

Предпринимательство и бизнес

Виртуальная выставка для начинающих предпринимателей

«Предпринимательство – это процесс создания чего-то нового, обладающего ценностью; процесс, поглощающий время и силы, предполагающий принятие на себя финансовой, моральной и социальной ответственности; процесс, приносящий денежный доход и личное удовлетворение достигнутым».

Р. Хизрич, М. Питерс

«Предпринимательство, или Как завести собственное дело и добиться успеха»

Предпринимательство – одна из важнейших составляющих современной экономики. В странах рыночной экономики предпринимательство получило широкое распространение и составляет подавляющую часть среди всех форм организаций. За последние десять лет в Беларуси появились тысячи предпринимателей и собственников. В связи с приватизацией за государством осталась лишь часть организаций и предприятий, а остальные перешли в частное владение.

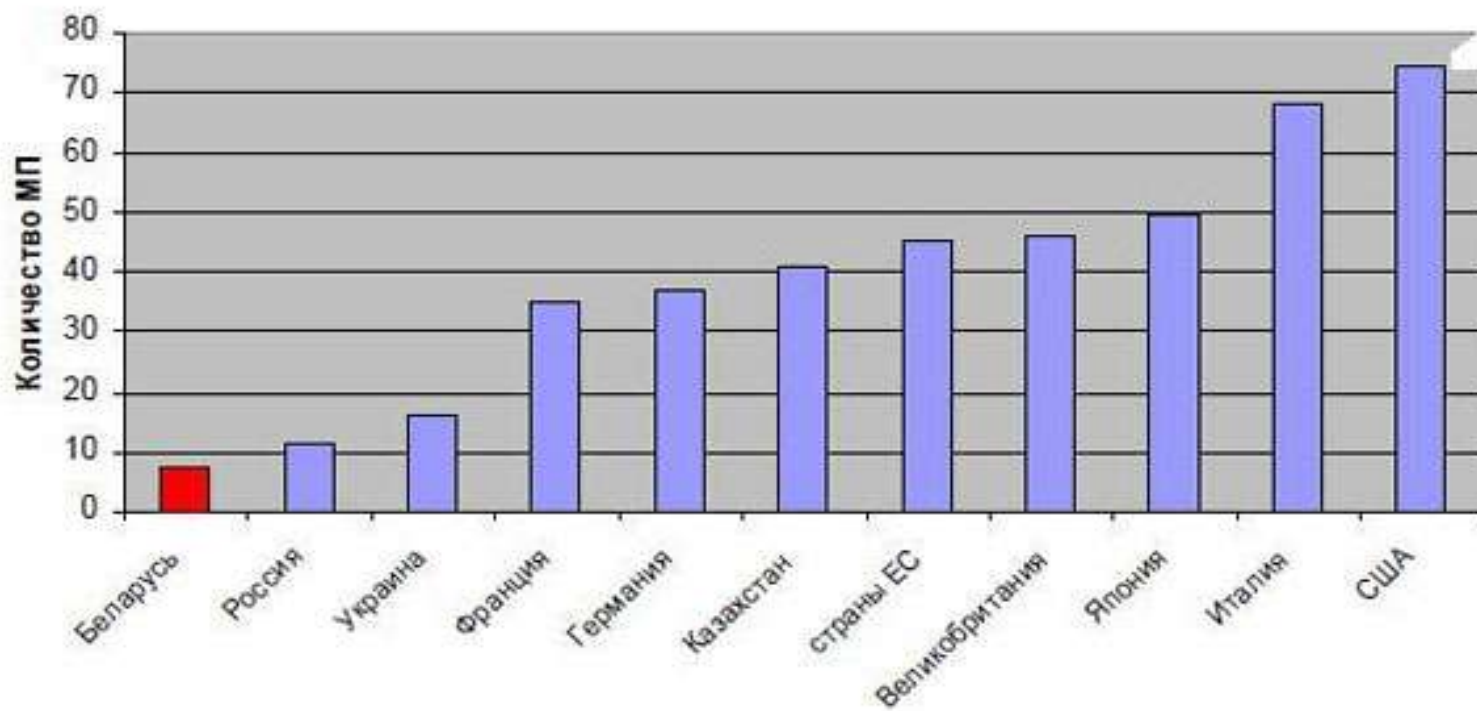
Основную часть белорусского предпринимательства составляет малый и средний бизнес. Основной задачей предпринимателя является управление предприятием, которое включает в себя рациональное использования ресурсов, организацию процесса на инновационной основе и хозяйственном риске, а также ответственность за конечные результаты своей деятельности.

Личная заинтересованность выступает движущим мотивом предпринимательства, поэтому обеспечение условий для присвоения полученных результатов, извлечения и накопления дохода является определяющим условием предпринимательской среды.

Представляем Вашему вниманию виртуальную выставку для начинающих предпринимателей. Как начать свой бизнес и сделать его успешным? Как привлечь новых клиентов? Как увеличить продажи? Освоить новые сферы в бизнесе? На выставке представлены издания-бестселлеры, по предпринимательству и малому бизнесу. Это лидеры продаж в интернете, в которых описан опыт успешных людей и даны практические советы по ведению бизнеса и расширению сферы деятельности.

Развитие предпринимательского сектора Беларуси

Число МП на 1000 человек



Всего организаций – 11731

в том числе:
микроорганизаций – 10066

малых организаций – 1665

Всего организаций – 29180

в том числе:
микроорганизаций – 24157

малых организаций – 5023

Всего организаций – 6692

в том числе:
микроорганизаций – 5670

малых организаций – 1022

Всего организаций – 8357

в том числе:
микроорганизаций – 7015

малых организаций – 1342



Всего организаций – 7231

в том числе:
микроорганизаций – 6170

малых организаций – 1061

Всего организаций – 6867

в том числе:
микроорганизаций – 5892

малых организаций – 975

Всего организаций – 7344

в том числе:
микроорганизаций – 6234

малых организаций – 1110



Акимов О.Ю.

Малый и средний бизнес: эволюция понятий, рыночная среда, проблемы развития. – М.: Финансы и статистика, 2011.

В книге изложены теория и практика предпринимательства с выделением малого предпринимательства как специфической сферы рыночных отношений. Рассмотрен опыт становления и развития организационно-правовых форм бизнеса...

Джеффри Дж. Фокс

Как делать большие деньги в малом бизнесе. Неочевидные правила, которые должен знать любой владелец малого бизнеса. – М.: Альпина Паблишер, 2008.

Ведение собственного бизнеса дает предпринимателю огромные возможности по реализации своего личного потенциала и материальных амбиций. Никакие банковские вклады, высокие оклады и премии не могут сравниться по своему потенциальному доходу с результатами ведения собственного успешного бизнеса. Книга рассказывает о тонкостях, которые должен знать любой предприниматель, чтобы добиться максимального успеха.





Ольга Гозман

Бизнес – это FUN!

от российского стартапа
к международной компании

Гозман О.

Бизнес — это FUN!

От российского стартапа к международной компании /
О.Гозман. - М.: Альпина Пабlishер, 2009.

Автор рассказывает о своем опыте построения бизнеса с нуля. Для большинства успешных предпринимателей бизнес – это способ ухода от офисной рутины, максимальной реализации своих способностей и талантов...



Левитас А.

Больше денег от вашего бизнеса. Партизанский маркетинг в действии / А. Левитас. – 3-е изд. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014.

Если рост прибыли вашей компании замедлился, полезно проверить, не упускаете ли вы каких-либо деталей: ведь в маркетинге именно детали важнее всего. Обращая внимание на мелочи, вы сможете привлекать и удерживать больше клиентов, совершать больше сделок...



Юрковская О.

Разумный маркетинг. Как продавать больше при меньших затратах / О. Юрковская. – Спб.: Питер, 2014.

У вас есть стабильный бизнес - достаточно успешный и хорошо развивающийся, но вы почему-то до сих пор не заработали те миллионы долларов, которые планировали получить.

В чем же причина того, что вы работаете больше, а зарабатываете меньше, чем хотите?

Какие секреты успешного бизнеса вы не применяете на практике?

Сколько способов бесплатной рекламы вы не используете?

Почему ваш бизнес не приносит вам в 5 раз больше денег, чем сейчас?

Существуют сотни приемов малобюджетного (партизанского) маркетинга, которые можно применить в вашем бизнесе. Ведь иногда достаточно внести совсем небольшие изменения, чтобы поднять свою прибыль на десятки процентов.



Халилов Д.

Маркетинг в социальных сетях. Первое руководство по маркетингу в соцсетях. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013.

Несмотря на то, что маркетинг в социальных сетях (Social Media Marketing, SMM) существует уже более восьми лет, информации по этой теме до сих пор довольно мало. Большинство изданных книг расхваливают SMM на все лады и убеждают нас непременно заняться им. Они с радостью отвечают на вопрос «Что вам может дать SMM?», но не дают практических советов о том, как именно нужно выстроить работу, чтобы получить ожидаемый эффект.

И что еще более важно, большинство книг по теме написаны западными специалистами и основаны на «той» реальности. Они не учитывают, что в России социальная сеть № 1 - это Вконтакте, а не Facebook. Они не знают о том, что портрет типичного пользователя Твиттера в России совсем не такой, как в США. Наконец, они упускают из виду то, что жители США намного более активно взаимодействуют с брендами в целом, и это накладывает серьезный отпечаток на стратегию маркетинга в интернете.



Мастерс Блейк, Тиль Питер

От нуля к единице. Как создать стартап, который изменит будущее. – М.: Альпина, 2015.

Как создать компанию с нуля, привести ее к успеху, сделав лидером рынка? Питер Тиль, предприниматель, создавший платежную систему PayPal, и первый инвестор Facebook, считает, что основа любого успешного стартапа - уникальный продукт, дающий компании выигрышный статус монополии. Поэтому одно из важных условий выживания любого проекта - умение основателей смотреть на мир по-новому, чтобы заметить выигрышную идею, которую никто еще не развил. Именно эти идеи, впервые озвученные на лекциях в Стэнфордском университете, легли в основу книги Питера Тила.

На примере Facebook, Microsoft, eBay, Twitter, LinkedIn и многих других компаний, а главное - на собственном уникальном опыте работы в PayPal Питер поясняет, какую стратегию нужно выбрать начинающему бизнесмену, чтобы преуспеть при создании собственного стартапа.



Стартап-гайд. Как начать... и не закрыть свой интернет-бизнес / под ред. М. Зобниной. – М.: Альпина, 2015.

Стартап-гайд сочетает в себе практические рекомендации и инструменты для создания интернет-стартапа - от возникновения идеи до практического воплощения, вывода на рынок и мощной раскрутки. Авторы книги - ведущие эксперты венчурного рынка и успешные российские стартаперы, имеющие огромный опыт работы в своих областях, дают ценнейшие рекомендации тем, кто хочет вывести свой стартап на уровень крупного бизнеса.

Авторы делятся с читателями сугубо практической информацией, давая краткие и четкие советы по всем ключевым аспектам создания интернет-компании: как сделать из идеи продукт, который будет востребован вашей аудиторией; как набрать клиентов и приучить их платить за ваш товар или услугу; как строить и масштабировать бизнес-модель; как формировать правильную команду и многое другое.



Бузукова Е.

Закупки и поставщики. Курс управления ассортиментом в рознице / Е.Бузукова. – Спб.: Питер, 2015.

"Закупки и поставщики" - третья книга из "Курса управления ассортиментом в рознице". Закупки тратят или зарабатывают? В настоящей книге работа отдела закупок рассматривается с точки зрения получения прибыли для компании - что нужно делать, чтобы максимально эффективно распорядиться средствами компании, выделенными для закупки товаров. Вы познакомитесь с функциями управления и контроля закупок, логистики и управления поставщиками, существующими в компании вне зависимости от ее организационной структуры.

***БЛАГОДАРИМ ЗА
ВНИМАНИЕ***