

ВЛАДИМИР ТОКАРЕВ

Стратегия краудфандинга книги — вып. 1

СЕРИЯ «КАК СТАТЬ ПРОФИ»



Владимир Токарев

**Стратегия краудфандинга
книги – вып. 1. Серия
«Как стать профи»**

«Издательские решения»

Токарев В.

Стратегия краудфандинга книги – вып. 1. Серия «Как стать профи» / В. Токарев — «Издательские решения»,

ISBN 978-5-44-857964-6

Описание стратегии реальной заявки на проект «Издание книги «Русский менеджмент — Книга 1» на платформе «Планета», отличается от предыдущей книги по стратегии краудфандинга полным описанием разработки стратегии стартапа. Будет интересно тем, кто хотел бы использовать краудфандинг как инструмент поддержания своей оригинальной идеи. Читатели смогут не только узнать историю рождения проекта — с нуля до подачи заявки, но и реально поучаствовать в его финансировании и наблюдать развитие проекта.

ISBN 978-5-44-857964-6

© Токарев В.
© Издательские решения

Содержание

Книги, подготовленные КЦ «Русский менеджмент»	6
Краткое содержание	9
Предисловие	10
Терминология краудфандинга	12
Почему я решил остановиться на электронной версии книг для краудфандинга	13
Часть 1. Стратегия краудфандинга книги. Практикум – №1	14
Расширенная аннотация	14
Об авторе	15
Прочитать в первую очередь	17
Вместо предисловия – как увеличить рентабельность инвестиций в стартапы	18
Конец ознакомительного фрагмента.	21

Стратегия краудфандинга книги – вып. 1

Серия «Как стать профи»

Владимир Токарев

© Владимир Токарев, 2017

ISBN 978-5-4485-7964-6

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Автор приглашает своих читателей к проекту на платформе краудфандинга – разработка видео практикума «Русский менеджмент: критическая масса управленческих знаний». Практикум будет иметь продолжение и войдет в серию из 8 практикумов по менеджменту. При финансировании этого проекта вы не только получите нужные вам акции, но и будете способствовать тому, чтобы наша страна слезла с нефтяной иглы.

Дополнительно вы получите ряд приятных бонусов: освоение теории и практики менеджмента, что поможет достичь успеха в жизни, и др.

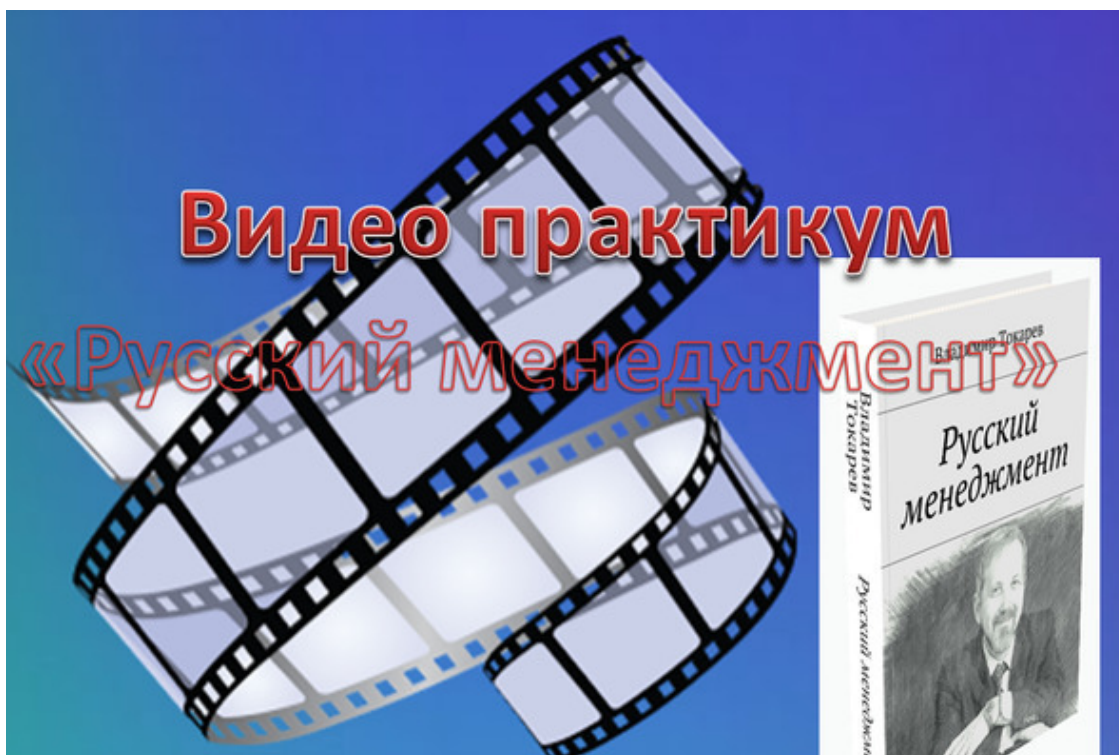


Рис. 1. Ориентировочная дата запуска проекта – 21.11.2017.

Продукт этого проекта содержит кроме видео практикума еще ряд книг по менеджменту издательства «Ридеро».

Книги, подготовленные КЦ «Русский менеджмент»

Серия «Русский менеджмент»

- 1. Русский менеджмент**
- 2. Новые компетенции службы персонала**
- 3. Стратегические секреты консультанта – Часть 1**
- 4. Стратегические секреты консультанта – Часть 2**
- 5. Новый «Русский менеджмент» (2-е издание книги «Русский менеджмент»)**
- 6. Пять «Почему?»**

Включает в себя также серию «Персональный менеджмент» и серию «Сказки для топ-менеджеров»

Серия «Новый менеджмент»

- 1. Новый менеджмент – Часть 1**
- 2. Стратегическое управление персоналом – Часть 1**
- 3. Стратегическое управление персоналом – Часть 2**
- 4. Сила воли: как победить свою лень. Книга 1**
- 5. «Менеджмент-продажи» для продвинутых продавцов – Книга 1**
- 6. Сила воли: как победить свою лень – Книга 2**

Серии «Краудфандинг» и «Как стать профи»

- 1. Сила воли: как победить свою лень – РОЖДЕНИЕ ВИДЕО ПРАКТИКУМА**
- 2. Краудфандинг электронной книги. Часть 1**
- 3. Пример описания проекта краудфандинга: издание книги**
- 4. Стратегия краудфандинга**
- 5. Стратегия краудфандинга книги – вып. 1. Серия «Как стать профи».**
- 6. Как правильно выбрать вуз. Серия «Как стать профи» – Книга 1.**

Серия «Персональный менеджмент»

- 1. Три менеджмента в одном флаконе**
- 2. Приключения английского**
- 3. Тренировка памяти (вып. 1)**
- 4. Тайм-менеджмент – тренинг по книге «Три менеджмента в одном флаконе».**
- 5. Новый тайм-менеджмент (это второе издание книги «Три менеджмента в одном флаконе»)**
- 6. Как научиться управлять, если у вас пока нет подчиненных**

Серия «Сказки для топ-менеджеров»

- 1. Сказки для топ-менеджеров**
- 2. Новые сказки для топ-менеджеров**
- 3. Сказки А. С. Пушкина для топ-менеджеров**
- 4. Полное собрание сказок для топ-менеджеров**

Проект «Разработка стратегии своими силами»

Стратегия компании

1. Стратегическая экспресс-диагностика – Книга 1
2. Стратегическая экспресс-диагностика – Книга 2
3. Стратегическая экспресс-диагностика – Книга 3
4. Стратегическая экспресс-диагностика – Книга 4
5. Стратегическая экспресс-диагностика – Книга 5
6. Стратегия фирмы: Практикум: №1
7. Стратегия фирмы: Практикум: №2
8. Стратегия фирмы Практикум: №3
9. Стратегия фирмы Практикум: №4
10. Стратегия фирмы: Практикум: №5
11. Стратегия фирмы: Практикум: №6
12. Стратегия фирмы Практикум: №7
13. Стратегия фирмы Практикум: №8
14. Стратегия фирмы Практикум: №9
15. Стратегия фирмы Практикум: №10

Стартап

1. СТАРТАП: Стратегическая экспресс-диагностика – Книга 1
2. СТАРТАП: Стратегическая экспресс-диагностика – Книга 2
3. СТАРТАП: Стратегическая экспресс-диагностика – Книга 3
4. СТАРТАП: Стратегическая экспресс-диагностика – Книга 4
5. СТАРТАП: Стратегическая экспресс-диагностика – Книга 5
6. Стратегия стартапа: Практикум: выпуск №1
7. Стратегия стартапа: Практикум: выпуск №2
8. Стратегия стартапа – Практикум №3
9. Стратегия стартапа – №4
10. Стратегия стартапа – №5
11. Стратегия стартапа – №6
12. Стратегия стартапа – №7
13. Стратегия стартапа – №8
14. Стратегия стартапа – №9
15. Стратегия стартапа – №10

Стратегия карьеры

1. Стратегия новой карьеры: Практикум: выпуск №1
2. Стратегия новой карьеры: Практикум №2
3. Стратегия новой карьеры: Практикум №3
4. КАРЬЕРА КАК СТАРТАП – Книга 1

Другое

1. Стратегия в войне за таланты: Практикум: выпуск №1
2. Стратегия в войне за лучшего поставщика: Практикум: выпуск №1
3. Стратегическое сотрудничество: Практикум: выпуск №1

Прочие книги

1. Полстакана воды
2. Незнакомые знакомые сказки
3. Хрустальная гора.
4. Сказка «Береза и три сокола»

Журналы

1. Журнал «Русский менеджмент» (пилотный номер)
2. Журнал «Русский менеджмент» Номер 1 (2)
3. Журнал «Русский менеджмент» Номер 2 (3)
4. Журнал «Русский менеджмент» Номер 3 (4)
5. Журнал «Русский менеджмент» Номер 1 (5) – 2017
6. Журнал «Русский менеджмент» Номер 2 (6) – 2017

1. «Три поросенка» – Детский журнал, №1
2. «Три поросенка» – Детский журнал, №2

1. Журнал «Испытание рассказом» – №1
2. Журнал «Испытание рассказом» – №2

1. Журнал «Туристы и турфирмы» – №1
2. Журнал «Туристы и турфирмы» – №2

1. Журнал «Тайм-менеджмент» – №1
2. Журнал «Новый тайм-менеджмент» – №2.

Все книги и журналы можно купить в издательстве Ридеро (электронную и бумажную версию книг), в магазинах Амазон и Озон (электронную и бумажную версию книг), или прочитать в электронной библиотеке Букмейт, большую часть книг автора можно купить также на Литрес.

Краткое содержание

Предисловие

Часть 1. Стратегия краудфандинга книги. Практикум – №1

1. Немного теории
2. Шаги алгоритма
3. Формы для заполнения
4. Пример выполнения 1 этапа

Часть 2. Описание проекта краудфандинга «Издание книги «Русский менеджмент – книга 1»

1. Какие результаты получит участник
2. Представление автора проекта
3. Предыстория проекта
4. Суть и цели проекта
5. Содержание продуктов проекта
6. Три выгоды для акционеров проекта
7. Акции проекта

Предисловие

5 преимуществ в одной книге

Актуальность темы

Неутомимая статистика говорит нам о том, что из 10 стартапов успешными становятся только 1—2. А краудфандинг – это народное финансирование стартапов, не важно, что является продуктом стартапа – книга, музыкальный альбом, конференция¹.

Потому, несомненно, предложение инструмента для увеличения вероятности успеха стартапа – это актуальная тема во все времена.

Что уже издано по теме

Я здесь остановлюсь только на своей концепции как увеличить вероятность успеха стартапа, а, значит, и краудфандингового проекта.

Я предложил для этого разработать полноценную стратегию стартапа, причем стратегию не для инвестора, что чаще всего наблюдается, а *честную* стратегию для самого себя. И уже издано два варианта описания технологии разработки такой стратегии: серия книг «Стартап: стратегическая экспресс диагностика» (это максимально короткий вариант) и серия «Стратегия стартапа» – это полное описание того, как выполнить такую работу.

Кроме того, вышла первая часть книги «Стратегия краудфандинга», где я привожу готовый пример такой работы, но он представлен крайне кратко.

Какие проблемы не решены

Пока еще нет полного описания разработки стратегии стартапа, выполненной применительно к краудфандинговому проекту.

Цель книги

Вернее, речь идет о целой серии из 8 книг.

1. Я планирую подробно описать выведение стратегии краудфандинга одного проекта. Это первое, что содержится в этой и последующих книгах с названием «Стратегия краудфандинга книги».

Поэтому важное примечание:

ЕСЛИ У ВАС УЖЕ ЕСТЬ СЕРИЯ КНИГ ПО СТРАТЕГИИ СТАРТАПА (В ПОЛНОЙ ИЛИ БОЛЕЕ КОРОТКОЙ ВЕРСИИ) – НЕ ОБЯЗАТЕЛЬНО ПРИОБРЕТАТЬ ЕЩЕ ОДНУ (ЭТУ) СЕРИЮ – ВО МНОГОМ ОНА БУДЕТ ПОВТОРЯТЬ СЕРИЮ ПРЕДЫДУЩУЮ. ОТКУДА СЛЕДУЕТ: ПОКУПКА ЭТОЙ СЕРИИ – ЭТО ВАШ ЛИЧНЫЙ ВЫБОР.

2. Издание книги я рассматриваю как настоящий стартап. Как выяснилось, эта мысль пришла одновременно и независимо и к другим авторам, это лишь подтверждает верность необычной точки зрения на книгу.

Поскольку сегодня можно издать полноценную книгу в издательстве Ридеро («Издательские решения»), где затратами автора будут только время и творческая энергия, то появляется уникальная возможность использовать издание книги как лабораторию по апробации любых идей, направленных на увеличение вероятности стартапа.

3. В этой книге (вернее в каждой книге – а их, как я уже отметил, будет 8) будет представлено полное описание заявки краудфандингового проекта. В данном случае это заявка от физического лица на проект «Издание книги «Русский менеджмент – книга 1. Критиче-

¹ Я не рассматриваю благотворительные проекты краудфандинга.

ская масса управленческих знаний». Оно может быть полезно тем, кто затрудняется написать свою заявку на краудфандинговый проект – всегда это сделать проще, если перед глазами есть готовый пример.

4. В свое время я запустил серию «Как стать профи», было запланировано издать три книги в этой серии. Первая книга – «Как правильно выбрать вуз» – уже издана. Это вторая книга (вернее второй является вся серия из 8 книг) в рамках проекта «Как стать профи». Суть идеи этой второй книги очень проста – вы хотите стать профессионалом в какой-то сфере самым быстрым и эффективным способом? Тогда лучший метод – издайте (предварительно написав, разумеется) на изучаемую вами новую тему свою книгу. Для меня такой темой является краудфандинг.

5. Ну и, наконец, чтобы человеку любой профессии стать лучшим профи среди равных, я рекомендую изучить современный менеджмент. Поскольку менеджмент пронизывает работу любого специалиста – врача, преподавателя, продавца и т. д.

Изучая и применяя рекомендации этой книги (и всей серии из 8 книг) – вы приобретете знания по теме стратегического менеджмента – важного раздела теории и практики управления. А поскольку продуктом моего краудфандингового проекта является серия книг по общему менеджменту, то я рекомендую не просто прочитать и применить рекомендации этой книги для своего краудфандингового проекта по изданию своей книги, но и поучаствовать в моем проекте народного финансирования по изданию серии книг «Русский менеджмент», где, выбрав подходящую для вас акцию проекта², вы подберете для себя одну или несколько книг по современному менеджменту, которые вам помогут стать лучшим профи среди равных. Присоединяйтесь к моему проекту, рекомендую!

Итак, помимо темы стратегии краудфандинга, в этой книге представлено описание реальной заявки на новый проект краудфандинга на платформе «Планета». Читатели смогут не только узнать историю рождения проекта с нуля до подачи заявки, но и реально поучаствовать в его финансировании и даже наблюдать развитие проекта.

При описании терминологии краудфандинга использована книга *Горовая В. В. Практическое пособие по краудфандингу / Под ред. к.э. н. Ф.В. Мурачковского. – Москва, 2016.*

ПРИМ. В написании заявки на краудфандинговый проект мне помогал виртуальный персонаж – любознательный генеральный директор (Любозн. гендир. далее)

² От самого дешевого – «Стандарт», что дешевле, чем в книжном магазине, до варианта «Люкс».

Терминология краудфандинга

Автор проекта (организатор проекта) – кто выступает с заявкой проекта в одной из существующих платформ краудфандинга.

Акционер — тот, кто принимает участие в финансировании проекта краудфандинга.

Акция – вознаграждение (оно может быть как материальным, так и нематериальным – например, благодарность акционеру в социальных сетях).

Краудфандинг – народное финансирование.

Что крайне важно – акционеры проекта – практически не рискуют своими вложениями – они или получают желаемый продукт проекта (если финансовая цель проекта будет достигнута), либо полностью платформа краудфандинга вернет им деньги – таковы строгие правила игры с серьезным договором между автором проекта и платформой.

Любозн. генир. – А какой у тебя личный опыт привлечения внешнего финансирования для разработки новых продуктов?

Автор – Некоторый опыт есть. Нам повезло два раза выиграть конкурс на получение гранта швейцарского фонда SC «Деловые услуги для малого и среднего бизнеса».

Однако разработку большинства новых продуктов (а ассортимент консультационного центра «Русский менеджмент», которым я руковожу, достаточно большой) финансировали наши клиенты, кому требовалась разработка таких продуктов.

В советское же время, когда я работал в одном из НИИ³ Министерства электронной промышленности, в течение 10 лет я выступал руководителем или заместителем руководителя разнообразных НИОКР⁴, финансировались в то время новые разработки государством. Затем, работая после НИИ в вузе, я выступил инициатором регионального российско-французского проекта по конверсии оборонных предприятий, финансировала проект французская сторона.

А в последние 2 года я издал более 80 книг, а каждую книгу можно смело рассматривать как новый продукт. Бизнес-ангелом издания этих книг выступало издательство Ридеро («Издательские решения»).

³ Научно-исследовательский институт.

⁴ Научно-исследовательская и опытно-конструкторская работа.

Почему я решил остановиться на электронной версии книг для краудфандинга

Я сам люблю бумажные книги. А как автор, когда писал свои статьи (сначала в области физики полупроводников – я кандидат технических наук, а затем в области менеджмента), всегда много корректировал текст, и не представлял, что можно ограничиться работой только с электронной версией. Вероятно поэтому у меня дома скопилось много листов бумаги с одной чистой стороной, которые мои младшие внуки с удовольствием используют для рисования.

Но в издательской платформе Ридеро я быстро привык редактировать книги в электронном виде. Правда, для вычитки книги я использую формат pdf.

Короче говоря, я привык к электронным книгам. Сначала к своим. А затем все активнее стал покупать чужие книги тоже в электронном виде. Преимуществ здесь много, начиная с более низкой цены. А если очень нужно – книгу можно заказать в формате «Печать по требованию» (правда, если такая возможность имеется).

Все это меня и подвигло к критике использования краудфандинга для издания бумажных книг. Их, кстати, еще большая морока отправлять самому почтой для акционеров.

Надеюсь, что мой пример будет заразителен, и другие авторы проектов будут использовать платформу краудфандинга для издания именно электронных книг с возможностью их издания желающим по технологии «Печать по требованию».

Часть 1. Стратегия краудфандинга книги. Практикум – №1 Речь идет о книге «Русский менеджмент» в 8 книгах (частях)

Расширенная аннотация

Практикум по разработке стратегии краудфандинга книги состоит из 8 этапов, которые будут опубликованы в 8 книгах (выпусках), в этой книге представлен 1 этап.

Практикум является приложением к книге «Стратегические секреты консультанта», вышедшей в 3 частях.

ПРИМ. Далее, для удобства, я буду использовать словосочетание *проект краудфандинга* и термин *стартап* как синонимы, если это особо не оговорено.

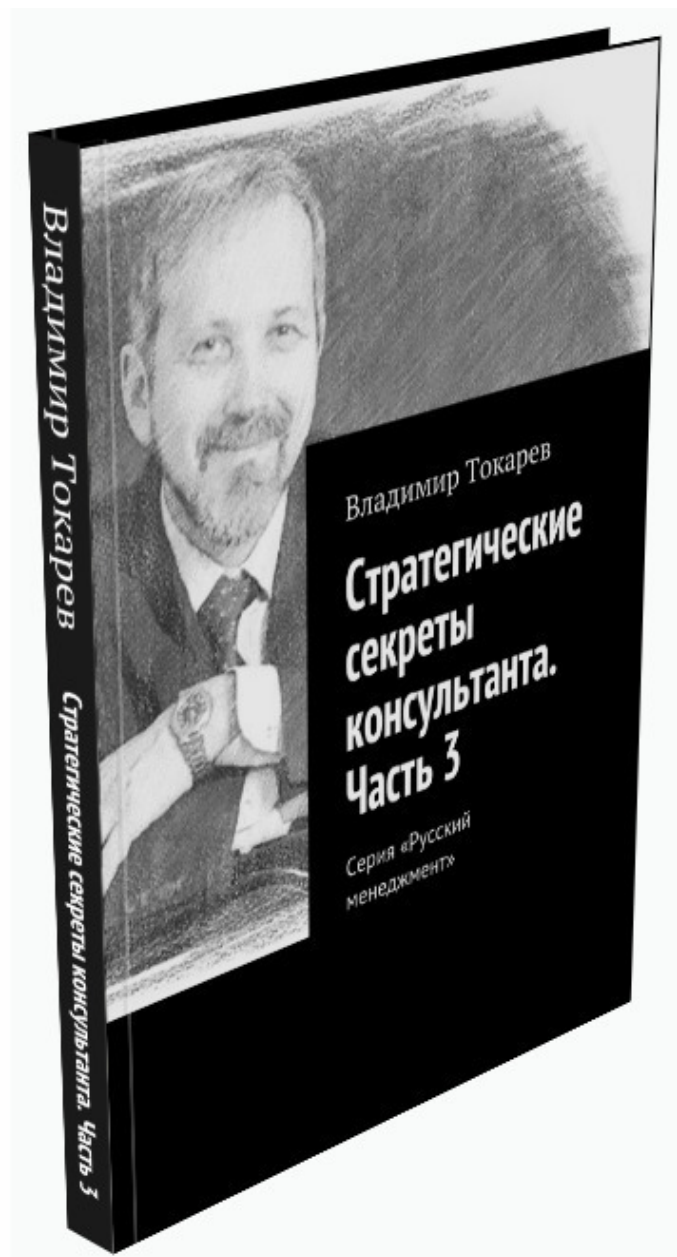


Рис. 2. Серия из трех книг, все книги изданы.

Практикум будет полезен руководителям и владельцам бизнеса.

Предназначен для самостоятельной разработки стратегии стартапа⁵ с использованием рекомендуемых шагов и форм (если они требуются) для заполнения. Основан на 20-летнем опыте консультирования компаний из самых разных отраслей по теме стратегического менеджмента и идее автора о том, что успешность стартапа можно значительно повысить, если разработать стратегию стартапа «для себя», а не просто бизнес-план для грантодателей, инвесторов или бизнес-ангелов.

Об авторе

Автор – директор консультационной фирмы «КЦ «Русский менеджмент», к.т.н., консультант по управлению, автор более 50 статей по менеджменту в профильных журналах,

⁵ Не только для краудфандинга проекта по изданию книги.

автор 80 книг: «Сказки для топ-менеджеров», «Три менеджмента в одном флаконе», «Русский менеджмент», «Стратегическое управление персоналом», «Стратегические секреты консультанта», а также журналов в книжном исполнении, и др., член жюри конкурса в номинации «Лучшая корпоративная стратегия», где принимали участие крупнейшие компании страны – МТС, Северсталь, Уралкалий и др.

Прочитать в первую очередь

Еще раз хочу предупредить читателей/покупателей практикума по стратегии: если вы купили один практикум, например, Выпуск №1 или №2 (и далее), например, с названием «Стратегия стартапа», не торопитесь покупать практикум с другим названием, например «Стратегия краудфандинга книги».

Дело в том, что практические задания и др. самые важные материалы в практикумах по разным темам будут очень похожи друг на друга, поскольку предлагается использовать одну и ту же проверенную технологию разработки стратегии, но применительно к разным объектам управления.

Потому, надеюсь, что имея технологию для одного объекта, читатель сможет вывести для другого объекта стратегию самостоятельно. Отличия практикумов с разными названиями будет в основном одно – это разные сквозные примеры:

Итак, вот главное отличие практикумов с разными названиями:

Стратегия фирмы – содержит сквозной пример по разработке стратегии компании,

Стратегия стартапа – содержит сквозной пример по разработке стратегии одного стартапа,

Стратегия на войне за таланты (стратегическое управление персоналом) – будет содержать сквозной пример по разработке стратегии компании в отношении персонала,

Стратегия карьеры – будет содержать сквозной пример по разработке стратегии одной карьеры личности,

Стратегия на войне за лучшего поставщика – будет содержать сквозной пример по разработке стратегии в отношении поставщиков и т. д.

Стратегия краудфандинга книги – будет содержать сквозной пример по разработке стратегии в отношении издания книги посредством народного финансирования.

И потому, приобретая одни и те же выпуски в отношении разных объектов, вы сами принимаете решение и ответственность за такую покупку.

Другое дело, что если будут полезные находки в ходе разработки таких сквозных примеров, об этом будет обязательно написано в аннотации к соответствующему практикуму и, скорее всего, будет представлено в беседах любознательного генерального директора и автора (в практикумах используется такая форма представления нового и важного).

Выпуск большого количества похожих практикумов объясняется просто, – тому, кому нужно разработать стратегию своей карьеры – лучше приобрести практикум по разработке стратегии карьеры, а если стоит задача – разработать стратегию своего стартапа – лучше, конечно, приобрести соответствующую серию одноименных с вашей задачей практикумов и т. п.

Вместо предисловия – как увеличить рентабельность инвестиций в стартапы

Менеджмент 0.5 – Что у нас сегодня

Эта история произошла в далеком 1982 году. Одна из лабораторий НИИ, в котором я тогда работал, изготавливала полупроводниковые пленки арсенида галлия, выращенные эпитаксией, которые поставлялись на опытный завод при НИИ, где из них изготавливались полупроводниковые приборы (диоды). Статистика была такова – из десяти полупроводниковых пластин, которые полностью соответствовали ТУ по результатам испытаний, только на двух получались годные диоды с нужными характеристиками. Но выяснялось это уже на заключительной стадии производства, в результате на заводе были большие непроизводительные затраты. Причина брака была непонятна. Будучи в то время старшим инженером, я руководил небольшой группой по измерению параметров этих полупроводниковых пленок. Начальник лаборатории эпитаксии уговорил меня стать руководителем ОКР – опытно-конструкторской работы по увеличению выхода годных в два раза – до четырех пластин из 10. Я понимал ответственность, но согласился.

В ходе работы выяснилось, что главная проблема в качестве оборудования для эпитаксиального наращивания пленок. Это оборудование производилось единично специальным подразделением нестандартного оборудования нашего НИИ, в результате было крайне сложно выдержать нужный сложный по форме профиль легирования (обеспечивающий нужный профиль распределения электронов) этих полупроводниковых пленок, толщиной всего 0,2—0,25 мкм. (Сегодня такую работу можно было бы смело назвать – нанотехнологией, но тогда это слово не было в обиходе). Если объяснить, что называется «на пальцах», то это звучит так: нужные высоколегированные полупроводниковые слои (содержащие большое количество электронов) получались или слишком тонкие или слишком толстые, и в том, и другом случае диоды получались бракованные (с негодными параметрами). Группе, которую я возглавил, нужно было решить задачу увеличения выхода годных как минимум в два раза на имеющемся не очень качественном оборудовании.

Один из специалистов НИИ, руководитель химической лаборатории особо чистых веществ, которые и использовались для производства полупроводниковых пленок, мне рекомендовал для выполнения ОКР активнее использовать статистические методы анализа брака. Но мы пошли другим путем.

Дело в том, что изготовить полупроводниковые слои на имеющемся оборудовании «точно какие нужно» было действительно очень сложной задачей, на уровне искусства инженеров и операторов, занимающихся выращиванием этих слоев. А вот вырастить полупроводниковые пленки с высоколегированным слоем (большим количеством электронов) чуть толще, чем надо, даже на имеющемся оборудовании не представляло особых проблем. Понятно, что в таком случае все эти полупроводниковые пластины переходили автоматически в разряд брака.

Однако в то время нами уже была отработана технология анодного окисления наших полупроводниковых пленок, которая позволяла с очень высокой точностью удалять лишние слои. Причем настолько точная, что теоретически можно было утоньшать полупроводниковую пленку даже на уровне одного монослоя (это как раз и есть нанотехнология, только не выращивания, а удаления).

В результате, в конце годовой ОКР, когда технология была отработана, из десяти пластин годными оказывались не четыре, как планировалось по требованиям работы, а все 10. К слову, руководитель лаборатории меня уговорил сдать работу по требованиям техниче-

ского задания – чтобы иметь возможность нивелировать любые проблемы некачественного оборудования для выращивания эпитаксиальных слоев. Мы так и сделали, но пока я работал, не помню, чтобы такой запас потребовался – после необходимой обработки пластины становились годными все.

Это был не единственный случай в моей практике, когда, применяя не очень качественное оборудование, мы добивались качественных результатов: «голь на выдумки хитра».

Возникает вопрос: а что же наши западные коллеги, как они решали эту проблему – ведь у них также изготавливали точно такие же диоды из таких же полупроводниковых пленок как и в нашем НИИ? У западных коллег описанной проблемы не возникало по следующей причине. Наше оборудование (эпитаксиальная установка в нашем НИИ) изготавливалось в единичном экземпляре, и потому устранить возникшие огрехи не позволял недостаточный опыт производства оборудования малыми сериями. А у западных коллег такое оборудование производилось специализированными компаниями, имевшими устойчивый спрос. И потому качество такого оборудования позволяло изготавливать нужные эпитаксиальные слои с высокой точностью.

Отмечу, что дело «не в уме» – наши специалисты не глупее западных, а дело в организации производства, в данном случае производства специального оборудования.

Критически настроенный читатель спросит: «А какое отношение описанный пример имеет к **стартапам**?». Что касается аналогии описанного примера со стартапами, то она такова. Известно, что из десяти стартапов успешными оказываются, максимум, один-два проекта. Как видите, задачи в чем-то очень похожи. Быть может, стоит попробовать пойти, как в описанном примере, по пути поиска причин такой величины «брака стартапов», а не инвестировать, скажем, в 100 стартапов в надежде, что на выходе получим если не 20, то хотя бы 10 успешных проектов? Иначе, согласно статистике, вложившись только в 10 проектов можно прогореть – ведь гарантий, что из десяти проектов обязательно получится один-два успешных проекта, никто не даст.

Менеджмент 1.0. Требуется массовое производство

Именно так сегодня работают западные инвесторы, положившись на статистику и увеличивая число проектов, чтобы не получились «все яйца в одной корзине». Спрашивается, а может не стоит «заморачиваться»? Инвесторы, пользуясь проверенной статистикой, «себя не забудут» – всегда останутся в прибыли, поскольку один-два успешных проекта из десяти всегда окупят все инвестиции в 10 проектов.

Здесь ситуация не очень простая, особенно применительно к российским условиям. Такую статистику могут себе позволить только западные инвесторы. Дело в том, что любой новый продукт (товар или услуга) – это тоже стартап. Более того, я бы смело отнес к стартапам выведение на рынок даже известных продуктов фирмами, которые до момента выхода на рынок с этим продуктом, им не занимались. А вот набрать хотя бы 10 новых проектов для фирмы среднего размера – очень проблематично. И потому, не выпускать новые продукты – обречь себя на вытеснение с рынка, а выпускать только по одному-два новых – поставить бизнес под угрозу. Как быть?

Ситуация еще более усугубляется для российского производителя. Дело в том, что из-за существующего уровня менеджмента мы пока не можем обеспечить массовый выпуск качественных продуктов. А окупиться стартап может, только если мы выходим на запланированные объемы производства и продаж. И потому «попасть в яблоčko» – для многих предприятий становится задачей весьма актуальной.

Я привел в первом примере случай, когда при единичном производстве подразделение нестандартного оборудования не могло обеспечить выпуск качественной продукции. При-

чин для этого у них было много: это и слишком большой ассортимент выпускаемого для НИИ нестандартного оборудования, и недостаток времени, чтобы устранить все выявленные недостатки в последующих сериях единичного и мелкосерийного производства, и многое другое. Поэтому надеяться, что у нас в стране заработает *инновационная экономика* в отсутствие массового качественного производства – это «зарыть голову в песок», надеясь на чудо. Но чудо не произойдет, как это ни грустно.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.