



Александр
БАЖЕНОВ

БИЗНЕС ВДОЛГУЮ

Не
краткосрочные
победы,
а большая
игра

Александр Баженов

Бизнес вдолгую

«Книгиум»

Баженов А.

Бизнес вдолгую / А. Баженов — «Книгиум»,

ISBN 978-5-907990-12-8

Эта книга – путеводитель для тех, кто стремится создать успешный бизнес, ориентированный на долгосрочную перспективу, а не на мгновенную прибыль. Автор делится секретами построения устойчивого бизнеса, основанного на постоянном развитии, терпении и приверженности высоким стандартам. Читатели узнают, почему важно фокусироваться на стратегическом мышлении, планировать далеко вперед и вкладываться в создание прочной основы своего дела. Ключ к успеху заключается в ежедневном улучшении процессов, внимательном отношении к деталям и готовности преодолевать трудности ради высоких целей. «Бизнес вдолгую» вдохновляет предпринимателей ставить амбициозные цели, верить в собственные силы и стремиться к постоянному росту. Эта книга станет ценным ресурсом для всех, кто хочет построить надежный и процветающий бизнес, способствующий повышению качества собственной жизни и жизни окружающих. Вы узнаете, как использовать эти тренды для повышения профессионализма, создания конкурентных преимуществ и построения эффективной HR-стратегии. Книга поможет вам предугадывать потребности кандидатов, улучшать процессы найма и повышать лояльность сотрудников. Она станет надежным инструментом для своевременного внедрения изменений и предотвращения HR-кризисов. Независимо от вашей роли – будь то HR-специалист, руководитель, собственник или акционер – вы получите ценные знания и практические советы, которые помогут создать сильную команду и обеспечить устойчивый рост компании. Эта книга – отличный подарок для всех, кто стремится к развитию и успеху в области управления персоналом. Неприлично мало компаний внедряют изменения в этой сфере. Поэтому каждый из читателей этой книги имеет возможность внедрить все тренды и стать одним из лучших работодателей для внешних кандидатов и своих сотрудников. А это точно приведет к финансовому росту компании.

ISBN 978-5-907990-12-8

© Баженов А.

© Книгиум

Содержание

| | |
|-----------------------------------|----|
| Вступление | 6 |
| Часть 1 | 8 |
| Глава 1 | 9 |
| Глава 2 | 11 |
| Глава 3 | 13 |
| Конец ознакомительного фрагмента. | 18 |

Александр Баженов

Бизнес вдолгую. Не краткосрочные победы, а большая игра

Вступление

Первый офис «Стоп кредит», который тринадцать лет назад я открыл в родном Воронеже, все так же работает на том же месте. Думаю, что арендодателю повезло со мной.

Примерно раз в полгода на офисах рядом с моим меняются вывески: были тут изготовители печатей, продавцы косметики, пивные магазины, доставка роллов, агентство недвижимости, маркетинговое агентство, детские и музыкальные студии, косметологические кабинеты и многое другое. Я рассказывал об этом знакомым, и они иногда спрашивали: «А ты почему не закрылся?» Отвечал, что, наверно, соседи переезжают, потому что для них локация неудобная или что-то еще.

Со временем стал замечать, что зачастую дело не в локациях. Я спрашивал у арендодателей, какова судьба компаний, которые у них открывались. Ответы были разные, но чаще всего – «У них не пошло».

Приходя в офис утром, я с некоторым сожалением видел, что вывеска соседа снята и дверь закрыта. В то же время меня это подстегивало и придавало уверенности, что иду правильным путем. Да, вероятно, локация для кого-то из них сыграла ключевую роль, но, как показывает практика, восемь из десяти бизнесов закрываются в первые три года. Несколько лет назад я решил попробовать разобраться: почему выживает или не выживает бизнес? Что позволяет создавать продукты, которые люди используют десятки или сотни лет?

С детства я интуитивно понимал, что если принимать решения и ориентироваться на долгую перспективу, то вероятность успеха велика и трудности, ошибки и провалы на пути лишь временны – их удастся преодолеть через день-два, неделю или полгода.

Представьте, что вы садовник и взялись выращивать китайский бамбук. Сначала задача кажется простой: посадить семечко, поливать и ждать. Но дни превращаются в месяцы, месяцы в годы, и кажется, что ваши усилия напрасны. Бамбук – это ваша цель, ваша мечта, ваш проект. Первые годы – время, когда вы работаете над собой, вашими навыками, дисциплиной и упорством, не видя немедленного результата. Но именно здесь, в этой тишине и видимом бездействии, зарождается успех.

Ключ к достижению любой цели – в непрерывном самосовершенствовании и упорном труде. Как и корневая система китайского бамбука, которая развивается в течение первых *четырех лет*, укрепление наших личных и профессиональных базовых качеств требует времени и терпения. Это время, когда мы учимся, ошибаемся, переживаем, расстраиваемся, растем, находимся в поиске и часто сомневаемся. Но именно это время и есть ключ к будущему успеху в долгой перспективе.

И вот – на *пятый год!* – бамбук взмывает вверх. Происходит чудо: за несколько недель он вырастает более чем на 25 метров. Предыдущие годы, которые казались периодом полного бездействия, на самом деле были временем интенсивного развития, которого не замечали даже вы сами, не обращая внимания на качества, которые вырабатывались на пути.

Это ваш прорыв, ваш успех, который пришел не внезапно, а в результате непреклонной веры в себя и свои мечты, терпения, готовности учиться и расти каждый день. Ваша работа, ваше время, ваши усилия внезапно становятся видимыми всему миру. Но только вы знаете, сколько труда было вложено в этот успех, кажущийся внезапным.

Рост китайского бамбука – это не только урок терпения и упорства, но и напоминание о том, что величайшие достижения требуют времени, веры в себя и неуклонного стремления к совершенству. Каждый день, проведенный в работе над собой и своими целями, приближает к моменту, когда «бамбук» устремится ввысь, демонстрируя миру результаты нашего труда.

К моему сожалению, в этой книге я чаще буду приводить примеры, не связанные с российскими предпринимателями, потому что на сегодняшний день у нас нет предпринимателей с мировой известностью, кроме Павла Дурова, Олега Тинькова и Евгения Касперского, которые создали и ведут свой бизнес более 10 лет. Конечно, еще есть с десяток ребят, которые вот-вот подойдут к тому, чтобы стать яркими примерами во всем мире.

Важно не забывать, что мы рассматриваем тему бизнеса вдолгую, одним из критериев которого является присутствие на рынке не менее 10 лет. В идеальной картине бизнес вдолгую – это работа на рынке не менее 50 лет, но в современной России таких компаний просто не существует: наша новая история началась чуть более 30 лет назад.

Что такое бизнес вдолгую? Это особое ведение бизнеса, когда ты обладаешь определенными качествами и делаешь бизнес, который ориентирован на долгую перспективу для потребителя, с хорошим качеством продукта и сервиса.

Бизнес вдолгую – это стиль мышления и действий предпринимателя.

Книга посвящается моему главному партнеру на самую долгую перспективу – партнеру, который разделяет все ценности нашего общего дела, поддерживает при любой возможности.

Партнер вдолгую вместе со мной строит большую долгосрочную систему управления активами семьи и берет на себя значительную ношу ради благополучного будущего. Этот партнер – моя супруга Ирина Баженова.

Эта книга – благодарность тебе за каждый твой шаг на пути нашей семьи. Мне безумно повезло встретить тебя и реализовывать все, что мы с тобой запланировали.

Лучший проект моей жизни – это наша с тобой семья!

Часть 1

Правила бизнеса вдолгую

Опишу некоторые правила ведения бизнеса вдолгую. Это то, к чему я пришел по своему предпринимательскому пути.

После каждой главы привожу вопросы, которые помогут вам сфокусироваться на ее содержании. Прочитайте их и постарайтесь ответить, в идеале письменно. Тогда потом, через несколько лет, вы убедитесь, что у вас появились не просто ответы, но и сами факты.

ГЛАВЫ

- 1. Максимальные финансовые результаты**
- 2. В итоге – побеждаешь**
- 3. Формируется экосистема**
- 4. Этичность**
- 5. Польза для людей**
- 6. Масштаб**
- 7. «Вмятины во вселенной»**
- 8. Дети (семья) в деле**
- 9. Миллион контактов**
- 10. Всегда нескучно**
- 11. Обучение ключевых лиц**
- 12. Создание активов**
- 13. Удержание клиентов**

Глава 1

Максимальные финансовые результаты

Поговорим о финансовых результатах, которые ориентированы на краткосрочную и долгосрочную перспективу бизнеса или какого-либо рода деятельности.

Вы наверняка встречали тех, кто способен строить жизненные планы лишь на очень короткую перспективу – пару часов или даже несколько минут. Обычно такие люди, что называется, стоят на низком социально-экономическом уровне. Алкоголики и наркоманы, например, думают наперед всего на несколько часов и планируют лишь, где достать 700–800 рублей на очередную бутылку или дозу.

Люди, планирующие на десятилетия, а бывает, и на несколько поколений вперед, большую часть времени думают о будущем, при этом решают и повседневные задачи.

Интересная штука, что сама мысль о будущих результатах повышает качество принимаемых вами краткосрочных решений.

Сейчас быстро и много можно заработать путем мошенничества, хайпа или, например, с помощью криптовалюты. Но это не бизнес, а просто спекуляции или воровство, и в перспективе может привести к плачевным последствиям.

А вот вариант бизнеса вдолгую. Джефф Безос основал Amazon почти тридцать лет назад, и вряд ли он тогда планировал стать самым богатым человеком на планете. В начале пути он лишь предполагал, что в долгосрочной перспективе онлайн-магазины будут в топе. Начиная бизнес, он создал книжный онлайн-магазин, где купить книги можно в любой момент и находясь в любом месте.

Конечно, Джефф не планировал тогда создавать самую дорогую компанию на планете (по оценкам, стоимость компании Amazon на 2024 год – 2,43 триллиона долларов при количестве сотрудников 1,6 миллиона) и понимал, что бизнес в интернете – это на долгую временную перспективу. Интернет развивался, а с ним и возможности для бизнеса.

Бизнес практически любой из известных компаний с высокими финансовыми результатами – это всегда «бизнес вдолгую». Мы часто переоцениваем свои планы и возможности на ближайший год и сильно недооцениваем то, на что способны в ближайшие пять-десять лет.

Вот еще один пример, на этот раз из моей практики.

Что позволяет моей франчайзинговой компании развиваться уже больше 13 лет, в то время как другие в моей нише каждый год закрываются? Покупая франшизу, вы обязуетесь вносить роялти – плату за бренд, ноу-хау и разные ресурсы, которые предоставляет компания. Бывает по-разному, но чаще всего роялти – это определенная ежемесячная сумма или процент.

Когда новый партнер покупает франшизу, он проходит обучение, получает все материалы и приступает к работе. Через два-три месяца он по договору франшизы уже будет обязан платить роялти независимо от того, как у него идут дела в бизнесе. Так вот: компании, ориентированные на краткосрочную прибыль, начинают сразу требовать роялти, даже если партнер пока что работает «в минус» и прибыли не получает. Напряженность в отношениях партнера и владельца франшизы со временем накапливается и растет, что в итоге приводит к распаду сотрудничества.

В моей модели бизнеса все было так же, только я не требовал роялти от партнеров до тех пор, пока они не выходили на положительный баланс прибыли. Это занимает разное время: кто-то окупался через месяц, кто-то через год.

Именно с таким подходом – вдолгую – я выигрывал длительные партнерские отношения и зарабатывал гораздо больше, чем на ежемесячных роялти, от которых в конечном счете на

сегодняшний день я вообще отказался, стремясь к тому, чтобы партнеры у нас чувствовали себя комфортно и могли реализовать предпринимательский потенциал.

ВОПРОСЫ

Какова прогнозируемая динамика роста продаж вашего продукта или услуги на протяжении ближайших пяти лет?

Какие препятствия или риски вы видите на пути к достижению устойчивой прибыли в ближайшие пять лет и как они будут преодолены?

Какие меры вы принимаете для расширения целевой аудитории или рынка для вашего продукта или услуги?

Глава 2

В итоге – побеждаешь

«Мы проиграли битву, но не войну!» Эту фразу в том или ином виде произносили (или им приписывали ее авторство) многие исторические деятели: китайский стратег, автор трактата «Искусство войны» Сунь Цзы, фельдмаршал Кутузов после Бородинской битвы, генерал де Голль, призвавший его французов к сопротивлению фашистской Германии.

В стратегии бизнеса, как и в военной стратегии или в спорте, например в шахматах, принцип «проиграли битву, но не войну» – пожертвовать в малом, чтобы получить большее, – в итоге зачастую приводит к победе.

На пути предпринимателя сотни, а то и тысячи раз встретятся «ненужные результаты». Так я называю ситуации, к которым приводят ошибочные решения из-за отсутствия опыта или полной картины события. Каждого, кто начинает что-то новое, преследует страх ошибки. Из-за страха кое-кто совсем отказывается от своей мечты.

Процесс предпринимательства, по-моему, во многом и состоит в том, чтобы пройти подобные ситуации, потратить время, деньги, энергию, но путем проб и многочисленных ошибок найти нужный результат. А когда его находишь, отчетливо понимаешь, что, если бы не совершал определенные ошибки, у тебя ничего бы и не получилось.

Не зря же Пушкин назвал опыт сыном «ошибок трудных».

В развивающемся бизнесе всегда есть долгосрочные цели и стратегия. Если ежедневные мелкие дела приближают к этим целям, значит, вы работаете вдолгую, на перспективу, стараясь не акцентировать внимание на разовых неприятностях: увольнении ценного сотрудника, поломке техники, накопившейся дебиторке, болезни и даже чьем-то предательстве.

Бывает, что приходится выбирать: много заработать в моменте, понимая, что последствия, скорее всего, окажутся негативными для достижения долгосрочных целей, или пройти мимо явной возможности урвать куш, чтобы в перспективе заработать больше.

Вот пример из моей практики. Один из новых клиентов еще в 2012 году был очень недоволен правоохранительными органами за то, что они его оштрафовали и посадили в КПЗ на двое суток. После инцидента он обратился в нашу компанию за юридической помощью, желая восстановить справедливость.

Я лично его консультировал, предупреждал, что наши шансы – «фифти-фифти», что все, что мы сможем сделать, это потаскать сотрудников ДПС по судам, при этом не факт, что они будут являться на заседания. Мы договорились о предоплате в 10 тысяч рублей с выплатой такой же суммы при получении нужного ему результата.

Конечно, мне нужно было сразу понять, что не стоит заниматься таким клиентом. Хотя бы потому, что его глаза затуманила обида, а мозг – чувство совершенной несправедливости. Но...

Мы писали жалобы во все инстанции, созванивались с руководителями, ездили на суды и встречи с руководителями инстанций, снова писали жалобы, в том числе кассационные, а потом и надзорные. И все это за 10 тысяч рублей. На бензин и расходные материалы ушла, наверное, более значительная сумма.

Примерно через полгода работы клиент стал регулярно звонить в офис и кричать: «Вы ничего не сделали и ничего сделать не можете, я натравлю на вас все инстанции!» При этом про возврат предоплаты он даже не вспоминал. После нескольких истеричных звонков я предложил ему прийти в офис и все обсудить. Он пришел и с порога начал оскорблять моих сотрудников, называть нашу компанию «шарашкиной конторой» (это я сильно смягчил его слова).

В тот момент я понял, что от него нужно избавляться как от клиента. В переговорной я напомнил ему, что предупреждал об отсутствии перспектив в деле, подробно расписал, что мы сделали и сколько бы это могло стоить. После этого спокойно сообщил: «Я расторгаю с вами договор в одностороннем порядке и возвращаю ваши деньги».

К моему удивлению, бывший клиент отреагировал очень спокойно: подписал акты, получил деньги и ушел. Больше я его никогда не видел и ничего о нем не слышал. Однако спустя пять-семь лет я увидел его имя в числе своих подписчиков, он часто реагировал на посты и сторис. Еще чуть позже мы узнали, что он рекомендовал нас другим людям, которым мы смогли помочь и заработали на этих услугах гораздо больше, чем возвращенные когда-то 10 тысяч рублей.

Видимо, по прошествии времени человек все понял и оценил мой поступок.

Еще один пример.

Была у меня модель франшизы «Стоп кредит», в которой предусмотрена ежемесячная выплата роялти. Один из франчайзи (покупателей франшизы) в какой-то момент перестал платить роялти, хотя продолжал работать под нашей маркой в двух городах – в одном управлял сам, в соседнем – его лучший друг.

Как-то я повез супругу в Воронеже на прием к стоматологу. Управляющий той клиникой, назовем его Андрей, – мой близкий приятель.

Пока жена была на приеме, мы беседовали с Андреем. Я рассказал, что есть у меня один франчайзи, который уже второй год не платит мне роялти, клянется, что скоро все закроет. Рассказал и про «филиал» в соседнем городе, которым управляет лучший друг неплательщика. Вдруг Андрей спрашивает: «А лучший друг из соседнего города знает, что партнер не платит роялти второй год?» Я этого не знал, поскольку никогда с ним не общался, да и отдельного соглашения не заключал.

Оказалось, что Андрей очень хорошо знает этого лучшего друга моего франчайзи, и я попросил его позвонить тому сейчас и прямо спросить, почему не идут платежи. Выяснилось, что этот предприниматель исправно переводил и продолжает ежемесячно переводить роялти моему партнеру. Он очень удивился, что его деньги не доходят до адресата (то есть до меня) уже больше полутора лет. Более того, партнер при открытии бизнеса под брендом «Стоп кредит» в другом городе взял со своего лучшего друга крупную сумму в качестве паушального взноса и как-то «забыл» перевести эти деньги мне как продавцу франшизы.

В итоге сорвавший куш предприниматель перестал быть моим партнером и лучшим другом бизнесмена из соседнего города. А «Стоп кредит» продолжил работать в обоих городах, правда, уже под руководством честного бизнесмена, который выплатил все долги бывшего партнера и стал законным франчайзи.

«Правда всегда стремится наружу». Эта фраза в том или ином виде появляется в разных художественных произведениях. И я с ней согласен.

ВОПРОСЫ

Как вы управляете своими ресурсами, чтобы иметь достаточные запасы для реагирования на неожиданные ситуации и кризисы?

Как вы взаимодействуете с вашими клиентами и партнерами для поиска совместных решений и устранения возникающих проблем?

Какие данные вы собираете по своим сотрудникам, партнерам и клиентам, чтобы в перспективе оперативно и без потерь разрешать возможные конфликты?

Глава 3

Формируется экосистема

Экосистема бизнеса – относительно молодое понятие в российском предпринимательстве. Сейчас каждая крупная компания формирует экосистему из своих продуктов.

В этом большом и сложном механизме каждое направление играет свою роль. Компании, партнеры, клиенты и технологии работают вместе, чтобы создать что-то большее, чем они могли бы сделать по отдельности. Представьте себе: один производит товар, другой оказывает услугу, третий продает товары, четвертый улучшает и упрощает все с помощью новых технологий, а клиенты вдохновляют на создание чего-то еще лучшего и с удовольствием пользуются тем, что предоставляет экосистема.

Прелесть экосистемы в том, что здесь все выигрывают. Компания занимает новые рынки, находит новых партнеров, вместе они решают сложные задачи и открывают новые возможности. Клиенты получают более качественные и разноплановые продукты и услуги, потому что каждая часть этой системы направлена на улучшение качества жизни. Это большая дружная команда, где каждый знает свою задачу, но все идет к одной цели.

Экосистема живет и развивается, потому что она гибкая, открытая и способна адаптироваться к изменениям. Это не просто набор компаний, а целая сеть взаимной поддержки, идей и ресурсов. Благодаря этому бизнес растет быстрее, становится сильнее и приносит пользу всем, кто в нем участвует.

Ниже я перечислю компании, которые имеют ярко выраженную экосистему бизнеса, распишу подробно их функционал, чтобы у вас сформировалось понимание, к чему стремится долгосрочный бизнес.

ЯНДЕКС

Одна из наиболее разносторонних технологических компаний России создала обширную экосистему, включающую множество онлайн-сервисов и продуктов.

Вот структура экосистемы Яндекса:

Поиск и информационные сервисы

Яндекс. ПОИСК – главный поисковик;
Яндекс. Новости – агрегатор новостей;
Яндекс. Дзен – платформа персонализированного контента;
Яндекс. Кью – платформа вопросов и ответов.

Карты и навигация

Яндекс. Карты – карты и геолокационные сервисы;
Яндекс. Навигатор – приложение для автомобильной навигации;
Яндекс. Пробки – информация о пробках на дорогах;
Яндекс. Транспорт – мониторинг общественного транспорта.

Транспорт и логистика

Яндекс Go – такси и доставка;
Яндекс. Лавка – быстрая доставка продуктов;
Яндекс. Доставка – логистические услуги для бизнеса;

Яндекс. Драйв – каршеринг;
Яндекс. Авто – мультимедиа и сервисы для автомобилей.

E-commerce

Яндекс. Маркет – маркетплейс;
Яндекс. Еда – доставка готовой еды из ресторанов;
Яндекс. Шопер – инструмент сравнения цен;
Яндекс. Покупки – платформа для заказов товаров.

Развлечения и медиа

Яндекс. Музыка – музыкальный стриминг;
Кинопоиск – фильмы и сериалы, включая подписочный сервис;
Яндекс. Аудио – подкасты и аудиокниги;
Яндекс. Игры – платформа для онлайн-игр.

Финансовые технологии

Яндекс Pay – платежный сервис;
Яндекс. Плюс – подписка с бонусами (музыка, фильмы, скидки и т. д.);
Яндекс. Банк (ранее – интеграция с Тинькофф) —
финтех-решения.

Технологии и разработка

Яндекс. Облако – облачные вычисления и хранение данных;
Яндекс API – инструменты для разработчиков;
Яндекс. Метрика – аналитика веб-сайтов;
Яндекс. Толока – краудсорсинговая платформа для сбора данных.

Искусственный интеллект и голосовые технологии

Яндекс. Алиса – голосовой помощник;
Яндекс SpeechKit – технологии распознавания и синтеза речи;
Яндекс. Машинное обучение – обучение моделей для AI.

Образование

Яндекс. Практикум – образовательная платформа;
Яндекс. Учебник – сервис для школьников и учителей;
Яндекс. Лицей – курсы программирования для школьников.

Умный дом и гаджеты

Яндекс. Станция – умная колонка с Алисой;
Яндекс. Модуль – ТВ-приставка;
Яндекс. Умный дом – система управления умным домом.

Бизнес-решения

Яндекс. Бизнес – инструменты для предпринимателей;
Яндекс. Директ – рекламная платформа;
Яндекс. Документы – офисные онлайн-инструменты;
Яндекс. Трекер – система управления проектами.
Попробуйте представить себе, сколько клиентов замкнула на себе компания Яндекс.

СБЕР

Компания даже поменяла название и логотип для нового позиционирования на рынке. Сбербанк был крупнейшим финансовым институтом в России, а теперь активно развивает собственную экосистему из разнообразных финансовых, технологических и сервисных компонентов.

Вот структура экосистемы Сбера.

Финансы и банковские услуги

СберБанк – традиционные банковские услуги (депозиты, кредиты, карты);
СберБизнес – решения для малого и среднего бизнеса;
СберИнвестиции – платформа для инвестирования в ценные бумаги;
СберФинанс – потребительское кредитование и финансовое планирование;
СберРау – платежный сервис;
СберСтрахование – страховые услуги.

Электронная коммерция

СберМегаМаркет – маркетплейс для покупки товаров;
СберЛогистика – доставка и логистические услуги;
СберМаркет – доставка продуктов из магазинов.

Развлечения и медиа

Окко – видеосервис (фильмы, сериалы, ТВ);
СберЗвук (ранее – SberSound) – музыкальный стриминг;
СберИгры – платформа для игр;
СберПодкасты – подкасты на различные темы.

Здравоохранение

СберЗдоровье – телемедицина, консультации врачей онлайн;
СберАптека – заказ лекарств с доставкой;
СберЕАПТЕКА – партнерский сервис для заказа медикаментов.

Образование

СберКласс – цифровая образовательная платформа для школьников;
СберУроки – онлайн-уроки для учащихся;
СберУниверситет – курсы и тренинги для профессионального развития;
СберПрайм. Образование – подписка с доступом к образовательным материалам.

Умный дом и технологии

СберУмный дом – экосистема устройств для управления домом;
СберБокс – ТВ-приставка с голосовым управлением;
СберПортал – умный экран с Алисой и развлечениями.

Искусственный интеллект и технологии

Салют – голосовые помощники (Сбер, Афина, Джой);
SberDevices – устройства с искусственным интеллектом (умные колонки, ТВ-приставки);
СберМЛ – машинное обучение и аналитика;
СберОблако – облачные вычисления и хранение данных.

Социальные и lifestyle-сервисы

СберСпасибо – программа лояльности;
СберАвто – платформа для покупки и продажи автомобилей;
СберFood – сервис доставки еды;
СберПутешествия – бронирование билетов и путешествий.

Бизнес и корпоративные решения

СберТех – технологические решения для бизнеса;
СберДанные – аналитические данные и маркетинг;
СберЛизинг – лизинг автомобилей и оборудования;
СберФакторинг – факторинговые услуги.

Электронные сервисы и цифровые услуги

СберПрайм – подписка с доступом к различным сервисам (Окко, СберЗвук, СберМаркет и др.);

СберID – единая учетная запись для входа в сервисы экосистемы;
СберПочта – облачное хранилище и почтовый сервис.

СКОЛКОВО

Специализируется на поддержке и развитии стартапов и инновационных компаний в различных отраслях, включая IT, биотехнологии, энергетику и другие.

Вот структура экосистемы Сколково.

Инновационные кластеры

В Сколково действует пять ключевых направлений (кластеров), каждое из которых объединяет стартапы, исследовательские центры и проекты.

– Кластер информационных технологий (IT) – искусственный интеллект, кибербезопасность, блокчейн, большие данные, интернет вещей.

– Кластер биомедицинских технологий (BioMed) – биотехнологии, фармацевтика, медтехника, телемедицина, персонализированная медицина.

– Кластер энергетических технологий – возобновляемые источники энергии, энергоэффективность, хранение энергии, экология.

– Кластер космических технологий – разработка спутников, телекоммуникации, геодезия, космическое оборудование.

– Кластер передовых производственных технологий (Advanced Manufacturing) – материалы будущего, робототехника, 3D-печать, умные производства.

Технологические парки и инфраструктура

– Инновационный центр Сколково – главный кампус, предоставляющий офисы, лаборатории и коворкинг-пространства для резидентов.

– Технопарк Сколково – современные офисные пространства, лаборатории, выставочные зоны и инкубаторы.

– R&D-центры крупных компаний – компании (например, SAP, Boeing, IBM) открывают в Сколково исследовательские и инженерные центры.

Финансирование и поддержка стартапов

- Фонд «Сколково» – финансовая и грантовая поддержка стартапов, предоставление налоговых льгот и упрощенного регулирования.
- Бизнес-акселераторы – программы акселерации для быстрого развития стартапов.
- Венчурные фонды и инвестиции – подключение стартапов к инвесторам и бизнес-ангелам.

Образование и кадры

- Сколковский институт науки и технологий (Сколтех) – международный научно-образовательный университет, созданный совместно с МПТ, специализируется на инновационных технологиях.
- Образовательные программы для предпринимателей – короткие курсы, мастер-классы и тренинги для стартаперов и управленцев.
- Кампусы и программы для школьников – программы STEM (наука, технологии, инженерия, математика) для школьников.

Цифровая трансформация

- Сколково Digital – платформы для цифровизации бизнеса, искусственного интеллекта, машинного обучения и автоматизации.
- Центр компетенций по цифровой экономике – проекты в области цифровизации государственного управления и экономики.

Международное сотрудничество

- Привлечение иностранных компаний и партнеров.
- Организация международных конференций, таких как Startup Village и Open Innovations.
- Программы обмена с зарубежными университетами и технологическими центрами.

Экологические и «умные» технологии

- Разработка «умных городов» (Smart City): энергоэффективность, интеллектуальные транспортные системы.
- Экологические стартапы: переработка отходов, экологичный транспорт, уменьшение углеродного следа.

Стартапы и резиденты

- Сколково поддерживает более 3000 стартапов, которые разрабатывают решения в области IT, медицины, энергетики, робототехники и других направлений.

Организация мероприятий

- Startup Village – крупнейшая стартап-конференция в Восточной Европе.
- Open Innovations – международный форум для обмена опытом и создания партнерств.
- Воркшопы, хакатоны, выставки технологий.

Льготы и преференции для резидентов

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.