

1. Мозъчна атака

Предназначение

Да предположим, че има среща на екип и групата ще обсъди въпросите, свързани с дадена тема, да проектира нещо или да реши проблем.

За всеки даден сложен проблем има различни гледни точки и гледни точки, които могат да бъдат разгледани. Въпреки това, обикновено, всеки ще гледа само собственото си мнение, като се стреми да прокара собствената си програма. Това води до ситуация, в която групата може да отговори на най-силния човек, който говори най-много и естествено е пристрастен към определена перспектива, вместо да разглежда общите важни проблеми.

Това упражнение помага на екипа да разглежда проблема от различни гледни точки, които обикновено са склонни да игнорират в полза на своите.

Цел

Разгледайте проблема от дадената зададена перспектива.

От какво имаш нужда

Столове.

Поредица от флипчарти или бяла дъска или област, на която да пишете.

Трябва ви по един на всеки делегат, така че всички те да могат да се използват едновременно.

Настройвам

Поставете столовете в кръг, обърнат навътре.

Поставете по един флипчарт зад всеки стол.

Помолете екипа / делегатите да разгледат проблем за целта на тази дейност.

Етап 1: Определяне на перспективи.

Помолете всеки човек да разгледа перспектива или възглед, от който този проблем трябва да се гледа или анализира.

Помолете ги да напишат това на своите флипчарти като заглавия. Примери за производство на притурка са: продажби, удовлетвореност на клиентите, верига на доставки, производство, софтуерно проектиране, разработчици на трети страни и здраве и безопасност. Те могат да бъдат по-конкретни или по-описателни въз основа на нуждите.

След като заглавията бъдат идентифицирани, помолете групата да се увери, че всички дубликати са премахнати и заменени с други перспективи, ако е необходимо, така че делегатите да могат да завършат с уникален набор от перспективи, които да бъдат разгледани за следващия етап.

Етап 2: Мозъчна буря.

Помолете всеки делегат да се отдалечи от своята перспектива и да седне на стол пред друг. Важно е всеки делегат да седи пред една перспектива, която обикновено не е възгледът, който той счита, може би въз основа на неговия произход или роля. Например, продавачът може да избере да седне пред „производство“.

Помолете доброволец да започне. Всеки човек има пет минути, за да представи своите виждания по въпроса, докато разглежда перспективата, написана на флипчарта зад него.

След пет минути оставете още пет минути, за да отговорят на повдигнатите въпроси, като вземат предвид само разпределените им перспективи, а не реалните им ролеви роли. За тях е важно да обмислят само възложените им перспективи и в идеалния случай модераторът трябва да наблюдава, за да се увери, че хората се придържат към правилата.

Продължавайте, докато всички делегати не представят своите възгледи и други не са отговорили на тях.

Завършете с последна дискусия за около 15 минути, за да приключите и да направите серия от действия.

синхронизиране

Обяснение на упражнението: 10 минути

Дейност: 10 минути на делегати + 15 = 95 минути за 8 делегати.

Групова обратна връзка: 10 минути

Дискусия

Как почувствахте да разгледате перспектива, която обикновено не обмисляте? Колко полезни бяха вашите възгледи за другите? Колко полезно беше за вас да разгледате проблема от тази нова гледна точка и да оцените сложността и нуждите? Водеше ли мозъчната атака до нови действия и решения, които може би не сте считали за нормални мозъчни атаки?

2. Идентифициране на възможни бизнес идеи въз основа на културното наследство

2.1 Въведение

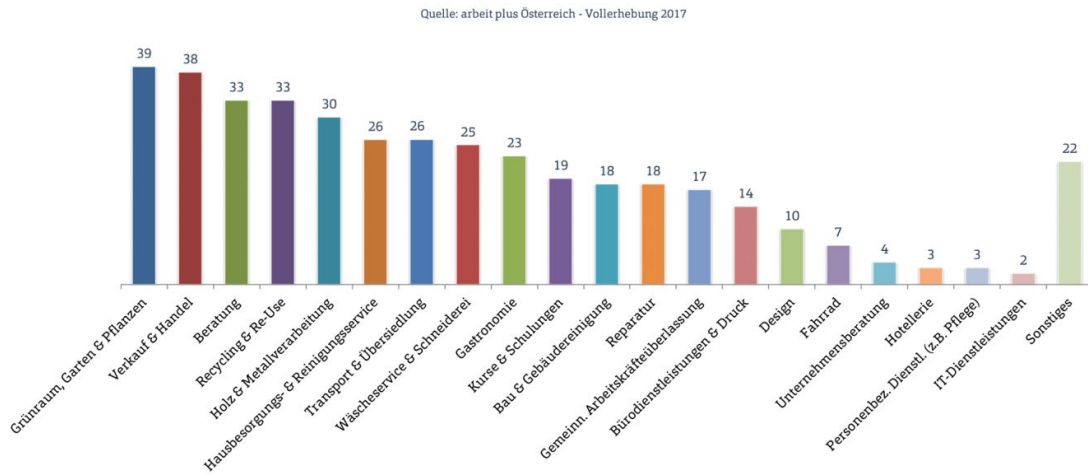
Този преглед ви е представен от Verein Multikulturele, Австрия. Можете да използвате примерите, дадени тук, или да ги замените за подходящи примери от вашата страна на произход.

От 19 век в Австрия се появяват и развиват различни традиции на социално ориентирани инициативи. Явлението социално предприемачество е подхранвано от различни традиции във връзка с развитието на социалната държава и социалните движения. Те варират от инициативи в концептуалния етап, асоциации и готовия GmbH. Всички те са отлично активни в приноса за участие на гражданите, овластяване, приобщаване, създаване на работни места и засилване на социалното сближаване.

Области на дейност

Проектите за образование, регионално или местно развитие, работни (ре) интеграционни проекти, проекти в развиващите се страни, както и проекти с акцент върху опазването на околната среда са най-важните области, в които участват социалните предприемачи. Най-честите целеви групи включват деца и младежи, устойчиви потребители, хора от развиващите се страни и широката общественост. Най-често споменаваните услуги, които се предлагат за постигане на социалните цели, са продажбата на продукти и услуги, работата в мрежа на групи

хора, както и консултирането, обучението и допълнителното обучение на конкретни групи хора. Фигура 1.



Фигура 1: Области на дейност на социалните предприятия в Австрия

Диаграмата по-горе показва секторите, в които социалните предприятия в Австрия действат. В проучването, проведено през 2017 г., бяха възможни множество отговори по отношение на сферата на дейност. Най-често споменаваните сектори бяха екологичното пространство, продажбите и търговията, консултациите, рециклирането и повторната употреба, както и обработката на дърва и метали.

Социално предприемачество:

ФЕЛД

<http://feld-verein.at/>

(Инсбрук / Тирол)

Тип: Социално предприемачество / (официален облик като асоциация)

Инициативно подслушване на неизползвани ресурси, за да се избегне ненужното производство и потребление.

Неизползваните ресурси - материални и нематериални - се откриват, събират и трансформират заедно. Това води до множество нови възможности: създават се продукти, които разказват истории и уникални парчета, които ни чувстват към стойността *Wa (h) ren*.

FELD-Verein предлага в и около Инсбрук възможност за обмен за всички заинтересовани страни и участници - в зона без потребители.

Неизползваните ресурси съществуват в много области - храна, суровини, знания и т.н., но те не винаги се използват. За съжаление, поради различни причини (практичност, невежество, рентабилност и др.), Новото производство често се използва вместо съществуващите. Тези вече произведени ресурси обаче предлагат много средства и възможности, така че да не се

налага да бъдат декларирани като отпадъци и изхвърляни.

Цели: Използвайте повторно материали, за да избегнете ненужното производство и потребление.

Бенефициенти: Всеки, който стане член на асоциацията или участва в проекти или семинари.

Ho&Ruck

<https://horuck.at/>

(Инсбрук /Тирол)

Тип: Социално предприятие / (официален облик като дружество с ограничена полза)

HoRuck е пазар на бълхи на закрито за мебели втора употреба и предмети за дома. Основана е през 1984 г. и може да се похвали както с социални, така и с икономически ползи.

Те имат за цел да помогнат на търсещите работа, които са особено в неравностойно положение на пазара на труда и срещат трудности при навлизането на работната сила. Това се стреми да ги подготви за новата им работа, като им предостави временни работни места, обучения и съвети. С тази подкрепа търсещите работа, заети за ограничен период от време, могат по-добре да постигнат целта си за възстановяване на пазара на труда.

Цели: Реинтеграция и подкрепа за търсещите работа; подкрепя повторната употреба на употребявани стоки.

Бенефициенти: Дългосрочно безработни, търсещи работа, изправени пред недостатъци на пазара на труда като бивши затворници.

WAMS

<http://www.wams.at/>

(Инсбрук /Тирол)

Тип: Социално предприятие / (официален облик като асоциация)

Пазарувайте стоки втора употреба (дрехи, бохо, мебели, спортни стоки и т.н.). Със своята мрежа от четири магазина в Инсбрук WAMS се фокусира върху създаването на работни места за хора в неравностойно положение, като същевременно насърчава опазването на околната среда, като не изхвърля артикули, а не ги използва повторно.

Асоциацията WAMS предлага общо 127 работни места в социално-икономически предприятия в Инсбрук, Хол, Шваз, Дженбах и Кирхбил с пълно социално осигуряване и колективни трудови договори.

Съществуват 127 работни места 83 с цели на социалната политика и на пазара на труда:

- 59 транзитни работни места за дългосрочно безработни - като крачка към пазара на труда
- 22 работни места за търсещи работа лица на възраст 55 и повече години - като стъпка назад към пазара на труда или към пенсиониране
- 2 защитени работни места за хора с увреждания - за интеграция в професионалния живот

Цели: Създаване на работни места за търсещи работа в неравностойно положение;
Екологично мислене: повторна употреба, вместо изхвърляне.

Бенефициенти: Дългосрочно безработни; възрастни служители.

GREENROOT

<https://www.greenroot.at/>

(Инсбрук /Тирол)

Тип: Социално предприятие

Хранителен магазин за подправки, зърнени храни, брашно за изисканата кухня. Компанията има за цел да изтрие пластмасовите опаковки, като осигурява пазаруване без опаковки. Те предлагат на клиентите органични сушени плодове, бобови растения, мюсли, подправки, дражета и зърнени култури, разопаковани, за да се съобразят с мотото на нулевите отпадъци.

Клиентите могат да вземат контейнерите си със себе си от вкъщи и да ги напълнят от дозаторите на магазина. Така хората плащат за стоките, а не за скъпа опаковка! Магазинът предлага опасни за околната среда хартиени торби.

Цели: Устойчиво - разнообразно - органично - пазаруване без опаковки.

Бенефициенти: потребителите, които са екологично чисти; природата.

Younited Cultures

<https://younitedcultures.eu/>

(Виена)

Тип: Мигрантско социално предприятие

Инициатива, започната от две жени мигранти от Румъния, които се сблъскват с подобни проблеми като изключване от групи, отказ от работа, лоши възприятия и т.н. че измислиха нов канал за комуникация - мода.

Това, което правят, е да визуализират истории и преживявания чрез шалове. Те откриват вдъхновяващи истории, слушат ги и ги визуализират чрез дизайнерски шалове със социално въздействие. Чрез работата си те повишават осведомеността за положителните ефекти на миграцията, въплътени в цветни шалове, разказващи истории.

Цели: Да направим историите за успех на миграциите видими и носими.

Бенефициенти: Мигранти.

Социално предприемачество в общността

KOMM!UNITY

<http://web.kommunity.me/>

(Wörgl/Tyrol)

Тип: Социално предприятие, базирано в Общността / (официален вид като асоциация)

Komm! Единство оперира няколко съоръжения във Вьргл и околностите. Освен това асоциацията разработва и осъществява множество проекти и събития като младежки клубове, женски кафенета, клуб за вечеря и изложби. Единството на Komm! Е активно в няколко мрежови комисии и допринася за опита си там. Задачите на асоциацията включват консултиране на политици и администратори по въпроси, свързани с младежта и интеграцията.

Цели: Насърчаване на младежта, интеграция и работа в общността.

Бенефициенти: Цялата част от местното общество, т.е. младите хора, мигрантите и т.н..

Café NAMSA

<http://www.cafenamsa.at>

(Innsbruck/Tyrol)

Тип: Социално предприятие със седалище в Общността / / (официален облик като дружество с ограничена полза)

Цел: Предоставяне на компетентна информация и съвети по въпроси, свързани с;

Кафе Намса е специализирано в иранско-българско-австрийската кухня и предлага на признатите бежанци в Инсбрук и на бенефициентите на субсидиарната закрила възможността да придадат силните си страни в първо трудово правоотношение, за да опознаят австрийския работен свят и да разширят социалните си мрежи , В допълнение, кафене Наса предлага платформа за лекции и различни представления, които се провеждат там редовно.

Цели: предлагаме на бежанците възможност да придобият първи опит в Австрия, да подкрепят интеграцията, да създадат място за срещи в по-малко централния квартал на Инсбрук

Бенефициенти: Мигранти и други части на местното общество

Die Bäckerei - Kulturbackstube

<http://www.diebaeckerei.at/>

(Innsbruck/Tyrol)

Тип: Социално предприятие, основано в Общността

Пекарната е отворена къща (Community / social hub). Тук се провеждат събития, семинари, лекции и курсове. Колективите, асоциациите и художниците * работят в своите ателиета и офиси. На първия етаж има пространство за коворкинг.

☒ Хлебопекарната е сдружение с нестопанска цел. Екипът е организиран без йерархия - което означава, че всички имат равни права на глас и са отговорни за собствените си области на работа. Няма водещ орган, решенията се вземат съвместно или независимо.

☒ Хлебопекарната е място без конкуренция без принуда на потребителите.

☒ Пекарната е оживена платформа за културен и социален обмен. Това е динамично пространство, което съчетава комуникация, продукция и представяне. Място, което не иска да бъде дефинирано, но е създадено от неговите потребители и ги прави динамичното ядро на институцията. Хлебопекарната може и трябва да остане подвижна експериментална зона, която може да реагира гъвкаво на различни профили на изисквания.

☒ Хлебопекарната създава пространство за диалог, обмен и участие. В най-добрия случай това води до интердисциплинарни, междинни и между жанрови проекти. Сътрудничеството разширява интелектуалната перспектива и насърчава взаимното вдъхновение, критика и корекция.

Чрез комбинацията от мрежа, събитие и производствено пространство всичко, което се произвежда, представя или комуникира вътре, също може да бъде изведено отново - в градското пространство, във виртуалното пространство и в зрителното поле на различни групи по интереси.

Цели: Предлагане на отворено и динамично пространство без конкуренция за всички.

Бенефициенти: Колективи, асоциации и художници; хора, които се нуждаят от пространство за реализиране на творчески идеи.

TOPFREISEN

<http://www.topfreisen.at/>

(Vienna)

Тип: Социално предприятие със седалище от мигранти / (официален облик като асоциация)

Въз основа на идеята, че храната обединява хората, Topfreiseen предлага международни ястия, приготвени от бежанци. Кухнята се грижи за поръчки, направени от местните околни общности и фирми.

Работейки от 2014 г., сега те имат две производствени площадки и готвят в напълно оборудвана кухня столова с площ 700 м2. Кулинарните акценти на Topfreisen идват от Европа, Арабския полуостров и Азия, насърчавайки межкултурния диалог и обмена чрез храна.

Цели: Предлагане на отворено и динамично пространство без конкуренция за всички.

Бенефициенти: Бежанци.

MagDas Hotel

<https://www.magdas-hotel.at/>

(Vienna)

Тип: Социално предприятие със седалище от мигранти / (официален облик като асоциация)

В хотел MagDas бежанците се превръщат в домакини, обзаведените мебели са превърнати в дизайнерски елементи, а недостатъците се превръщат в предимства. Хотел MagDas се управлява от бивши бежанци и хотелиерски експерти.

Има хора от 14 държави с най-различни лични житейски истории, всяка от които прави това място толкова уникално.

За хората с бежански произход все още е трудно да намерят работа в Австрия.

Първоначалната липса на владеене на немски език, негодуванието на много работодатели, както и обстоятелството, че бежанците имат право да приемат работа само след получаване на положителен отговор на молба за убежище (което често може да отнеме месеци или години), затрудняват интеграцията.

Убедени сме, че тези хора, които се придвижват тук от чужди страни, са в състояние да засилят хотелиерския бизнес, защото носят със себе си много умения, таланти, езици и културен произход и по този начин дават възможност за специална позиция на хотелския пазар.

Цели: Да се подпомогне интеграцията на бежанците на пазара на труда.

Бенефициенти: Бежанци

2.2 Упражнение: Определете нематериалното културно наследство

Следните занаятчийски техники са част от нематериалното културно наследство в Германия.

Кой от тях познавате? Знаете ли някой конкретен пример? Моля, направете подобно описание на посочените по-горе.

- немска култура за хляб
- Изграждане на органи и музика на органи
- Производство на музикални инструменти Vogtland в Markneukirchen и околностите
- търговията с лодка
- Ръчно производство на издухано в уста кухо и плоско стъкло
- Wickerwork
- Техники за рисуване, варели и позлата в църковната живопис
- Порцеланова живопис
- Приготвяне и използване на традиционен варов разтвор
- дантелени бобини в гората на горния пфалц
- Препоръчителни материали за каменни изделия Westerwald в и около Höhr-Grenzhausen, Kannenbäckerland и Breitscheid
- Изработен дизайн на бижута
- Опазване и популяризиране на културата, разнообразието и качеството на регионалните специалитети в Горна Франкония
- дестилерия на въглища и катран
- рафтинг
- братство Salzwirker в Тале до Хале
- Строителна металургия - разпространение, документиране, съхраняване и популяризиране на занаятчийските техники и знания
- Художествени техники за печат на високо налягане, ниско налягане, плоско налягане, Durchdruck и техните смесени форми
- Drechslerhandwerk (в момента само в Баварския държавен регистър на нематериалното културно наследство)

Как да развием СНЕ бизнес на базата на известни елементи

Кратко въведение как да започнете СНЕ бизнес

Когато сте готови да започнете СНЕ бизнес, има няколко първоначални стъпки за изпълнение. Нека да преминем през всеки от тях.

1. Определете правната структура на вашия бизнес

Първо, ще трябва да разберете какъв вид бизнес ще бъде вашият от юридическа гледна точка. Това може да се промени, докато растете, и държавните закони варират. Може да помислите за популярни опции като:

Еднолична собственост: В еднолична собственост вие сте бизнесът, що се отнася до законите и данъците. Въпреки че това е лесен начин за организиране, това може да създаде затруднения, когато дойде време за набиране на средства, защото бихте искали бенефициенти да инвестират в човек, а не в бизнес. Освен това едноличният собственик носи лична отговорност за дългове и загуби.

ООД (дружество с ограничена отговорност): ООД е по-скъпо и сложно за създаване, но предлага редица данъчни предимства и защитава собственика си (собствениците) от лична отговорност (оттук и името му).

2. Изберете и регистрирайте името на бизнеса си

На следващо място, е време да изберете и регистрирате името на бизнеса си в СНЕ. Това може да бъде забавна дейност за мозъчна атака, която включва също и тежък правен процес с документи, с далечни последици за вашия бизнес надолу.

Ако стартирате LLC, вашето име ще бъде регистрирано автоматично, когато регистрирате бизнеса си в държавата. В противен случай ще трябва да преминете през отделен процес на регистрация. Започнете с търсене на запазена марка, след което вижте дали желаното име на домейн е достъпно. Можете да запазите търговското си име и лого.

3. Сигурни лицензи, разрешителни и т.н..

Оттук се уверете, че имате всички правилни разрешения и лицензи, за да извършвате законна дейност. Ако продавате „материална собственост“ (т.е. физически вещи), ще ви трябва разрешение от продавача. Това ви позволява да събирате данък върху продажбите от клиентите. Някои държави го изискват и за определени услуги, ориентирани към услуги.

IRS може да ви насочи към правилния офис във вашата държава, а уебсайтът на местното самоуправление разполага с инструменти, които да ви помогнат да разберете какъв вид лиценз ще ви е необходим, за да управлявате бизнеса си.

4. Изградете своите изявления за мисия и визия

Какво прави вашият СНЕ бизнес? За какво отстоявате? Какъв проблем решавате? Как смятате да направите света по-добър? Това са въпроси, на които ще отговарят вашите изявления за мисия и визия.

Тази стъпка е ключов компонент от вашата маркетингова стратегия. Марките със силна идентичност и мисия имат по-лесно време за създаване на автентично и съдържателно съдържание, което ефективно комуникира основните им ценности. За вдъхновение разгледайте уебсайтовете на любимите си стартапи. Каква е мисията на всеки? Как комуникират визията си?

5. Напишете маркетинговия си план

След като получите лиценза и името си, е време да започнете да изграждате онлайн присъствие и да разкажете своята история. За начало помислете за целевия си клиент. Задайте въпроси като:

- Кой иска това, което продавам?
- Кой би намерил това за полезно?
- Кой би станал негов промоутър?

Оттам се копайте кои са тези хора и какъв вид съобщения биха резонирали с тях. Помислете за тяхното културно наследство, произход, интереси, цели и предизвикателства, в допълнение към възрастта им, какво правят, кои социални платформи използват и т.н..

Упражнение: Познавате ли някаква културна професия или редица дейности „културно наследство“?

Тук имаме няколко примера:

Дизайнер / график: Предпоставка: художествена дейност, завършена степен по дизайн е полезна. Приемане на работа на свободна практика чрез завършено обучение в професионално училище, за да стане държавен сертифициран дизайнер, напр. в модата, бижутерията, графиката, рекламата и т.н. или завършени проучвания в области като мода, графика, бижута, уеб дизайн и др.

Реставратор: Достъп с завършени реставрационни проучвания (FH) или в съответствие с регламентите за достъп на професионалната асоциация

Учител по танци: Обучение според професионалната асоциация, за да станете учител по танци, помощник учител по танци или треньор по танцов спорт

Актьор / комик / суфлер / режисьор / музикант: отворен достъп, на свободна практика, ако е гарантирано качествено ниво (BFH 19.8.1982)

Гримьор: обикновено класифициран като дейност на свободна практика (FG Berlin 30.9.1986)

Скулптор: За да се приеме работа на свободна практика, може да се наложи определена художествена дълбочина или специално образование

Занаятчи: като ковачи, скулптори по дърво, дизайнери на бижута. На свободна практика, ако се отнася до художествени дейности и изключително самостоятелно изработени продукти се продават в малки количества (BFH 26.9.1968)

Реставратор: За да бъдете приет за свободна практика, работата трябва да се извърши научно, съвместно, независимо, без много служители (RFH 21.6.1944), на свободна практика чрез завършени реставрационни проучвания (FH)

Автор / писател / копирайтър / поет: Отворен достъп

- а) В кое от горните полета виждате вашия СМЕ бизнес? Има ли друго поле, за което не сме споменавали?

3. Упражнението за тийм билдинг в пустинята

Упражнение 1: Изгубен в морето

В тази дейност участниците трябва да се преструват, че са били корабкрушенци и са заседнали в спасителна лодка. Всеки отбор има кутия с кибрит и редица предмети, които са спасили от потъващия кораб. Членовете трябва да се споразумеят кои елементи са най-важни за тяхното оцеляване.

1. Използва

Тази дейност изгражда умения за решаване на проблеми, докато членовете на екипа анализират информация, преговарят и си сътрудничат. Освен това ги насърчава да слушат и да мислят за начина, по който вземат решения.

2. Какво ще ви трябва

До петима души във всяка група.

Голяма частна стая.

„Загубена в морето“ класация за всеки член на отбора. Това трябва да съдържа шест колони. Първият просто изброява всеки елемент (вижте по-долу). Вторият е празен, за да може всеки член на отбора да класира предметите. Третият е за групово класиране. Четвъртата е за „правилните“ класирания, които се разкриват в края на упражнението. И петият и шестият са отборът да въведе разликата между индивидуалния си и правилния резултат, съответно отбора и правилното класиране. Елементите, които трябва да бъдат класирани, са: мрежа против комари, кутия с бензин, контейнер за вода, огледало за бръснене, секстант, аварийни дажди, морска карта, плаваща седалка или възглавница, въже, някои шоколадови пръчици, водоустойчив лист, въдица, репелент за акули, бутилка ром и VHF радио. Те могат да бъдат изброени в класацията или да бъдат показани на бяла дъска или и двете. Преживяването може да бъде по-забавно, като в стаята има няколко реквизита, изгубени в морето.

3. Време

Гъвкав, но обикновено между 25 и 40 минути.

4. Инструкции

Разделете участниците в своите екипи и предоставете на всички списък с класиране. Помолете членовете на екипа да отделят 10 минути самостоятелно, за да класират артикулите по важност. Те трябва да направят това във втората колона на листа. Дайте на отборите още 10 минути да се присъединят и да вземат решение за класирането им в групата. След като се споразумеят, те трябва да ги изброят в третата колона на своите листове. Помолете всяка група да сравни индивидуалното им класиране с колективните им и помислете защо някои оценки се различават. Някой променил ли е мнението си за собственото си класиране по време на дискусиите в екипа? Колко хора бяха повлияни от груповия разговор? Сега прочетете "правилната" поръчка, съпоставена от експертите от бреговата охрана на САЩ (от най-малко до най-важното):

- Огледало за бръснене. (Един от най-мощните ви инструменти, защото можете да го използвате, за да сигнализирате за местоположението си, като отразявате слънцето.)
- Кутия с бензин. (Отново е потенциално жизненоважно за сигнализиране, тъй като бензинът плава по вода и може да бъде запален от вашите мачове.)
- Контейнер за вода. (От съществено значение за събиране на вода за възстановяване на загубените ви течности.) - Аварийни дажди. (Ценен за основен прием на храна.)
- Пластмасов лист. (Може да се използва за подслон или за събиране на дъждовна вода.)
- Блокчета шоколад. (Удобно снабдяване с храна.)

- Въдица. (Потенциално полезно, но няма гаранция, че ще можете да ловите риба. Може също така да се удвои като палатка.)
- Въже. (Удобно за обвързване на екипировка заедно, но не непременно жизненоважно за оцеляването.)
- Плаваща седалка или възглавница. (Полезно като спасител на живота.)
- Репелент за акули. (Потенциално важно, когато сте във водата.)
- Бутилка ром. (Може да бъде полезен като антисептик за лечение на наранявания, но ще ви дехидратира само ако го изпиеете.)
- Радио. (Вероятно е, че така или иначе сте извън обхвата на всеки сигнал.)
- Морска карта. (Безценно без навигационно оборудване.)
- Мрежа против комари. (Ако приемем, че сте били корабокрушен в Атлантическия океан, където няма комари, това е почти безполезно.)
- Секстант. (Безпримерно без съответните таблици или хронометър.)

5. Съвети за фасилитатора

Идеалният сценарий е екипите да вземат решение за консенсус, при което се чува мнението на всички. Това обаче не винаги се случва естествено: упоритите хора са склонни да получават най-много внимание. По-малко правилните членове на екипа често могат да се чувстват сплашени и не винаги говорят, особено когато идеите им са различни от популярното мнение. Когато дискусиите са едностранчиви, привлечете по-спокойни хора, така че всички да участват, но обяснете защо правите това, така че хората да се учат от него. Ето, помолете всеки член на екипа да помисли за проблема поотделно и един по един да представи нови идеи на назначен ръководител на групата, без да знае какви идеи вече са обсъдени. След като първите двама души представят своите идеи, те ги обсъждат заедно. Тогава водещият добавя трето лице, което представя своите идеи, преди да чуе предишния принос. Този цикъл на презентация и дискусия продължава, докато целият екип има шанс да изрази мненията си. След като всички завършат упражнението, поканете вашите екипи да оценят процеса, за да извлекат своите преживявания. Например, попитайте ги какви са основните разлики между индивидуалното, отборното и официалното класиране и защо. Това ще провокира дискусия за това как екипите взимат решения, което ще накара хората да мислят за уменията, които трябва да използват в бъдещите екипни сценарии, като умения за слушане, преговори и вземане на решения, както и умения за креативност за мислене "извън кутията."

6. Scoring grid

Item	Step 1	Step 2	Step 3	Step 4	Step 5
	Your Individual Ranking	Your Group Ranking	Coast Guard Ranking	Difference Between Step 1 & 3	Difference Between Step 2 & 3
A mosquito net					
A can of petrol					
A water container					
A shaving mirror					
A sextant					
Emergency rations					
A sea chart					
A floating seat or cushion					
A rope					
Some chocolate bars					
A waterproof sheet					
A fishing rod					
Shark repellent					
A bottle of rum					
A VHF radio					
			Totals	Your Score	Team Score

4. Въведение: Ключовете да станете успешен предприемач

Няма рецепта за успех, която да отговаря на всички, защото толкова много предприемачество е да поемете собствената си следа и да правите това, което не е направено. Въпреки това има някои основни черти и най-добри практики, които повечето успешни предприемачи са склонни да споделят:

4.1 Влезте в него по правилните причини

Не започвайте, като искате да бъдете предприемач. Започнете с идентифициране на нужда или проблем и търсене на начин за решаването му. Съсредоточете се върху процеса, а не върху потенциалния резултат.

4.2 Приоритизирайте обучението над печалбата (поне в началото)

Предишният опит - независимо дали е от ежедневната ви работа или от минали начинаещи начинания - често е критичен. 98% от анкетираните основатели заявиха, че предишният им трудов опит е "изключително важен" за техния успех (според фондацията на Фондация Кауфман "Да направиш успешен предприемач"). Според едно проучване във Великобритания, поне 50% от всички стартиращи идеи идват от опит, натрупан в предишна заетост.

4.3 Настройте се за късмет

Късметът е огромен фактор и този, който никой не може да предвиди напълно. За щастие, има всевъзможни неща, които можете да поканите късмет: Късметлиите хора, Късметлиите карат често и Щастливците правят планове (и изпълняват тези планове)

4.4 Разберете, че изпълнението е всичко

Гай Кавасаки го каза добре: "Идеите са лесни. Изпълнението е трудно."

Като изпълните и бъдете първи на пазара, можете да се възползвате от „предимството на първия двигател“. Най-просто казано: ако сте първият на пазара с добра идея, конкуренцията ви ще трябва да играе догонване. Фактори като разпознаване на марката и разходи за превключване ще работят във ваша полза и ще затруднят другите да възпроизведат вашия успех.

Класическият пример е Amazon. По времето, когато успехът им подтиква конкурентите да стартират собствени онлайн книжарници, Amazon вече бяха взели достатъчно голям пазарен дял, за да направят конкуренцията почти невъзможна. Изпълнението им - не тяхната светла идея - е това, което промени начина, по който пазаруват света.

Изпълнението е навик, това е нещо, което можете да включите в ДНК на вашия бизнес. Направете приоритет развитието на култура на действие и изпълнение.

4.5 Прегърнете несигурността и риска

Стартирането на собствен бизнес е по дефиниция пътешествие в неизвестното. Ако не можете да се справите с несигурността, вероятно нямате какво е нужно да бъдете предприемач. Рискът е не само съществен елемент на предприемачеството, но и има тенденция да бъде пряко свързан с успеха: Колкото по-големи са рисковете, толкова по-голямо е потенциалното изплащане.

4.6 Не се страхувайте от провала, научете се от него

Проучванията показват, че един от най-ясните показатели за бъдещ успех за предприемач е миналото на неуспех. Това може да звучи контраинтуитивно, но не и когато мислите за неуспех като учебно средство. Днешните технологични стартирания живеят от мантрата: „Провал напред“. Много предприятия, които вече са имена на домакинства - като Airbnb и Uber - предприеха множество стартирания, за да успеят.

В дългосрочен план е по-добре да се съсредоточите върху разработването на минимален жизнеспособен продукт, стартирането и оптимизирането на базата на обратна връзка, а не да се опитвате да го оправите първия път с непроверена идея за „перфектен“ продукт.

Колко риск можете да поемете, зависи от вашия бизнес и обстоятелства. Закупуването на име на домейн не е същото ниво на ангажираност като например изграждането на прототип. Важното е, че нараствате от неуспехи и поддържате готовност да изпробвате неща, които може да не се окажат успешни.