

06, июнь 2016

УДК 33.334

Первые шаги в предпринимательской деятельности

*Зильберман К.Я., студент
Россия, 105005, Москва, МГТУ им. Н.Э. Баумана,
кафедра «Предпринимательство и внешнеэкономическая
деятельность»*

*Научный руководитель: Девлет-Гельды Г.К., к.э.н., доцент
Россия, 105005, Москва, МГТУ им. Н.Э. Баумана,
кафедра «Экономическая теория»
bauman@bmstu.ru*

Какие цели ставит перед собой человек (в нашем случае – студент - тот, кто всеми возможными способами стремится к самореализации), впервые открывающий свой бизнес? Ответ на этот вопрос уже дан многими успешными предпринимателями, рассмотрен во многих статьях и книгах, но я, как начинающий предприниматель, жаждущий поделиться своим мнением на основе собственного опыта, хотел бы высказать свои мысли и рассказать про их практическую реализацию.

Как известно, успех в бизнесе - всегда результат планирования. Но какой проект может реализовать студент, еще ничего не смыслящий в предпринимательстве? Для него свое дело – это денежная свобода, путь к самостоятельной жизни, а бизнес – лишь «финансовая операция». Его цель - получение как можно большей прибыли, причем, в короткие сроки. Большинство таких наивных бизнес-идей, как показывает статистика, «провальны». В лучшем случае, они признаются такими на начальном этапе, в худшем – в итоге, когда человек теряет свои деньги или становится должником. Причины этому могут быть разные, например, неподготовленность молодого предпринимателя к «суровым реалиям бизнеса» или малый багаж знаний юного бизнесмена (его низкая квалификация), но основная причина, на мой взгляд, другая. Одной заинтересованности в деле мало! Необходимо изменение самой мотивации: проект должен быть направлен на улучшение общественной жизни. Одной из возможных для развития бизнеса ниш, в которую еще немногие бизнесмены «пустили корни», является научная сфера. Именно к ней сейчас стоит присматриваться.

На мой взгляд, начинающим студентам-бизнесменам, поскольку они непосредственно

связаны со сферой образования, целесообразно получить свой первый бизнес-опыт в рамках вузовской системы.

Я, студент МГТУ им. Н.Э.Баумана (факультет «Инженерный Бизнес и Менеджмент») и мой друг - Абдучаборов Иброхимшо, студент факультета «Специальное Машиностроение», решили объединить усилия и открыть бизнес, направленный на оказание помощи студентам в изучении некоторых технических дисциплин. О наших первых шагах в предпринимательской деятельности и будет мой рассказ.

«Удобные, недорогие и необходимые всем, у кого есть начертательная геометрия или инженерная графика, трафареты ГОСТ-овских шрифтов!

7-й и 5-й шрифты русского, латинского, греческого алфавитов, а так же специальные символы. Выполнены на оргстекле с помощью лазерной гравировки, обернуты в защитную пленку. Цена вопроса за эксклюзив (в продаже только у нас!) всего 350 рублей.

Ты не любишь долго вчерчивать буквы по ГОСТу? Писать по 3 часа задание на задней стороне листа? У тебя проблемы с красивым оформлением? Или ты просто хочешь оставить себе память о вышеперечисленных бауманских дисциплинах? Тогда тебе к нам! Исключительное удобство и красота букв! Время черчения сокращается в 5 раз! Этот трафарет станет тебе хорошим помощником!»

Заинтересовало? Такая реклама-призыв дана на странице нашей группы в социальной сети vkontakte, через которую на нас и выходят все нуждающиеся в трафарете студенты.

Далее расскажу про проект более подробно, постараюсь объяснить необходимость нашего товара и расскажу об экономической стороне вопроса.

Для начала вспомним, что такое ГОСТ. Расшифровка – национальный (или межгосударственный) стандарт. Это нормативный документ, устанавливающий (в нашем конкретно рассматриваемом случае) свод правил по оформлению чертежей.

МГТУ имени Н.Э. Баумана. На студента-первокурсника обрушивается огромное количество заданий, выполнение которых приводит к потере всего свободного времени, и одни из самых сложных предметов на первом курсе, по мнению студентов, - начертательная геометрия (далее – «н.г.») и инженерная графика (далее – «и.г.»). У многих не было в школе черчения, и эти предметы воспринимаются студентами с трудом, как и все новое.

Одним из элементов выполнения работ по «н.г.» и «и.г.» является чертежный шрифт, оформляемый в соответствии с заданным ГОСТ-ом.

По «н.г.»:

- Заполнение рамки;
- Обозначение необходимых линий;
- Обозначение необходимых точек;
- Обозначение специальных символов;
- Заполнение таблицы координат точек;
- Запись задания на задней стороне листа.

По «и.г.»:

- Заполнение рамки;
- Подписи численных обозначений длины отрезка над размерной линией.

На оформление чертежа уходит достаточно много времени. Для того, чтобы было понятно, скажу: на вычерчивание задания на задней стороне листа (это в среднем 4-6 строк, содержащих в себе 20-30 букв, каждую из которых надо написать в соответствии с ГОСТ-ом определенным размером, формой, и углом) уходит в среднем от двух до трех часов! Конечно, если делать все самостоятельно и чертить с линейкой каждую букву! Стоит ли оно того? На мой взгляд, лучше потратить эти 2-3 часа не на оформление, а на само задание, чтобы как следует разобраться в нем.

Первый семестр изучения дисциплины «и.г.» посвящен именно правильному оформлению чертежей, и у первокурсников создается ложное впечатление о предметах «и.г.» и «н.г.», а именно, что их суть заключается в обучении человека работать с деталью в трех измерениях, умении перенести деталь на чертеж, развитии трехмерного мышления. Неправильное мнение прививается, отчасти, самими преподавателями, которые не рассказывают студентам о том, что сейчас ни один завод не примет прототип твоей детали, сделанный на бумаге, ни один!

В наше время все чертежи, которые используются в производстве, делаются в электронном виде, в специальных программах. Например, при разработке трафаретов, мы рисовали все символы в векторном виде в «CorelDraw».

Оформление в соответствии с нормативным документом – умирающая часть наук «и.г.» и «н.г.». На практике на бумаге делаются лишь наброски идей и эскизы.

Если бы С.П.Королев, основоположник советской космонавтики, вычерчивал все свои чертежи по ГОСТ-у самостоятельно, полетел бы в космос Гагарин 12 апреля 1961года?

Ошибочно думать, что плюс бездумной траты времени на «ГОСТ» - развитие моторики. Совершенствование навыков черчения будет происходить на протяжении всего курса дисциплин при выполнении самих заданий, а не только при их оформлении.

Повторюсь, в вузе преподаватели уделяют ГОСТ-у много внимания. Только что поступившие в университет студенты оказываются психологически подавлены, узнав о том, что буквально каждый миллиметр (а то и меньше) линии, оставленной от твоего карандаша на чертеже, должен соответствовать ГОСТ-у. А ведь за неверное оформление еще и снимают баллы, из-за недобора которых можно оставить мечту о дальнейшем обучении в вузе! Сколько студентов уходят в академический отпуск из-за несданных работ по «н.г.» и «и.г.»! Не все готовы мириться с заданными правилами, и часть студентов «хитрит». Например, чертят рамку не от руки, а в специальной программе – «AutoCAD».

Сейчас оформление «от руки» кажется чем-то нерушимым, но я убежден, что в будущем наши трафареты станут таким же помощником в работе над чертежами, как и рейсшина.

Исходя из этих представлений, мы приступили к созданию проекта под названием «Трафарет- актуальный помощник современного студента!»

Проектный подход к реализации бизнес-идеи предполагает создание команды. В нашем случае были объединены усилия двух людей. Функциональные обязанности распределились следующим образом:

Руководитель проекта – проводит маркетинговые исследования, разрабатывает обоснованную модель трафарета, осуществляет мониторинг изготовления и продаж.

Помощник руководителя проекта – разрабатывает экономическую часть проекта, определяет и обосновывает оптимальный диапазон цены на трафарет, выбирает изготовителя трафаретов, осуществлять мониторинг изготовления и продаж.

На рис. 1 представлен трафарет, разработанный нами.

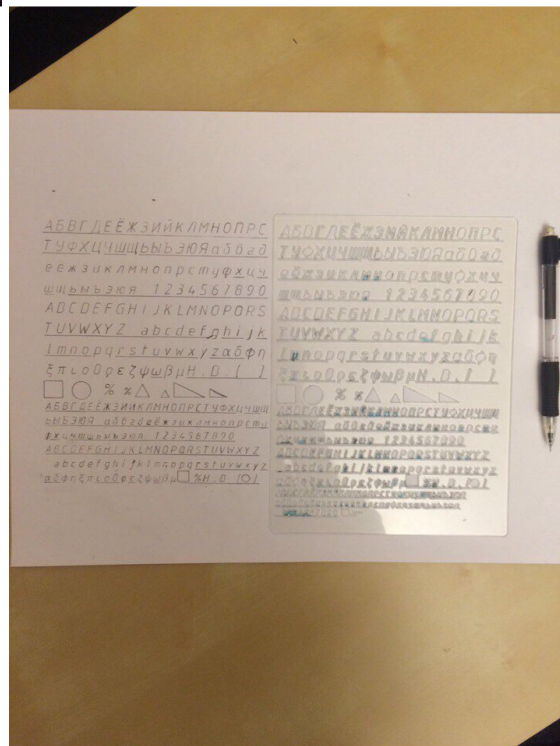
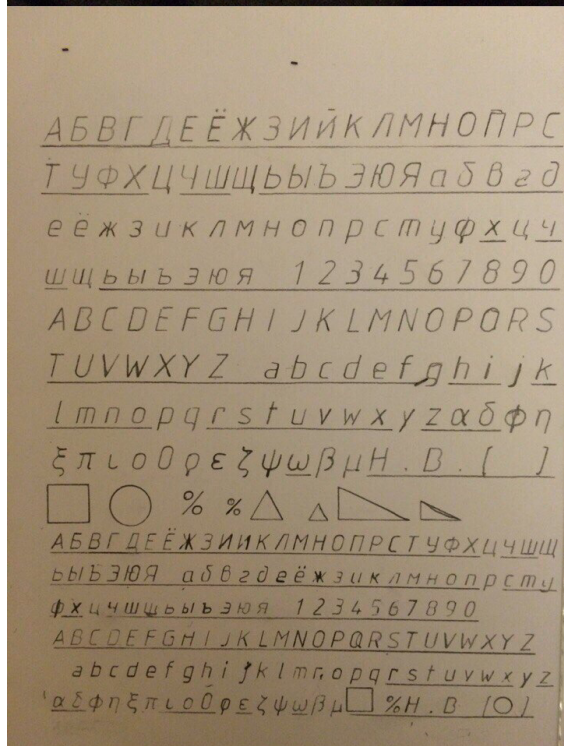
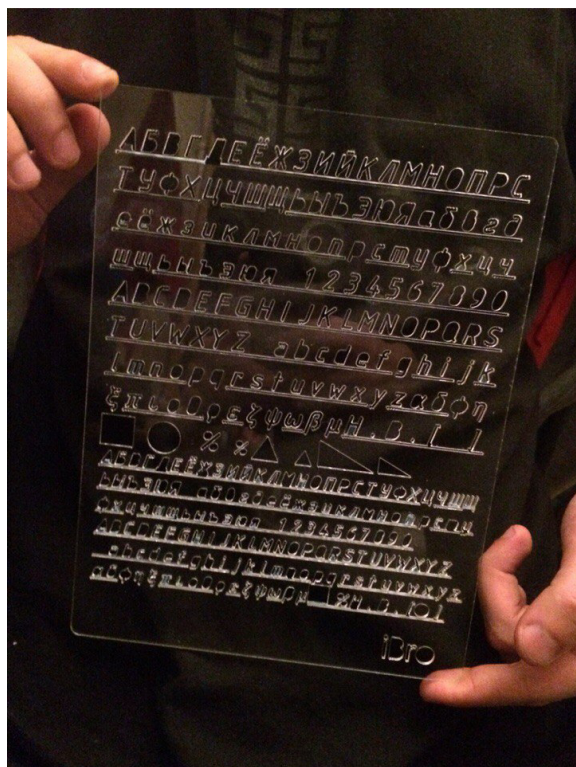


Рис. 1. Трафарет и результат его применения

Проект – уникальный процесс, состоящий из набора взаимосвязанных и контролируемых работ с датами начала и окончания, и предпринятый, чтобы соответствовать конкретным требованиям, включая ограничения по времени, затратам и ресурсам (ISO 10006:2005).

Характеристики нашего проекта:

- По длительности: краткосрочный (1-2 года);
- Тип проекта: смешанный;
- Вид проекта: комбинированный.

Любая деятельность строится на основе одного из методов менеджмента качества – цикла PDCA (рис. 2).

Методология PDCA (англ. «Plan-Do-Check-Act» - планирование-действие-проверка-корректировка) представляет собой простейший алгоритм действий руководителя по управлению процессом и достижению его целей. PDCA известен также как цикл Деминга (Эдвардс Деминг - американский учёный, статистик, консультант по менеджменту, «гуру» по качеству).



Рис. 2. Цикл PDCA (Деминга)

Цикл управления (PDCA) начинается с планирования. Первый этап - определения процессов, необходимых для достижения целей, поиск и распределение необходимых ресурсов. Второй этап - выполнение запланированных работ. Третий этап – проверка, то есть сбор информации и контроль результатов, выявление и анализ отклонений, установление причин отклонений. Цикл завершается этапом воздействия (управление, корректировка), на котором принимаются меры по устранению причин отклонений от запланированного результата, вносятся изменения в планирование и распределение ресурсов. Далее цикл повторяется. При выполнении основной деятельности цикл PDCA применяется с периодичностью циклов отчетности и планирования.

Определим этапы нашей работы, основываясь на цикле PDCA.

Р (стадия планирования):

1. Определение способа продажи трафаретов: разносная торговля (продажа товара с рук) или открытие ООО с последующим выходом на продажу в магазинах канцелярских товаров.

2. Выявление целесообразности продаж трафаретов в других технических ВУЗах, где есть «н.г.» и «и.г.», на основе анализа выгоды продаж трафаретов в МГТУ им.Н.Э.Баумана.

Д: Виды работы, реализуемой на этом этапе, будут отчасти соответствовать процессам, описанным в справочном руководстве к своду знаний (Body of Knowledge) по управлению проектами (руководство PMBOK- национальный стандарт США PMI PMBOK Guide).

В PMBOK описываются процессы управления проектами. Процессы разделены на пять групп:

- группа процессов инициирования;
- группа процессов планирования;
- группа процессов исполнения;
- группа процессов мониторинга и управления;
- группа завершающих процессов.

В рамках этих пяти групп реализуются до 44 процессов, которые относятся к 9 областям управления проектом (рис. 3). Процессы, относящиеся к базовым областям (управление содержанием, временем, стоимостью, качеством) реализуются практически в любом проекте, процессы остальных 5 областей (управление персоналом, коммуникациями, интеграцией, рисками, поставками) являются интегрирующими и реализуются не во всех проектах.

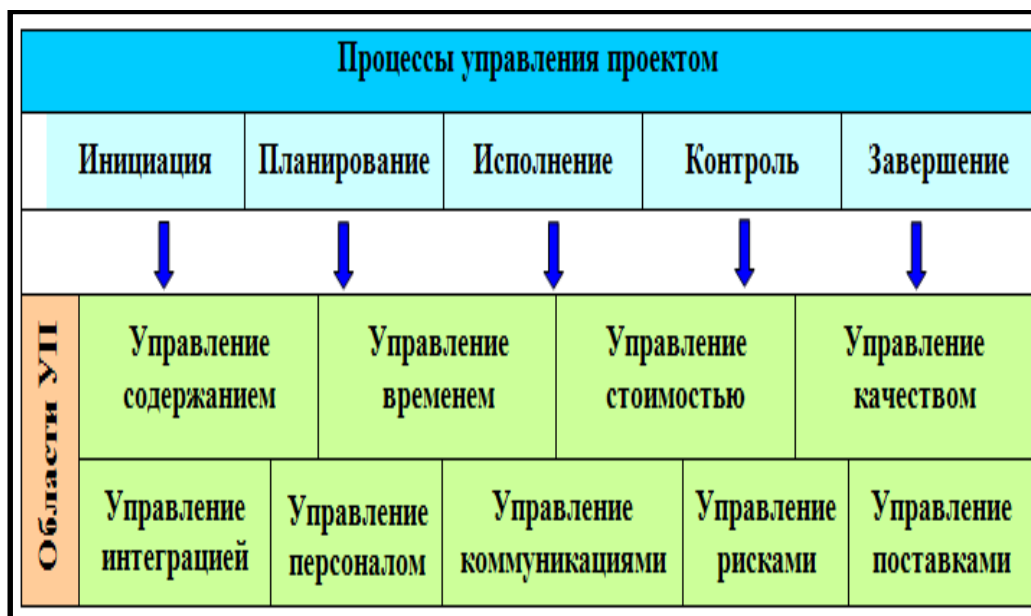


Рис. 3. Процессы и области управления проектом в соответствии с РМВОК.

В рамках осуществления нашего проекта названные процессы приобрели следующий вид (рис. 4).

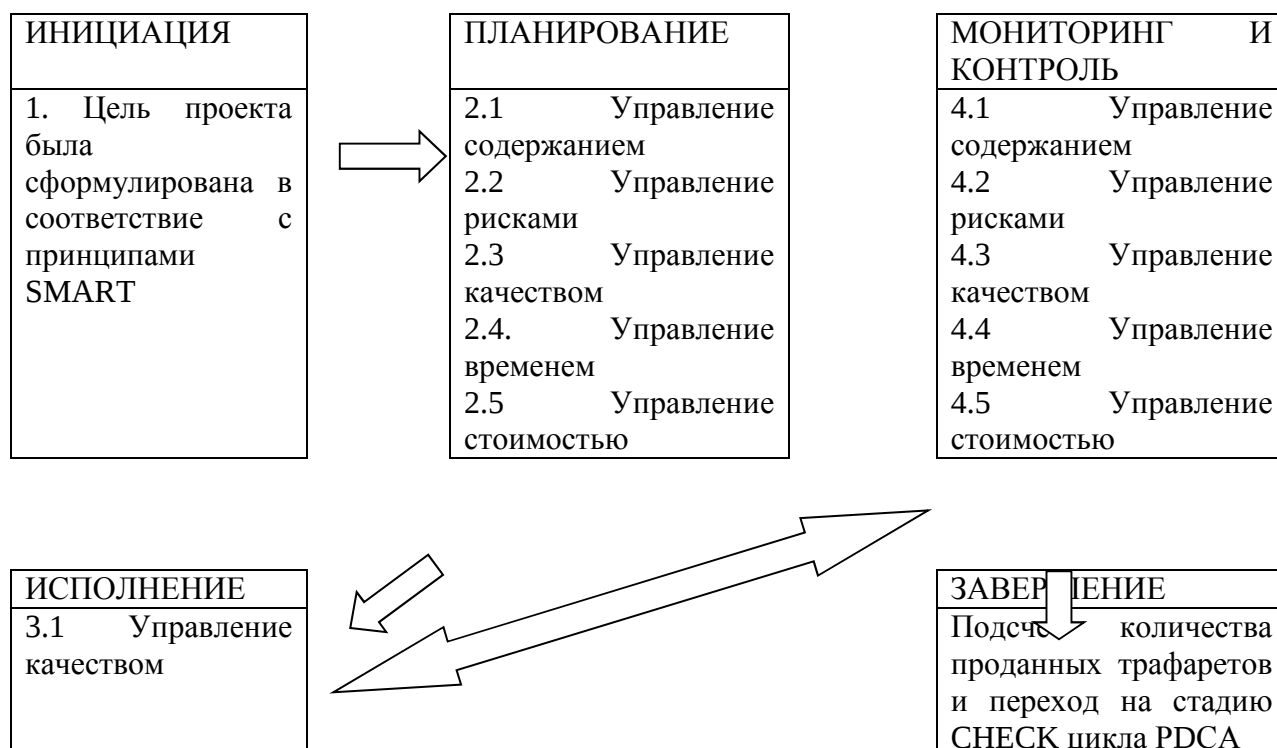


Рис. 4. Основные процессы проекта создания трафаретов

Рассмотрим названные процессы подробно.

Инициация проекта

Цель проекта была определена в соответствии с принципами SMART.

SMART - это мнемоническая аббревиатура, используемая в менеджменте и проектном управлении для определения целей и постановки задач. Расшифровка значения аббревиатуры дана ниже.

Расшифровка аббревиатуры SMART

Буква	Значение	Пояснение
S	конкретный (specific)	Объясняется, что именно необходимо достигнуть
M	измеримый (measurable)	Объясняется, в чем будет измеряться результат.
A	достижимый (attainable)	Объясняется, за счёт чего планируется достигнуть цели. И возможно ли её достигнуть вообще?
R	значимый (relevant)	Определение истинности цели. Действительно ли выполнение данной задачи позволит достичь желаемой цели?
T	соотносимый с конкретным сроком (time-bounded)	Определение временного промежутка, по окончании которого должна быть достигнута цель (выполнена задача)

S (Specific): Определение выгодности производства товаров «Трафареты ГОСТ-овских шрифтов»;

M(Measurable): Результат определяется количеством проданных трафаретов и полученной прибылью (в рублях);

A(Achievable): Достижение цели путем разработки продукта «Трафарет ГОСТ-овских шрифтов», его производства и организации продажи 100 штук трафаретов;

R(Relevant): реализуемые задачи не противоречат данной цели;

T(Time-bound): начало проекта - конец сентября, окончание проекта - начало декабря.

Таким образом, цель проекта: оценка выгоды с учетом разработки, изготовления и реализации трафаретов в количестве 100 штук; общая длительность проекта - 2 месяца; ожидаемая прибыль - 35 тыс. рублей.

Планирование проекта

В первую очередь мы выяснили актуальность осуществления проекта.

Для этого была:

➤ Выявлена потребность в ГОСТ-овских трафаретах русского, английского и греческого алфавитов путем анализа всех выполняемых студентами 1-ого и 2-ого курса работ по «н.г.» и «и.г.»;

➤ Выявлена потребность в нужных размерах шрифтов (7 и 5) путем анализа всех выполняемых студентами 1-ого и 2-ого курса работ;

➤ Выявлена потребность в специальных символах путем анализа всех выполняемых студентами 1-ого и 2-ого курса работ: «н.в.[]», «сфера», «квадрат», «уклон», «дельта», «прямой угол»;

➤ Выявлена потребность в трафарете линий под строками букв, обеспечивающих удобное написание букв под нужным углом;

➤ Определена целевая аудитория и процентное соотношение ее подгрупп путем анализ количества часов «н.г.» и «и.г.» у студентов, а также сложность оформления работ в разных семестрах и потребность студентов в трафаретах в разное время года:

➤ Определена эксклюзивность товара: аналогов в продаже не найдено.

➤ Сделан вывод об эксклюзивности товара относительно рынка канцелярских принадлежностей.

Затем были проанализированы возможные риски.

Реестр возможных рисков:

- низкие продажи;
- хрупкость трафарета в целом из-за подстрочных линий;
- несоответствие сделанных трафаретов ГОСТ-у;
- высокая для потребителя стоимость трафарета.

В рамках управления качеством были определены основные ключевые параметры трафаретов: хрупкость, соответствие сделанных трафаретов ГОСТ-у.

В рамках управления временем был использован один из методов сетевого планирования - диаграмма предшествования Ганта, позволяющая визуализировать выполнение задач в проекте, установить их последовательность и взаимосвязь (рис.5).

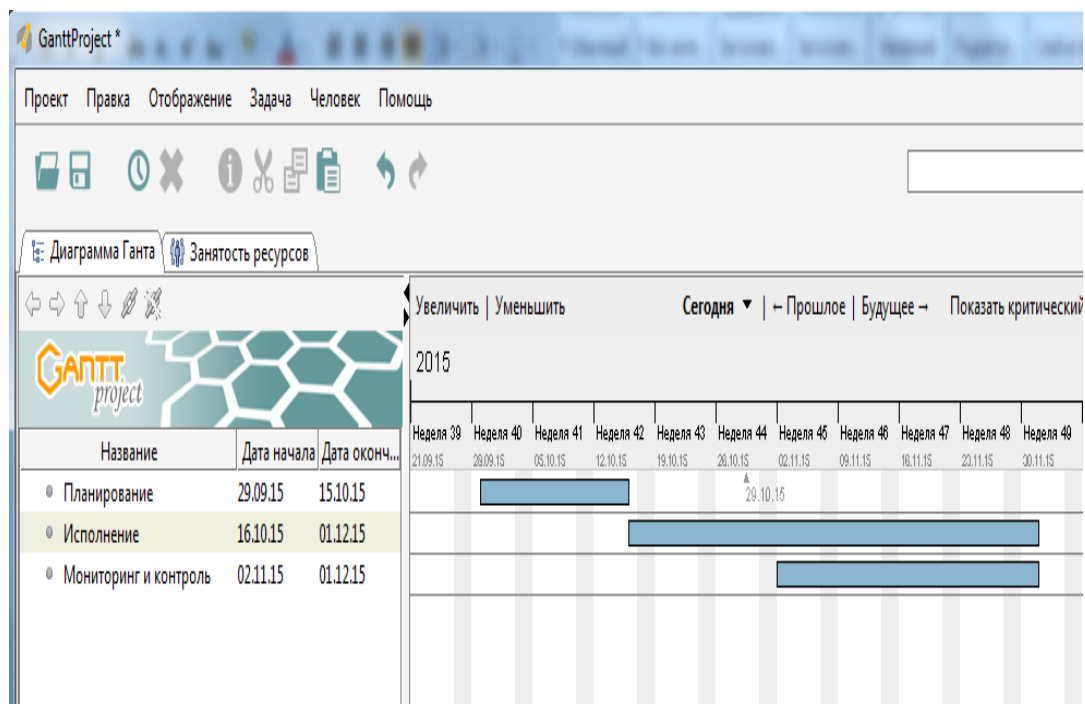


Рис. 5. Диаграмма предшествования Ганта.

В рамках определения стоимости была использована иерархическая структура работ (ИСР), а стоимость трафарета определялась «снизу – вверх». ИСР представлена на рис. 6.



Рис. 6. Расчет стоимости трафарета

На основании проведенного опроса студентов был определен оптимальный диапазон цены (рис. 7).

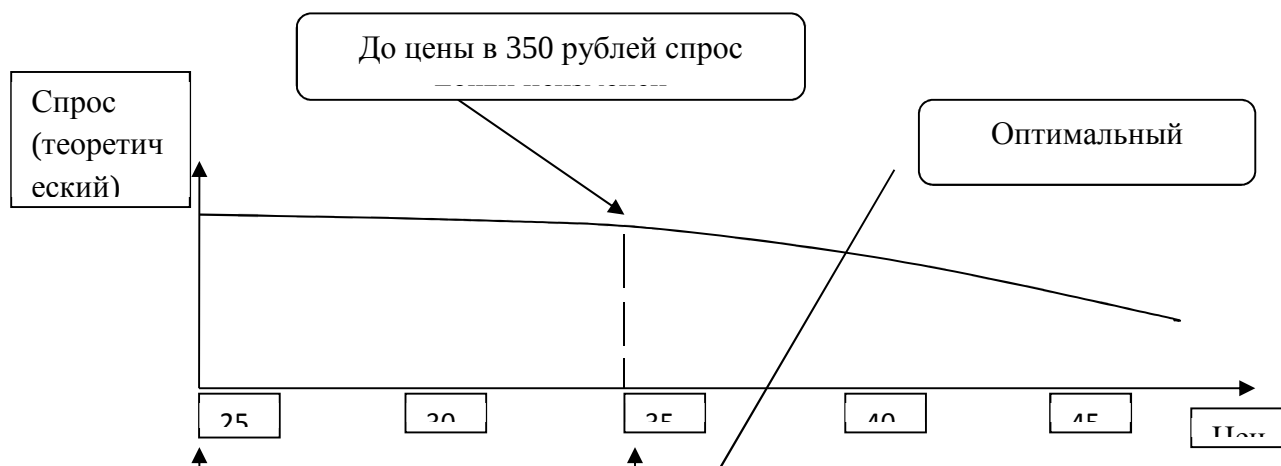


Рис. 7. Оптимальный диапазон цены

Исполнение, мониторинг и контроль осуществления проекта

На стадиях исполнения и мониторинга продаж была осуществлена проверка каждого трафарета на соответствие ГОСТ-у, выявлена хрупкость трафарета из-за подстрочных линий. Отказ студентов от покупки трафарета по причине высокой цены был крайне незначительным.

По результатам продаж трафаретов и подсчета отказов по причине «В начале учебного года купил бы» была составлена круговая диаграмма процентного соотношения потенциальных покупателей, представленная на рис. 8.

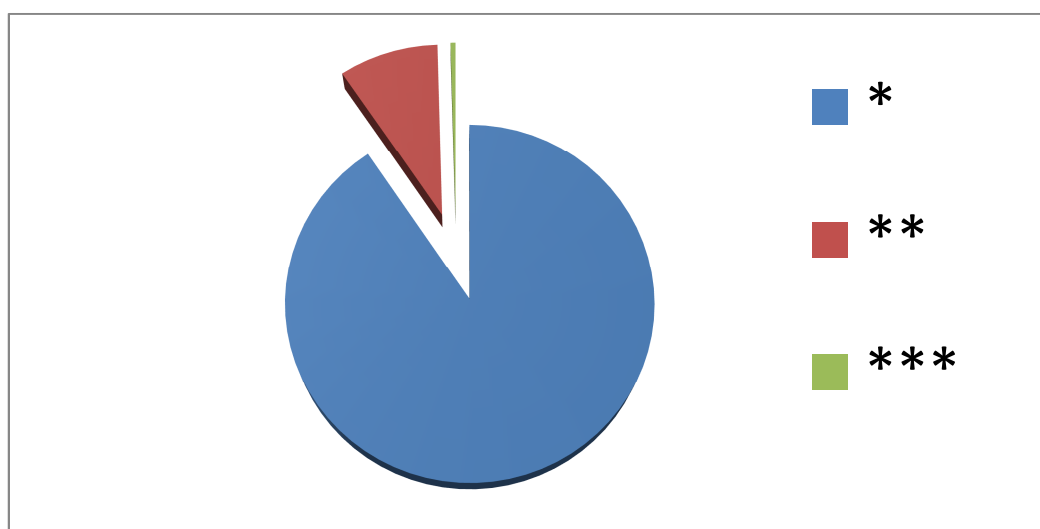


Рис. 8. Круговая диаграмма анализа продаж и потенциальных продаж

- (
- * - только поступившие первокурсники,
 - ** - студенты-первокурсники в период до сдачи первой сессии (до окончания дисциплины «н.г.»),
 - *** - студенты, сдавшие первую сессию и не закончившие 2-ой курс (до окончания дисциплины «и.г.»);

Теперь несколько слов о PR-компании:

Для продвижения товара на рынок нами была разработана рекламная программа, которая включила в себя:

- Создание своей группы в социальной сети «vkontakte»;
- Публикация рекламного поста в группе «Подслушано» университета;
- Реклама группы в диалогах групп факультета (в «vkontakte»).

В результате рекламной компании известность трафаретов среди студентов вуза стала практически мгновенной.

Завершение проекта

Подводя итог, проанализируем, что у нас получилось, а что нет.

1. В рамках индивидуальной предпринимательской деятельности за 2 месяца продаж было реализовано 50 трафаретов из 100 изготовленных.
2. Времени на изготовление было затрачено больше, чем мы предполагали. В результате этого интерес покупателей к трафаретам снизился, актуальность их приобретения пропала, так как первые два самые тяжелые месяца учебы прошли.
3. Себестоимость изготовления одного трафарета составила 150 рублей, суммарные производственные расходы составили 15тыс. рублей.
4. Выручка за 2 месяца составила 17 тыс. 500 рублей.
5. Ожидаемая прибыль в 35000 рублей не была получена. Однако удалось окупить первоначальные вложение (производственные расходы) и получить прибыль в размере 2 тыс. 500 рублей.
6. Разносная торговля (продажа «с рук») была признана оптимальной, создавать ООО – невыгодно: магазины не будут заинтересованы брать на реализацию трафареты из-за маленькой прибыли в связи с низким (относительно других канцелярских товаров) спросом.
7. Продавать трафареты в других технических вузах будет (с большой долей вероятности) выгодно.

Резюмируя вышесказанное, хочу сказать о своей уверенности в том, что, приобретя первый опыт предпринимательской деятельности, осознав риски и свои ошибки, мы сможем в будущем более уверенно разрабатывать и реализовывать новые бизнес-идеи!

Список литература

- [1]. Горфинкель В.Я. Организация предпринимательской деятельности: учебник. М.: Проспект, 2014. 544 с.
- [2]. Девлет-Гельды Г.К., Зайнитдинова Я.Р. Ценностные ориентиры студентов МГТУ им. Н.Э.Баумана // Гуманитарный вестник. МГТУ им. Н.Э.Баумана. Электр. журн. 2015. Вып.7. Режим доступа: <http://hmbul.ru/catalog/edu/hidden/274.html> (дата обращения 15.10. 2015).
- [3]. Самарина В.П. Основы предпринимательства: учебное пособие для вузов. 2-е изд. М.: Кнорус, 2013. 222 с.