**Глушилка сотовых – спутница инноваций**

Обычно понятия «бизнесмен» и «предприниматель» используют для обозначения человека, который создал свою компанию, свое индивидуальное предприятие, при этом не разделяя сами понятия по содержанию. Однако, разница между ними имеется. Да, и бизнесмен, и предприниматель действительно являются собственниками своей компании. Но как раз процесс зарождения их собственного дела и определяет, какой из вышеуказанных терминов будет впоследствии к ним относиться. А также – какой станет их жизнь впоследствии: спокойной и размеренной, текущей в запланированном режиме, или активной, динамичной, с неожиданными встречами, перелетами и применениями **средства акустической защиты**. Конфиденциальность деловых переговоров, сохранение коммерческой тайны – необходимые в этой среде средства подстраховки.

Так в чем же разница, почему при схожих занятиях перед людьми, создающими свой бизнес, такие разные перспективы впереди?

Ответ на этот вопрос можно легко найти, если обратить внимание на слово «создающие». Бизнес, который планируется создать, укрупнено можно подразделить на две принципиально разные группы:

1. Предпринимательство – это когда в основе создаваемой компании лежит уникальная, ранее никем не реализованная идея (ноу-хау).
2. Бизнес – когда в основе создаваемой компании лежит уже известная, кем-то успешно опробованная идея, либо франшиза (передаваемый новичку опыт и технологии, позволяющие ему работать под уже известным брендом).

Соответственно и пути развития вновь созданных компаний будут существенно различаться.

Предприниматель будет с непоколебимым упорством проталкивать свое новшество на рынке. Он должен будет убедить весь мир в том, что именно его продукт жизненно необходим большому количеству потребителей.

В то время как бизнесмену нет необходимости доказывать кому-то уникальность своей продукции – ведь в свое время это сделал тот предприниматель, который запустил ее на рынок.

Для наглядности можно сравнить пути развития, тот, которым шли в далекие сороковые годы прошлого столетия братья Макдоналдс - с тем, которым движутся их последователи сейчас.

Дик и Мак Макдоналдс первыми предложили в послевоенной Америке принципы «быстрого питания», введя самообслуживание посетителей и сократив меню до девяти блюд вместо предлагавшихся тогда стандартно 25.

Что им пришлось преодолеть?

* Недоверие. Людям свойственен консерватизм, их трудно заставить попробовать что-то новое
* Огромную конкуренцию, существующую в ресторанном бизнесе
* Критику со стороны знакомых и незнакомых людей
* Свою собственную инертность, желание все бросить и жить «как все».

Что преодолевают сегодняшние покупатели бренда и технологии Макдоналдс?

* Свою боязнь сделать решительный шаг и запустить, наконец, бизнес с гарантированным успешным результатом.

Братья Макдоналдс, а в особенности развивший их бизнес до мировых масштабов Реймонд Крок, не имели спокойной жизни, поскольку были предпринимателями. Сегодняшние бизнесмены - владельцы ресторанов с их именем то же вынуждены много трудиться, следить за своим производством, персоналом, поставщиками и прочим. Однако, это составляет лишь часть тех забот, которыми были обременены первопроходцы.

Очень важно при создании своего бизнеса верно оценить и свой собственный потенциал, и свою готовность к борьбе и риску. Начинающий предприниматель: полная борьбы и неожиданностей жизнь, когда на переговоры предпочитаешь ходить не один и в кармане пиджака - **глушилка телефонов**. Начинающий бизнесмен – известная, опробованная схема, уверенность в успехе, большая конкуренция со стороны аналогичных компаний. Правильное понимание перспектив выбранного пути помогает избежать многих неудач и промахов. А беспечность может быть чревата серьезными сложностями.