



## Idea Challenge B1

Я могу разработать собственную идею.

Core Entrepreneurial Education





















### Entrepreneurial Design – устойчивая модель

Какой процесс проходит продукт от идеи через производство до сбыта? Этому учатся школьники, разясняя собственную идею. Цель заключается в том, чтобы они развили устойчивую бизнес-модель и поняли такие темы как защиту товарных знаков.

## Материалы для учащихся От идеи к устойчивой модели бизнеса

# Программа You<sup>th</sup> Start Entrepreneurial Challenges

базируется на ТРИО-модели для предпринимательства – [www.youthstart.eu](http://www.youthstart.eu)

Core Entrepreneurial Education				Entrepreneurial Culture						Entrepreneurial Civic Education	
	Idea Challenge		Hero Challenge		Empathy Challenge		Storytelling Challenge		Buddy Challenge		My Community Challenge
	My Personal Challenge		Lemonade Stand Challenge		Perspectives Challenge		Trash Value Challenge		Open Door Challenge		Volunteer Challenge
	Real Market Challenge		Start Your Project Challenge		Extreme Challenge		Be A YES Challenge		Expert Challenge		Debate Challenge

ТРИО-модель – это целостное определение понятия предпринимательства, охватывающее три области:

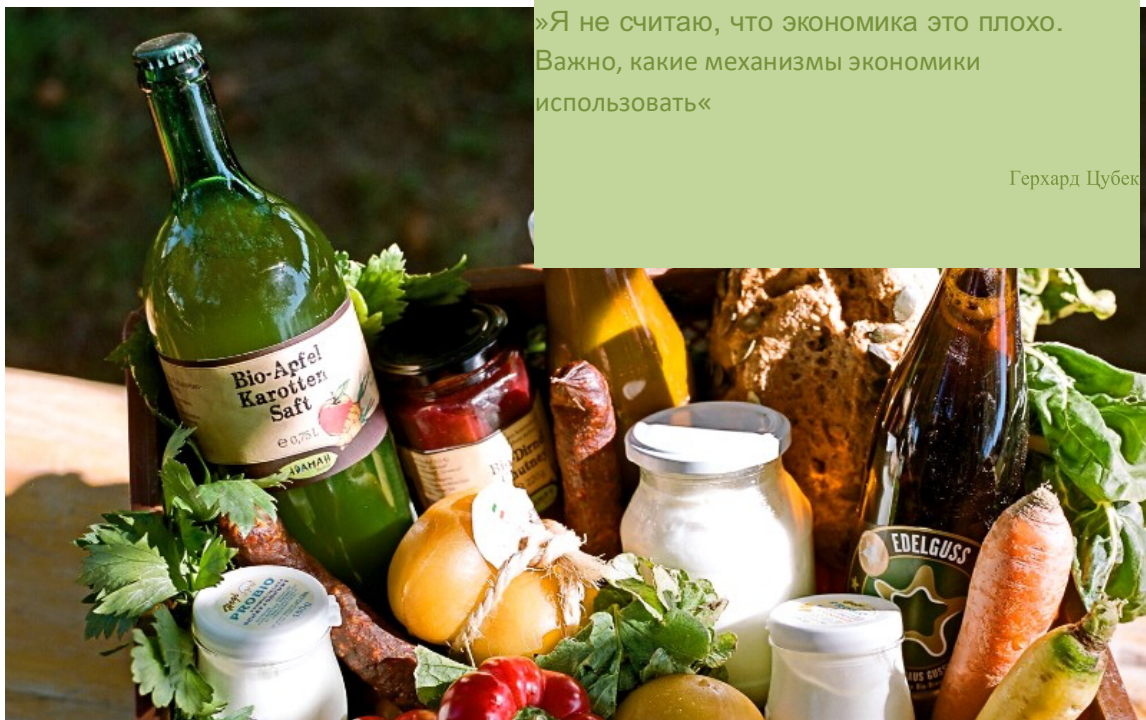
**Core Entrepreneurial Education** означает базовые квалификации предпринимательского мышления и деятельности: развивать собственные инновационные идеи и применять их креативно и структурированно.

**Entrepreneurial Culture** относится к личностному развитию: быть инициативным, верить в себя, проявлять эмпатию и уметь работать в команде, а также подбадривать себя и других.

**Entrepreneurial Civic Education** означает усиление социальной компетенции как гражданина: принимать на себя ответственность за себя, других и окружающий мир.

Каждый челлендж относится к **челлендж-семье**, которая характеризуется пиктограммой и по цвету соотносится с одной из ТРИО-областей. Одна челлендж-семья охватывает несколько челленджей на разных уровнях компетенции. Обозначения, используемые в учебных материалах, относятся к следующим уровням:

A1 – начальная ступень; A2 – средняя ступень I; B1 и B2 – средняя ступень II; C1 – переходная ступень между средней II и высшей. Каждый следующий уровень базируется на предыдущем.



»Я не считаю, что экономика это плохо. Важно, какие механизмы экономики использовать«

Герхард Цубек

## От идеи к устойчивой бизнес-модели

### Компетенции

Поработайте над этой главой и Вы научитесь

- разрабатывать для идеи „устойчивую бизнес-модель“ ,
- анализировать ход мыслей и варианты при реализации и
- анализировать различные целевые группы как перспективу.

### Обзор

В начале есть идея, имеющая возможно хороший потенциал. На пути к реализации необходимо разработать подходящую бизнес-модель.

Бизнес-модель – это концептуальная подготовка идеи и ключевая часть бизнес-плана.

Каждое предприятие, фирма имеет свою бизнес-модель. Для начала нужно задать два вопроса:

- а) Кто клиент?
- б) Какие задачи необходимо выполнить для клиента?



## Рабочее задание 1: распознать бизнес-модель

а) Проанализируйте оба вопроса

Кто клиенты? и Какие задачи должны быть выполнены для клиента?  
На примере следующих практических примеров.

б) Подумайте, какая информация Вам поможет.

Присцилла Баумгартнер и её лейбл

„Молоко“ работают для молодых в сфере моды. Из старых брюк и рубашек она делает вещи, непривязанные ко времени и моде. „Upcycling - мода“ – сделать из старого новое – вот, что стоит за всем этим. Старые костюмы разрезаются, расшиваются. Потом возникают новые модели, каждая вещь уникальна. Экстравагантный дизайн делает вещи узнаваемыми. Материал дизайнер берёт из боксов, где оставляют старую одежду, материал, одежда подвергается чистке и стирке в профессиональных салонах „green and clean“. Партнёры - организация Merit и шляпная фабрика Gaweinstal. Продажа осуществляется через собственный магазин и через 30 других магазинов-партнёров по всей Европе.



Фермер Герхард Цубек, фирма AdamaH из Мархфельда, представляет свою продукцию на 15 рынках в Вене и за её пределами, его клиентами еженедельно являются до 6000 человек. Его хозяйство является образцовым с точки зрения экологии и социального подхода, предлагает более 60 видов продукции: например, зерновые культуры, корнеплоды, салат, помидоры, паприка, картофель, лук, хлеб, молочные продукты, мясо и овощи. Продукция своя и из региона от других производителей. Очень важно знать, с кем работаешь.



Хайни Штаудингер открыл в 1980 году, будучи под впечатлением от марки обуви „Earth Shoes“, обувной магазин в Вене, который получил развитие и стал называться GEA. В 1984 в Шремсе, регион Вальдфиртель была открыта обувная мастерская. На данный момент есть 46 GEA-магазинов в Австрии, Германии и в Швейцарии, где продают обувь, сумки, мебель, матрасы, произведённые по большей части в Вальдфиртель. Этот предприниматель известен тем, что занимал деньги у своих друзей и клиентов на развитие своего бизнеса.



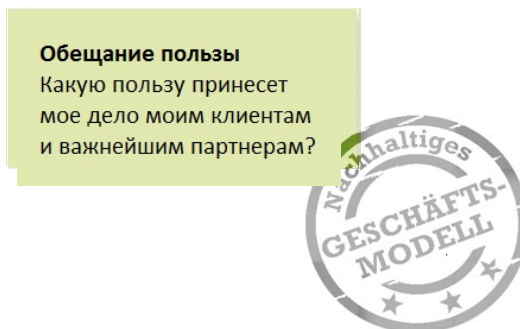
## 1. Подумать о пользе, выгоде

Три примера из практики должны продемонстрировать, как решаются задачи для клиентов. Чтобы лучше понять целевую группу, нужно больше информации о клиентах. В рамках данного челленджа посмотрим, как разработать бизнес-модель. Разработать **устойчивую бизнес-модель** – значит обратиться ко всем четырём сферам, представленным на графике (см. Рис.).



Бизнес-модель является описанием дела по английски „Business“. Такая модель состоит из следующих компонентов: польза (Value Proposition), архитектура реализации и модель выручки. **Устойчивая бизнес-модель** возникает через **интеграцию** четвертого компонента: социальных и экологических вопросов.

Первый шаг – польза, выгода. Исходная точка-бизнес-идея. Бизнес-модель описывает, какую пользу, выгоду она принесёт основателю и потребителю. Польза определяет бизнес. Продукт, услуга и рынок являются частью архитектуры реализации, чтобы стать наполненными пользой. Умение предпринимателя предложить клиентам что-то такое, чего нет у других, является определяющим, почему обращаются к нему, а не к другим, Некоторые примеры:

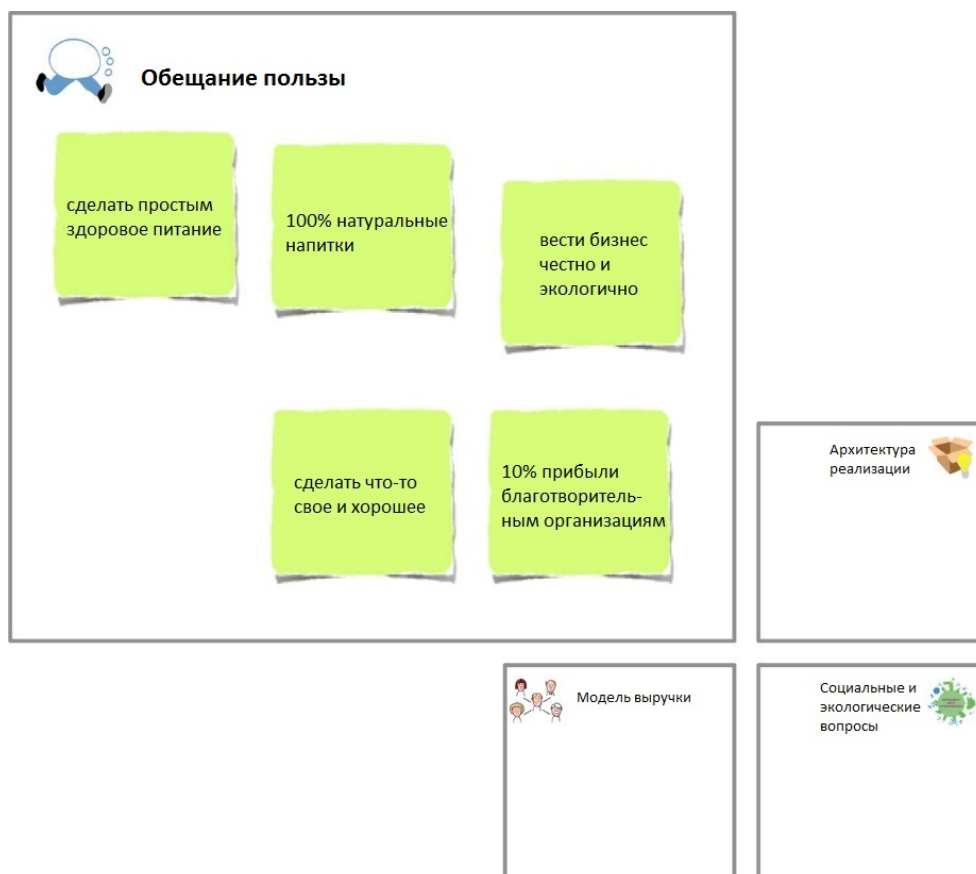


- **Дизайн.** Присцилла Баумгартнер хочет соединить дизайн и Upcycling, разработка продукции под маркой „Milch“. У трёх основателей компании Apple было, например, общее желание соединить компьютерный дизайн и удовольствие от использования.
- **Связь с природой.** Йоханнес Гутманн, основатель фирмы SONNENTOR, придерживался идеи предлагать региональные био-продукты потребителям. У предпринимателя много поклонников среди потребителей, которые покупают с удовольствием его продукцию.
- **Удобство.** Герхард Цубек хочет, чтобы его продукция была максимально близка к потребителю, чтобы у потребителя была всегда возможность покупать био-продукцию с пользой для здоровья.
- **Цена.** Потребитель часто выбирает товары, исходя из цены и желания экономии. По скайпу можно разговаривать по нулевому тарифу с разными странами. Airbnb даёт возможность найти бюджетный вариант аренды жилья в отпуске.
- **Бренд или статус.** Отдельным фирмам удаётся сочетать престиж и радость жизни.
- **Уменьшение расходов.** Фирмы помогают друг другу редуцировать расходы. Это выполняют фирмы-консультанты.



## 2. Сделать что-то хорошее

На примере „innocent“ шаг за шагом разрабатывается бизнес-модель. Три друга Ричард, Джон и Адам, получив первый профессиональный опыт, решили сделать что-нибудь своё. После долгих размышлений они пришли к следующему: напиток из цельных фруктов, не только вкусный, но и полезный. Первый шаг: продумать какая польза создаётся для трёх молодых людей и клиентов (работающие люди в большом городе).



### Рабочее задание 2: подарок ко дню рождения

Вы хотите приготовить подарок для лучшего друга или подруги.

- Подумайте, какую пользу для вас несёт подарок на день рождения? Что значит этот подарок на день рождения?
- О какой пользе думаете Вы, выбирая подарок для друга или подруги?

### 3. Архитектура реализации

Второй шаг: как реализовать пользу для клиентов? Архитектура реализации содержит описание задач, а также описание партнёров и их ролей. Ответ на вопрос: **как, с кем и каким образом будет сделана работа?**

При разработке бизнес-модели речь идёт о ключевых компетенциях, ключевой деятельности, которыми предприятие должно владеть, чтобы функционировать.



#### Архитектура реализации

Как предприятие принесет выгоду? Как и кем будет выполнена работа предприятия? Как результат достигнет клиента? (Ключевое слово: сбыт)

Архитектура реализации охватывает следующие размышления:

□ **Альтернативное мышление.** Для одной и той же идеи есть различные возможности реализации. Пример: три друга хотят заняться молодёжной модой. Они могли бы открыть магазин и предлагать одежду разных марок или раз в месяц организовывать для молодых дизайнеров день или неделю моды. Они сами могут создавать модные вещи и выпускать их, или договориться о выпуске с другой фирмой. Можно создать мобильное приложение, как самому сшить вещь, с подробной инструкцией и контактами, где приобрести всё необходимое.

Для первоначальной идеи есть много вариантов воплощения. Исходя из идеи и пользы, появляются перспективы и варианты реализации. Можно по-разному посмотреть на проблему: Какую основную функцию преследует идея? Какие материалы могут быть использованы? Как идея реализовывалась в истории? Подход к реализации с точки зрения фантастики, необычности и невозможности? Какие подходы реализации предлагает природа? Какие есть тенденции в обществе?

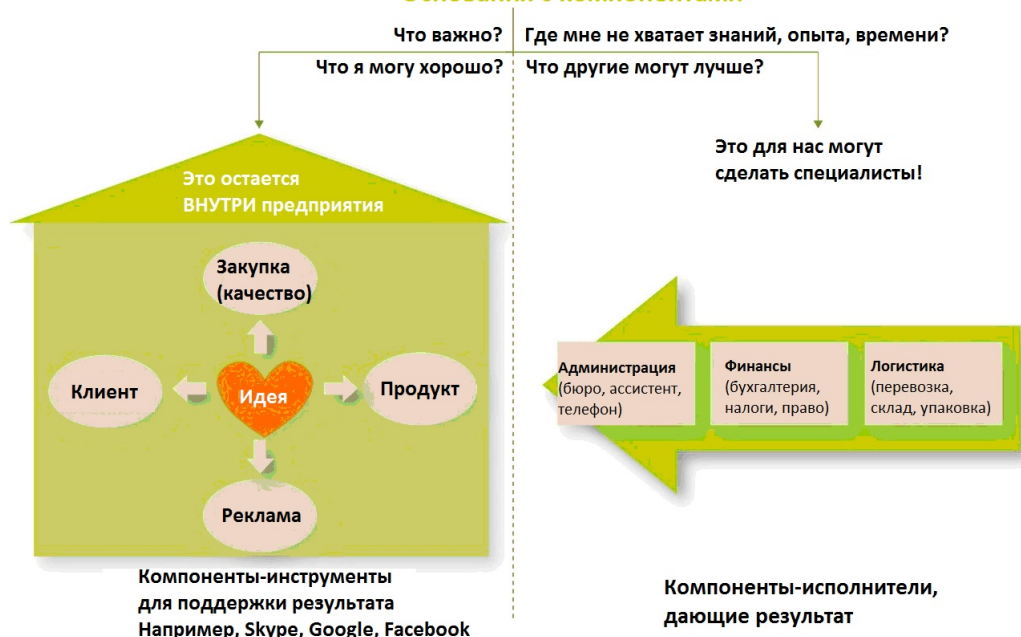
□ **Стратегическое измерение.** Альтернативное мышление является показателем стратегического подхода.

Под стратегией в экономике понимается запланированный ход развития – путь к цели. У каждой фирмы есть описание бизнес-модели, которое просто является описанием бизнеса, осознанно принятое решение говорит в пользу стратегии.

□ **Открываем с компонентами.** Современная многоступенчатая система экономики многое предлагает, что можно использовать как компоненты при развитии архитектуры реализации для собственной идеи. Необходимо продумать, какие ключевые компетенции и какая ключевая деятельность будет представлена в организации, что проще и дешевле реализовать с партнёрами.

□ **Масштаб – это возможность** при выбранной архитектуре реализации подумать о росте. Два примера: Online Software – масштаб, рост в этой сфере – масштаб можно измерить по количеству загружаемого, скачиваемого материала. Для парикмахера, который работает по 8 часов в день и у него становится всё больше клиентов, это значит взять на работу помощника, продумать дополнительные расходы на зарплату и т.д..

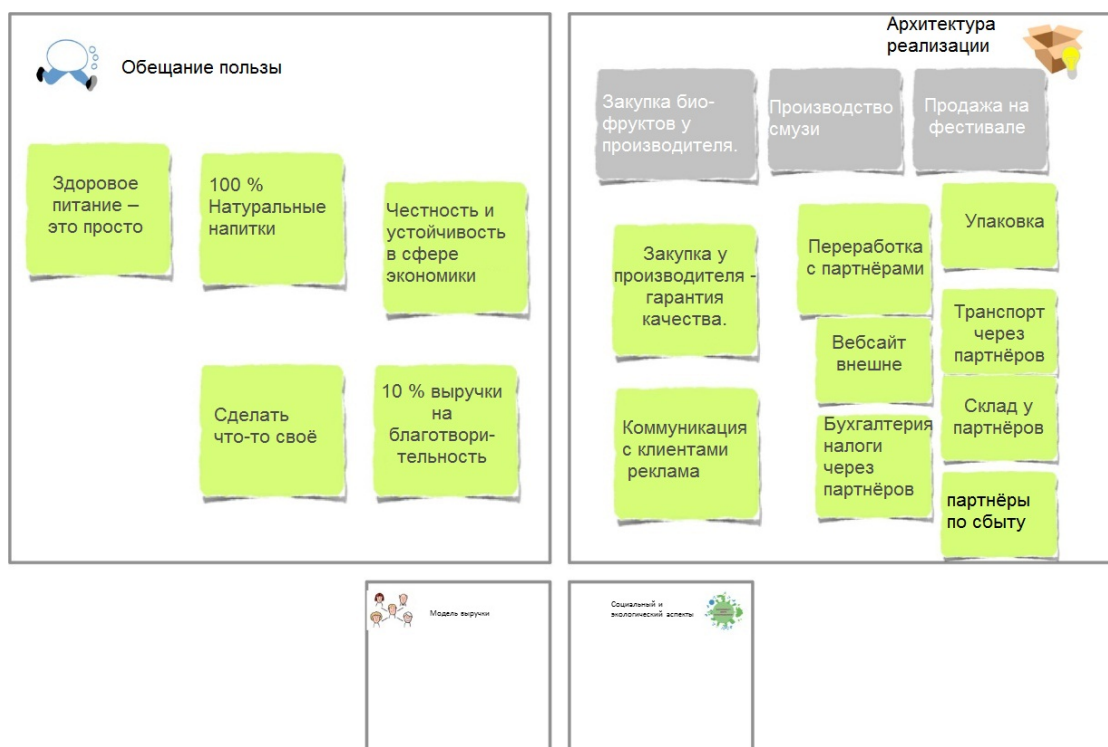
## Основания с компонентами



## Архитектура, которую можно измерить, увидеть масштаб



Три друга хотят реализовать идею с соками. Первое, они покупают на 750,00 EUR фрукты, делают сок и продают его на фестивале. А что дальше? Друзья работают над компонентами. Ключевая деятельность, как закупки, контакт с клиентами, развитие продукта и реклама находят своё место. Другие виды деятельности они координируют с партнёрами (см рис.).





### Рабочее задание 3: подарок на день рождения

- В рамках рабочего задания 2 Вы сформулировали пользу подарка. Какие возможности реализации Вы видите? Назовите три варианта.
- Продумайте следующий вариант, с использованием компонентов партнёров.



www.simplewish.eu

Как сделать смузи? Какие задачи и какая работа должны быть выполнены? Какие есть компоненты?



Какие компоненты важны для успеха? Какие особенно важны? Что я могу хорошо? Что дальше было с „innocent“?

Какие процессы или компоненты останутся в фирме?





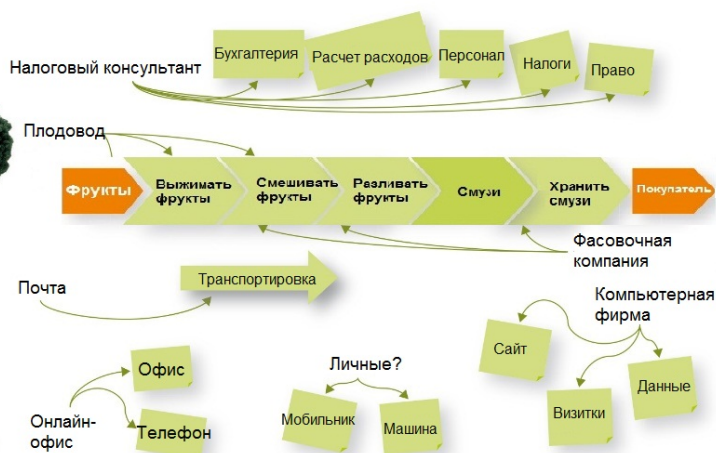
Три основателя: Рихард, Йон и Адам

# Das große Stricken

Benefizaktion für die Caritas



Другие будут переданы специалистам:



Фирма „innocent“ имеет сегодня 250 сотрудников. Они являются ведущими производителями смузи.

В их смузи только фрукты и сок. Они не используют концентраты, консерванты, сахар, усилители вкуса и разные Е-добавки. „innocent“ работает с фермерами, которые придают большое значение экологии. Смузи предлагают в безопасной для здоровья человека упаковке, которая может быть переработана. С каждым годом компания старается уменьшать свой CO<sub>2</sub>-след и передаёт 10 % своей выручки общественным фондам и организациям.

## 4. Показать модель выручки

Третий шаг – это модель выручки. Наряду с „Что“ и „Как“ бизнес-модель описывает, какой доход, какую выручку может получить фирма, чтобы „устойчиво работать с точки зрения экономики“. Получаем ответ на вопрос: как заработать деньги, при помощи чего?

### Модель выручки

Как при выбранном пути реализации проекта будут зарабатывать деньги?



Любое предприятие – даже не ориентированное на прибыль – должно приносить доход, чтобы покрыть расходы. Структура расходов определяется моделью выручки.

Различают различные формы модели:

#### □□ Прямая модель выручки: выручка от продажи услуги или товара потребителю.

**Например:** парикмахеру мы платим за причёску, а в магазине оплачиваем новую цифровую камеру. Эта модель работает, если целевая группа достаточно большая и обладает необходимыми средствами. Инновации в данной сфере появляются постоянно, особенно в сфере цифровых технологий и современных средств коммуникации. Software не покупают, а пользуются этим определённое время, лыжи и машины берут напрокат, отдельные продукты становятся дороже (например, стоимость картриджей или обслуживание лифтов).



#### □□ Непрямая модель выручки. Уже несколько лет существуют предприятия, получающие выручку не напрямую, а например, через рекламу. В некоторых инновационных моделях выручки, отдельные продукты или услуги „свободны от денег“.

Два примера: бесплатные газеты или частные телевизионные каналы зарабатывают исключительно на рекламе.



Модели, реализация которых осуществляется через интернет, требуют особого внимания, клиентам предлагается бесплатный продукт, например, ресурс для перевода [www.dict.cc](http://www.dict.cc) или Facebook. Финансирование в обоих случаях через рекламу. Freemium предлагает базовый продукт бесплатно, а другие продукты подлежат оплате. Особая модель связана с добровольными проектами, такими как Wikipedia, которые функционируют за счёт пожертвований для Serverhardware, а также основаны на добровольном участии. Около двух миллионов австрийцев работают бесплатно в различных объединениях, организациях.

Не прямые источники – это реклама и абонентская плата, касается интернета, а также спонсорская помощь организациям и спортивным объединениям.

## Четыре модели не прямых доходов

- **Вариант 1: перекрестное субсидирование между продуктами**

Один продукт является платным, другой - бесплатным.

- **Вариант 2: перекрестное субсидирование между группами потребителей**

Одна группа потребителей поддерживает, субсидирует другую группу потребителей, например, посредством бесплатных газет или онлайн-услуг, финансирования через рекламу.

- **Вариант 4: Freemium**

Базовый продукт предлагается бесплатно, а дополнительные продукты - за деньги, например Skype.

- **Вариант 4: Без прямого вознаграждения**

Продукты или услуги предлагаются без ожидания чего-либо взамен, например, Википедия как часть движения за открытый исходный код, донорство органов.



## Успешная модель выручки

Innocent использует прямую модель. Тренд – здоровое питание остаётся, целевая группа активно покупает смузи. Целевая группа отличается тем, что понимает все взаимосвязи, выражает желание действовать активно и устойчиво.





## 5. Социальные и экологические аспекты

В рамках четвёртого шага просят обратить внимание на социальную и экологическую чувствительность и уязвимость. Устойчивая модель возможна при интеграции этого шага. Ответ на вопрос: **в какой степени модель ориентирована на будущее?**

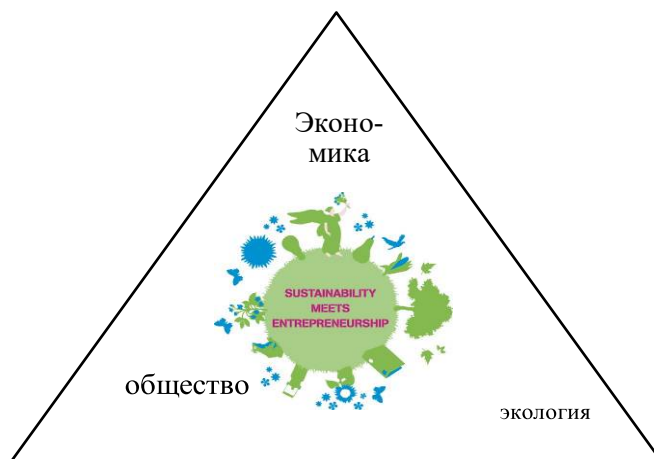
Устойчивая экономика (Sustainability) подразумевает ответственный подход в сфере экономики к таким вопросам как экология и социальная сфера.



**Социальные и экологические вопросы**  
Какую социальную и экологическую ответственность берет на себя предприятие?

Есть бизнес-модели, которые исходя из идеи очень ориентированы на будущее (в сельском хозяйстве, био-подход или инновационные источники энергии). Большинство моделей учитывает взаимоотношения с клиентами, потребителями, партнёрами и сотрудниками с социальной точки зрения, какие экологические ресурсы будут израсходованы? Какие вопросы модель делегирует общественности или потребителям.

Предприятие, которое строится с использованием устойчивой бизнес-модели, предлагает услуги и продукты, ориентированные на вклад в будущее, учитывается жизнь следующих поколений, социальное равенство. **Социальный подход, понимание – социально оптимальные условия работы для сотрудников и честная зарплата.** Экологический подход – эффективное использование ресурсов и отказ от использования вредных для здоровья веществ.



Есть много примеров устойчивой модели. Спектр очень широкий, от фирм, специализирующихся на строительстве домов с низким потреблением энергии, энергосберегающее жильё, фирм, строящих деревянные дома, производящих мебель „Team7“ из натурального дерева, до бюро путешествий.

Постоянно появляются новые устойчивые модели. Предприятия используют **Cradle-to-Cradle (C2C) подход**. Цель – использовать сырьё, которое может не покидать круг производства и может быть использовано несколько раз. Так производители ковров/напольных покрытий отказываются от использования поливинилхлорида, а прибегают к использованию других материалов. Ковры/напольные покрытия можно взять напрокат. Если ковёр/покрытие более не может использоваться, он идёт в переработку.



## Мы берём ответственность



В рамках „innocent“ реализуется модель, учитывающая социальный и экологический аспекты. Исходя из бизнес-идеи, предлагаются полезные для здоровья напитки, в которых нет концентратов и усилителей вкуса, упаковка из экологически чистых материалов, которые потом можно пустить в переработку, а часть прибыли идёт на социальные проекты.



### Рабочее задание 4: подарок на день рождения

- В рамках задания 3 вы уже рассмотрели варианты подарка. Проанализируйте эти подарки с социальной и экологической точек зрения
- Продумайте ещё один вариант, который учитывает социальный и экологический аспекты.



### Рабочее задание 5: Cradle-to-Cradle печатная продукция

Что отличает печатную продукцию Cradle-to-Cradle издательства Гуглер?

<http://www.youtube.com/watch?v=UIrvWVcb4E8>

## Распознавать конфликты целей

Новая модель возникает в результате дискуссии с партнёрами (= целевыми группами, заинтересованными). Интересы не противоречат друг другу и основаны на общих ценностях. Исходя из знания целевой группы, предприятие, фирма понимает, какая деятельность необходима, а чего стоит избегать, какие ресурсы необходимы для архитектуры реализации. Практический пример „innocent“ представит это более детально



- **Точка зрения и интерес.** Позиция или точка зрения – представляют собой обобщение целей (например, охрана окружающей среды, условия работы). Интерес – более узко рассматривает собственную выгоду.

Пример: организация Fairtrade ожидает от „innocent“, что они будут использовать фрукты только с маркировкой честная торговля. Fairtrade обосновывает это таким образом, что условия труда у подобных поставщиков лучше. „innocent“ делает анализ и принимает решения покупать фрукты с маркировкой Fairtrade.

- **Нормы и ценности.** Нормы – это основополагающие, знакомые всем основанные на ценностях правила поведения. Ценности – это представления о том, что жизнь делает „хорошей“. Нормы и ценности играют решающую роль в принятии решений и деятельности фирмы.

Пример: часть населения считает, что корректное соблюдение условий труда касается всех стран. Австрия не предписывает, как должны соблюдаться условия труда в других странах, речь идёт только о соблюдении условий труда внутри страны.

- **Ресурсы** необходимы в реализации архитектуры, это могут быть энергия, сырьё, финансы, конкретное место, человеческие ресурсы и другое.

Пример: „innocent“ использует для производства смузи фрукты.

### Рабочее задание 6: темы интеракции

- а) Назовите две точки зрения, интереса отдельных групп в противовес „innocent“. (запишите на след. странице).
- б) Покажите, где может возникнуть конфликт интересов, и как Вы, будучи консультантом „innocent“, можете это решить.



## Рабочее задание 7: анализ бизнес-модели

- а) Посмотрите фильм о марке одежды „Богиня счастья“, прочитайте статьи и проанализируйте модель предприятия. Запишите результаты анализа.



ссылки: [www.youtube.com/watch?v=mPPO132TFQE](https://www.youtube.com/watch?v=mPPO132TFQE),  
[www.dropbox.com/sh/m5i0lgsiktjb38m/AAAy8VyVpdZCkljaY4arzRmma/english?dl=0](https://www.dropbox.com/sh/m5i0lgsiktjb38m/AAAy8VyVpdZCkljaY4arzRmma/english?dl=0)



- б) Сравните анализ и дополните по следующим пунктам.

### Обещание выгоды, пользы

Какую пользу создаёт предприятие ...

... для тех, кто его открыл?

... для клиентов?

...с вопросами  
для лучшего  
понимания

### Модель выручки

Как при выбранной модели реализации можно  
заработать деньги?



### **Архитектура реализации**

**Как обеспечивается польза? Как и с кем происходит работа?**

**Как товар / услуга доходит до клиента (ключевое слово сбыт)?**

### **Социальный и экологический аспекты**

**Какую ответственность с этих точек зрения берёт на себя фирма?**



## Рабочее задание 8: развитие бизнес-модели

Выберите одну из двух идей и разработайте свою бизнес-модель.

- a) Вы прочитали в газете, что всё больше и больше хлеба просто выпекается как на конвейере. Речь идёт о выпекании готовых замороженных полуфабрикатов. Вы любите вкусный хлеб, содержащий полезные ингредиенты. В этой связи вы хотите реализовать бизнес-идею. Какая бизнес-идея была бы интересна? Какая модель?
- b) У Вас есть идея, разработайте первую бизнес-модель.


**Обещ. пользы**

**Выручка**



**Архитектура реализ.**

**Соц. и эко. аспекты**

Устойчивая бизнес-модель	<p>Описание дела (англ. Business). Состоит из 4 важных компонентов: польза (Value Proposition), архитектура реализации (как задание), модель выручки и социальный и экологический аспекты.</p>  <p><b>Обещание пользы</b> Какую пользу принесет мое дело моим клиентам и важнейшим партнерам?</p> <p><b>Архитектура реализации</b> Как предприятие принесет выгоду? Как и кем будет выполнена работа предприятия? Как результат достигнет клиента? (Ключевое слово: сбыт)</p> <p><b>Модель выручки</b> Как при выбранном пути реализации проекта будут зарабатывать деньги?</p> <p><b>Социальные и экологические вопросы</b> Какую социальную и экологическую ответственность берет на себя предприятие?</p>
Стратегический масштаб бизнес-модели	<p>Альтернативное мышление подчёркивает стратегический подход. Под стратегией понимаем запланированный ход работы – путь фирмы для достижения своей цели. У каждого предприятия есть своя бизнес-модель (описание бизнеса). „Осознанное“ решение в пользу той или иной бизнес-модели говорит о наличии стратегии.</p>
Открываем с компонентами	<p>Современная система экономики может многое предложить, что можно использовать как компоненты при развитии архитектуры реализации идеи. Необходимо продумать, наличие каких ключевых компетенций и ключевой деятельности необходимо для предприятия, что проще, дешевле и профессиональнее сделать с партнёрами.</p>
Масштаб	<p>Означает возможность при выбранной архитектуре реализации продумать рост и развитие.</p>
Модель выручки	<p>Охватывает стратегическое измерение, какие доходы и из каких источников могут быть получены. Это пока не детальные расчёты, которые потом будут проводиться в рамках финансового плана.</p>
Прямая модель выручки	<p>Выручку можно получить через продажу продуктов и услуг (например, парикмахер).</p>
Непрямая модель выручки	<p>Уже на протяжении многих лет существуют предприятия, получающие выручку не напрямую, а в основном через рекламу. В рамках некоторых инновационных моделей выручки есть услуги и продукты, которые предоставляются бесплатно, например, которые финансируются через рекламу.</p>

<p>Модель выручки „свободно, без денег“</p>	<p>□□ FREI 1 Direct-cross-subsidies: оплачивается один продукт, другой бесплатно.</p> <p>□□ FREI 2 Одна группа клиентов финансирует другую группу, например, бесплатные газеты или онлайн-предложения</p> <p>□□ FREI 3 Freemium: один базовый продукт предлагается бесплатно, полный пакет за деньги, например. Skype, gmx</p> <p>□□ FREI 4 Продукты и услуги, например, Wikipedia как часть Open-Source-движения, донорство органов.</p>
<p>Устойчивая экономика (Sustainability)</p>	<div data-bbox="687 651 1358 1099" data-label="Diagram"> </div> <p>Устойчивая экономика (Sustainability) означает, что экономика берёт на себя ответственность за социальный и экологический аспекты.</p>
<p>Cradle-to-Cradle (C2C)</p>	<p>= это значит, что все материалы, сырьё остаётся в рамках одного производственного цикла.</p>
<p>Темы взаимодействия целевых групп (модель менеджмента Санкт Галлер)</p>	<p><b>Точки зрения и интересы.</b> Точка зрения является обобщением целей (например, охрана окружающей среды, корректные условия труда). Интересы являются проявлением собственной заинтересованности в получении пользы.</p> <p><b>Нормы и ценности.</b> Нормами являются основополагающие, общепризнанные правила, основанные на общих ценностях. Ценность основана на представлении о том, что такое «хорошая» жизнь. Нормы и ценности играют важную роль при принятии решений и образе действий предпринимателя.</p> <p><b>Ресурсы</b> необходимы при реализации архитектуры, к ним, например, относятся сырьё, энергия, место, финансы и человеческие ресурсы</p>

Поработайте над следующими заданиями. Вы можете понять, в какой степени Вы овладели материалом из данной главы.

## Контроль 1: Разработка устойчивой бизнес-модели

Вам нужно выбрать одну из предлагаемых идей и разработать для неё бизнес-модель.

- a) Вы прочитали в газете, что в среднем в Австрии среднестатистический житель использует в год три зубных щётки. Вы бы хотели это изменить и внести свой вклад в улучшение гигиены полости рта.
- b) Ваша тётушка вспоминает, как она в молодости объездила всю Европу с Interrail (дешёвый билет для лиц, не достигших 26 лет, срок действия – один месяц). Вы бы хотели внести свой вклад – как можно сделать отпуск более доступным, увидеть свою страну.
- c) Вам нравится готовить ужин, что из этого может получиться?

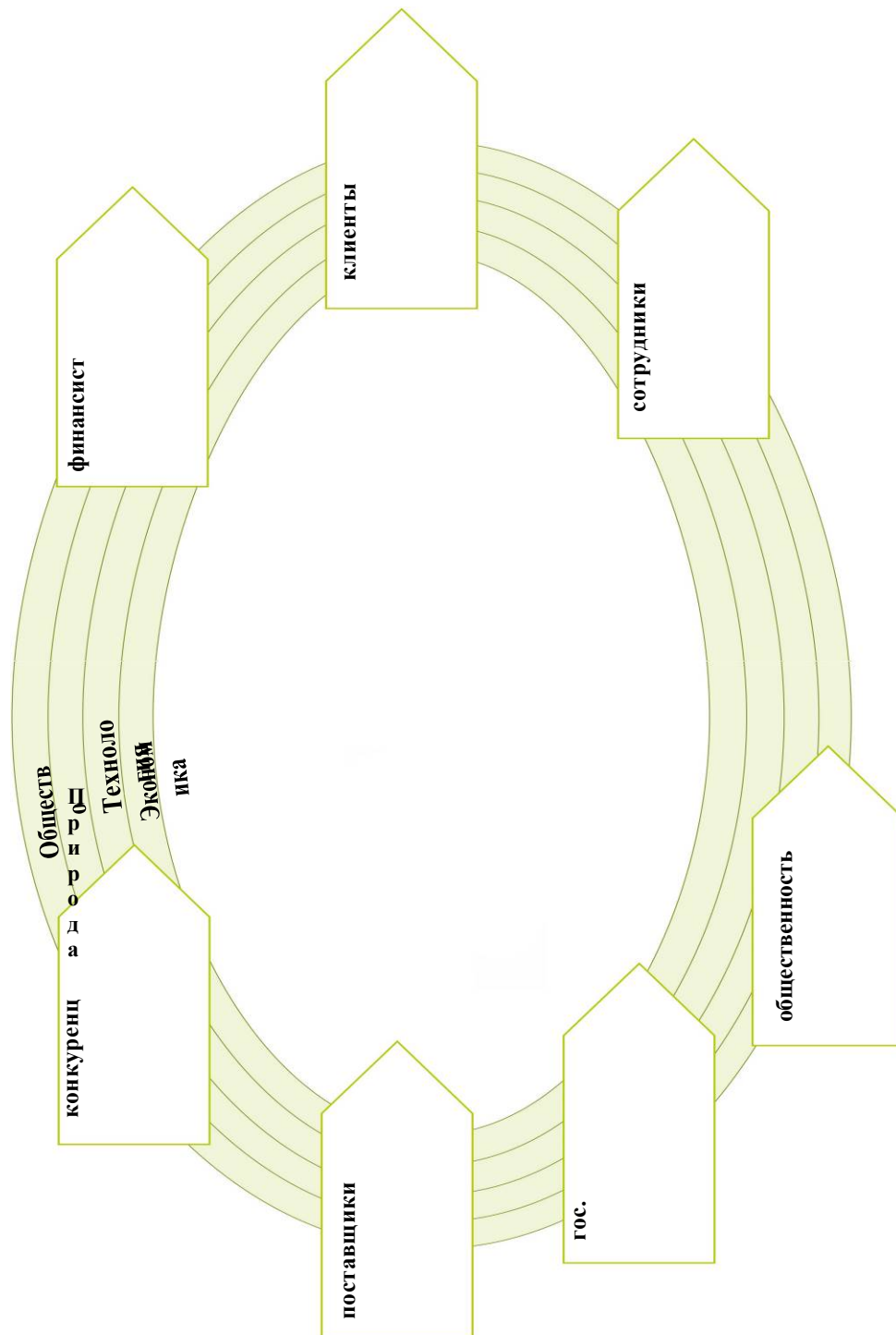
Для разработки бизнес-модели важно не сразу выбирать конвенциональный способ развития и реализации бизнес-модели. Есть различные варианты.

<b>Обещание</b>	<b>Архитектура</b>
<b>Выручка</b>	<b>Социальный и экологический</b>



**Контроль 2: анализ тем интеракции**

- a) Назовите две точки зрения, интересы отдельных целевых групп применительно к Вашей идее.
- b) Раскройте, где может произойти конфликт целей и интересов, а Вы как консультант сможете решить этот вопрос.





# Рабочий лист 1: устойчивая бизнес-модель при помощи Entrepreneurial Design Canvas

Уровень	Содержание и построение	Стиль и язык
0	Моя бизнес-модель не соответствует ни одному ниже описанному стандарту.	Моя модель не соответствует ни одному ниже описанному стандарту.
1 - 2	Моя устойчивая модель соответствует <b>малому</b> числу приведённых ниже стандартов: <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Очень чёткое</b> описание бизнес-идеи, чёткое определение проблемы и вариант решения</li> <li>• <b>Высокое</b> обещание выгоды, включающее как перспективу предпринимателя, так и клиента</li> <li>• <b>Хорошо описанная</b> архитектура реализации</li> <li>• Очень реалистичная и хорошо просчитанная модель выручки, дохода</li> <li>• Высокое осознание социального и экологического потенциала</li> </ul>	Я использую <b>простые</b> слова, часто <b>повторяю</b> слова. Я сделал <b>много</b> грамматических ошибок, много ошибок в правописании и пунктуации, которые затрудняют понимание.
3 - 5	Моя устойчивая модель соответствует лишь <b>отдельным</b> из ниже приведённых стандартов: <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Очень чёткое</b> описание бизнес-идеи, чёткое определение проблемы и вариант решения</li> <li>• <b>Высокое</b> обещание выгоды, включающее как перспективу предпринимателя, так и клиента</li> <li>• <b>Хорошо описанная</b> архитектура реализации</li> <li>• Очень реалистичная и хорошо просчитанная модель выручки, дохода</li> <li>• Высокое осознание социального и экологического потенциала</li> </ul>	Моя речь достаточно <b>однообразна</b> , я часто <b>повторяю</b> одно и то же. В моей работе <b>много</b> грамматических ошибок, страдают пунктуация и правописание, но это не затрудняет понимание моей работы.
6 - 8	Моя устойчивая модель соответствует <b>большинству</b> из ниже приведённых стандартов: <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Очень чёткое</b> описание бизнес-идеи, чёткое определение проблемы и вариант решения</li> <li>• <b>Высокое</b> обещание выгоды, включающее как перспективу предпринимателя, так и клиента</li> <li>• <b>Хорошо описанная</b> архитектура реализации</li> <li>• Очень реалистичная и хорошо просчитанная модель выручки, дохода</li> <li>• Высокое осознание социального и экологического потенциала</li> </ul>	Я использую в работе <b>различные обороты</b> , редко повторяюсь. Я <b>мало</b> сделал грамматических ошибок, пунктуация и правописание не затрудняют понимание.
9 - 10	Моя устойчивая бизнес-модель соответствует <b>всем</b> из ниже описанных стандартов: <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Очень чёткое</b> описание бизнес-идеи, чёткое определение проблемы и вариант решения</li> <li>• <b>Высокое</b> обещание выгоды, включающее как перспективу предпринимателя, так и клиента</li> <li>• <b>Хорошо описанная</b> архитектура реализации</li> <li>• Очень реалистичная и хорошо просчитанная модель выручки, дохода</li> <li>• Высокое осознание социального и экологического потенциала</li> </ul>	Язык работы <b>богатый</b> , <b>отсутствие повторов</b> . Отсутствие грамматических ошибок, ошибок пунктуации и правописания.



## Рабочий лист 2: самооценка в конце урока

Оцените самих себя и обведите нужное количество смайликов!

Я могу взять ответственность за поставленную задачу.			
Я готов столкнуться с конкуренцией при выполнении задач.			
Я могу развивать, разрабатывать идеи.			
Я могу распознавать шансы и использовать их.			
Я могу представить проект концепции.			
Моя деятельность вносит вклад в будущее, с учётом социального, экологического аспектов, развития общества в целом.			
Я могу проверить, принесёт ли моя идея выгоду, пользу или нет.			