

ПРИМЕНЕНИЕ ПРИНЦИПОВ ПРОЕКТА В КРЕАТИВНОМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ

Дубовская Т.В.

научный руководитель доктор соц. наук Логвинов А.М.

Сибирский федеральный университет

Институт управления бизнес-процессами и экономики

Современная жизнь меняется стремительно, в экономике рынки стремятся к глобализации, а в умах людей все больше набирает популярность идея зарабатывать на своем увлечении (хобби). Возможно эти процессы взаимосвязаны. Когда с одной стороны офисные серые будни с постоянно растущими планами продаж чего-то усредненного в жесткой конкуренции с такими же «стрессоустойчивыми», с другой стороны мир, полный творчества, свободы, идей... Становится отчасти понятно, почему количество людей, решивших отправиться в свободное плавание, в последнее время растет.

Креативное предпринимательство- современный вид предпринимательства, который подразумевает извлечении прибыли из реализации новой идеи, технологии, проекта.

Креативный класс, по определению автора этого термина - Ричарда Флорида, «это люди, которые меняют будущее..., креативный класс зарабатывает деньги, проектируя и создавая что-то новое, и делает это с большей степенью автономии и гибкости». Можно с уверенностью сказать, что количество людей, занимающихся созданием нового, будет и дальше увеличиваться, так же можно спрогнозировать, что и количество людей, решившихся на самостоятельное продвижение, а значит и извлечение прибыли из своих идей, тоже будет расти. Современные средства коммуникации, особенно интернет-технологии, способствуют этой тенденции, позволяя сокращать дистанцию между потенциальным покупателем и автором новой идеи или технологии.

Однако кажущаяся доступность и легкость продвижения новой идеи на рынок часто вводит в заблуждение юных (имеется в виду не возраст, а опыт работы) предпринимателей. Обычная практика, когда через год после старта остается только один-два проекта из новых проектов. Одним из способов увеличения эффективности креативных предпринимателей, может выступить применение принципов проектной работы в своей деятельности.

Проект- уникальный процесс, направленный на достижение определенной цели, имеющий дату начала и дату конца и действующий в условиях ограниченности ресурсов.

В дальнейшем предлагается рассмотреть некоторые принципы проекта применительно к креативному предпринимательству.

Например, «уникальность процесса», говорит о двух вещах одновременно. Во-первых, более устойчивы к жизни те идеи, которые формируют новые рынки, а не те, что пытаются закрепиться на уже существующих. Поэтому, кто первый «поселился» в сознании потребителя, у того больше шансов не быть вытесненным крупным конкурентом с большим маркетинговым бюджетом. Во-вторых, о принципе уникальности не стоит забывать и с точки зрения «авторского права». Если вы просто копируете чужую идею, нужно быть готовым, что ее автор рано или поздно узнает и будут судебные иски. Не говоря уже о том, что «нелегальное», с точки зрения авторского права, положение на рынке значительно ограничивает планы по развитию

бизнеса. Если вы являетесь именно автором идеи, то здесь следует еще на стадии проектирования бизнеса защищать свое «детище», чтобы избежать «пиратского» копирования, являющегося актуальной проблемой в нашей стране.

Цель.

Как говориться правильно сформулированная цель- уже половина успеха. Довольно результативным приемом формирования цели является принципы SMART: Цель должна быть конкретна, измерима, достижима, соответствующей и привязанной ко времени. Применимо к креативному предпринимательству здесь становятся важными следующие аспекты:

Достижимая цель, подразумевает, что необходимо адекватно оценивать свои возможности и способности. Что является проблемным в условиях размытости стандартов, требований и возможности оценки качества. Второкурсник театрального института, организующий курсы ораторского искусства или недавний выпускник экономического факультета, еще не знакомый с искусством фотографии, но уже мечтающий открыть фотокурсы. Совершенно реальные примеры. Для открытия собственного дела недостаточно быть креативным и «влюбленным» в собственную идею, необходимо разбираться в отрасли, обладать необходимыми знаниями и навыками, в том числе в менеджменте, организационно-правовых и финансовых вопросах ведения бизнеса, а так же, что немало важно, предпринимательскими способностями.

Что касается соответствия цели, то для креативного предпринимателя важен следующий психологический момент. Цель проекта должна соответствовать внутренним принципам и мотивам автора проекта. Простой пример, если некто планирует бизнес, цель которого, кроме всего прочего, получение дохода в размере Nной суммы денег, а в подсознании сидит мысль, что «деньги портят человека и от них все неприятности», то скорее всего на пути достижения цели это самое подсознание тысячу и один раз найдет уловку, чтобы избежать запланированного разумом результата. Как в одной музыкальной композиции «нажми на кнопку, получишь результат/ и твоя мечта осуществиться/ нажми на кнопку, но что же ты не рад/тебе больше не к чему стремиться...» Для человека творческого достаточно легко попробовать мысленно поставить себя в то время, когда проект реализован и цель достигнута. Те эмоции и мысли, которые могут возникнуть, являются важной информацией для формирования и коррекции цели еще на стадии ее проектирования.

Наиболее актуальными из ограниченных ресурсов являются человеческие и финансовые. При анализе первых, следует иметь в виду принцип команды, а именно- члены команды должны дополнять друг друга до максимально эффективного состояния самой команды. Это означает, что не стоит составлять команду только из единомышленников, с которыми вам легче всего общается в обыденной жизни. Предпринимателю важно знать свои сильные и слабые стороны и уже с учетом этих знаний подбирать свою команду. Так, например, если вы склонны креативить идеи и бросать их на полпути, не доводя до стадии, когда они начнут приносить прибыль, то необходимо усиливать команду ответственными исполнителями. Если вам сложно общаться с незнакомыми людьми, то скорее всего для продаж и ответственных переговоров стоит подбирать определенного характера человека и так далее.

Нехватка финансовых ресурсов заставляет искать партнеров, брать кредиты и займы и использовать прочие способы привлечения средств. Для автора идеи и руководителя проекта возникает угроза потери контроля над реализацией проекта. Известны случаи, когда в момент выхода организации на получение прибыли, основатель был вынужден выходить из состава своей организации, поскольку его способы управления и мышления шли в разрез с интересами инвесторов. Рекомендации

в данной ситуации могут быть только самые общие- думать на перспективу, взвешивать все финансовые решения, внимательно относиться к документации.

В заключении хотелось бы сказать, что конечно, креативное предпринимательство не всегда гладко и успешно реализуется, но все-таки именно эти люди меняют наш с вами мир, делая его более интересным и полезным. А значит обществу в первую очередь выгодно поддерживать именно их, особенно когда это форма малого бизнеса, а не глобальные корпорации, заинтересованные только в получении прибыли.

Список используемой литературы:

Зеленцова Е.В., Гладких Н.В.. Творческие индустрии: теории и практики. М., Классика XXI, 2010

Зеленцова Е. В. Творческие индустрии как фактор развития современной России // Актуальные проблемы управления крупным городом и территориальными сообществами. – СПб.: Изд. СЗАГС, 2005. – С. 379-385.

Линдстром М. Buyology: увлекательное путешествие в мозг современного потребителя/ пер. с англ.- М.: Эксмо, 2010- 240с.

Лэндри Ч. Креативный город / Пер. с англ. – М.: Классика-XXI, 2005. – 399 с.

Нордстрем К. А., Риддерстрале Й. Бизнес в стиле фанк: Капитал пляшет под дудку таланта / Пер. с англ. – СПб.: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2002. – 280 с.

Флорида Р. Креативный класс: Люди, которые меняют будущее / Пер. с англ. – М.: Классика-XXI, 2005.

Хокинс Дж. Креативная экономика. Как превращать идеи в деньги. М., Классика XXI, 2011