



МОДУЛ 5

Решавам да започна зелен бизнес

Очаквани резултати от обучението

Тук ще научите:

- Как информацията и знанията могат да намалят несигурността, неяснотата и риска .
- Как да намерите примери за извличане на максимума от идеи и възможности.
- Как да предвидим постигането на целите.



Фигура 1: Изправени пред решение,

2020-1-AT01-KA226-VET-092693



Подкрепата на Европейската комисия за изготвянето на тази публикация не означава одобрение на съдържанието, което отразява само възгледите на авторите, и Комисията не може да носи отговорност за каквото и да е използване на информацията, съдържаща се в него.

Основна информация



Запознавате се със SWOT анализа, 3-зоновия модел и умственото обучение.



Този модул съдържа три упражнения.



Ще ви трябват 15 часа, за да завършите модула.



Необходими са ви 66% верни отговори, за да преминете през този модул.



Ваши лектори са Клаус, Сузане и Владимир.

Съдържание

ОЧАКВАНИ РЕЗУЛТАТИ ОТ ОБУЧЕНИЕТО	0
ОСНОВНА ИНФОРМАЦИЯ	1
ДОБРЕ ДОШЛИ В МОДУЛ 5!	5
КАК ИНФОРМАЦИЯТА И ЗНАНИЕТО МОГАТ ДА НАМАЛЯТ НЕСИГУРНОСТТА, НЕЯСНОТАТА И РИСКА?	5
SWOT анализ	6
Как провеждате SWOT анализ?	7
1. Анализ на околната среда (външен анализ)	7
2. Анализ на силните и слабите страни на вашия бизнес	8
Силни страни	8
Слабости	9
3. АНАЛИЗ НА ВЪЗМОЖНОСТИТЕ И ЗАПЛАХИТЕ	11
Възможности	11
Заплахи	12
4. Резултати от SWOT анализа	13
Извлечете стратегически мерки	14
Пример за SWOT анализ	14
Примерен анализ на околната среда:	14
Примерен анализ на силните и слабите страни:	15
Пример за анализ на възможностите и заплахите:	15
Примери за стратегически мерки	17



КАК ДА НАМЕРИТЕ ПРИМЕРИ ЗА ИЗВЛИЧАНЕ НА МАКСИМУМА ОТ ИДЕИ И ВЪЗМОЖНОСТИ	19
Истинската история на г-н Андуря	19
Тризонов модел	21
От зоната на комфорт към зоната на растеж (зоната на обучение)	23
Защо е трудно да се напусне зоната на комфорт	24
Липсващи причини	24
Защита на нашите вярвания	24
Страх от грешки	25
Страх от страх	25
Как да излезете от зоната на комфорта и да влезете в зоната за обучение	25
Правете активиращи упражнения	26
Научете се да се справяте със страховете	26
Планирайте малки стъпки	28
Генериране на мотивация	28
Опишете положително намерението си.	28
Намерете хора, които да ви придружат в учебната зона	28
Поставете под въпрос страховете си	29
Бъдете внимателни!	29
КАК ДА ПРЕДВИДИМ ЧУВСТВОТО ЗА ПОСТИГАНЕ НА ЦЕЛИТЕ.	31
Визуализирайте целта си и я изживейте с всичките си сетива.	31
Самовнушение	32
Водете дневник на успеха	32
Намерете подкрепящи хора	33
РЕФЕРЕНТЕН СПИСЪК	34
СПИСЪК НА ФИГУРИ	34



Добре дошли в Модул 5!

В този последен модул от първата част на курса за обучение ще научите как да използвате SWOT-анализа, за да подобрите вашата бизнес идея, да намерите примери за извличане на максимума от идеи и възможности и да предвидите усещането за постигане на целите. Този модул завършва първата трета от обучителния курс, в който сте разработили своята зелена бизнес идея. Той също така ще служи като бустер за стъпката към следващата част от курса на обучение, в която ще предприемете първите конкретни стъпки в стартирането на вашия бизнес.

Как информацията и знанието могат да намалят несигурността, неяснотата и риска?



Фигура 2: Фигура 3: управление на риска

Искате да започнете зелен бизнес. Със сигурност искате да се възползвате максимално от вашите идеи и възможности! Искаме да ви запознаем с инструмент, който ще ви даде добър преглед на възможностите и рисковете: SWOT анализът.

SWOT анализът

SWOT анализът е разработен през 60-те години на миналия век в Harvard Business School за използване в компании.

SWOT анализът е ценен инструмент за идентифициране на силните и слабите страни на вашата предприемаческа дейност и анализ на възможностите и заплахите.

Със SWOT анализа можете да планирате стратегически. По този начин вие обективно измервате и оценявате вашата бизнес идея. И можете да сравните идеята си с това, което предлагат вашите конкуренти. Общата цел е да засилите конкурентоспособността си.

SWOT анализът е елементарна част от вашия бизнес план, ако искате да започнете бизнес. Можете да анализирате вашия бизнес модел и да убедите инвеститорите във вас и вашите предложения. Съкращението SWOT се отнася до четирите категории, които се изследват.

Това са:

- Силните страни са онези характеристики на вашата бизнес идея, които са предимство в конкуренцията или са по-добри от конкуренцията .

Силни страни



- Слабостите са всички характеристики на бизнес идеята, които са недостатък в конкуренцията и могат да имат отрицателно въздействие върху успеха .

Слабости



- Възможностите са външни фактори в средата или пазара, които могат да бъдат предимство за бизнеса.

Възможности



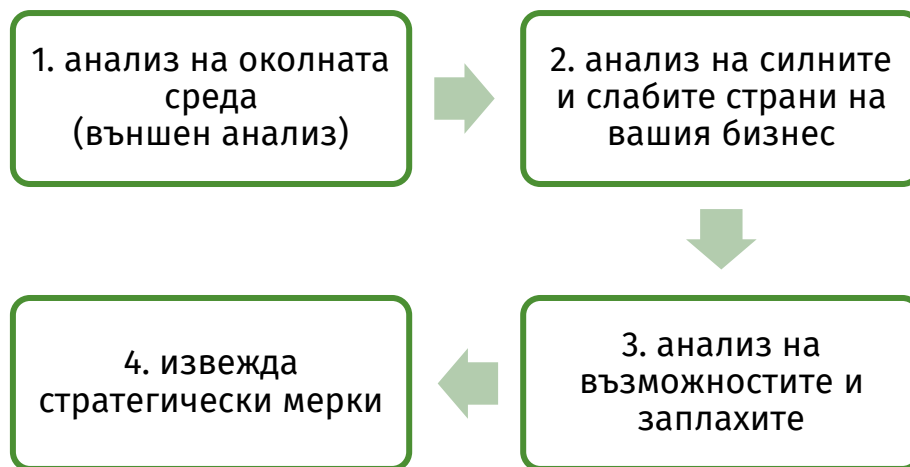
- Заплахите са външни фактори в средата или в пазарните дейности на вашата бизнес идея, от които могат да възникнат недостатъци или опасности.

заплахи



Как провеждате SWOT анализ?

За да създадете SWOT анализ, трябва да изпълните следните стъпки:



1. Анализ на околната среда (външен анализ)

За да извършите SWOT анализ, започвате с анализ на средата на вашия планиран бизнес. Тук вземате предвид възможностите и рисковете и обмисляте конкуренцията. Анализът на околната среда изследва тенденциите във вашия сектор, клиенти и конкуренти.

Можете да си зададете следните въпроси:

Какви конкуренти има на пазара и кои от тях предлагат подобни услуги или продукти ?

Какви закони и разпоредби са важни за моя планиран бизнес ?

Какви са големите тенденции на пазара ?

Кои външни фактори влияят върху поведението на клиентите ?

Кои политически фактори оказват влияние върху моя планиран бизнес ?

положително или отрицателно върху пазарната среда или зелената икономика?

2. Анализ на силните и слабите страни на вашия бизнес

В първата стъпка от SWOT анализа вие разгледахте външно факторите на околната среда. Сега, във втората стъпка, вие анализирате вътрешните аспекти на вашия бизнес и как вашият бизнес се вписва в тази среда. Това е важно, защото вашият планиран бизнес няма да съществува в изолирана среда. Вашият бизнес ще бъде повлиян от поведението на клиентите, тенденциите, политиката, икономиката и други фактори. Моля, разгледайте внимателно вашата бизнес идея и проучете нейните силни и слаби страни.

Силни страни

Силните страни на една бизнес идея могат да бъдат:

- иновативни продукти
- специфично ноу-хау
- вашите услуги, ниски фиксирани разходи
- локационни предимства
- квалифицирани служители
- технологично ноу-хау
- добре установени процеси
- кратки процеси на вземане на решения

Можете да разберете какви са вашите силни страни със следните въпроси:

Какви са конкурентните предимства на моята бизнес идея ?

Какво прави моята оферта уникална и ценна ?

Какво привлича клиентите ми?

Какви силни активи има моят бизнес, т.е. интелектуална собственост, заинтересовани страни, сгради и т.н.?

Слабости

Слабостите са онези характеристики на вашата бизнес идея, които са в неравностойно положение във вашата уникална среда. По този начин слабостите могат да имат отрицателно въздействие върху успеха на вашия планиран бизнес.

Слабите страни на вашия бизнес могат да бъдат:

- липса на ноу-хау
- липса на собствени дистрибуторски канали или помещения
- нисък начален капитал
- ниска финансова сила
- зависимост от партньори
- липса на ноу-хау
- липса на патентна защита
- ниско влияние върху доставчиците.

С тези въпроси можете да откриете вашите слабости:

Какво биха могли другите конкуренти да направят по-добре от мен?

Кои от моите процеси могат да бъдат подобвени?

С какво се бори моят бизнес в сравнение с други?

Какви активи липсват в моя планиран бизнес, от патенти до финансиране до позиции на служители и други?



3. Анализ на възможностите и заплахите

Въз основа на външните фактори, слабостите и силните страни на вашата бизнес идея, сега можете да извлечете рисковете и възможностите за вашия планиран бизнес.

Възможности възникват там, където външен фактор отговаря на силата на вашия планиран зелен бизнес. От друга страна, заплахи възникват, когато външни фактори застрашават успеха на вашия планиран зелен бизнес и вие не можете да противодействате на тази заплаха.

Възможности

Възможностите са външни влияния, развития и фактори в средата на вашия планиран бизнес и пазара. Тези възможности могат да имат благоприятен ефект върху вашия бизнес.

Възможностите често се развиват от промени в пазарната среда. Искате да станете зелен предприемач! Моля, обърнете специално внимание на екологичните аспекти тук! Какви правни рамки сега насърчават по-специално зелената икономика?

Помислете за следното:

- нови тенденции в обществото
- промени в поведението на клиента
- подобрения на продукта
- увеличаване на покупателната способност
- технологични разработки
- подобрения на продукта
- излизане на конкуренти от пазара

С тези въпроси можете да намерите възможности за вашата бизнес идея:

Какви са действителните нужди от промяна ?

Какви бъдещи възможности са предвидими?

Кои тенденции са благоприятни?

Какви промени в околната среда могат да бъдат от полза?

заплахи

Заплахите са външни развития, влияния и фактори, които могат да повлияят отрицателно на вашия планиран бизнес. Тези заплахи могат да застрашат вашия планиран бизнес или да доведат до недостатъци.

Потенциалните рискове включват, наред с другото:

- Инфлация
- нови конкуренти или алтернативни предложения навлизат на пазара
- правни промени
- промени в обменните курсове
- миграция на важни ключови клиенти
- прекратяване на важни носители на ноу-хау в бизнеса
- критични съобщения в пресата
- загуба на имидж



С тези въпроси можете да разберете рисковете за вашия планиран бизнес:

Къде има опасности за моя планиран бизнес модел?

Какви промени в околната среда могат да имат неблагоприятно въздействие върху развитието на бизнеса или конкурентоспособността?

Какви дейности могат да се очакват от конкурентите?

Силните и слабите страни най-вероятно ще бъдат много индивидуални, в зависимост от вашия планиран бизнес. Възможностите и заплахите на пазара ще засегнат вашия бизнес, както и тези на вашите конкуренти.

4. Резултати от SWOT анализа

Изследваната информация е събрана в общ преглед. По този начин най-важните положителни и отрицателни въздействащи сили от външния и вътрешния анализ са видими с един поглед. В положителната колона са посочени всички аспекти, които са изгодни, полезни и могат да допринесат за успеха. В отрицателната колона са посочени всички неблагоприятни, вредни и възпрепятстващи елементи, които могат да застрашат успеха.



	положителен	отрицателен
	Силни страни	Слабости
Вътрешен анализ на вашия планиран бизнес	Ето силните страни на вашия планиран зелен бизнес (в сравнение с конкурентите).	Тук са изброени слабостите на бизнеса (в сравнение с конкурентите) .
	Възможности	заплахи
околната среда (външен анализ)	Ето възможностите, възможностите, потенциалите и шансовете, които се появяват на пазара и околната среда.	заплахи, опасности или рискове, които съществуват или биха могли да застрашат вашия планиран зелен бизнес.

Изведете стратегически мерки

След като сте извършили SWOT анализа, можете да използвате резултатите, за да разработите мерки за използване на вашите възможности и изгодно смекчаване на рисковете. Това е процес, който не само предприемате в началото на вашето стартиране. В идеалния случай то се повтаря през целия живот на вашия бизнес.

Пример за SWOT анализ

Нека направим пример, който показва как SWOT анализът работи на практика.

Да приемем, че сте художник и искате да започнете свой собствен бизнес в дизайна на бижута. И искате да обърнете специално внимание на зелените аспекти.

Примерен анализ на околната среда:

Ако погледнете пазарните тенденции в анализа на околната среда, може да забележите повишено търсене на персонализирани бижута на пазара. Все повече клиенти купуват своите бижута онлайн. Въпреки това, когато анализирате конкуренцията си, ще откриете, че много доставчици и онлайн магазини на пазара предлагат различни видове



бижута. Освен това можете да научите от вашия анализ: Все повече и повече клиенти искат да купуват бижута от устойчиви източници (ЗЕЛЕН АСПЕКТ!) и оценяват богатия избор и дизайн. Отдават особено значение на устойчивостта. Ето защо купувате всички материали за вашите бижута от екологично чисти източници.

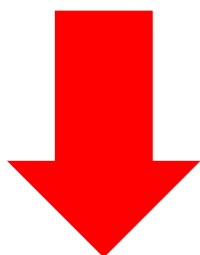
Примерен анализ на силните и слабите страни:

Вече можете да използвате тази информация в анализа на силните и слабите страни.



Силни страни:

Може да откриете, че вече имате база от лоялни фенове, които обичат вашето изкуство. И тези хора обичат да купуват бижута. Може също да откриете, че вашите дизайни са особено иновативни. И вие използвате само материали от екологично чисти източници. Освен това имате добър начален капитал. Всичко това определено са силни страни, които внасяте в стартъпа .



Слабости:

Една от вашите слабости може да е, че нямате бижута на склад. Вместо това го правите на ръка, след като е поръчан. Въпреки че това може да бъде оценено от някои клиенти, този метод на производство също означава: Не можете да натрупате наличност, отнема много време, за да направите вашите бижута и следователно имате дълги срокове за доставка.

Пример за анализ на възможностите и заплахите:

Когато анализирате вашите възможности и заплахи, сега можете да разгледате къде нуждите на пазара отговарят на силните и слабите страни на вашия бизнес.

Възможности

Тъй като сте установили, че има повишено търсене на персонализирани бижута, вашата бизнес идея определено има добри шансове да бъде успешна. Освен това вече имате база от лоялни фенове, които можете да наемете за вашите продукти. Тези хора ще са готови да ви повишат. Възползването от това е чудесна възможност за вашия бизнес .

заплахи

Най-голямата ви заплаха в този пример най-вероятно ще бъде дългото ви време за производство и дългото време на чакане на вашите клиенти. Това може да има отрицателно въздействие върху продажбите и имиджа на вашата марка.

Сега създайте прозрачна таблица:

	положителен	отрицателен
	Силни страни	Слабости
Вътрешен анализ	<ul style="list-style-type: none"> • лоялна фен база • особено иновативни дизайни • добър начален капитал • материали от екологично чисти източници 	<ul style="list-style-type: none"> • няма наличност от бижута
	Възможности	заплахи
Анализ на околната среда	<ul style="list-style-type: none"> • Повишено търсене на персонализирани бижута • Повишено търсене на бижута от устойчиви източници • Лоялна база от фенове рекламира 	<ul style="list-style-type: none"> • Дълго време за производство • дълго време за чакане на клиентите • по-малко текучество • отрицателен имидж на марката

Примери за стратегически мерки

След като завършите SWOT анализа, можете да помислите за стратегически мерки за използване на вашите възможности и изгодно избягване на рисковете.



Помислете за създаване на онлайн магазин, за да се възползвате от тенденцията за онлайн пазаруване. Освен това ще ви спести наем за магазин за търговия на дребно.

Помислете за работа с друг дизайнер на бижута, който също предлага бижута, изработени от устойчиви суровини. Освен това ще ви помогне да отговорите на търсенето на клиенти за бижута, произведени от устойчиви източници.



И евентуално помислете за използването на машини. Това ще ви помогне да избегнете дългото чакане за производство и доставка.

Помислете как можете да използвате маркетинга и имейл маркетинга, за да взаимодействате с вашата лоялна фен база. Може да искате да създадете бюлетин или да създадете форум, за да се свържете с вашите фенове. Публикациите в социалните медии също са чудесен начин да достигнете до широка аудитория и да привлечете нови клиенти.



УПРАЖНЕНИЕ 1



SWOT анализ на моя планиран зелен бизнес

Отворете програма за писане или вземете лист хартия. Най-отгоре напишете номера на модула и номера на това упражнение .

Направете SWOT анализ за вашата бизнес идея.

Отговорете на всички въпроси, относно силните, слабите страни, възможностите и заплахите .

Създайте ясна таблица, която съдържа както вътрешен анализ, така и анализ на средата .

Изведете стратегически мерки за вашата бизнес идея .

Когато завършите упражнението, наименувайте своя файл след номера на това упражнение и го запазете в папката към Модул 5! Ако сте направили упражнението на хартия, направете четливи снимки и ги запазете.

Как да намерите примери за извличане на максимума от идеи и възможности

Вие сте в процес на създаване на собствен зелен бизнес. Изисква се смелост, решителност и мотивация! Но как се справяте с несигурността? Разбира се, ще планирате всичко възможно най-добре. Въпреки това само някои рискове могат да бъдат елиминирани! Някои неща засега остават неясни.

Трябва да можете да се справите с тези предизвикателства, ако искате да успеете!

Но как да не паднеш сърце с всички тези неща? Как можете да се възползвате максимално от идеите и възможностите? Как други собственици на бизнес са успели да бъдат успешни? Как са се възползвали от възможностите и са реализирали успешно идеята си?

Убедени сме, че всички тези хора имат едно общо нещо: смелостта.

Смелостта ни помага да се изправим пред предизвикателствата.

Смелостта ни позволява да се възползваме от възможностите.

Смелостта ни дава възможност да извлечем най-доброто от нашите идеи.

Истинската история на г-н Андур

На този етап бихме искали да разкажем историята на г-н Андур:

Набил Андур беше уважаван бизнесмен в Сирия. Г-н Андур успешно произвежда сапуни в родната си страна. Малко преди войната неговата компания наема около 75 работници в Сирия. Той изнася продуктите си в страни като Южна Корея, Китай и Германия.

По време на войната компанията му в Сирия е унищожена. Той загуби всичко и трябваше да избяга.



Но г-н Андурa не позволи това да го разочарова. Той искаше да се върне към старата си професия в новата си родина Австрия. И той направи точно това.

Във Виена Набил Андурa и неговият син Ахмад Андурa отвориха отново централата на компанията си в сътрудничество с бившите си производствени служители в южната част на Турция. Те също така управляват два магазина за продажба на дребно за продуктите си от органичен сапун във Виена. А баща и син работят по създаването на нов офис за търговия и дистрибуция в Лондон.

Двамата загубиха всичко и започнаха отново изцяло от нулата във Виена. Г-н Набил Андурa казва: „Когато политическата стабилност се върне, ще започнем отново в Сирия. Няма да се откажем от мечтата си за сапун Алепо.“ И той казва: "Има една сирийска поговорка. Тя казва, че една компания не се нуждае от дом."

Какво можем да научим от тази история?

Г-н Андурa и синът му наистина бяха преживели много ужасни неща. Те загубиха всичко. Предстоеше им несигурно бъдеще. Те трябваше да се борят с несигурността. Трябваше да започнат наново. Имаха нужда от много смелост и сила. И успяха.

как можеш да го направиш Как можете да преодолеете несигурността?

Какво може да ви укрепи лично?

И така, големият въпрос е: **Как можете да станете пример за това как да преодолявате несигурността?**

Как можете вие самите да станете пример за това как някой се възползва максимално от идеите и възможностите си?!



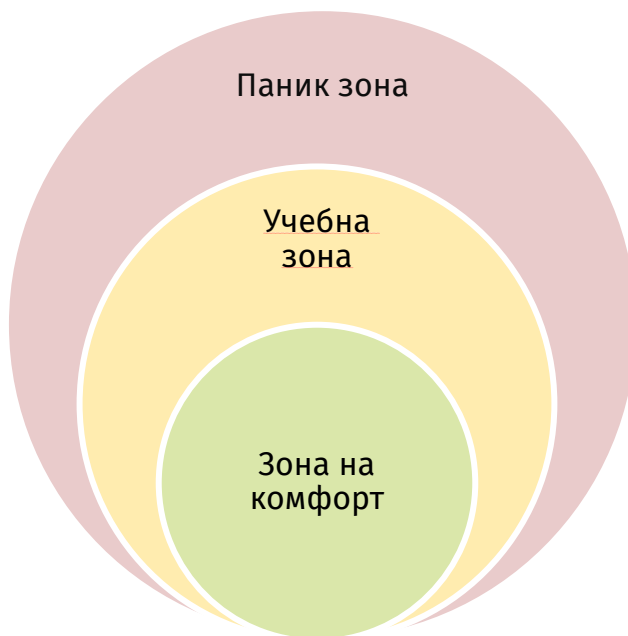
Три Z един модел

Искаме да ви представим модел, който ви помага да се справите с несигурността. Този модел също ви позволява да разберете, че несигурността и неяснотата са просто част от започването на нещо ново.

Нарича се 3-зонов модел и първоначално е разработен от Йеркс и Додсън. Както подсказва името, този модел описва три области, в които хората се движат, когато са изправени пред значителни

предизвикателства.

Моделът се състои от три зони. Той описва процес на промяна: зоните се наричат зона на комфорт, зона на обучение и зона на паника. Всеки човек има зона на комфорт, в която се чувства комфортно. Във вашата зона на комфорт изпълнявате задачите уверено и рутинно. И вие



знаете силните си страни и способности.

Извън тази зона на комфорт започва неизвестното. Новата област на задачите се намира отвъд познатите досега граници. Ето защо напускането на зоната на комфорт обикновено предизвиква чувство на безпокойство.

Къде започва зоната на учене и зоната на паника за вас зависи от вашата личност и начина, по който възприемате събитията в живота



си. Едно нещо е сигурно: не можем да избегнем трите зони, ако искаме да учим, да се развиваме професионално или да израстваме отвъд себе си.

Но и това има своите предимства. Не напразно се казва:

Който се претрашава пчели!

Но нека разгледаме по-отблизо тези зони:

Зона на комфорт

Тази първа зона маркира зоната, в която човек се чувства комфортно и безопасно. Той/тя може да прецени какво предстои и знае пътя си. За него е лесно да се справя със задачите или да общува с обкръжението си. Компетентността, рутината и навиците осигуряват необходимото самочувствие. Въпреки това, външни ограничения или лична инициатива могат да доведат до напускане на зоната на комфорт .

Учебна зона

Тази втора зона се нарича още „зона на растеж или риск“. Тук човек навлиза в нова територия. Старите правила вече не работят. Вместо това трябва да се изправим пред нови предизвикателства. Това създава несигурност. Ние сме наясно с възможните рискове и действаме предпазливо. Ако експериментът и планът проработят и сме успели да разширим знанията или уменията си, по този начин разширяваме зоната си на комфорт.



Паник зона

Третата зона е зоната на паника. Тук се крие всичко, което не може да се управлява и контролира по добре познатия начин. Това се случва например, когато не само навлизате в нов терен, но и изцяло ловите на тъмно. Рискът и опасността стават непосилни, не може да се осъществи повече обучение. Когато се преживее действителен провал в тази област, повечето хора се оттеглят обратно в зоната си на комфорт и дори засилват нейните ограничения. След това става все по-трудно да се премине към нов опит.

От зоната на комфорт към зоната на растеж (Учебна зона)

Оставането в зоната на комфорт пречи на личностното израстване. Разбира се, всеки иска да се чувства контролиращ живота си. Но тези, които стават мудни, когато мислят извън кутията и разширяват своя (ментален) хоризонт, се затварят за живота. Успехът, щастието, кариерата и (новите) приятели винаги изискват крачка навън.

Животът започва в края на зоната на комфорт. Там става вълнуващо и напускаме самоналожените граници. Можем да се развиваме лично само ако редовно си поставяме нови задачи. Не сме създадени да се чувстваме комфортно, колкото и прекрасно да е това. Тялото и умът са гладни за нови стимули, обучение, за развитие. Това е единственият начин да живеем, а не просто да го оставим да се случи.

Напускането на зоната на комфорт може да има различни ефекти. Това, което е желателно, е да се задвижат процеси на обучение, които имат положителни резултати и другаде. Първо събираме нов опит, евентуално допускаме грешки, учим се от тях и така разширяваме своя



спектър, знания и способности. Накратко: ние използваме нашия потенциал.

Растежът протича на етапи - парче по парче, стъпка по стъпка. Преминаването на граници винаги изисква издръжливост, сила и смелост. Въпреки това човек може „удобно“ да продължи напред. Това е важно дори за по-добро справяне с чувството на безсилие или претоварване. Това не трябва да се превръща в постоянни условия. Постоянният стрес ви разболява и може да доведе до прегаряне.

Затова се уверете, че правите редовни почивки и релаксирайте. Продължавайте да си позволявате места за отстъпление. Те са също толкова важни за благополучието, колкото и чувството за постижение.

Защо е трудно да се напусне зоната на комфорт

На някои от нас им е много трудно да напуснат зоната си на комфорт; на други им е скучно да стоят там. Със следните аргументи можете да мотивирате себе си да опитате нещо ново и бъдещите си клиенти.

Липсващи причини

Често има липса на причини или стимули. Хората са готови да напуснат зоната си на комфорт без атрактивни стимули или силен натиск. Ние, хората, имаме нужда от цели, за които си струва да рискуваме. Ако ни липсват тези цели, оставаме в зоната си на комфорт.

Защита на нашите вярвания

Необходима е работа, за да се преобърнат убежденията. И изследванията на мозъка го потвърждават: Промяната на вярванията означава промяна на много невронни връзки.



Ето защо ние защитаваме нашите убеждения. Избягваме контрадоказателства и специално търсим потвърждение за нашата версия на истината.

Оставаме в зоната си на комфорт, за да защитим убежденията си.

Страх от грешки

В училище често ни наказваха, когато направихме грешка. Поради това сме се научили да се страхуваме от грешки. И затова искаме да избегнем грешки. Извън зоната на комфорт обаче опасността от грешки е голяма. Поради самозащита ние често оставаме в зоната си на комфорт.

Страх от самия страх

Да изпитваш малко страх и неудобство, когато правиш нови неща, е напълно нормално. По-специално мъжете са научили като деца, че страхът не е добър. Много хора предпочитат да останат в зоната си на комфорт и по този начин да защитят своята мъжественост.

Как да излезем от зоната на комфорта и да влезем в зоната на обучение



Тези предложения ще ви помогнат да напуснете зоната си на комфорт и да се осмелите да опитате нещо ново: защото си струва да напуснете зоната си на комфорт и да влезете в зоната на обучение! Защо?

Докато сте в зоната на обучение, вие разширявате зоната си на комфорт. Научавате се да постигате повече с по-малко усилия .

Следните упражнения ще ви помогнат да влезете в зоната на обучение:

Правете активиращи упражнения

Когато сме мотивирани, лесно се активизираме.

Когато се чувстваме мотивирани, тялото ни се подготвя да стане активно: сърцето ни бие по-бързо и кръвното ни налягане се повишава. По този начин тялото ни осигурява повече енергия за предстоящата дейност. Ако ни липсва мотивация, телата ни също няма да станат активни. А това означава, че дори да мислим, че е добре от психическа гледна точка, но не сме мотивирани, няма да станем активни.

И така, какво да правя? Подгответе тялото си да влезе в зоната на обучение чрез лека физическа активност.

Научете се да се справяте със страховете

Много хора се напрягат, когато се появят страхове и тревоги. Въпреки това е съвсем нормално тези чувства да се появят, когато влезем в зоната на учене.

Позволете и приемете тези неприятни чувства! Защото: Колкото повече се опитвате да избегнете неприятните емоции, толкова по-мощни стават негативните чувства.



Живеем в общество, в което хората не обичат да показват слабостите си. Това създава впечатлението, че хората трябва да крият страховете си и че другите хора нямат притеснения.

Но истината е, че всички хора имат страхове. И е напълно в реда на нещата да се страхувате, ако не се забиете в него. Тъй като осигурява точно енергията, трябва да се разширите.



Планирайте малки стъпки

Дори дългият път до върха на планината започва с първата стъпка. И много малки стъпки в крайна сметка водят до целта. И често има смисъл да разделите проекта си на малки отделни стъпки.

Например, ако се страхувате да се свържете с финансови поддръжници на вашия бизнес, започнете с нещо различно от това: проучете възможностите за финансиране в интернет. Можете да изчакате да получите всеки. Но ти направи първата крачка!

Генерирайте мотивация

Големите цели ни активират! И когато започнем, също така ни е по-лесно да напуснем зоната си на комфорт и да влезем в зоната на обучение. От съществено значение е да имате реалистични очаквания, в които можете да повярвате.

Често не предприемаме действия, защото твърде негативните репортажи от медиите ни отблъскват. Това е така, защото често трябва да развием очакванията си въз основа на личен опит.

Затова избягвайте негативните медийни репортажи, ако искате да влизате в зоната на обучение по-често.

Опишете положително намерението си.

Нужни са добри причини, за да предприемем действия . Колкото по-конкретни можете да бъдете относно това, което искате да научите, толкова по-склонни сте да влезете в зоната на обучение. Помислете за всички предимства на започването на нещо ново. Това ще ви мотивира!

Намерете хора, които да ви придружат в зоната за обучение

По-лесно е да влезете в зоната за обучение, когато не сте сами.



Много е мотивиращо, когато забележим, че други хора са го направили. Тогава можем да преодолеем и себе си по-лесно.

И изобщо не е задължително тези хора да са там лично! Четете книги от или за успешни хора, ходете на лекции или гледайте статия в интернет.

Поставете под въпрос страховете си

Често не тръгваме, защото си представяме най-лошото. Можете да направите нещо по въпроса! Просто отговорете на тези три въпроса последователно:

Какво е най-лошото, което може да се случи? (Какво би било толкова лошо в това?)

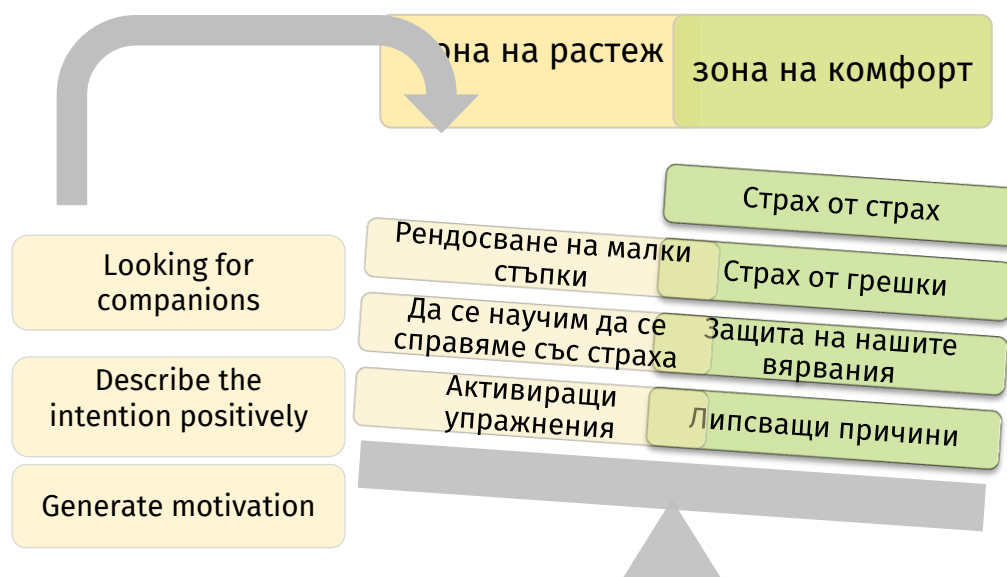
Какво е най-вероятно да се случи? (Как да разбера, че това е най-вероятният случай?)

Какво може да се случи в най-добрия случай? (Какво мога да направя, за да направя този случай по-вероятен?)

Бъдете внимателни!

Изживейте промяната! И го правете съзнателно. Тогава ще стане по-лесно. Затова обърнете голямо внимание на чувствата и страховете си веднага щом напуснете познат терен. Опитайте се да разберете от какво се страхувате и ЗАЩО искате да промените!





УПРАЖНЕНИЕ 2



От зоната на комфорт в зоната за обучение

Отворете програма за писане или вземете лист хартия. Най-отгоре напишете номера на модула и номера на това упражнение.

Коментирайте подробно и писмено следните точки!

Учебна зона

- Опишете 3 ситуации, в които сте напуснали зоната си на комфорт и сте се преместили директно в зоната на обучение.
- Кои от вашите компетенции сте активирали, за да направите това?
- С какви предизвикателства се сблъскахте?
- Какво научи? Какво можете да направите сега, което не сте могли да направите преди?

Когато завършите упражнението, наименувайте своя цифров документ след номера на това упражнение и го запазете в папката към Модул 5!



Ако сте направили упражнението на хартия, направете четливи снимки и ги запазете.

Как да предвидим чувството за постигане на целите.

Тази последна глава е за умствено обучение. Какво е умствено обучение? Днес знаем, че можем да постигнем много с начина, по който мислим за определени неща. Така че, всичко е въпрос на много съзнателно мислене. Умственото обучение използва силата на мислите. Чрез умствено обучение можете да постигате целите си по-бързо. И умственото обучение изисква малко практика. Жизненоважно е да се концентрирате върху същественото. Ако продължите да го правите и го практикувате, това ще ви помогне да постигнете целите си!

Ако правите тези упражнения редовно, можете да тренирате ума си да се настрои към усещането за постигане на цели:

Визуализирайте целта си и я изживейте с всичките си сетива.

какво искаш да постигнеш Как точно изглежда вашата цел? Опитайте се да си представите плана си възможно най-точно. Много спортисти работят точно по този метод. Например, състезателите си представят как се спускат по пистата, финишират първи и публиката е развълнувана.

И така, виждате! Визуализирането на нещо за постигане на цел работи! Това ви мотивира и ви помага да успеете!



УПРАЖНЕНИЕ 3



Представям си себе си като победител

Отделете пет минути, за да визуализирате целта си в съзнанието си. Вижте как успявате във вашия зелен бизнес. Визуализирайте себе си така, както сте го постигнали. Какво виждате и чувствате? Усещаш ли колко си горд? Опитайте се да почувствате това в ума си, а също и в тялото си. Оставете дъха си да разшири дробовете и горната част на тялото. Очаквайте усещането за лично израстване. Фокусирайте се върху положителните неща, които виждате и си кажете: „Мога да направя това!“

Ако повтаряте това упражнение често, в крайна сметка ще се почувствате много близо до целта си и ще бъдете добре подготвени за нея!

Самовнушение

С този метод можете да тренирате подсъзнанието си да ви подкрепя. Това ви улеснява да постигнете целта си. И този метод е лесен! Запалете се с прости и утвърждаващи изречения!

„Мога да направя това; мога да направя това, мога да направя това...“. Колкото по-често си казвате съзнателно тези изречения, толкова по-мотивирани ще ставате!

Водете дневник на успеха

Вечерта съзнателно помислете какво сте постигнали през този ден. Това може да са дребни неща. Имаште ли добър разговор днес? Или помогнахте на някого? Открихте ли нещо, което ще ви помогне? Колкото повече съзнателно помните малки (и големи) успехи ежедневно, толкова по-силен ще станете!



Намерете подкрепящи хора

Добрите приятели или членове на семейството могат да ни насърчат да продължим и да не се отказваме. Обградете се с хора, които ви подкрепят! Обградете се с хора, които ви карат да се чувствате добре и вярват във вас! Това ще ви даде допълнителни сили за постигане на целите ви!



Честито! С този модул завършихте първата част от курса на обучение! На този етап сте разработили своята зелена бизнес идея и сте научили много необходими инструменти за вашия зелен бизнес. Като следваща стъпка можете да започнете с втората част на курса: Планирайте вашия зелен бизнес!

Референтен списък

Как информацията и знанието могат да намалят несигурността, неяснотата и риска

How information and knowledge can reduce uncertainty, ambiguity and risk

Gary, H (2006): The Why, What and How of Management Innovation. In: Harvard Business Review.

Hofmaier, R (1992): Investitionsgüter- und High-tech-Marketing (ITM). VMI, Landsberg, ISBN 3-478-22650-3.

Kaplan, R, S., Norton, D (2001): The Strategy Focused Organization. Harvard Business School Press, Boston.

Kotler, P, Lane, K (2009): Marketing Management. 13. Auflage. Prentice Hall, Upper Saddle River.

Kotler, P, Berger, R, Bickhoff, N (2010): The Quintessence of Strategic Management. Springer, Berlin.

Mintzberg, H (1994): The Rise and Fall of Strategic Planning. The Free Press, New York.

Riemer, K (2009): Kommunikation von Nonprofit-Organisationen. Grundlagen der Kommunikationspolitik und SWOT-Analyse der UNICEF Deutschland. AVM, München, ISBN 978-3-89975-931-0.

Simon, H, von der Gathen, A (2002): Das große Handbuch der Strategieinstrumente: Alle Werkzeuge für eine erfolgreiche Unternehmensführung. Campus, Frankfurt am Main, ISBN 3-593-36993-1.

Welge, M, K., Al-Laham, A (2008): Strategisches Management. 5. Auflage. Gabler, Wiesbaden, ISBN 978-3-8349-0313-6.



https://en.wikipedia.org/wiki/Abraham_Wald#/media/File:Survivorship-bias.svg. 29.09.2022

Yerkes, R. M. & Dodson, J. D (1908): The relation of strength of stimulus to rapidity of habit-formation. *Journal of Comparative Neurology and Psychology*, 459–482 Volltext.

↑ *Encyclopedia of Clinical Neuropsychology*. Springer New York, New York, NY 2011, ISBN 978-0-387-79947-6, doi:10.1007/978-0-387-79948-3 (springer.com [abgerufen am 30. August 2018])

Rigall, J., Wolters, G., Goertz, H., Schulte, K., & Tarlatt, A. (2005): *Change Managment für Konzerne. Komplexe Unternehmensstrukturen erfolgreich verändern*. Frankfurt/M.: Campus Verlag

Списък на фигури

Фигура 1: Изправен пред решение,	0
Фигура 2: Фигура 2: Управление на риска	5