлении бизнесом</p> <p>Ключевая тема:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Введение в модуль <p>Вы как координатор будете привлекать участников вспоминать, что они узнали от основных модулей по расширению прав и возможностей женщин, предпринимательства, бизнес-планирования и роль ИКТ.</p> <p>L2 — Оценить взаимосвязь женского предпринимательства с общей сферой бизнеса, в особенности планирование, организация и управление предприятием, и как ИКТ могут быть полезны в процессе</p> <p>Вы объясните цикл бизнес-процесса и связь между бизнес-планом, запуска и управления предпринимательской деятельности. Вы также показываете некоторые примеры из реальной жизни, как женщины-предприниматели используют ИКТ в этих различных фазах цикла.</p>

<p>Сессия 2: Мотивация и наличие времени</p> <p>(Предлагаемая продолжительность: 45 мин.)</p>	<p>Результат обучения:</p> <p>L3 — Оценить значение предпринимательской мотивации и необходимость управления временем в реализации бизнеса</p> <p>Ключевая тема:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Мотивация и наличие времени женщин-предпринимателей <p>Вы будете вести участников к пересмотру желательных характеристик предпринимателя (из основной темы) и провести дискуссию по мотивации и тайм-менеджменте. Участникам будут представлены инструменты ИКТ в тайм-менеджменте.</p>
<p>Секция В: Создание бизнеса</p>	
<p>Сессия 3: Согласование с национальными и локальными нормами</p> <p>(Предлагаемая продолжительность: 60 мин.)</p>	<p>Результат обучения:</p> <p>L4 — Признать важность соблюдения государственных норм и стандартов в бизнесе</p> <p>Ключевая тема:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Согласование с национальными и локальными нормами <p>Вы как координатор будете объяснять важность соблюдения государственных требований. Эта тема будет соединена к сессии по защите бизнеса.</p> <p>Если принимающая страна имеет веб-сайты с информацией о бизнес требованиях, налоговых, санитарных требованиях и т. д., вы должны будете ознакомить с ними участников данной сессии.</p>

**Сессия 4:
Исследование
рынка**

(Предлагаемая
продолжительность
180 мин.)

Результат обучения:

L5 — Понять, что такой рынок, и важность подготовки и ведения маркетинговых исследований в бизнесе

Ключевые темы:

- Что такое рынок
- Что такое исследование рынка

Вы будете обсуждать и извлекать данные от участников о бизнес-среде изученные в *Модуле W1: Планирование Бизнеса с Помощью ИКТ*. Обсуждение будет сосредоточено на элементах маркетинга и на выгоды от проведения исследования рынка. Вы будете использовать сквозно-структурные случаи и на конкретных примерах для улучшения понимания ключевых концепций и подходов.

- Как проводить исследование рынка

Вы на различных примерах будете пошагово привлекать участников к разным способам исследования рынка. Вы также будете привлекать участников к подготовке интервью и опросов по 5 критериям в маркетинге. Вы будете обсуждать, как участники ведут интервью. Затем участники будут сгруппированы согласно 5 критериям для упражнения на исследование конъюнктуры рынка, с дальнейшим обсуждением, как анализировать данные и использовать ИКТ в исследовании рынка.

- 5 критериев в маркетинге

Вы вовлечете участников на обсуждение 5 критериев: Люди, Производство, Цена, Место и Продвижение. Используя уроки, извлеченные из деятельности группы, в том числе в случае примеров и практических упражнений, используйте различные программы ИКТ, чтобы придумать лучший маркетинговый план для бизнес-проходных случаев.

<p>Сессия 5: Мобилизация ресурсов</p> <p>(Предлагаемая продолжительность: 90 мин.)</p>	<p>Результат обучения:</p> <p>L6 — Выявлять и анализировать процессы ресурсов и мобилизации средств в создании бизнеса</p> <p>Ключевые темы:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Поиск информации · Компьютерная сеть · Финансирование бизнеса: возможность делать деньги · Банковский план и подготовка финансовой отчетности · Закупка оборудования и сырья · Наем человеческих ресурсов <p>Вы будете обсуждать каждую тему с использованием проходных дел и материалов от опыта участников.</p> <p>Участникам также будут предоставлены некоторые программы ИКТ и веб-сайты.</p>
<p>Секция С: Управление бизнесом</p>	
<p>Сессия 6: Бизнес функции</p> <p>(Предлагаемая продолжительность: 180 мин.)</p>	<p>Результат обучения:</p> <p>L7 — Осмыслить различные бизнес-функции в управлении бизнесом и как ИКТ может быть применен для облегчения этих функций</p> <p>Ключевые темы:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Бизнес функции · Как ИКТ могут быть использованы в общем управлении, в управлении запасами, в производстве, в маркетинге и в продаже, в человеческих ресурсах, в финансах и в управлении <p>Вы как координатор будете представлять различные бизнес-функции, и что эти аспекты влекут за собой. Участникам будут предоставлены примеры использования наглядных и конкретных примеров, демонстрации применения ИКТ, а также практические упражнения на выбранных функциях.</p>

<p>Сессия 7: Защита своего бизнеса</p> <p>(Предлагаемая продолжительность: 45 мин.)</p>	<p>Результат обучения:</p> <p>L8 – Оценить важность защиты бизнеса в отношении юридических, физических и онлайн-угроз</p> <p>Ключевые темы:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Регулярное соблюдение правовых норм · Инвестирование в страхование бизнеса · Онлайн и офлайн безопасность · Применение и соблюдение прав интеллектуальной собственности <p>Вы прикрепляете тему о соблюдении правовых норм с Сессией 3 о соблюдении национальных и местных правил. Тема об инвестировании в страхование будет обсуждаться по отношению к физическим инфраструктурам и к охране труда людей. Онлайн безопасность будет обсуждаться наряду с угрозой в применении компьютеров и Интернета. Участникам будут даны советы о том, как защитить себя и свой бизнес в интернете. Вопросы, связанные с применением и наблюдением также будут рассмотрены и обсуждены в данной сессии.</p>
<p>Сессия 8: Мониторинг и оценка</p> <p>(Предлагаемая продолжительность: 30 мин.)</p>	<p>Результат обучения:</p> <p>L9 — Понимать важность мониторинга и оценки эффективности бизнеса</p> <p>Ключевые темы:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Мониторинг и оценка (относительно бизнес-планов) <p>Вы будете представлять функции контроля и оценок, а также ее важность для отслеживания результатов деятельности предприятий.</p> <p>Участникам будет предложено принять участие в групповых упражнениях, которые помогут выявлять источники с использованием ИКТ и других инструментов.</p>
<p>Сессия 9: Завершение бизнеса</p> <p>(Предлагаемая продолжительность: 30 мин.)</p>	<p>Результат обучения:</p> <p>L10 – Осознать связь между мониторингом и оценкой и закрытием бизнеса</p> <p>Ключевая тема:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Завершение бизнеса <p>Вы должны прикрепить тему о завершении бизнеса к мониторингу, оценке и к факторам, которые способствуют закрытию и краху бизнеса.</p> <p>Участникам будут предоставлены материалы по законодательным требованиям в завершении бизнеса.</p>

<p>Сессия 11: Итог и выводы</p> <p>(Предлагаемая продолжительность: 30 мин.)</p>	<p>В этой сессии, попросите участников продемонстрировать то, что они узнали из занятий модуля. Обучение будет резюмировано по отношению к целям и ожидаемым результатам модуля.</p>
--	--

I. Рабочие мини-книги

В местах, где нет компьютеров и Интернета, для участников с ограниченными знаниями ИКТ и тем, кто предпочитают ручную работу, вы можете подготовить и скопировать таблицы обеспечивающие полезные анализы для участников. Вы можете создать рабочую мини-книгу, которую участники могут использовать как их тетрадь, чтобы показать свои успехи в модулях.

J. WIFI Предпринимательская Игра

Цель: Проиллюстрировать систему предпринимательства и бизнес-среды через игру.

Описание: Игра — обучающее упражнение. Оно будет подано через ролевые игры. Игра имеет точные сроки. Всё упражнение будет длиться в общей сложности 30 минут с 20-минутной сессией для участников, чтобы поделиться своими знаниями.

1. У каждого участника будет своя роль (некоторые из них будут играть несколько ролей). Розничные предприниматели будут иметь одну и ту же роль во всех 5 раундах. Для других будут назначены несколько ролей.
2. Игра из 5 раундов в среднем по 5 минут на раунд.
 - » Раунд 0 — 5 минут: Общая инструкция
 - » Раунд 1 — 5 минут: Ритейлеры (продавцы товара в розницу) покупают у оптовиков
 - » Раунд 2 — 5 минут: Ритейлеры берут кредит в банке/микро финансовой организации
 - » Раунд 3 — 5 минут: Производство
 - » Раунд 4 — 7 минут: Рекламирование товара
 - » Раунд 5 — 5 минут: Потребители покупают у ритейлеров

Подготовка материалов:

1. Сырье для розничных предпринимателей (будет продаваться оптовиками)
 - » Пирожные или хлеб (24 штуки)
 - » Топпинги:
 - Сушеный арахис — 1 упаковка 25 грамм; перепакowana от 10 до 15 раз
 - Зефир — 1 пачка 20 грамм; перепакowana от 10 до 15 раз
 - Шоколадная стружка или M&Ms — 20 грамм; перепакованы от 10 до 15 раз
 - Мята или карамельные крошки — 15 грамм; перепакованы от 10 до 15 раз
 - Изюм — 10 упаковок по 5 грамм каждая; перепакованы от 10 до 15 раз
2. Оборудования для розничных предпринимателей (будет продаваться оптовиками)
 - » Ложка, вилка и нож (5 комплектов)
 - » Подносы или бумажные тарелки (5 комплектов); перепакованы по числу оптовиков
 - » Ножницы (5 пар); перепакованы по числу оптовиков
 - » Прозрачная лента (5 рулонов); перепакованы по числу оптовиков
 - » Белая бумага (5 наборов по 3); перепакованы по числу оптовиков
 - » Маркеры, карандаши или ручки; перепакованы по числу оптовиков
 - » Бумажные мешки для переупаковки 2 граммов посыпки — маркировать в зависимости от сырья или оборудования
 - » Перчатки (5 комплектов — 2 шт.)
 - » Маски (5 комплектов — 2 шт.)
 - » Сеточка для волос (5 комплектов — 2 шт.)
3. Для упражнения понадобится 1 большой стол и 10 столов и стульев, расставленные по кругу. Расположить 5 комплектов столов и стульев на одну сторону круга и еще 5 комплектов на другую сторону с расстоянием между ними. Все материалы будут выложены на большом столе для участников, для выбора в соответствии с их ролями.
4. Распечатать роли, приведенные ниже. Сложите бумажки с наименованиями различных ролей и расположите их в прозрачную чашу.
5. WiFi Валюта — использовать 3 цветные бумажки в качестве WiFi валюты. Назначение каждого цвета для следующих значений: WiFi 1.00, WiFi 10.00 и WiFi 0.25 (монета). Сумма общей WiFi валюты для производства будет зависеть от количества участников. Поместите деньги в конвертах и маркируйте их в соответствии с ролью.

Инструкции: Вы как координатор —

- i. Знакомите участников с целями игры.
- ii. Попросите участников найти себе партнера
- iii. Ставьте таймер для определения времени каждого раунда
- iv. Попросите двух участников выбрать роль из прозрачной чаши. Пара участников не должны рассказывать другим парам кто они.
- v. Пары должны найти свои столы. Левая сторона для розничных предпринимателей и правая сторона для оптовых предпринимателей, банк, микро-финансовое учреждение и бизнес, налоговый и санитарный инспектор.
- vi. Попросите пары прочитать инструкции, приведенные на бумаге, которые они выбрали, и каждой паре участников будут предоставлены по 3 минуты для обсуждения их ролей.
- vii. Как только роли определены, распространяйте WIFI валюту.

Роль	Общая сумма WIFI	Сумма WIFI 10.00	Сумма WIFI 1.00	Сумма WIFI 0.25
Предприниматель оптовик 1	150	12	25	20
Предприниматель оптовик 2	100	8	15	20
Предприниматель оптовик 3	70	5	15	20
Предприниматель оптовик 4	50	3	15	20
Предприниматель оптовик 5	20	1	5	20
Розничный предприниматель 1	70	5	15	20
Розничный предприниматель 2	100	8	15	20
Розничный предприниматель 3	50	3	15	20
Розничный предприниматель 4	25	1	10	20
Розничный предприниматель 5	10		5	20
Банк и микрофинансовое учреждение	150 (плюс 50 для роли потребителя на раунде 5)	17	25	20
Бизнес, налоговый и санитарный инспектор	50	3	15	20

- viii. Каждый раунд будет рассчитан соответственно, и вы огласите количество каждого раунда.
- ix. В последнем раунде вы спросите у предпринимателей, сколько они заработали.
- x. После ролевой игры, вам необходимо вовлекать участников в обсуждение, чтобы поделиться своими впечатлениями и выводами.

Роли:

Предприниматель-оптовик 1. Ваш основной продукт — **пирожное** (оптом не менее 5 штук для продажи). Себестоимость пирожного WIFI 1.00 за штуку. Вы будете продавать оптом WIFI 3.00 – WIFI 5.00.

Ваш другой продукт — **посыпки для пирожных** (оптом не менее 3 упаковок для продажи). Себестоимость посыпки WIFI 0.50 за штуку. Вы будете продавать оптом WIFI 1.00 – WIFI 2.00.

Вашими покупателями являются розничные предприниматели. Они будут торговаться с вами, и вам предстоит установить оптовую цену с выгодой.

В 5 раунде вы будете потребителем. Вы будете потребителем Класса А, что означает вы очень избирательны касательно качества продуктов, которые вы покупаете. Вам необходимо будет покупать продукт ритейлеров пирожных. Вы будете выбирать лучшего из ритейлеров, который будет соответствовать критериям качества независимо от цены.

Предприниматель оптовик 2. Ваш основной продукт — **посыпки для пирожных** (оптом не менее 3 штук для продажи). Себестоимость посыпки для пирожных WIFI 0.50 за штуку. Вы будете продавать оптом WIFI 1.00 – WIFI 2.00.

Ваш другой продукт — **пирожное** (оптом не менее 5 упаковок для продажи). Себестоимость пирожного WIFI 1.00 за штуку. Вы будете продавать оптом WIFI 3.00 – WIFI 5.00.

Вашими покупателями являются розничные предприниматели. Они будут торговаться с Вами и вам предстоит установить оптовую цену с выгодой.

В 5 раунде вы будете потребителем. Вы будете потребителем Класса А, что означает вы очень избирательны касательно качества продуктов, которые вы покупаете. Вам необходимо будет покупать продукт ритейлеров пирожных. Вы будете выбирать лучшего из ритейлеров, который будет соответствовать критериям качества независимо от цены.

Предприниматель оптовик 3. Ваш продукт — **посыпки для пирожных** (оптом в не менее 3 штук для продажи). Себестоимость посыпки для пирожных WIFI 0.50 за штуку. Вы будете продавать оптом WIFI 1.00 – WIFI 2.00. Вашими покупателями являются розничные предприниматели. Они будут торговаться с вами и вам предстоит установить оптовую цену с выгодой.

В Раунде 5 вы будете потребителем. Вы будете потребителем Класса В, что означает вы достаточно избирательны касательно качества продуктов, которые вы покупаете. Вам необходимо будет покупать продукт ритейлеров пирожных. Вы будете выбирать лучшего из ритейлеров, который будет соответствовать критериям качества независимо от цены.

Предприниматель оптовик 4. Ваш продукт — **оборудование для пирожных** (оптом в не менее 2 штук для продажи). Себестоимость оборудования WIFI 0.50 за штуку. Вы будете продавать оптом WIFI 1.00 – WIFI 2.00. Вашими покупателями являются розничные предприниматели. Они будут торговаться с Вами и вам предстоит установить оптовую цену с выгодой.

В Раунде 5 вы будете потребителем пирожного. Вы будете потребителем Класса C&D, что означает вы очень избирательны касательно продуктов, которые вы покупаете на основе цены (самый дешевый на рынке). Вам необходимо будет покупать продукт ритейлеров пирожных. Вы будете выбирать лучшего из ритейлеров, который будет соответствовать критериям цены.

Предприниматель оптовик 5. Ваш продукт — **санитарное оборудование для сотрудников пищевой промышленности** (оптом или в розницу не менее 2 штук для продажи). Себестоимость оборудования WIFI 0.50 за штуку. Вы будете продавать оптом WIFI 1.00 – WIFI 2.00. Вашими покупателями являются розничные предприниматели. Они будут торговаться с Вами и вам предстоит установить оптовую цену с выгодой.

В Раунде 5 вы будете потребителем пирожного. Вы будете потребителем Класса C&D, что означает вы очень избирательны касательно продуктов которые вы покупаете на основе цены (самый дешевый на рынке). Вам необходимо будет покупать продукт ритейлеров пирожных. Вы будете выбирать лучшего из ритейлеров, который будет соответствовать критериям цены.

(Примечание: Роль розничного предпринимателя будет напечатана 5 раз и должна будет разыграна от 3 до 5 раз в зависимости от размера класса.)

Розничный предприниматель. Вы — предприниматель пирожного. Вам придется покупать сырье и оборудование для создания пищевого продукта. У вас есть другие конкуренты и вам необходимо создать ценность для вашего бизнеса (чтобы сделать вас отличным от других). Вам понадобится по крайней мере WIFI 70.00, которые могут у вас быть или не быть. Если у вас нет этой суммы, вам придется позаимствовать в банке или микрофинансовой организации.

Раунд 1 — Вам будет необходимо покупать сырье и оборудование от предпринимателей оптовиков. Вы будете работать с ограниченным капиталом, так что вам надо достичь лучшую цену с целью получения прибыли. Если вам не хватает денег, ждите 2 раунда чтобы взять в долг у банка или микрофинансовой организации. Игра будет продолжаться в течение 5 минут.

Раунд 2 — Если у вас нет достаточного капитала, вы можете договориться с банком или микрофинансовой организацией и брать в долг. Игра будет продолжаться в течение 5 минут.

Раунд 3 — Вы будете создавать свой продукт, используя сырье и оборудование, которые вы приобрели. При подготовке нового продукта, имейте в виду вопросы юридической и медицинской безопасности. Игра будет продолжаться в течение 5 минут.

Раунд 4 — Вы придумаете название для вашего продукта и как вы будете продавать его. Подготовьте одну минутную рекламу для потребителей, чтобы объяснить уникальную ценность вашего продукта. Вы можете использовать ИКТ для продажи вашего товара потребителям.

Раунд 5 — Потребители будут покупать у вас. Это будет продолжаться в течение 5 минут. Убедите потребителей покупать у вас. В этом раунде вам необходимо узнать, сколько прибыли вы заработали или не заработали.

Банк. Во **2-м Раунде** вы банк. Розничные предприниматели будут брать долг у вас. Вы строги и будете говорить им о ваших требованиях относительно процентной ставки и графика платежей, и вы будете договариваться. Вам будут отчислены 10 процентов от суммы займа между WIFI 50.00 к WIFI 100.00. Игра будет продолжаться в течение 5 минут.

В 5-м Раунде вы будете потребителем пирожного. Вы будете потребителем Класса C&D, что означает вы очень избирательны касательно продуктов, которые вы покупаете на основе цены (самый дешевый на рынке). Вам необходимо будет покупать продукт ритейлеров пирожных. Вы будете выбирать лучшего из ритейлеров, который будет соответствовать критериям цены.

Микрофинансовое учреждение. Во **2-м Раунде** вы — микрофинансовое учреждение. Вы дружелюбное учреждение к женщинам. Розничные предприниматели будут брать долг у вас. Так как вы строги и будете направлять предпринимателя относительно процентных ставок и графиков платежей. Вы можете дать займы заемщикам в размере между WIFI 30.00 и WIFI 50.00. Игра будет продолжаться в течение 5 минут.

В 5-м Раунде вы будете потребителем пирожного. Вы будете потребителем Класса B&C, что означает вы очень избирательны касательно продуктов, которые вы покупаете на основе качества и цены. Вам необходимо будет покупать продукт ритейлеров пирожных. Вы будете выбирать лучшего из ритейлеров, который будет соответствовать вашим критериям цены.

Бизнес, налоговый и санитарный инспектор. Вы из правительства и вы посетите розничных торговцев в **Раунде 3**. В течение 5 минут будете проверять предпринимателей один раз, чтобы убедиться в нижеследующем:

- Название дела и регистрация
- Регистрация налога

- Меры безопасности и здравоохранения — носят ли предприниматели нижеследующие:
 - перчатки
 - маска
 - сеточка для волос во время приготовления еды

Вы будете советовать о продолжении или приостановлении бизнеса в конце раунда 3.

В 5-м Раунде вы будете потребителем пирожного. Вы будете потребителем Класса В&С, что означает вы очень избирательны касательно продуктов, которые вы покупаете на основе качества и цены. Вам необходимо будет покупать продукт ритейлеров пирожных. Вы будете выбирать лучшего из ритейлеров, который будет соответствовать вашим критериям цены.

Вопросы, в целях содействия обсуждению и выводам:

1. Что случилось? Сколько денег вы заработали?
2. Что помогло предпринимателям?
3. Что не помогло?
4. Что вы узнали из этого упражнения?
5. Как ИКТ устройства и программы помогают предпринимателям?

К. Дополнительные ресурсы для подготовки к тренингам

Asia Pacific Women's Information Network Centre, Innovative Strategies for Andean Women's Participation in Digital Economy (2012-2014) eBiz Training (Training of Trainers for Rural Women Entrepreneurs). Материалы тренинга доступны на сайте <http://www.women.or.kr/>

Catherine Lang and Marina Biasutti, Entrepreneurial Training "Owning your Future". Ресурс доступен на сайте <http://www.slideshare.net/JacquelineRichardson/entrepreneurial-training-manual-owning-your-future>.

Dandy Victa, *Work-At-Home Entrepreneurship: A Practical Guide for Filipinos with Disabilities* (Quezon City, National Council on Disability Affairs, 2014). Материал доступен на сайте <http://www.ncda.gov.ph/wp-content/uploads/2015/01/e-copy-Work-At-Home-EBook.pdf>.

Food and Agriculture Organization, *Promoting Rural Women's Cooperative Businesses in Thailand: A Training Kit* (Bangkok, 2004). Материал доступен на сайте <http://www.fao.org/docrep/004/ad499e/ad499e00.htm>.

Hewlett-Packard (HP) LIFE online courses for entrepreneurs. Материал доступен на сайте <http://www.life-global.org/>.

Intel Learn Easy Steps. Материал доступен на сайте <http://www.intel.com/content/www/us/en/education/intel-easy-steps.html>.

Intel Entrepreneurship Basics (E-Basics). Материал доступен на сайте <https://educate.intel.com/employability/e-basics/>.

Intel, *Women and the Web: Bridging the Internet gap and creating new global opportunities in low and middle-income countries* (2012). Материал доступен на сайте <http://www.intel.com/content/www/us/en/technology-in-education/women-in-the-web.html>

International Labour Organization, *Can ICTs Help Me Improve My Business: A brief handbook for micro and small entrepreneurs from Latin America and the Caribbean*. Материал доступен на сайте <http://www.oitcinterfor.org/sites/default/files/canictshelp.pdf>.

International Labour Organization, *Gender and Entrepreneurship Together: GET Ahead for Women in Enterprise – Training Package and Resource Kit* (Bangkok, Berlin and Geneva,

2004). Материал доступен на сайте http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/documents/publication/wcms_116100.pdf.

Microsoft and ASEAN Foundation, ICT Curriculum 2013: ICT training programs for small- and medium-sized enterprises. Материал доступен на сайте <http://www.unapcict.org/ecohub/resources/ict-for-sme/training-programs-guidelines/microsoft-asean-foundation-ict-curriculum-ict-training-programs-for-small-and-medium-sized-enterprises-smes>.

Microsoft Digital Literacy. Материал доступен на сайте <https://www.microsoft.com/en-us/DigitalLiteracy>.

Philippine Commission on Women, Development of a Gender and Financial Literacy Module, undated. Материал доступен на сайте <http://pcw.gov.ph/publication/development-gender-and-financial-literacy-module-results-partnership-between-pcw-great-women-project-and-napc>

Steve Mariotti, *Entrepreneurship: Owning Your Future*, eleventh edition (New York, Network for Teaching Entrepreneurship and Pearson Education, 2010). Материал доступен на сайте http://assets.pearsonschool.com/asset_mgr/current/201323/entrepreneurship_se_final_pdf.pdf.

United Nations Conference on Trade and Development, *Empowering Women Entrepreneurs through Information and Communications Technologies: A Practical Guide* (New York and Geneva, 2014). Материал доступен на сайте http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/dtlstict2013d2_en.pdf.

UNESCO-UNEVOC, *Starting My Own Small Business: Training Packages on Entrepreneurship*. Материал доступен на сайте <http://www.unevoc.unesco.org/go.php?q=Starting%20my%20own%20small%20business>.

ОБ АВТОРЕ

ООН-АТУЦ ИКТР

Азиатско-Тихоокеанский учебный центр по Информационно-Коммуникационным Технологиям для Развития (ООН-АТУЦ ИКТР) является региональным институтом Экономической и социальной комиссии ООН для Азии и Тихого океана (ЭСКАТО). ООН-АТУЦ ИКТР направлен на укрепление усилий стран-членов ЭСКАТО по использованию ИКТ для социально-экономического развития путем создания человеческого и институционального потенциала. Деятельность ООН-АТУЦ ИКТР базируется на следующих трех принципах:

1. Обучение — Для повышения знаний и навыков в области ИКТ у разработчиков политики и специалистов в области ИКТ, а также укрепление потенциала у инструкторов и учебных заведений в области ИКТ;
2. Исследование — Для проведения аналитических исследований, касающихся развития человеческих ресурсов в области ИКТ;
3. Консультация — Для оказания консультационных услуг по программам развития человеческих ресурсов для членов и ассоциированных членов ЭСКАТО.

ООН-АТУЦ ИКТР/ЭСКАТО находится в г. Инчхон, Республика Корея.

<http://www.unapcict.org>

ЭСКАТО

ЭСКАТО является региональным подразделением Организации Объединенных Наций и выступает в качестве главного центра экономического и социального развития ООН в Азиатско-Тихоокеанском регионе. Его задача заключается в укреплении сотрудничества между ее 53 членами и 9 ассоциированными членами. ЭСКАТО обеспечивает стратегическую связь между глобальными программами и проблемами на национальном уровне. Она оказывает поддержку правительствам стран региона в деле укрепления региональных позиций и защищает региональные подходы в решении уникальных социально-экономических проблем в условиях глобализации в мире. Офис ЭСКАТО находится в г. Бангкок, Таиланд.

<http://www.unescap.org>



UN-APCICT/ESCAP

United Nations Asian and Pacific Training Centre for Information
and Communication Technology for Development
5th Floor G-Tower, 175 Art center daero,
Yeonsu-gu, Incheon City, Republic of Korea

www.unapcict.org