



Довольно разумное желание каждого бизнесмена, впрочем, как и любого другого человека, **тратить меньше и получать больше**. Но это удастся не всегда. Если брать личные финансы, личный или семейный бюджет, то некая экономия и планирование здесь очень даже уместны. Но мы рассматриваем экономию со стороны ведения бизнеса, а это несколько другое дело.

Давайте поразмыслим. На что вы можете сократить затраты в вашем деле? Вы можете вот так просто взять и урезать зарплату сотрудникам? Да, можете, но это повлечет за собой снижение эффективности труда вашего персонала, как вариант, увольнения, или, что еще хуже, ваши сотрудники уйдут к конкурентам.

Вы можете снизить затраты на производство продукции или услуги, не внедряя новых технологий? Можете, но от этого, скорее всего, пострадает качество товара, а это уже скажется глобально на бизнесе: снижение продаж, испорченная репутация, снижение доверия к производителю. В итоге, часть вашей аудитории просто отсеется.

Еще один вопрос: можно снизить затраты на рекламу продукции, услуги, бренда? Теоретически, да. Возможно, это даже не сильно скажется на прибыли компании, если ваш товар уже на слуху. Но от этого пострадает бренд. Медленно, но уверенно, его просто затмят другие, новые объявления, рекламы и т.д. Вы сами прекрасно знаете, что если вы круглый год хоть где-нибудь в городе, но видите рекламу какого-то

предприятия, компании, услуги, она всегда у вас вертится в голове, если она вдруг нужна. Тут срабатывает тот же принцип.

Экономить – не значит тратить меньше на бизнес. Экономить – значит смотреть вперед, в будущее, делать инвестиции на перспективу. Скажем, вы покупаете новое оборудование – это затрата, да, безусловно, но с этим оборудованием, ваши услуги, допустим, расширяются, или добавляют вам клиентов, в силу того, что у конкурента нет такого оборудования. Сначала это оборудование окупит себя, а потом начнет приносить прибыль, которая будет больше той, что была. Соответственно, вы сэкономили, изначально инвестировав некую сумму.

Тоже самое касается заработной платы сотрудникам. Если вы видите в ком-то потенциал, вы наблюдаете за прогрессом сотрудника и можете предположить, что он принесет пользу компании, повышение его в должности или повышение зарплаты может положительно сказаться на всем бизнесе. Скажем, кто-то из ваших топ-менеджеров заключит выгодную сделку или найдет способ снизить затраты на поставку ресурсов и т.д.

Этот подход опирается на способность бизнесмена анализировать и действовать на перспективу. Вам не нужно гадать, предсказывать или играть в рулетку. Здесь нужна креативность и умение просчитывать на несколько ходов вперед. Тогда вы сможете ощутить некую экономию в ведении ваших дел, без потери клиентов, качества товара и лица компании, что тоже крайне важно для подобной деятельности.