



# БИЗНЕС

века

**Б**изнес. А что это такое на самом деле? Что стоит за скучным определением – «деятельность, направленная на получение прибыли и удовлетворение общественных потребностей»? Вот наши базовые потребности: жилье, еда, работа, отдых, образование, безопасность... К примеру, общественная потребность в крыше над головой еще каких-то пятнадцать лет назад удовлетворялась довольно длинной цепочкой участников: землепользователь, инвестор, подрядчик, оптовик, риэлтор. Теперь большинство застройщиков получает права на землю, строит крупные объекты, совмещая функции инвестора и подрядчика, открывает свои отделы продаж – и тем самым сокращает путь от жильца до себя на все прежде существовавшие и кормившиеся от процесса звенья. То, что жилье при этом доступным не стало, кого-то удивляет? Всю нераспыленную на пути прибыль застройщик теперь кладет в свой карман, точнее – в несколько своих карманов. Зато может себе позволить удовлетворить любой каприз какой-нибудь черной пантеры.

Общественная потребность в еде: да, здесь большие перемены. Век прошлый выглядит голодным и скудным в сравнении с теми изысками, что можно отведать ныне. Индустрия питания цветет: поставка сырья – производство – упаковка – перевозка – опт – мелкий опт – розница. Работы пока хватает всем. И радует то, что товар отечественных производителей выигрывает в конкурентной борьбе у экспортируемых аналогов. И все чаще рука тянется к Микояну, Палычу, Дымову... Вот только сохранятся ли полки? В смысле, сами магазины? Общественная потребность в одежде, обуви, товарах для дома: здесь бизнес все еще пестрит всевозможными субъектами – от частных портных, «челноков», стихийных рынков и шоу-румов на квартире до крупных заводов и разного рода мегамоллов. Однако есть тенденция: интернет-продажи в городах стремительно растут. Удобно? Да! Нужно лишь точно знать характеристики желаемого товара. Даже те торговые операторы, кто предлагает эксклюзивную одежду, обувь, аксессуары остромодных брендов, даже они отмечают падение продаж в салонах-магазинах. Покупатели заглядывают туда порой лишь для того, чтобы списать артикул! Ну и примерить, конечно. А дальше включается search в поисковиках. И, как правило, успешно. Доставка оперативная и бесплатная. Экономия может составить до пятидесяти процентов.

Куда же утекает львиная доля розничной наценки? На содержание самой торговой точки, при этом более половины суммы

издержек – арендная плата. Ставки аренды на лучших (торговых – удаляем) улицах с витринными окнами первых этажей традиционно высоки. Сохранится ли это положение вещей? Уверена – нет. В сфере продаж непродовольственных товаров нас ждут большие перемены. Думаю, уже в течение ближайших пяти лет торговля уйдет в Интернет-пространство, и мы будем наблюдать замену вывесок: магазины сменяются ресторанами, клубами, салонами, галереями... Для удовлетворения такой общественной потребности, как отдых и развлечения.

Бизнес двадцать первого века требует образованных людей. Это реальная примета времени. Производишь товар? Для того, чтобы успешно конкурировать, нужно внедрять новые технологии и в производство, и в управление персоналом. Продаешь услуги? Тебя купят не только потому, что ты профессионал, придется блеснуть какими-то особенными знаниями, опытом, связями. Потребитель сегодня не то чтобы капризный – (просто – удаляем) разбирающийся, опять же спасибо Google и Яндекс.

Бизнес нашего века – это дело не коллективное, это бизнес фрилансеров, флагирующих в дорогах авто с I-спектром гаджетов в крокодиловых обложках. Эти ребята летают бизнес-классом и первым (когда клиент не уточняет), умеют находиться в пяти точках одновременно (но нигде – душой), способны по клику собираться в большие и малые проектные группы для решения узких или глобальных (как угодно заказчику) задач.

Девиз бизнеса двадцать первого века – шаговая доступность: от производителя к потребителю за один шаг! В пролете будут те, кто делал деньги на посредничестве, а в выигрыше те, кто всерьез занялся логистикой: за удобный и быстрый доступ к потребителю платить будут охотно и щедро, именно эта ниша вберет все непомерные рекламные бюджеты транжиристых нулевых.

А что же в перспективе? Конечно, наш век даст человечеству много потрясающих усовершенствований. Мы справимся с рядом болезней, научимся жить в комфорте со своим возрастом, да и старение если не победим, то обуздаем; изобретем новые наноприборы, полетим еще дальше в космос и погрузимся еще глубже в океаны. И будем жить стремительно, успевая в разы больше, чем наши предки, благодаря все более совершенным техническим средствам и их изобретателям, производителям, перевозчикам, продавцам, предприимчивым и неугомонным людям – бизнесменам. ▣