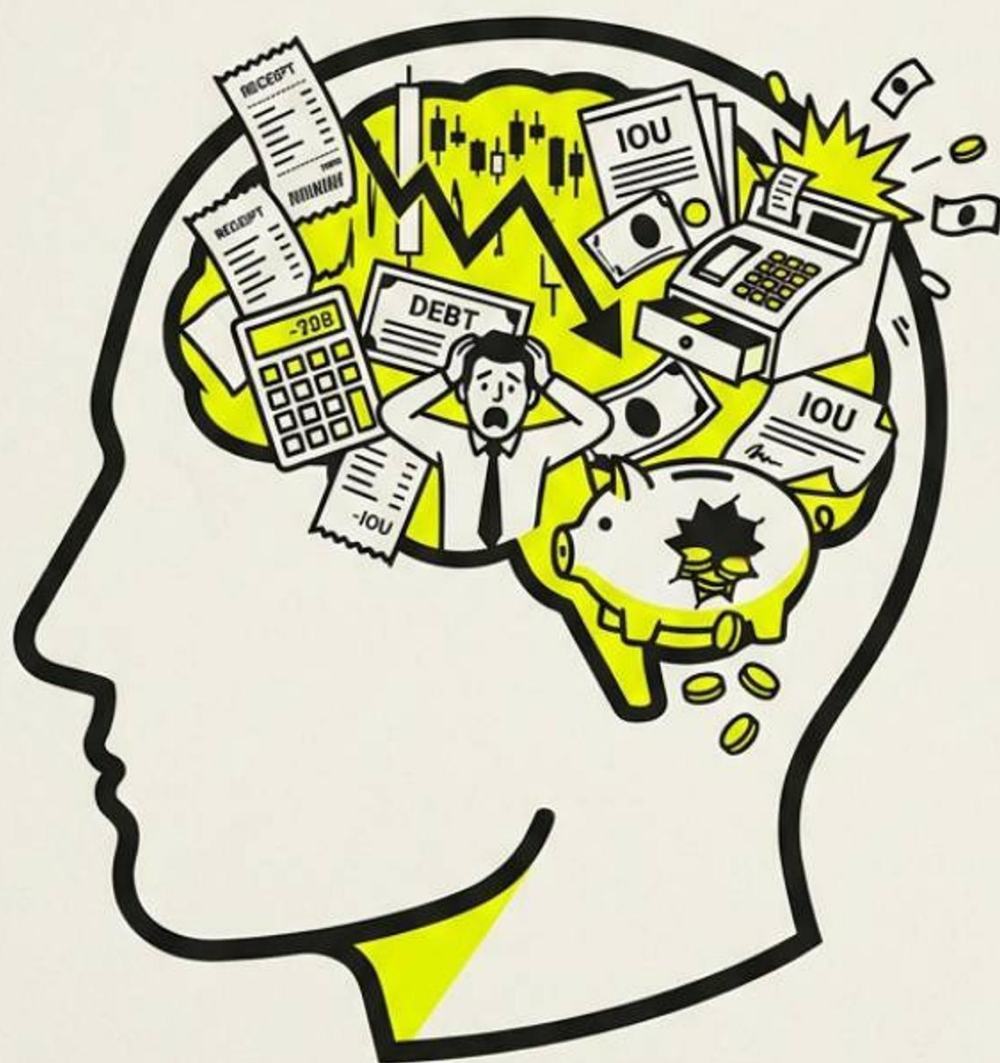


БИЗНЕС

Инструкция по выживанию



Максим Байтович

Инструкция по выживанию

Максим Байтович

**Бизнес. Инструкция
по выживанию**

«Автор»

2026

Байтович М.

Бизнес. Инструкция по выживанию / М. Байтович — «Автор», 2026 — (Инструкция по выживанию)

Ты мечтаешь о своём деле. Свобода, деньги, никаких начальников. Ты увольняешься, регистрируешь ИП, арендуешь офис и ждёшь клиентов. А они не приходят. Потому что бизнес — это не свобода, а ответственность 24/7. Это клиенты, которые платят с задержкой, налоги, о которых ты забыл, кассовые разрывы в три часа ночи и мысли «какого чёрта я вообще во всё это полез». Знакомо? Добро пожаловать в реальный бизнес. Здесь не носят короны, здесь носят отказы, дедлайны и синдром самозванца. Эта книга — честный разговор о предпринимательстве без «успешного успеха» и розовых единорогов. Мы пройдем весь путь: от идеи и проверки на живых людях до масштабирования и выхода из операционки. Как найти свою нишу и не прогореть. Как назначить цену и не демпинговать. Как продавать, даже если ты ненавидишь продавать. Как нанимать, делегировать и увольнять. Как платить налоги и не сесть. Как пережить кассовый разрыв и токсичных клиентов. Как не выгореть и не разлюбить своё дело.

© Байтович М., 2026

© Автор, 2026

Содержание

Глава 1. «Хочу свой бизнес!» — с чего начать и кому это вообще подходит	5
Глава 2. Идея и ниша: как найти то, что будут покупать	10
Глава 3. Первый бюджет и первые деньги: как не слить всё на старте	14
Конец ознакомительного фрагмента.	15

Бизнес. Инструкция по выживанию

Глава 1. «Хочу свой бизнес!» — с чего начать и кому это вообще подходит

(Эпиграф)

«Я уволился из офиса и открыл своё дело. Думал: теперь я сам себе начальник, работаю когда хочу, деньги текут рекой. Через месяц я работал по 14 часов в сутки, денег не было вообще, а клиенты писали в три часа ночи. Я был начальником над пустым холодильником и уставшей женой. Предпринимательство — это не свобода. Это другая форма зависимости. Давай разберёмся, подходит ли она тебе, пока ты не уволился и не потратил все сбережения на "бизнес мечты"».

Часть 1. Почему все хотят в бизнес и что из этого правда

Каждый второй наёмный сотрудник мечтает о своём деле. Каждый третий — что-то начинает. Каждый десятый — продолжает через год. Статистика жесточе, чем кажется: 90% новых бизнесов закрываются в первые три года.

Почему так много желающих и так мало выживших? Потому что реальность бизнеса совсем не похожа на картинку из Instagram.

Давай разложим на правду и мифы.

Миф №1: «Буду сам себе начальником».

Правда: у тебя будет много начальников. Клиенты, налоговая, арендодатель, поставщики, сотрудники (если они есть), банк (если есть кредит). Ты не «сам себе начальник», ты — обслуживающий персонал для всех этих людей. Твоя свобода заканчивается там, где начинается ответственность перед другими.

Миф №2: «Буду работать когда хочу».

Правда: ты будешь работать ВСЕГДА. Особенно в первый год. Бизнес — это новорождённый ребёнок, который орёт 24/7 и требует внимания. Даже когда ты не работаешь физически, ты думаешь о работе. В отпуске, в выходные, ночью. Твой мозг — это офис, который никогда не закрывается.

Миф №3: «Деньги сами потекут».

Правда: сначала деньги только утекают. Аренда, закупка, налоги, реклама, брак, возвраты. Первые месяцы (или годы) ты работаешь в минус или в ноль. Прибыль — это то, что остаётся после ВСЕХ расходов. И это не «зарплата как в найме», это то, что ты выгрызаешь у рынка.

Миф №4: «Я буду заниматься любимым делом».

Правда: ты будешь заниматься любимым делом процентов 20-30 времени. Остальное — маркетинг, продажи, бухгалтерия, уборка, общение с неприятными клиентами, решение проблем с поставщиками, заполнение отчётов. Если ты пекарь — ты будешь печь. Но ещё ты

будешь считать муку, отвечать на отзывы, договариваться с арендодателем и мыть полы. Любимое дело — это центр, но вокруг него — куча нелюбимых дел.

Миф №5: «Главное — начать, а там разберусь».

Правда: «разберусь» обычно означает «потрачу все деньги и закроюсь». Без плана, без расчётов, без понимания рынка бизнес не выживает. Энтузиазм — это топливо, но без руля ты врежешься в стену.

Стендап-вставка:

«Я открыл бизнес на эмоциях. В пятницу я уволился, в субботу зарегистрировал ИП, в понедельник понял, что у меня нет ни клиентов, ни плана, ни денег. Я думал: "Ну, я же классный специалист, клиенты сами придут". Они не пришли. Они даже не знали, что я существую. Я сидел в пустом кабинете и ждал. Через месяц я пошёл раздавать визитки у метро. Через два — начал зарабатывать. Через три — понял, что визитки у метро — это и есть бизнес. Не "творчество", а ежедневный труд. Если ты не готов к этому — не увольняйся в пятницу».

Часть 2. Кому реально стоит идти в бизнес, а кому — нет

Бизнес — не волшебная таблетка. Это склад характера. Давай честно: подходит ли тебе это?

Тебе стоит попробовать бизнес, если:

— Ты готов к нестабильности. Сегодня густо, завтра пусто. В найме ты получаешь зарплату дважды в месяц. В бизнесе ты можешь не получать ничего месяцами, а потом получить сразу много. Если неопределённость вызывает у тебя панику — подумай дважды.

— Ты умеешь продавать. Бизнес — это продажи. Продажи своего продукта, своей идеи, себя. Если ты ненавидишь продавать, тебе будет очень тяжело. Можно нанять продавца, но на старте продаёшь ты сам.

— Ты готов делать нелюбимую работу. Мыть полы, считать налоги, отвечать на глупые вопросы, успокаивать недовольных клиентов. Пока ты маленький — ты сам себе и директор, и уборщик.

— Ты умеешь держать удар. Отказы, провалы, критика, кассовые разрывы, уход клиентов — это часть игры. Если каждая неудача выбивает тебя из колеи на неделю, бизнес тебя сожрёт.

— У тебя есть финансовая подушка. Минимум на 3-6 месяцев жизни. Лучше — на год. Без этого ты будешь хвататься за любые заказы, демпинговать, выгорать и принимать плохие решения.

Тебе НЕ стоит идти в бизнес, если:

— Ты хочешь «спокойной жизни».

В бизнесе спокойно не бывает. Даже когда всё хорошо, ты думаешь: «А что, если завтра всё станет плохо?» Если ты мечтаешь о тишине и предсказуемости — найм даст тебе это быстрее.

— Ты не готов терять деньги.

Бизнес — это риск. Ты можешь вложить все сбережения и не вернуть. Это не инвестиция с гарантированной доходностью. Это игра с ненулевой вероятностью проигрыша.

— Ты ждёшь быстрых результатов.

Бизнес — это марафон. Первые результаты могут появиться через год-два. Если тебе нужно «заработать через месяц», иди в такси или курьеры. Там быстрее.

— Ты ненавидишь общаться с людьми.

Бизнес — это коммуникация. Клиенты, поставщики, сотрудники, налоговая, банки. Даже если у тебя интернет-магазин, ты всё равно общаешься. Если люди тебя бесят — ты будешь страдать.

Стендап-вставка:

«Мой друг открыл бизнес, потому что "ненавидит начальника". Через полгода он сказал: "Мой бизнес — это начальник, который орёт на меня 24/7. Только теперь я не могу уволиться". Он закрыл бизнес и вернулся в найм. Счастлив. Говорит: "Теперь начальник орёт только с 9 до 18, а потом я свободен". Бизнес — не побег от начальника. Бизнес — это когда ты сам становишься себе начальником. И этот начальник — сволочь похлеще прежнего».

Часть 3. Тест: а точно ли тебе это нужно?

Прежде чем увольняться и тратить сбережения, ответь честно на 10 вопросов.

Тест на предпринимательскую готовность:

Готов ли ты не получать стабильный доход минимум 3-6 месяцев?

Готов ли ты работать больше, чем в найме (60-80 часов в неделю)?

Готов ли ты делать то, что не любишь: продажи, бухгалтерию, уборку?

Готов ли ты к тому, что 9 из 10 твоих идей не сработают?

Готов ли ты к отказам? Много отказов. Каждый день.

Есть ли у тебя финансовая подушка на полгода?

Есть ли у тебя кто-то, кто поддержит, когда ты захочешь всё бросить?

Есть ли у тебя навык, за который люди уже сейчас готовы платить?

Готов ли ты учиться новому (маркетинг, финансы, управление), даже если это скучно?

Если всё провалится — сможешь ли ты вернуться в найм без чувства поражения?

Результат:

— 8-10 «да» — у тебя хорошие шансы. Готовься, считай, начинай с малого.

— 5-7 «да» — есть над чем работать. Не увольняйся резко. Начни с подработки, протестируй идею.

— Меньше 5 «да» — возможно, бизнес — не твой путь. Или пока не твой. Найм — это не поражение, это выбор.

Стендап-вставка:

«Я прошёл этот тест ДО того, как уволиться. У меня было 4 "да". Я всё равно уволился. Потому что я оптимист. Потратил сбережения, залез в долги, закрылся через 8 месяцев. Вернулся в найм с хвостом. Через 3 года я снова попробовал. Но уже с подушкой, с планом и с 9 "да". Второй бизнес живёт до сих пор. Первый был не бизнесом, а дорогим тренингом. Не повторяйте мой тренинг. Проходите тест честно».

Часть 4. С чего начать прямо сегодня: первый шаг без риска

Если ты прошёл тест и всё ещё хочешь в бизнес, вот конкретный план на первые шаги. Без увольнения, без кредитов, без риска.

Шаг 1: Найди клиента, а не бизнес-план.

Самая большая ошибка новичка: сначала арендовать офис, купить оборудование, зарегистрировать ООО, а потом искать клиентов. Правильный порядок — обратный. Сначала найди того, кто готов заплатить. Хотя бы одного. Хотя бы символически. Это докажет, что твоя идея работает.

Шаг 2: Начни с малого и бесплатного.

Если ты хочешь открыть пекарню — испеки 10 пирогов и раздай друзьям. Если хочешь быть фотографом —ними 5 бесплатных фотосессий. Если хочешь запустить курс — проведи один бесплатный вебинар. Проверь, получается ли у тебя? Нравится ли процесс? Готовы ли люди это покупать?

Шаг 3: Не увольняйся, пока нет стабильного дохода.

Работай по вечерам и выходным. Да, это тяжело. Но это безопасно. Твоя зарплата в найме — это твоя финансовая подушка на старте. Увольняйся, когда доход от бизнеса стабильно превышает зарплату хотя бы 3 месяца подряд.

Шаг 4: Посчитай цифры ДО старта.

Сколько ты потратишь на запуск? Сколько — на месяц работы? Сколько нужно клиентов в месяц, чтобы выйти в ноль? По какой цене продавать? Если ты не можешь ответить на эти вопросы — ты не готов. Посчитай на бумаге. Без оптимизма. С запасом.

Шаг 5: Найди наставника или сообщество.

Одиночество предпринимателя — это путь к выгоранию. Найди того, кто уже прошёл этот путь. Это может быть платный ментор, бесплатный советчик, бизнес-клуб, чат коллег. Главное — чтобы было с кем обсудить проблемы.

Упражнение на сегодня:

Напиши на листке честный ответ: «Почему я хочу в бизнес?» Не «деньги» вообще, а конкретно. Что тебя не устраивает в найме? Что ты хочешь получить? Это поможет понять твою истинную мотивацию.

Пройди тест из 10 вопросов честно. Не обманывай себя. Запиши результат.

Придумай МИКРО-тест своей бизнес-идеи. Что можно сделать за неделю без денег, чтобы проверить, готовы ли люди платить? Один звонок потенциальному клиенту? Один пост в соцсетях? Один бесплатный образец?

Найди одного предпринимателя в твоей нише и попроси совета. Не «дайте мне работу», а «расскажите, с чего вы начинали». Люди любят рассказывать о себе.

Глава 2. Идея и ниша: как найти то, что будут покупать

(Эпиграф)

«Я придумал гениальную идею. Приложение для владельцев улиток. Можно отслеживать маршрут, скорость, пульс улитки. Я был уверен, что это прорыв. Инвесторы сказали: "Рынок слишком узкий". Я обиделся. Потом посчитал: в моём городе 3 улитководов. Три. Они не готовы платить за приложение. Моя гениальная идея была никому не нужна. Идея — это не то, что нравится тебе. Это то, за что готовы платить другие. Давай научимся отличать одно от другого».

Часть 1. Где искать идею: не «что я хочу», а «за что платят»

Большинство новичков идут не с той стороны. Они думают: «Что я люблю делать? Печь торты. Открою кондитерскую!» Это путь к разорению. Любить печь — не значит, что люди будут покупать твои торты.

Правильный подход — идти от боли клиента. Что у людей болит? За что они УЖЕ платят? Что им не нравится в существующих решениях?

Три источника идей:

1. Чужая боль, которую ты испытал сам.

Ты столкнулся с проблемой, искал решение — его нет или оно плохое. Ты сделал решение для себя, а потом понял, что такие же проблемы есть у других. Это лучший источник идей, потому что ты знаешь боль изнутри. Пример: «Я не мог найти нормального сантехника, который не пьёт и приходит вовремя. Создал сервис по подбору проверенных мастеров».

2. Чужая боль, которую ты увидел.

Ты работаешь в какой-то сфере и видишь, как мучаются клиенты или коллеги. У тебя есть экспертиза, ты понимаешь контекст. Пример: «Я работал в ресторане и видел, как владельцы мучаются с учётом продуктов. Написал простую программу для учёта».

3. Идея, которая уже работает, но ты делаешь лучше.

Ты не изобретаешь велосипед. Ты смотришь, что уже продаётся, и делаешь: дешевле, быстрее, удобнее, красивее, с другим сервисом, для другой аудитории. Пример: кофеен много, но ты открываешь кофейню с веганскими десертами в районе, где их нет.

Стендап-вставка:

«Моя первая идея была — доставка фермерских продуктов. Я думал: "Все же за ЗОЖ, будут покупать!" Я закупил морковь, свёклу, картошку. Написал пост. Ждал. Купила одна девушка. Оказалось, это моя сестра. Она сказала: "Братан, я просто поддержать". Рынок "фермерских продуктов" состоял из моей сестры. Прежде чем закупать морковь, надо спросить, кому она нужна».

Часть 2. Как проверить идею без вложений: тест на реальность

У тебя есть идея. Ты в неё влюблён. Ты уже мысленно тратишь будущую прибыль. Стоп. Сначала проверь.

5 вопросов для проверки идеи:

1. Кто твой клиент?

Опиши конкретного человека: пол, возраст, доход, где живёт, чем занимается, что его бесит. Не «все женщины 25-45», а «Маша, 32 года, менеджер, живёт в спальнике, устаёт на работе, хочет выглядеть ухоженно, но нет времени на салоны». Если ты не можешь описать клиента — ты не знаешь, кому продаёшь.

2. Есть ли у клиента боль?

Готов ли он платить за решение? Боль — это не «хотелось бы», а «без этого плохо». Примеры болей: «Я не высыпаюсь», «У меня грязно дома», «Я боюсь налоговую», «Я не могу найти нормального мастера». Если у клиента нет боли — он не заплатит.

3. Сколько клиентов с такой болью?

Это и есть размер рынка. Если таких, как Маша, в твоём городе 5 человек — бизнеса не будет. Если 5000 — можно работать. Если 50 000 — отлично. Оцени хотя бы примерно: поищи в интернете, спроси у знакомых, посмотри группы в соцсетях.

4. Какие есть альтернативы?

Куда Маша идёт сейчас? К конкурентам? Делает сама? Не делает ничего? Пойми, с кем ты конкурируешь. Конкуренция — это хорошо, значит, рынок живой. Плохо, когда конкурентов нет совсем — возможно, рынка тоже нет.

5. Чем ты лучше?

Почему Маша выберет тебя, а не конкурента или «сделаю сама»? У тебя должно быть преимущество: цена, качество, скорость, сервис, уникальная фишка. Если у тебя нет ответа — ты такой же, как все, и будешь конкурировать только по цене.

Самый простой тест: «50 разговоров».

Поговори с 50 потенциальными клиентами. Не продавай им, а спрашивай: «Как вы сейчас решаете эту проблему? Что вам не нравится в текущих решениях? Сколько вы за это платите? Что для вас важно при выборе?» 50 разговоров дадут тебе больше, чем месяц размышлений.

Стендап-вставка:

«Я провёл 50 разговоров для своей идеи. Точнее, попытался. После 20 я понял, что моя идея — фигня. Клиенты говорили: "Нам это не нужно", "Мы не готовы платить", "Мы решаем это по-другому". Я расстроился. Но я сэкономил 500 000 рублей, которые потратил бы на запуск. Лучше узнать, что идея плохая за 20 разговоров, чем после года работы и потраченных сбережений».

Часть 3. Ниша: как выбрать, на ком специализироваться

Ниша — это узкая специализация. Ты не «пекарь», а «пекарь тортов для детских праздников в районе Черёмушки». Не «фотограф», а «фотограф новорождённых на дому». Не «программист», а «разработчик чат-ботов для стоматологий».

Зачем нужна ниша:

— Тебя легче найти. Когда клиент ищет «торт для ребёнка», он находит тебя, а не «кондитерскую широкого профиля».

— Ты становишься экспертом. Чем уже ниша, тем быстрее ты в ней лучший.

— Ты меньше конкурируешь по цене. Узкие специалисты стоят дороже, потому что они «специалисты по именно этой проблеме».

— Маркетинг точнее. Ты знаешь, где тусуются твои клиенты, и бьёшь точно в цель.

Как выбрать нишу: пересечение трёх кругов.

Что ты умеешь (или готов научиться)?

За что люди готовы платить?

В чём ты можешь быть лучше конкурентов?

Найди пересечение этих трёх кругов. Это и есть твоя рабочая ниша. Не «идеальная на всю жизнь», а «рабочая на ближайший год». Нишу можно менять, когда поймёшь рынок лучше.

Стендап-вставка:

«Я начинал как "маркетолог широкого профиля". Брался за всё: соцсети, сайты, реклама, аналитика. Клиенты говорили: "А вы точно умеете?" Я говорил: "Да, конечно". Я врал. Я не умел всё. Потом я сузился до "специалист по Instagram для стоматологий". Клиенты стали говорить: "О, вы тот самый?" Я стал тем самым. И цена выросла втрое. Потому что "широкий профиль" — это никто. "Узкий спец" — это кто-то».

Часть 4. MVP: минимальный продукт, чтобы проверить реальность

MVP — это Minimal Viable Product, минимально жизнеспособный продукт. Самая простая версия твоего продукта, которую можно показать клиентам и получить деньги (или отказ). Не идеальная, не доделанная, а МИНИМАЛЬНАЯ.

Примеры MVP:

— Ты хочешь открыть кондитерскую. MVP — испеки 3 торта по заказу друзей. Получи отзывы и деньги.

— Ты хочешь запустить курс. MVP — проведи один бесплатный вебинар. Посмотри, сколько людей придёт и сколько захочет платную версию.

— Ты хочешь сделать приложение. MVP — нарисуй экраны в PowerPoint и покажи потенциальным пользователям. Спроси: «Вы бы этим пользовались? Сколько бы заплатили?»

Правила MVP:

— Сделай за неделю. Не за месяц, не за полгода. За неделю. Если не получается — твой продукт слишком сложный.

— Не вкладывай много денег. MVP — это проверка идеи, а не запуск бизнеса. Деньги потратишь потом, когда идея подтвердится.

— Покажи живым людям. Друзьям не считается. Друзья скажут «круто», даже если это не круто. Покажи незнакомым людям из твоей целевой аудитории.

— Собирай обратную связь. Что понравилось? Что не понравилось? Что бы они изменили? Готовы ли заплатить? Сколько?

Стендап-вставка:

«Мой MVP был ужасен. Я сделал сайт за ночь на конструкторе. Он выглядел как привет из 2005 года. Но я запустил рекламу за 1000 рублей и посмотрел, сколько людей оставят заявку. Оставили 3. Я понял: идея жива. Сайт переделал потом, когда пошли первые деньги. Первая

версия должна быть стыдной. Если тебе не стыдно за первую версию — ты запустился слишком поздно».

Упражнение на сегодня:

Запиши свою бизнес-идею в одном предложении. Кому ты помогаешь? Какую проблему решаешь? Как?

Проверь идею по 5 вопросам из Части 2. Есть ли конкретный клиент? Есть ли боль? Сколько таких клиентов? Кто конкуренты? Чем ты лучше?

Придумай MVP. Что можно сделать за неделю с нулевым бюджетом, чтобы проверить, готовы ли люди платить?

Запланируй 5 разговоров с потенциальными клиентами. Напиши им сегодня. Спроси про их проблему, а не продавай свой продукт. Это страшно, но это самый быстрый способ проверить идею.

Глава 3. Первый бюджет и первые деньги: как не слить всё на старте

(Эпиграф)

«Я открыл бизнес и думал, что деньги пойдут сразу. Я арендовал офис, купил крутую мебель, заказал вывеску, нанял помощника. Через месяц у меня кончились деньги. Оказалось, что клиенты не приходят так быстро, как я мечтал. Офис пришлось сдать в субаренду, мебель продать, помощника уволить. Я потратил всё на "красивый фасад", а надо было — на привлечение клиентов. Давай научимся тратить деньги с умом, чтобы твой бизнес дожил до первой прибыли».

Часть 1. Стартовый бюджет: что реально нужно, а что подождёт

Стартовый бюджет — это не «сколько у меня есть». Это «сколько МИНИМАЛЬНО нужно, чтобы начать». Минимально — значит, без всего, что не влияет на появление первого клиента и первой выручки.

Что входит в стартовый бюджет:

Обязательные расходы на запуск. То, без чего продукт не существует. Для кондитера — продукты, формы, коробки. Для фотографа — камера, свет, обработка. Для разработчика — ноутбук, хостинг.

Расходы на продажи и маркетинг. То, что приводит клиентов. Сайт, соцсети, реклама, визитки, пробные образцы. Это НЕ «по желанию», это обязательно. Без этого о тебе никто не узнает.

Расходы на регистрацию. ИП или ООО, счёт в банке, касса, бухгалтер. На старте — минимально. ИП на НПД (самозанятый) стоит 0 рублей на регистрацию и 4-6% налога с выручки.

Резерв. Деньги, которые ты не тратишь, а держишь на случай кассового разрыва. Минимум — один месяц обязательных расходов. Идеально — три месяца.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.