

## Ежедневник за ДЕКАБРЬ 2015

10.12.2015

### Банки тоже защищают от рисков

Риск-менеджмент – это достаточно сложная и комплексная часть специализированного менеджмента. Множество простых вещей, которые повседневно используются в практике управления имеют непосредственное отношение для управления рисками. Арсенал инструментов по борьбе с неблагоприятными вероятностными событиями включает весьма традиционные и порой недооцененные банковские продукты.

Рассмотрим два основных вида банковских продуктов - депозиты и кредиты - с точки зрения применения их в качестве инструментов управления рисками.

Депозит – это прямое резервирование денежных средств на случай возникновения рискового события. В этом качестве формирование дополнительного банковского счета с определенным резервным фондом на уровне эффективного расчетного значения может быть весьма полезным при наступлении неблагоприятного события. Правильный выбор банковского учреждения, размер хранимого на депозите резерва и условия обслуживания депозитного счета – это принципиальные вопросы, требующие осмысленного решения. Не помешает застраховать такой депозит. Возможны и варианты двойного резервирования, распределения резерва по нескольким банкам, усиленные меры по страховой защите резервов.

Кредит – это гибкий инструмент риск-менеджмента, который может обеспечить защиту как от краткосрочных, так и от долгосрочных рисков. Кредиты для закрытия кассовых разрывов – это защита от финансового риска, связанного с прогнозируемой нехваткой денежных средств в определенный период. Кредиты для пополнения оборотных средств – это защита от риска снижения экономической эффективности в связи с опасностью замедления оборачиваемости ресурсов и экономического развития компании. Кредиты на расширение бизнеса (приобретение основных средств) - это защита от рыночного риска потерять определенную долю на целевом рынке.

С точки зрения риск-менеджмента у банков и страховых компаний много общего. И те, и другие предлагают достаточно эффективные инструменты защиты от рисков. Надо только грамотно уметь ими пользоваться.

12.12.2015

### Сложные технологии для массового пользователя

Настало время, когда широкому кругу пользователей становятся доступны все более сложные и важные компоненты и технологии, а также товары и услуги, которые на их базе созданы. Сегодня уже каждый имеет портативный компьютер в формате смартфона со множеством встроенных регистрирующих датчиков способных определять положение в пространстве, делать снимки и видео, вести аудиозапись и много чего ещё. На основе мобильных вычислительных технологий, для бизнеса стали доступны новые формы общения и взаимодействия с клиентом. Теперь ещё проще и удобнее купить нужный товар или получить актуальную услугу. Многие маркетинговые и договорные процессы завязаны на новые эффективные технологии.

Однако рядовой пользователь иногда может быть введен в заблуждение кажущейся простотой выполнения определенных действий. Он не всегда умеет оценить последствия своего поведения, поскольку очевидно, что не обладает широким кругом весьма специфичных знаний. И не всегда безопасно для пользователя, когда сложные инструменты, оборудование, механизмы или технологии, в которых он мало что понимает, становятся ему доступны, причем доступны всегда и везде.

В качестве примера - банковские онлайн-операции, а именно взятие кредита. Это весьма ответственно и сложно правильно оценить свои силы в экономическом плане, оценить конъюнктуру и финансовые риски, чтобы взять кредит, пусть даже потребительский. Но дела теперь обстоят так, что это сделать стало элементарно: буквально "нажатием одной кнопки" (как говорится в одной рекламе сомнительного банковского учреждения). А между пользователем и кнопкой "взять кредит" не стоит никого, кто мог бы подсказать или посоветовать, как вести себя профессионально и безопасно. Необдуманное взятие на себя обязательств по кредиту может закончиться весьма плачевно и банк, который так дружелюбно «раздавал» кредиты «одной кнопкой» в какой-то момент станет жестким и непреклонным в своем юридическом желании вернуть выданные деньги с щедрыми процентами.

В общем, обучение становится важным фактором грамотного и безопасного использования широко доступных, но сложных товаров, услуг, технологий, инструментов, информации.

## 13.12.2015

### Начинают профессионалы

Первыми новые технологии начинают осваивать любознательные профессионалы. И к этому стоит быть готовым любому бизнесу при создании нового продукта или услуги.

Профессиональные потребители обладают достаточными знаниями и опытом, чтобы принять что-то новое, способное удовлетворить имеющуюся и частично осознанную потребность. Они способны адекватно воспринять продукт (услугу), критически оценить применимость и предложить некие предложения по его доработке.

Именно компетентные, мотивированные и активно обучающиеся пользователи (клиенты) дают весьма ценные советы по доработке и корректировке продукта (технологии). Именно они готовы будут вам сообщить о найденных ошибках, а потом ожидать их исправления. Эффективная и полезная доработка продуктов и технологий возможна только при активной помощи заинтересованных профессиональных пользователей.

## 18.12.2015

### Производительность труда: бесполезная и отрицательная

Оценка производительности труда в стоимостном выражении – это бесспорно важная характеристика для анализа на макроэкономическом уровне. На уровне микроэкономики приходится понимать не только величину, но и суть производительности как отдельных структурных единиц, так и их взаимодействия.

Производительность труда, выраженная в количественном виде, характеризует экономический субъект или группу субъектов в целом. Для детального понимания такого производительного процесса, как результативность труда сотрудников конкретного бизнеса, важно исследовать в чем суть и конечный вклад их в общий финансовый результат.

Качественно можно говорить, например, о таких видах производительности труда как "бесполезная" или "отрицательная".

*Бесполезная* производительность труда – это производство такого продукта или выполнение такой работы, которая не востребована рынком (потребителем) или оценивается рынком негативно.

*Отрицательная* производительность труда – это производство такого продукта или выполнение такой работы, которая отвлекает ресурсы (различные, в том числе финансовые) от производства продукта и выполнения работы, которые востребованы рынком и признаются более полезными для потребителя.

Иными словами, на уровне макроэкономики, если бизнес произвел невостребованный товар на некоторую сумму, то очевидно она будет учитываться в определении общего уровня производительности труда. На уровне микроэкономики, производство невостребованного товара стоит рассматривать и анализировать отдельно как бесполезную или отрицательную производительность, которая подлежит обязательной корректировке.

## 21.12.2015

### Ответственность и выбор

Убежденность в том, что контрагент в силу прямого действия нормативного права обязан выполнить определенные условия, сказывается на тщательности выбора такого контрагента.

Когда мы выбираем исполнителя по сделке и заключаем контракт, мы не всегда отдаем отчет в том, что несем определенную ответственность за исполнение выбранным контрагентом условий по подписанному договору. О чем это? Нет не о безусловном исполнении обязательств одной стороной, которые влияют на исполнения обязательств другой стороной. Это непосредственно о том моменте, когда осуществляется разумный и взвешенный выбор стороны по договору.

Предприниматель должен оценивать риски и допускать, что его контрагент может нарушить обязательства по договору и даже может нарушить какие-то установленные законодательные нормы. Не стоит ожидать, что контрагент будет действовать исключительно в рамках действующих законов и правил. А стоит тщательно проверять его исполнительскую дисциплину и репутацию. Понадеявшись на закон и на «увещевания», что дескать он все равно никуда не денется и выполнит «всё что должен», можно сделать неправильный выбор в пользу ненадежного исполнителя. А неразборчивый выбор в определенном смысле провоцирует недобросовестный бизнес, ссылаясь на свою очевидную ответственность перед законом, активно предлагать сомнительные сделки на рынке.

Излишняя самоуверенность пока не шла никому на пользу, в том числе и при выборе партнера, поставщика или подрядчика.

## 23.12.2015

### Подмена названием

Практика сомнительного маркетинга доказывает, что простую и очевидную вещь можно продать в яркой упаковке с эффектным названием. Возьмите что-то элементарное, придумайте броское, убедительное название с применением специальных терминов, сокращений или маркеров и агрессивно предложите на рынке новый продукт.

Пример тому – landing page: красивое название с некоторой метафоричностью и оттенком реальности и стабильности. Не исключая удобство использование самого термина для целевых (якорных) страниц сайта, нельзя не заметить, что название используется для широкого продвижения на рынке услуг по разработке и поддержке интернет-контента особого рода. Слишком много внимания и мало понимания в этом «шуме» вместо действительно важных и востребованных на рынке качественных услуг по разработке и поддержке результативных сайтов с оригинальным контентом и задачами.

Эффект «подмены названием» - это когда вместо предложения потребителям действительно востребованного продукта или услуги для удовлетворения насущных потребностей, предлагается некоторый старый или суррогатный продукт (услуга) под

пышным привлекательным названием. Подмена названием вынуждает всё чаще задумываться над разницей, между тем что мы покупаем и тем что нам продают.

## 25.12.2015

### Сокращение затрат в кризис

Бизнес основан на теории и опыте реальной экономики и не стоит его создавать, игнорируя экономические знания и практику. Выбор поведения при наступлении кризиса на рынке в целом или в рамках отдельных сегментов должен всегда основываться на разумном экономическом подходе. А значит потребуются привлечение грамотных экономистов, аналитиков, управленцев, маркетологов. И если вы захотите на этом сэкономить будьте готовы к тому, что ваш бизнес сократится или вовсе исчезнет. Именно поэтому в кризисный период исчезает много бизнес-структур – это те, кто решил игнорировать экономические знания и опыт.

Кризисный период – это очевидное сокращение спроса. Многие экономисты советуют снижать в этот период издержки. Это важно для того, чтобы с одной стороны сократить реальные расходы бизнеса для увеличения рентабельности, а с другой стороны, чтобы была возможность предложить на сжимающиеся рынки товар или услугу по более низкой цене. Снижение цены – это самое правильное экономическое поведение в период кризиса. Многие возразят – ведь это означает снижение доходности! Но ведь она и так снизится из-за падения спроса. А вот с более дешевым товаром (услугой) есть возможность заместить на рынке нерасторопных конкурентов и завоевать признание потребителя, получив от него дополнительное вознаграждение. Товар или услуга по более низкой цене всегда будут получать большую долю на рынке. Но самое сложное в практике бизнеса – это снизить цену на продукт. Как с практической, финансовой точки зрения, так и с точки зрения морально-волевой. Вот здесь крайне важно поддержать удешевление продукта реальным сокращением издержек. Сокращать же издержки, как правило, удастся только за счет оптимизации транзакционных вторичных процессов. И конечно же не стоит пытаться сокращать издержки по бизнесу за счет удешевления полезных трудовых ресурсов. Ка ни странно, но в период кризиса, эффективный бизнес сохраняет или даже увеличивает затраты на профессиональную команду, чтобы поддержать экономически разумное, профессиональное и оптимистичное поведение на рынке. Хуже всего, когда в кризис, из-за нерациональной кадровой политики бизнес покидают профессионалы. А именно наиболее компетентные специалисты уходят первыми, когда руководство начинает паниковать и принимать «странные» меры по стабилизации финансового результата.

## 26.12.2015

### Проблемы с информационными инструментами

Особенность некоторых программных продуктов – это их максимальная универсальность. Например, наиболее популярные решения для офиса мы знаем под брендом Microsoft Office. Универсальный редактор текстов Word – это чистый белый «лист», на котором вы можете сделать всё что угодно: написать текст, нарисовать графику, немного посчитать, элегантно распечатать, оформить таблицу, изобразить диаграмму. Или универсальный калькулятор Excel – это тот же самый чистый белый «лист», структурированный в вычисляемые ячейки, в которых вы можете: написать текст, нарисовать графику, много посчитать, элегантно распечатать, построить большую таблицу, изобразить диаграмму. Такие программы – это спасение для офисного работника, у которого разнообразные по содержанию задачи, но сводящиеся к одному и тому же результату – собрать, обработать и представить информацию в удобном виде. Word и Excel настолько полюбили, что применяются в том числе и для автоматизации определенных задач по обработке данных по сложным алгоритмам с применением средств VBA (Visual

Basic for Application). Однако широкое их использование в бизнесе говорит нам о двух важных проблемах.

Во-первых, на рынке отсутствуют удобные программные инструменты для эффективной работы с информацией, поэтому приходится пользоваться максимально универсальными продуктами.

Во-вторых, бизнес плохо умеет выстраивать эффективную работу с информацией.

Зачастую, обработка информации осуществляется в ручном режиме и на это затрачивается масса времени. Применение же специализированных инструментов, разрабатываемых «под заказ» - дорого и сложно. В ход идут простые средства типа Word и Excel. Наиболее продвинутые пользователи, используют Access и расширенные возможности VBA. Это лишь частично решает проблему для разовых задач и практически ничего не решает для регулярных сложных процедур. Проблема в умении выстроить информационную автоматизированную систему на уровне целого бизнеса или отдельные бизнес-слоев, которая максимально облегчит работу, организует и скоординирует работников, объективно позволит следить за состоянием бизнеса и предупредит о возможных проблемах. Это непросто, да и к тому же слишком мало действенных и удобных программных инструментов для поддержания комплексного решения таких задач. Активная информационная позиция бизнеса просто должна подкрепляться профессиональными программными продуктами.

**v!bo**