

Как найти деньги

для вашего
бизнеса

Пошаговая инструкция
по привлечению
инвестиций

Олег Иванов



[Почитать описание, рецензии и купить на сайте МИФа](#)

Оглавление

Часть первая. Начинать бизнес на свои деньги или с инвестором?	11
Вступление. Зачем привлекать инвестиции в бизнес?	12
Глава 1. «Программист vs автомойка», или Для кого эта книга?	20
Глава 2. Стоп-кран, или Что удерживает типичного предпринимателя от бурного роста?	28
Глава 3. Фундамент инвестиционных переговоров и мотивы инвесторов	72
Часть вторая. Семь шагов привлечения инвестиций в бизнес-проект	89
Глава 4. Шаг 1. Оценка проекта. Стоит ли инвестировать в ваш проект?	90
Глава 5. Шаг 2. Где найти инвестора?	144
Глава 6. Шаг 3. Пакет документов. С чем идти на инвестиционные переговоры?	158
Глава 7. Шаг 4. Подготовка к встрече. С кем встречаться, а на кого не стоит тратить время?	183
Глава 8. Шаг 5. Как вести переговоры? Типы и этапы инвестиционных переговоров	211
Глава 9. Шаг 6. Юридическое оформление инвестиционной сделки	252
Глава 10. Шаг 7. Жизнь после сделки. Как не потерять деньги и защитить компанию?	274
Вместо послесловия. От грузчика до топ-менеджера, от наемного сотрудника до свободного предпринимателя	290
Благодарности	300
Список иллюстраций	301

*Посвящается моим папе и маме,
Виктору и Валентине Ивановым,
которые не щадили своей жизни
ради лучшего будущего для нас с сестрой*

Часть первая

Начинать бизнес на свои деньги или с инвестором?

Вступление

Зачем привлекать инвестиции в бизнес?

Итак, зачем привлекать инвестиции в бизнес?

Простой и одновременно сложный вопрос, не находите?

Для одних привлечение инвестиций — это сплошные возможности, которые поддерживают бурный рост проектов, экспансию, дают шанс представить свой бизнес миру. Для других инвестиции — сплошные риски: потеря контроля над компанией, дополнительный груз ответственности в мире неопределенностей, страх провала, образ опасного инвестора из 90-х, к которому придется постоянно ходить на поклон и с которым нужно будет согласовывать каждый чих.

Где же здесь правда?

Крайности приводят к нескончаемой веренице историй: ярких, страшных... и часто столь отдаленных от нашей жизни, словно они как бы и не имеют к нам отношения. Кто-то вообще считает, что предпринимательство — удел либо избранных, либо «покалеченных жизнью». Кто-то фонтанирует идеями, но так и не может ничего начать. Многие испытали серию провалов в предпринимательстве и пришли к выводу, что «бизнес — не мое, и слава богу, что начинал дело на свои деньги». Некоторые бросаются в бизнес как на амбразуру, хватаются за первые попавшиеся предложения партнеров и инвесторов, чем-то напоминая тинейджеров со спермотоксикозом, готовых в любой момент сорваться и помчаться на край света, если есть хоть малейший шанс интима. Но есть ведь и те, кто профессионально и планомерно выстраивает работу по развитию собственных бизнес-проектов. В чем их секрет?

Давайте оттолкнемся от того, что всем понятно: бизнес не может жить и развиваться без ресурсов.

Простая аналогия: каким бы красивым и дорогим ни был автомобиль, но с пустым баком, без капли топлива он никуда не поедет и будет просто стоять в гараже. Жизненный ресурс бизнеса, его мерило, его топливо — это деньги. И чем больше расстояния, которые способен преодолевать мощный автомобиль твоих идей, чем сложнее и амбициознее твои планы, тем больше денег тебе нужно. При этом деньги все время должны быть в движении, задавать бизнесу темп. Поэтому любой бизнес-проект начинается как минимум с расчета финансовых показателей, а как максимум — с привлечения денег. Продолжая нашу аналогию: начинаем мы всегда с расчета, сколько топлива нужно залить в бак, чтобы проехать выбранное расстояние. При этом опытные предприниматели давно уже избавились от иллюзии, что можно запустить успешный бизнес лишь на свои деньги. Почему? Потому что, даже если вы родились в состоятельной семье и вам удалось стартовать на средства родителей, рано или поздно вы как истинный предприниматель начнете заглядывать за все более и более далекие горизонты, замахиваться на все более и более крупные проекты. И потому однажды обязательно упретесь в стену, осознав, что даже всех ресурсов вашей состоятельной семьи не хватает на реализацию ваших новых затей. Не верите? Попробуйте создать на свои деньги Yandex или Facebook! Это невозможно! Каждый успешный предприниматель рано или поздно обязательно приходит к четкому осознанию того, что без привлечения сторонних инвестиций его бизнес не может продолжать бурно, динамично расти и что привлечение инвестиций — полноценная работа, входящая в круг функциональных обязанностей любого предпринимателя.

Вот тут-то мы сталкиваемся с одной из первых проблем. Где искать деньги — не совсем понятно.

В крупных компаниях этот вопрос традиционно хорошо проработан. Отлажены схемы взаимодействия с банками, работают фондовые биржи, на рынке обращаются векселя, облигации, к инвестиционной работе подключаются представители крупных национальных и международных фондов. О крупном бизнесе написаны десятки учебников. Другими словами, и информационное поле, и финансовая инфраструктура хорошо приспособлены под нужды крупных компаний.

С малым бизнесом дела обстоят сложнее. Финансовой информации в этом секторе мало, к тому же она обрывочна, а инфраструктуры привлечения

денег и вовсе почти не существует. Причем это характерно не только для России. Я часто бываю в других странах, в том числе за пределами бывшего соцлагеря, и всегда обращаю внимание на то, чем живет там малый бизнес. Удивительно, но ситуация везде примерно одинакова.

При этом в численном выражении малый бизнес парадоксальным образом достаточно велик. В России, например, зарегистрировано 5,6 млн субъектов малого предпринимательства. Это небольшие предприятия и фирмы, которые что-то производят, продают, перепродают, перевозят, принимают на работу сотрудников. К этой цифре стоит добавить и тех, кто часто остается вне бизнес-статистики. Я имею в виду людей, которые сами занимают себя работой, фрилансеров в разных профессиональных областях: психологов, коучей, менторов, репетиторов, дизайнеров, программистов. Все они тоже платят налоги, рискуют, напрягают силы.

5,6 млн субъектов малого предпринимательства, зарегистрированных в России, объединяют колоссальное количество людей! Всего в отечественном малом бизнесе трудятся около 16 млн человек, а это ни много ни мало более 25% занятых в экономике. Представляете? Каждый четвертый трудящийся в России работает в малом бизнесе!

И этот бизнес, как и любой другой, нуждается в деньгах и институтах поддержки, чтобы позволить предпринимателям выращивать свои компании.

В 2013 году Министерство экономического развития Российской Федерации рассчитало общую потребность малого бизнеса в деньгах. Она составила немалую сумму — 30 трлн рублей. Однако банки в том же году выдали малому бизнесу всего лишь 5 трлн рублей в виде кредитных продуктов. Возникает вопрос: где малому бизнесу искать недостающие 25 трлн, то есть более 83% от общей потребности в средствах?

Столкнувшись с банковской «правдой жизни», начинающий предприниматель первым делом пытается искать деньги через интернет. Он вводит в строку поиска нечто вроде «найти деньги», «инвестиции», «деньги для бизнеса» и начинает изучать информацию. Поначалу она даже внушает оптимизм. Оказывается, в помощь начинающему предпринимателю существуют акселераторы, инкубаторы, технопарки, фонды поддержки и даже «бизнес-ангелы».

Но по мере того, как новичок вникает в детали, выясняется, что вся означенная поддержка в основном рассчитана на бизнес-флагманов — высокотехнологичные проекты, связанные с интернетом, робототехникой, биогенетикой и прочими нано-, IT- и иже с ними инновациями.

Далее нашего предпринимателя ждет еще одно малоприятное открытие. Под часто встречающимся в интернет-ресурсах словом «фонд», декларирующим инвестирование в бизнес-проекты, скрывается одно из двух: либо фонды, инвестирующие только в инновации (и то, как правило, небольшие суммы), либо крупные фонды, которые инвестируют в солидные компании с чеком от 10 млн долларов и выше. Таким образом, ваш маленький, неинновационный стартап неинтересен ни тем ни другим.

Но ведь если мы говорим о реальном секторе российского малого бизнеса, то есть о той самой армии в 5,6 млн компаний, то, по данным Росстата, 50% из них относятся к сфере торговли, прозаическому «купи-продай», а еще почти треть, 32%, — это сервис и услуги, тоже далекие от высоких технологий. Таким образом, 82% всех ныне действующих малых предпринимателей просто остаются за бортом инвестиционной помощи. Ни одному акселератору, технопарку или фонду неинтересно вкладывать деньги в лавки, мастерские, кафешки, шиномонтажи, мойки и всякие прочие салоны красоты с детскими центрами.

Если же говорить о государственной поддержке малого бизнеса, то лично мне не удавалось добиться ее ни разу. В свое время я сам как предприниматель подавал заявки. Но то ли что-то не так делал, неправильно заполнял, то ли неясно формулировал — денег в итоге так ни разу и не увидел. Однако объективности ради скажу, что знаю людей, которые подобную помощь получали. Правда, существующие масштабы господдержки, конечно же, не покрывают (если откровенно — и не должны покрывать!) всех потребностей малого бизнеса. Здесь должны работать рыночные механизмы.

Так где же все-таки искать деньги?

Известен зарубежный принцип привлечения первых инвестиций, в просторечье именуемый практикой «три F» — friends, family, fools. Или, как это переводится применительно к России, «семья, друзья и добрые дяди». Этот источник активно у нас работает. Важно ведь понимать, что в то самое время, когда предприниматели ищут и не находят деньги, огромное количество людей не знают, куда эти деньги девать. Дабы не быть голословным, приведу статистику (актуальную на момент публикации этой книги), которую вы в любой момент можете перепроверить. Достаточно зайти на официальный портал Центрального банка Российской Федерации в раздел «Статистика» (www.cbr.ru/statistics), чтобы увидеть следующие ошеломляющие факты: в России более 30 млн физических лиц держат на своих банковских счетах внушительную сумму в размере — внимание! — 23 000 000 000 000 рублей.

Тем, кто не умеет быстро считать нули, подсказка: это 23 триллиона рублей! Не миллиарда, а триллиона! Чтобы вы яснее осознали масштаб «бедствия», скажу: приведенные цифры соизмеримы с годовым бюджетом некоторых европейских держав! И эти деньги просто лежат на банковских счетах или депозитах, даже не окупая инфляцию. А теперь попробуйте себе представить, какую сумму нужно прибавить к 23 триллионам, чтобы учесть еще и всю наличность, деньги в сейфах, ячейках, офшорах?

Отчетная дата	Средства клиентов, всего		Из них:			
	в рублях (млн руб.)	в иностранной валюте и драгоценных металлах (млн руб.)	депозиты юридических лиц**		вклады (депозиты) физических лиц	
			в рублях (млн руб.)	в иностранной валюте и драгоценных металлах (млн руб.)	в рублях (млн руб.)	в иностранной валюте и драгоценных металлах (млн руб.)
01.08.2016	33 053 178	17 830 642	7 639 472	4 695 342	17 209 103	6 355 935
01.09.2016	33 300 947	17 334 112	7 832 113	4 525 239	17 235 622	6 174 715
01.10.2016	33 879 190	16 899 985	8 233 462	4 352 139	17 314 172	6 093 777

И ведь сам по себе этот факт неудивителен, потому что, к сожалению, уровень инвестиционного образования населения в нашей стране еще достаточно низок. Впрочем, как и в других странах.

Практически у каждого из нас есть счет в банке. Кто-то даже открывает депозиты. При этом мы с вами самые обычные люди. Просто на кого-то свалилось наследство, кто-то получил бонусы на работе, кто-то продал квартиру или дачу, кто-то, будучи предпринимателем, провернул успешную сделку и остался в прибыли. Так что теперь делать с этим богатством? Ведь мы же знаем, что деньги должны работать... Причем каждый день, чтобы инфляция их не съела.

Фондовый рынок с акциями и облигациями для большинства из нас темный лес. В ПИФы (паевые инвестиционные фонды) многие уже тоже наигрались до 2008 года, потеряв на этом состоянии. Казиноподобные FOREX-площадки серьезные инвесторы тоже обходят стороной. Долгое время одним из самых понятных инструментов инвестирования считались вложения в недвижимость. Кийосаки с его «денежными потоками»* подпитывал мечту каждого среднестатистического жителя планеты — купить

* Роберт Тору Кийосаки (род. 8 апреля 1947 года) — американский бизнесмен (чистая стоимость активов оценивается в 80 млн долларов), инвестор, педагог, мотивационный спикер, финансовый обозреватель. Является основателем Rich Dad Company — частной образовательной компании, предлагающей обучение в области личных финансов и бизнес-образование. Создатель игры Cashflow («Денежный поток») и онлайн-игры для обучения взрослых и детей финансовым и бизнес-понятиям. Автор более 26 книг, в том числе международного бестселлера «Богатый папа, бедный папа», написанного в соавторстве с Шэрон Лектер. Книги Кийосаки переведены на 51 язык, общий объем их продаж в 109 странах мира — более 27 млн экземпляров. *Прим. ред.*

недвижимость, чтобы сдавать ее внаем и жить за счет пассивных доходов, радуясь постоянному росту этой недвижимости в цене. Считается ведь, что недвижимость всегда должна расти в цене. Должна! На деле же и здесь многих подкарауливают сюрпризы. Миллионы людей до сих пор ждут своих недостроев. Историй с покупкой объектов, которые невозможно продать из-за низкой ликвидности, сотни тысяч: активы есть, а денег нет. Или же наши сбережения размываются массовым падением стоимости жилья из-за очередного кризиса. В итоге мы начинаем понимать, что мало заработать деньги — их еще нужно уметь сохранять, а в идеале и зарабатывать на них. А для этого приходится погружаться в детали инвестиционных инструментов, разбираться в них, учиться использованию, практиковаться. Чтобы осваивать эти новые знания, нужны время и желание.

Большинство же держателей денег, как правило, слишком загружены собственными делами. У них катастрофически мало времени на то, чтобы детально разбираться, как лучше всего поступить с накоплениями. Поэтому, как правило, и отдается предпочтение размещению денег в более-менее надежном финансовом учреждении по принципу «не слишком выгодно, зато сохранно». Вкладчики держат деньги в банках по явно нерыночным ставкам депозитов. Проценты не окупают даже инфляции.

А ведь можно было бы инвестировать в малые компании. Но тут к привычке идти с деньгами прямиком в банк и отсутствию знаний добавляется недоверие. Рынок не прозрачен, поэтому ему не доверяют. Ты не знаешь, кто перед тобой: шарлатан или надежный предприниматель, который вернет тебе деньги, да еще и с прибылью. В некоторых странах о любом предпринимателе, малом или крупном, есть данные в единой базе с различными блоками информации, рейтингами, баллами. Финансовая история каждого доступна, ее всегда можно найти. В таких условиях выбрать объект для инвестирования значительно легче. Однако стран с такими прозрачными базами данных — единицы. В остальном мире, равно как и в России, любой «деловой человек» может однажды просто исчезнуть, перестав отвечать на электронные письма и телефонные звонки, затеряться вместе со своим небольшим бизнесом (и вашими деньгами!) на просторах нашей необъятной родины.

В итоге мы видим, с одной стороны, колоссальное количество предпринимателей, остро нуждающихся в финансах, а с другой — уйму свободных денег, достаточных, чтобы финансировать целые государства. Причем, как ни странно, статистика опять же играет на стороне малого бизнеса: 5,6 млн действующих предпринимателей против 30 млн физических лиц

с депозитами в банках. Другими словами, на одного предпринимателя у нас теоретически приходится до шести инвесторов!

Свободных денег значительно больше, чем проектов
и команд, которые с этими деньгами способны сделать
что-то толковое

Понятно, что суммы бизнесу требуются разные и статистику тоже можно трактовать по-разному, однако в одном приведенные цифры не оставляют сомнений: свободных денег значительно больше, чем проектов и команд, которые с этими деньгами способны сделать что-то толковое. Любой бывалый предприниматель знает это по собственному опыту. После того как он успешно реализовал один проект, второй, третий, к нему выстраивается очередь инвесторов. И предприниматель начинает понимать, что теперь уже он выбирает инвестора, а не наоборот.

В этой книге я расскажу, как за считанные недели превратиться в такого предпринимателя. Предпринимателя, который сам выбирает, с каким инвестором ему работать, а с каким нет.

Я сам прошел весь описанный выше нелегкий путь начинающего предпринимателя. На заре запуска первых самостоятельных проектов мне пришлось оббегать десятки банков, более 200 инвестиционных фондов и несколько площадок государственной поддержки. И ни в одном из этих мест я не получил ни копейки. А вот после запуска и удачной продажи проекта энергетического напитка Tornado, который занял пятое место по доле рынка после таких компаний, как Coca-Cola, PepsiCo, Red Bull и «Балтика», в категории энергетических напитков, мне удалось только в свои проекты привлечь более 90 млн долларов. И все эти инвестиции были от частных лиц.

С 2013 года я превратил свой личный опыт привлечения инвестиций в методологию, благодаря которой через проекты «БизнесЛифт» и InvestBazar к 2016 году помог более 300 проектам из разных стран привлечь более 1 млрд рублей инвестиций. Причем все эти инвестиции были получены так или иначе от частных лиц (ни одного банка, ни одного фонда, ни одного инструмента господдержки).

Эта книга — попытка пролить свет на решение стоящей перед многими предпринимателями задачи привлечения инвестиций в свой бизнес и представить четкий механизм пошаговых действий по поиску инвестора в своем городе и вовлечению его в обычный, не инновационный, а вполне традиционный бизнес-проект. Сразу оговорюсь: ни в коем случае не претендую на обладание

абсолютной истиной, я рассказываю лишь о собственном опыте и практике тех сотен проектов, которые с 2013 года, используя нашу методологию, привлекали и продолжают успешно привлекать комфортных для себя инвесторов и развивать свои — неважно, яркие или скучные — бизнес-проекты.

Мы говорим об инвестициях в малый бизнес, поэтому структуру книги представим следующим образом.

В первой части обсудим наше видение возможностей в малом бизнесе и то, на чем, по мнению команды InvestBazar, стоит делать акцент как предпринимателям, так и инвесторам. Так как инвестиции любят рост, мы пройдемся по основным барьерам, сдерживающим развитие практически каждого предпринимателя, с акцентом на тех областях, изменения в которых подвластны ему самому. Затем перейдем к фундаменту любой инвестиционной сделки и поговорим о мотивах инвесторов, о том, почему инвесторы вообще вкладывают деньги в бизнес-проекты.

Далее, во второй части, разберем каждый из семи шагов привлечения инвестиций. Начав с оценки проекта, поиска инвесторов и подготовки пакета документов для инвестиционных переговоров, дойдем до этапов инвестиционных переговоров, нюансов юридического оформления и жизни после инвестиционной сделки, то есть того, как не потерять деньги и защитить компанию.

В каждой главе вы найдете не только детали пошагового алгоритма привлечения инвестиций, но и конкретные инструменты, которые помогут вам на этом пути, включая различные чек-листы, шаблоны, финансовые модели, образцы документов и презентаций. Часть из этих материалов вы при желании сможете скачать по представленным в книге гиперссылкам. Помимо этого, вы познакомитесь с некоторыми реальными историями резидентов InvestBazar, которые на своих примерах продемонстрируют вам результаты применения или неприменения тех или иных практик в бизнес-проектах.

Надеюсь, эта книга поможет вам освободиться от мифов, сдерживающих ваш рост, научит, как превратить идеи в конкретную практику, избежать лишней суеты и сэкономить усилия, найти нужные ресурсы и общий язык с инвесторами и партнерами.

Удачи вам в вашем интересном предпринимательском путешествии!

*Искренне ваш,
Олег Иванов*

Глава 1

«Программист vs автомойка», или Для кого эта книга?

- Технологии vs реальный бизнес: где сейчас есть реальные деньги?
- Кому дано быть предпринимателем?
- Типичные мотивы предпринимателей, или Зачем мы запускаем свой бизнес?

Последние несколько лет вокруг предпринимательства не утихает медиа-шумиха. Информационное пространство просто заполнили разговоры об инновациях, IT, уникальных технологиях. Строятся огромные технопарки, появляется все больше и больше бизнес-акселераторов. Представители власти то и дело разрезают алые ленточки у входа в красивые современные здания. Ранее никому не известные люди дают умные комментарии на набирающих популярность бизнес-порталах и в бизнес-прессе. Проводятся красивые масштабные бизнес-конференции, заполняющие все мыслимые социальные сети хештегами с фото. На встречи со звездами Кремниевой долины собираются толпы в ожидании открывающих бизнес-чакры инсайтов. Тут и там мелькает информация о молодых (и не очень) успешных бойцах предпринимательского фронта, обогатившихся за счет купонаторов, игр, мобильных приложений, околобанковских услуг и т. д., и т. п. Налицо колоссальный рост предпринимательско-инвестиционной активности.

С другой стороны, все больше и больше людей начинают задумываться над тем, какова польза для экономики от всей этой тусовки студентов-хипстеров в обтягивающих джинсах, с айпадами и смузи. Стартапы — это, конечно, неплохо, но давайте ответим себе на несколько вопросов. Кто уже сейчас создает продукт, востребованный рынком? Кто платит налоги, за счет которых содержатся наши бюджетники — учителя, медики, соцработники?



Кто обеспечивает занятость миллионам и миллионам работоспособных людей, позволяя им кормить семьи, одеваться, учиться, путешествовать? Кто дает все это экономике? Причем не в будущем, когда что-нибудь авось да получится, а уже сейчас?

На фоне информационной шумихи вокруг стартапов традиционный малый бизнес обделен вниманием и... живет своей жизнью. Что же это такое — традиционный малый бизнес? Повторюсь, что, согласно данным Росстата, в нашей стране зарегистрировано 5,6 млн субъектов малого предпринимательства, дающих рабочие места каждому четвертому работающему россиянину. Уже сейчас! Эти самые субъекты — не те, кто сидит дома и рисует слайды с финансовыми моделями. Не те, кто бегаёт по стартап-тусовкам и презентует свои проекты в надежде получить первые инвестиции, чтобы хоть что-то начать. Не те, кто тратит свое время, ничего не производя, кроме планов на бумаге. Не те, кто неспособен создавать экономику и финансовые транзакции каждый день. Тогда кто же они? Кто он — предприниматель из реального сектора?

82% малого бизнеса занято в торговле и секторе услуг. Звучит не очень эффектно, не слишком современно, не бог весть как модно. Но давайте покопаемся в деталях. Что такое торговля? Кто, к примеру, продает нам одежду — от детской до взрослой? Или еду и напитки, если исключить горстку федеральных сетей и обратить внимание на сотни тысяч магазинов, ларьков и интернет-площадок? Кто поставляет нам запчасти для ремонта автомобилей, бытовой техники, велосипедов, колясок и т. п.? Кто делает мебель, шьет одеяла, шторы? Кто радуется наших детей игрушками?..

Если же углубиться в сектор услуг, нарисуются еще более многокрасочная картина. Мы увидим миллионы медицинских клиник (с услугами от стоматологии до МРТ и пластической хирургии), образовательных учреждений (детские центры, частные школы и сады, языковые курсы, тренинг- и коучинг-центры), здесь же автомобильные услуги (ремонт, мойка, шиномонтаж, эвакуация), объекты сферы красоты (парикмахерские, спа-центры, массажные салоны), спортивные учреждения (фитнес, прокат, реабилитационные центры), предприятия общественного питания (рестораны, кафе, столовые, бары), частное строительство и ремонт, профессиональные услуги (юристы, психологи, коучи, переводчики, тренеры, медики)...

Забавно было то и дело слышать из уст некоторых официальных лиц государства в непростой для всех нас период 2014–2016 годов, что малого бизнеса в стране *нет*. А что если действительно представить себе такое? Вообразить на секунду, что все малые предприниматели, которых якобы не существует, действительно, как в небезызвестном романе Айн Рэнд «Атлант расправил

плечи», вдруг исчезли по всей стране? В один день! Что будет со всеми нами? Кто завтра будет нас лечить, кормить, обучать, охранять, одевать, стричь, делать нам ремонт? Кто? Государственные корпорации? Крупные международные компании? Серьезно?! Госкомпании и международники станут заниматься шиномонтажками и парикмахерскими в каждой подворотне? Если у кого-то еще теплятся иллюзии, что такое в принципе возможно, давайте попробуем подкрепить это примером хотя бы одной страны мира, где подобная система эффективно работает. Вряд ли нас ждет удача в поисках такого примера.

Ничего удивительного. В любой стране малый бизнес традиционно занимает ниши, которые государству и крупному бизнесу недоступны или неинтересны. Так было, есть и будет. Малый бизнес — это тихая гавань, которая при правильном управлении способна переживать любые шторма, сотрясающие макроэкономику. Можно продолжить эту параллель со стихией. Когда поверхность океана бушует — тонут корабли, разрушаются береговые укрепления, происходят трагедии, — на дне морском мало что напоминает об этой драме. Более того, все, что сломалось или сгнуло с поверхности, идет ко дну на радость его обитателям, знающим, что делать с этими обломками.

Вспомним уже набившее оскомину определение кризиса как времени «не только проблем, но и возможностей». Так вот, у малого бизнеса возможностей всегда больше, чем у крупного. Пока ты малый, у тебя безграничные и понятные возможности для кратного роста. Все же просто. Смотри на крупных собратьев и либо копируй их, либо делай лучше. Но как только ты сам стал крупным — начинаешь уже упираться в «стеклянные потолки» ограничений: государственное регулирование, глобальную конкуренцию, покупательную способность населения и прочие макроэкономические тренды. Однако достичь до столь крупных размеров не каждый способен, да, откровенно говоря, не каждый и хочет.

В сухом остатке мы видим огромную армию людей, уже сейчас существенно влияющих на экономику страны и, что критически важно, не имеющих реальных ограничений для роста. Давайте попробуем представить, что будет с экономикой, если к рядам уже действующих 5,6 млн предпринимателей примкнут еще и миллионы студентов-выпускников и нынешних наемных работников? И что будет, если каждый предприниматель, преодолев свои страхи, лень, отсутствие знаний, хотя бы удвоит показатели собственной экономической деятельности?

Тут мы ступаем на опасную территорию «если бы да кабы», которая одних мотивирует к действиям, а для других является удобным аргументом, чтобы оставаться на месте и ничего не менять. Если бы все вдруг стали

предпринимателями... Такое в принципе возможно? Кто такой предприниматель вообще? Что за человек? И что такое предпринимательство? Совокупность качеств, которые можно в себе воспитать? Или магическое нечто, которое дается от рождения, определяется семьей или генетическими особенностями? Как получается, что предприниматель все-таки запускает свой бизнес?

На сей счет существует множество исследований и мнений. Кто-то считает, что лишь 2% людей способны быть предпринимателями (кто-то повышает эту долю до 6%), остальным, мол, лучше на эту стезю даже не ступать. А некоторые исследователи, наоборот, утверждают, что любые навыки, особенно предпринимательские, можно с успехом взрастить и воспитать в себе.

В свое время мне на глаза попались черновики исследований, которые проводились среди студентов и выпускников Российской академии народного хозяйства и госслужбы при активном участии декана факультета международного бизнеса и делового администрирования Института бизнеса и делового администрирования (ИБДА) профессора Ирины Владимировны Колесниковой. Это статистическое исследование вскрыло интересную закономерность: в предпринимательство, как правило, идут те, у кого в биографии присутствуют два фактора.

Первый из них — это **семейный предпринимательский опыт**. Кто-то в роду — родители или родственники ближнего круга — занимался предпринимательством. Дети, которые росли с пониманием того, что в их окружении кто-то работает на себя, вполне осознавали, что такое возможно и ничего непреодолимого в этом нет.

А вот второй фактор, на удивление, относится исключительно к сфере эмоционально-психологической. Практически каждый **предприниматель** так или иначе **гордится своей семьей, своим родом**. И это не означает, что в семье идеальные отношения между родственниками. Более того, в ней могут не прекращаться неразрешимые конфликты. Однако, несмотря на все сложности и расхождения, предприниматели с глубоким уважением относятся к своим корням.

Согласно упомянутому исследованию, при множестве других факторов эти два (семейный предпринимательский опыт и гордость за семейные корни) обязательно прослеживались среди предпринимателей.

Другими словами, исследование доказывает, что у «избранных» предпринимчивых 2% (или 6%) человечества обязательно есть корни. При этом я искренне верю, что предпринимательство имеет глубокие корни в *каждом* из нас! Ведь исторически предприниматель — это обычный ремесленник, каковые существовали еще тогда, когда люди жили общинами. Пекари,

рыбаки, охотники, плотники... Как они появлялись? Самые первые, скорее всего, начинали заниматься ремеслом, потому что у них это получалось лучше, чем у других, а значит, нравилось им больше всего. Затем навыки стали передаваться потомкам или подмастерьям. В период натурального хозяйства одни продукты ремесла обменивались на другие, потом в обмене стали участвовать деньги... В общем, никакой «избранности».

Предпринимательство имеет глубокие корни в каждом из нас.

У каждого в роду были ремесленники: пекари, рыбаки, плотники и т. п.

Если заглянуть поглубже в генеалогию каждого из нас, то наверняка в роду обнаружится какой-нибудь ремесленник. А это значит, что ген предпринимательства есть в крови и поколенческом опыте любого из нас. Просто надо найти то самое «ремесло», которое будет максимально понятным и в процессе занятия которым будешь получать наибольшее удовольствие и испытывать гордость.

И вот здесь мы переходим к важному вопросу: *зачем* предприниматель начинает свой бизнес-проект? Какие мотивы подвигают его запустить то или иное предприятие?

Принято выделять шесть главных мотивов запуска проектов предпринимателем. Впрочем, можно сказать, что эти же шесть мотивов подвигают нас заниматься практически всем в жизни.

- 1. Безопасность.** В небезызвестной пирамиде потребностей безопасность является основой всего. Мы не хотим, чтобы нам что-то угрожало, ищем комфорта — крова над головой, наполненного желудка и тепла. На языке бизнеса это означает: я хочу заниматься предпринимательством, потому что полагаться на себя безопаснее. Если я работаю на дядю, меня могут уволить, понизить зарплату, да и вообще, у такой работы есть потолок, ограничение, больше которого я никогда не получу. Похожая ситуация и с госслужбой. Состояние там сложно скотлотить, если придерживаться правил. Если же ты предприниматель, то с гораздо большей вероятностью можешь заработать, сколько бы тебе ни было нужно, иметь более комфортный график жизни, управлять своим временем. Безопасность заключается в том, что ты сам контролируешь свою жизнь.
- 2. Разнообразие.** Нередко приходится слышать от наемных работников, что хождение на работу сравнимо с цирком: ты, как пони, бегаешь по одному и тому же кругу должностных обязанностей, показывая изо дня в день одни и те же трюки. Если же ты предприниматель, то по мере

делового роста с тобой всегда случается нечто новое. В экономике ведь все время что-то происходит, даже в кризис. Вокруг тебя постоянно разнообразие — новые бизнес-идеи, партнеры, клиенты, конкуренты. Такие синусоиды, конечно же, кого-то изматывают, но кто-то получает от этого и огромный заряд энергии, воодушевление. Это как прыжки с тарзанкой или парашютом: кого-то они пугают до оцепенения, так, что не возникает желания даже приблизиться к этому опыту, а кто-то прыгает и получает ни с чем не сравнимое удовольствие. Если у тебя как предпринимателя получился один проект, потом второй... что будет дальше? Ты будешь делать проект за проектом, и каждый последующий — все интереснее и интереснее, разнообразнее и разнообразнее.

- 3. Признание и уважение.** Здесь все очевидно. Априори предприниматель, который зарабатывает, допустим, 100 000 рублей, и наемный работник с таким же доходом находятся в совершенно разных социальных слоях и на совершенно разном уровне развития. Разница между ними — в количестве навыков, которые нарабатывает предприниматель, уровне ответственности, результатах. При всех предубеждениях нашей культуры предприниматель в сухом остатке воспринимается социумом с большим уважением, нежели наемный сотрудник с тем же уровнем доходов. У наемника — уважение коллег и руководства. У предпринимателя — уважение клиентов, которые выражают свое признание деньгами за продукт или услугу. Это высшая мера признания.

Я бы даже не побоялся назвать предпринимательство самым благодарным видом творчества. В нем оценка твоих усилий происходит максимально быстро и просто. Неважно, кто что скажет, как твой труд оценят на словах! Ты что-то создал, и за это люди тебе либо платят, либо нет. Если нет — ты просто перестаешь заниматься этим и начинаешь создавать что-то другое.

- 4. Причастность к чему-то важному.** Например, ты создаешь биоэкологичные продукты питания вместо суррогатов. Или технику на солнечных батареях. Или что-то, что поддерживает мам и детей. Или пространства, где не курят и не пьют. Помимо того что ты зарабатываешь на этом деньги, ты еще и служишь какой-то важной — причем не только для тебя — идее, глобальному тренду. И делая свое дело, выходишь за его пределы, чувствуешь сопричастность к чему-то большему.
- 5. Личностный рост.** Выращивая свой проект, ты растешь и себя, осваиваешь новые навыки, поднимаешься на новые ступени. Однажды мы

разговаривали с одним начинающим предпринимателем. Мы предлагали ему: «У нас есть ресурсы, чтобы укрепить тебя финансово. Если мы станем партнерами, ты будешь расти кратно, более того, круг людей вокруг тебя расширится, появятся партнеры...» Он долго раздумывал, а потом ответил: «Не хочу вас обидеть, но мне важно, чтобы в своем бизнесе я развивался сам. Мне самому хочется делать ошибки, находить решения и учиться новому. Поэтому я, пожалуй, откажусь». Мотив собственного роста внутри своего бизнеса оказался для него более важным, чем возможность быстрого роста как проекта, так и финансового состояния. Само по себе это не хорошо и не плохо. Отлично, что предприниматель ясно осознает истинные мотивы, которые им движут.

- 6. Вклад в других.** Понимание того, что ты сделал для людей что-то полезное — вкусно накормил, научил новым методикам преподавания, построил красивый дом, починил машину, сделал замечательную прическу, снял боль в спине, — становится ключевым критерием, отправной точкой, от которой могут выстраиваться остальные бизнес-процессы, выставляться показатели эффективности, формироваться финансовые потоки.

Что является вашим мотивом? Что сейчас движет вами? Мотивы сами по себе не могут быть хороши или плохи, лучше или хуже. Тот, кого двигает вперед потребность в собственном развитии или вклад в других, не выше того, кто борется за финансовую независимость или ищет признания. Важно четко осознавать именно свой драйвер и именно сейчас. Тогда многое в жизни становится на свои места.

Возвращаясь к предпринимательству, к пониманию того, что предпринимательская жилка есть в каждом, а мотивы для запуска бизнес-проекта ничем не отличаются от мотивов, которые движут практически всем в нашей жизни, что возможности кратно роста в любом малом бизнесе продолжают ждать любого из нас, невольно приходишь к вопросу: почему же так мало людей осмеливаются начать свое дело? Занимаясь бизнесом, видишь огромные возможности для каждого отдельно взятого предпринимателя расти и развиваться в огромном предпринимательском море, пока другие медлят...

Почему же не наблюдается взрыва предпринимательской деятельности? Не хотят? Не знают? Боятся?

Давайте попробуем разобраться, что удерживает типичного действующего или начинающего предпринимателя от бурного роста.



Почитать описание и заказать
в МИФе

Смотреть книгу

Лучшие цитаты из книг, бесплатные главы и новинки:

Взрослые книги:



Проза:



Детские книги:

