

Ежедневник за НОЯБРЬ 2015

01.11.2015

Предел прочности

Понятие предела прочности существует не только в сфере материального производства, но и в экономических системах – напряжение свыше которого наступает разрушение. Но в экономике сложно вычислить пределе прочности отдельного субъекта или системы субъектов. Прогноз данной величины осложняется сильными индивидуальными особенностями, различными взаимными партнерскими, регулирующими и рыночными связями.

Но забывать про существование и фатальность для бизнеса такого понятия как «предел прочности» не стоит. Разрушение бизнеса – это событие, которые не обладает обратимостью.

04.11.2015

Программа лояльности

Добросовестный маркетинг исследует рынки и изучает предпочтения потребителей, их поведение и предлагает бизнесу интересные и полезные инструменты «общения с клиентами». Видя успешность разных маркетинговых приемов, методик, технологий, бизнес, не разбираясь в них досконально, начинает их активно применять. Попытки закачиваются порой безрезультатно, а на их основе делаются скорые выводы о неприменимости, сложности или бесполезности некоторых инструментов маркетинга. Этому интенсивно способствуют, навязывающие свои услуги, агрессивные маркетинговые агентства, представляющие себя высокими профессионалами на стадии поиска клиентов. А уже после совершения сделки предлагают в помощь бизнесу скромные возможности посредственных маркетологов.

Программа лояльности – мощный инструмент маркетинга для взаимодействия с клиентами. Заинтересовать и вовлечь клиента в сферу бизнеса и предложить совершать не разовые покупки (сделки), а эффективную цепочку покупок (сделок). Программа лояльности – это постоянное общение с потребителем, которое ориентирует его на особенности конкретного бизнеса и позволяет приобрести не только товар или услугу, а осознанно и мотивировано удовлетворять свою потребность в течение некоторого времени. Соответственно, программа лояльности всегда должна включать информационную и мотивирующую составляющие, а также дополнительный сервис (бесплатный или по заниженной стоимости). И практически всегда, программа лояльности подразумевает персонализацию – что весьма сложно для бизнеса и эффективно может поддерживаться только в рамках определенной ИТ-инфраструктуры. Такие штуки как накопительная скидка, аукционные продажи, дисконтные карты, рассылка сообщений, сегментирование клиентов – это только элементы программы лояльности и не самые важные.

08.11.2015

Страхование бизнеса

Важным инструментом защиты бизнеса от рисков является страхование. Экономические субъекты подвергаются множеству рисков в своей деятельности. При этом риски возникают и угрожают бизнесу не только в периоды экономических кризисов и проблем, но во времена экономического роста и стабильности. Перечень потенциальных рисков событий, угрожающих экономическим субъектам, постоянно расширяется и будет расширяться из-за повышения сложности используемых технологий и технологических инструментов, интенсивного и все более тесного взаимодействия субъектов, фактической и регуляторной зависимости от разных структур. Если компания не хочет потерять всё в одночасье и столкнуться с непреодолимыми последствиями чрезвычайного события, она должна задумываться и защищаться от наиболее вероятных и губительных рисков.

Бизнес не всегда правильно понимает цели и принципы управления рисками и страхования, как одного из его действенных инструментов. Страховые компании мало уделяют внимания собственному позиционированию как институтов, предлагающих удобные и понятные инструменты для риск-менеджмента. Намного проще ограничить себя простыми продажами страховых полисов, а потом, по большей части, пассивно ожидать сколько «на круг будет выплат по страховым случаям».

В перечне актуальных задач бизнеса – защита от рисков и страхование не на первых местах, а постоянный дефицит финансовых средств заставляет предпринимателей думать об иных важных и неотложных вещах. В итоге – бизнес всё меньше защищается от рисков и всё меньше страхуется, как следствие – снижается его эффективность и устойчивость на рынке. И он всё меньше стремится стать клиентом страховой компании.

А ведь страховщики могли бы предлагать не только страховые продукты, но и дополнительные услуги по поддержке бизнеса в условиях рискованных операций (консалтинг, координирование, юридическое сопровождение и другое). Страховой полис может быть своеобразным «допуском в клуб» низко рискованного бизнеса. Ведь это выгодно и страховому бизнесу. Чем меньше рискованных событий будет у клиента и чем меньше страховых случаев будет зафиксировано, тем устойчивей пул клиентов и меньше выплаты по контрактам на страхование, не говоря уже о возможности получать доход от оказания дополнительных услуг.

11.11.2015

Расчеты затрат и доходности проектов

По любому проекту, прежде чем он будет реализован, должны быть проведены финансово-экономические расчетные и оценочные процедуры. Важно ответить на следующие вопросы в этой связи.

1. Что доказывается расчетами? Доказывается ли невозможность реализовать проекта или, все-таки, делается попытка обосновать возможность исполнения проекта в рамках сложившейся благоприятной или неблагоприятной конъюнктуры.

2. Какие расчеты выполнить? Комплект расчетных форм и выходных результатов должен быть конечен, адекватен, релевантен и объективно отражать все важные стороны проекта.

3. Что делать с результатами расчетов? Результаты расчетов – это основа для принятия решения о целесообразности реализации проекта, а также решений по доработке проекта. Если результаты расчетов и оценки не применяются в дальнейшем для изменений проекта и контроля его исполнения, то они не нужны в принципе.

4. Кому показывать расчеты? Финансово-экономические расчеты и оценка проекта формируется и представляется в конкретном виде, в зависимости от того, кому предполагается их продемонстрировать.

5. Кто будет делать и проверять расчеты? Итоговый вид и результат оценки проекта всегда будет зависеть от исполнителей. В какой-то степени в зависимости от их профессионализма и мотивации ставиться в целом оцениваемый проект.

6. Когда делать расчеты? Для каждого проекта следует правильно выбирать момент корректной финансово-экономической оценки. С одной стороны, проект уже должен быть в целом понятен, но с другой стороны, результаты проведенных расчетов и оценки должны иметь возможность повлиять на отдельные элементы проекта, если необходимо улучшить результативность проекта в целом.

При этом обязательными были, остаются и будут:

- финансово-экономический расчет затрат на проект по всем основным статьям;
- финансово-экономическая оценка доходности (результата) проекта;
- экономическая оценка эффективности проекта;
- маркетинговый расчет по клиенту и рынку;
- управленческий календарный расчет графика проекта.

Дополнительные расчеты и аналитика будут зависеть по составу и приоритету от специфики конкретного проекта.

12.11.2015

С чего должен начинаться бизнес?

Наверное, бизнес должен начинаться не с идеи, а с сильного желания реализовать идею. То есть, все-таки, мотивация важнее.

17.11.2015

Бизнес без экономики – возможно ли?

Удивление, иногда, вызывает упорство некоторых предпринимателей игнорировать экономику, как основу эффективного бизнеса. В первую очередь оно бросается в глаза, когда не находишь в штате компании профессионала в области экономики и финансов. По отдельным вопросам и поговорить-то не с кем.

Бухгалтеру в этом смысле повезло - на его защите стоит государство, фактически обязав иметь в структуре бизнеса специалиста, который собирает по государственным же нормативам, нужные для пристального контроля поведения бизнесмена.

Поэтому не стоит удивляться, что многие проекты и инициативы начав бурный рост и показав активную рыночную позицию, со временем запутываются в поведении и эффективности, переходя в постоянно-сворачивающийся, длительный и, порой, мучительный бизнес-актив. Что особенно наглядно демонстрируется в периоды нестабильной ситуации на рынках и неблагоприятной конъюнктуры.

Кажется, уже практика доказала, что бизнес без объективной экономики не возможен. На любой стадии: от зарождения и разработки идеи, когда необходимо четко и планомерно вести проект с минимальными затратами и рисками, обдумывая финансово-экономическую модель будущей компании, до продажи доли новому партнеру способному добавить новые силы и свежие решения.

19.11.2015

Дисциплина и сроки

Взятые на себя обязательства следует выполнять в полном объеме – из этого складывается репутация бизнеса. Причем выполнять в установленные такими обязательствами сроки. Но здесь всегда кроется одна проблема, которой посвящено множество исследований и размышлений, в том числе в рамках теории и практики управления организационными структурами. Это умение адекватно и объективно оценить сроки выполнения взятых обязательств. Даже имея полную уверенность в необходимости

и реализуемости некоторого проекта (работ), мы зачастую некорректно рассчитываем сроки, тем самым создаем репутацию необязательного исполнителя. В ряде случаев это имеет финансовые последствия в виде пени и штрафов по контракту.

Правильный расчет сроков поставки товара, выполнения работ или оказания услуг никогда не бывает абсолютным. Поэтому лучше добавлять до 5-10% длительности на любой заявленный срок и не забываем о нерабочих днях. Сроки лучше округлят в большую сторону до целых недель, месяцев, кварталов. В зависимости от позиции партнеров, можно и сократить длительность реализации проекта, однако все-таки это договорные вещи, требующие объективного урегулирования позиций. Пусть и партнеры знают, что вы назвали сроки с запасом.

Но только немедленно приступайте к исполнению принятых обязательств в строго обозначенную дату старта. Отложив начало проекта на один день, вы отложите его завершение на два.

22.11.2015

Менеджмент и специализация

Информационные потоки дают на рынки и бизнесы всё больше и больше, заставляя активно обращаться к специальным средствам. Специальные средства требуют специализации. Однако, специализация великолепна для исполнения вполне конкретных работ в рамках стабильного бизнес-процесса.

Но есть много работ, которые плохо выполняются в рамках конкретной специализации. К ним относится менеджмент. Абсолютно невозможно принять удачное, экономически-эффективное, оптимальное по риску, релевантное решение, если управленец не обладает достаточными и широкими компетенциями, не ограниченными узкой профессиональной специализацией. Именно поэтому при назначении квалифицированных сотрудников на руководящие должности требуется дополнительная подготовка в сфере финансов, маркетинга, экономики, менеджмента, информатики, психологии.

v!bo