Центр Экономических Исследований

ISSN 2079-9446

НАУЧНЫЙ ИНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛ

Экономические исследования

ЭЛЕКТРОННОЕ ПЕРИОДИЧЕСКОЕ ИЗДАНИЕ

www.erce.ru

3
сентябрь
2019

Перейти к содержанию

ISSN 2079-9446

Экономические исследования

www.erce.ru

Ежемесячный научный интернет-журнал

№3 – Сентябрь 2019 года

Зарегистрирован в Федеральной службе по надзору в сфере связи,
информационных технологий и массовых коммуникаций
(Свидетельство о регистрации Эл № ФС77-39427 от 15.04.2010)

Редакционная коллегия:

Е.В. Горшенина, д.э.н., профессор,
Почётный работник высшего профессионального образования РФ – главный редактор;
Н.А. Семёнов, д.т.н., профессор;
К.Н. Вицелярова, к.э.н., доцент;
А.Н. Горшенин, к.э.н.;
Н.А. Мансурова, к.э.н., доцент;
А.А. Смородова, к.э.н., доцент;
М.С. Малаева – зам. главного редактора.

Учредитель журнала
ООО «Центр экономических исследований»

Адрес редакции: Россия, 350061, г. Краснодар, ул. Игнатова, 51/100,
ООО «Центр Экономических Исследований»
Моб. +7 964 912 3246, +7 964 9250748
E-mail: mail@erce.ru
Web-site: www.erce.ru

Все права защищены. Ни настоящее издание, ни какая-либо его часть не подлежат воспроизведению и распространению в любой форме или любыми средствами: электронными, механическими и т.п. – без предварительного разрешения редакции журнала.

©ООО «Центр экономических исследований, 2019

Перейти к содержанию

Центр Экономических Исследований

В этом номере журнала:

- **Методика типологии регионов по инвестиционной обеспеченности (Е.В. Горшенина)**
- **Финансовое поведение населения: статистика и обзор литературы (В.В. Литвинова)**
- **Сравнительный анализ инструментов развития территорий (В.В. Коокуева, Ю.С. Церцеил)**
- **Стратегия «голубого океана» как альтернатива конкурентной борьбе (М.М. Мирончев)**
- **Предпринимательство и проектная деятельность. Темы из учебного пособия**
- **Бизнес с нуля. Практикум для начинающих**
- **Информация о журнале**

МЕТОДИКА ТИПОЛОГИИ РЕГИОНОВ ПО ИНВЕСТИЦИОННОЙ ОБЕСПЕЧЕННОСТИ

Специальность: *Экономика и управление народным хозяйством*
Направление: *Региональная экономика*

Автор: *Е.В. ГОРШЕНИНА, д.э.н., профессор, ген. директор ООО «Центр экономических исследований»*

В статье в качестве возможных и наиболее информативно-привлекательных направлений оценки инвестиционной обеспеченности регионов Российской Федерации выделяются построение типологии, рейтинг и рэнкинг. Типология регионов рассматривается как основной способ оценки инвестиционной обеспеченности регионов-субъектов РФ. Представлена структура оценки и этапы типологии инвестиционной обеспеченности регионов.

The article highlights typology, rating and ranking as possible and the most informative and attractive directions for assessing the investment security of the regions of the Russian Federation. The typology of regions is considered as the main way to assess the investment security of regions-subjects of the Russian Federation. The structure of assessment and stages of typology of investment security of regions are presented.

Ключевые слова: инвестиционная обеспеченность, регион, дифференциация регионов-субъектов РФ, типологии регионов.

Keywords: investment security, region, differentiation of regions-subjects of the Russian Federation, typologies of regions.

Оценка инвестиционной обеспеченности является сложным и неоднозначным процессом, т.к. на сегодняшний день не существует единой методики. Основной проблемой является то, что должна учитываться дифференциация регионов Российской Федерации по особенностям их инвестиционных возможностей, т.е. по показателям инвестиционной обеспеченности, что будет выступать в качестве основных критериев при распределении регионов по полученным результатам оценки инвестиционного обеспечения [4].

Рэнкинги, в отличие от рейтингов, дают меньше возможностей для ошибки, т.к. при построении рэнкинга сравнивают конкретные статистические данные, а для получения рейтинга оценивают совокупность множества показателей и дают экспертное заключение. Но в любом случае оба метода представляют собой составление списка объектов, которые

Перейти к содержанию

упорядочены по определенному показателю. А чтобы более рационально и объективно представить результат оценки инвестиционного обеспечения регионов Российской Федерации, необходимо сформировать группировку регионов по определенным признакам, т.е., распределение регионов по группам, которые были сформированы на основе одного или совокупности нескольких существенных признаков. А данной цели соответствует только метод построения типологии. В соответствии с выбранной методикой итоговая оценка инвестиционной обеспеченности регионов Российской Федерации может быть получена путем построения интегрального показателя.

Наличие многовариантности способов проведения расчетов и получения значения оценки инвестиционной обеспеченности регионов Российской Федерации обуславливает трудоемкость создания правильной и эффективной методики расчета для получения данной оценки.

Основными трудностями, с которыми приходится сталкиваться в процессе оценки инвестиционной обеспеченности регионов Российской Федерации, являются:

1) сложность определения адекватного перечня показателей для оценки инвестиционного обеспечения регионов РФ;
2) несопоставимость показателей инвестиционного обеспечения регионов РФ;
3) отсутствие методики оценки инвестиционного обеспечения регионов РФ;
4) отсутствие программных продуктов для построения типологии регионов РФ.

Данные затруднения появляются уже на первых стадиях исследования, т.к. непосредственно связаны с основой проводимой работы по оценке инвестиционной обеспеченности: используемый материал, с которым связаны дальнейшие расчеты, и сама методика, по которой будут производиться данные расчеты.

Ввиду наличия множества инвестиционных показателей встает проблема их переработки и отбора тех показателей, на основе которых можно провести качественный анализ состояния региона, оценить его инвестиционную обеспеченность. Поэтому появляется задача: выделить основные, качественно и объективно отражающие состояние региона, недублированные показатели инвестиций регионов РФ.

Для получения адекватного перечня показателей для оценки инвестиционного обеспечения регионов Российской Федерации необходимо

1) отобрать релевантные показатели;
2) сократить список показателей;
3) устранить дублирования показателей.

Перейти к содержанию

В процессе изучения материала, рассмотрения существующих инвестиционных показателей, были отобраны и приведены в необходимый для дальнейшей работы вид следующие показатели по четырем направлениям: промышленность, инвестиции, иностранные инвестиции, финансы предприятий [7].

1. Промышленность:

– индекс промышленного производства, цепные темпы роста (в процентах к предыдущему году);

– индекс производства по виду экономической деятельности «Добыча полезных ископаемых», цепные темпы роста (в процентах к предыдущему году);

– индекс производства по виду экономической деятельности «Обрабатывающие производства», цепные темпы роста (в процентах к предыдущему году);

– индекс производства по виду экономической деятельности «Производство и распределение электроэнергии, газа и воды», цепные темпы роста (в процентах к предыдущему году);

– производство электроэнергии, цепные темпы роста (в процентах к предыдущему году);

– отгружено товаров собственного производства, выполнено работ и услуг собственными силами, млн. руб.;

– производство электроэнергии, млн. квт. час.

2. Инвестиции:

– объем инвестиций в основной капитал (млн. руб.).

3. Иностранные инвестиции:

– иностранные инвестиции (тыс. долл.).

4. Финансы предприятий:

– сальдированный финансовый результат (прибыль минус убыток) деятельности организаций (без субъектов малого предпринимательства) (млн. руб.).

Структура оценки инвестиционной обеспеченности региона представлена на рисунке 1.

Подбор фактического материала осуществляется путем использования основных источников открытого доступа – статистического сборника «Регионы России» [7].

Проблема типологии регионов-субъектов РФ активно обсуждается отечественными учёными [1, 3, 4, 5, 6, 8]. Модифицированный вариант типологии, основанный на построении интегрального показателя, представлен ниже.

Методика типологии регионов представлена на рисунке 2. В качестве исходных данных – набор из 10 показателей, которые подвергаются предварительному анализу с пересчётом в сопоставимые данные.

Перейти к содержанию

Определяется система весов и строится интегральный показатель. Далее полученный результат переводится в баллы и производится построение типологии регионов РФ по инвестиционной обеспеченности.

Обязательным условием сравнительного анализа является сопоставимость сравниваемых показателей, предполагающая:

– единство объемных, стоимостных, качественных, структурных показателей;

– единство периодов времени, за которые производится сравнение;

– сопоставимость методики исчисления показателей.

Способами приведения показателей в сопоставимый вид являются:

– нейтрализация воздействия стоимостного, объемного, качественного и структурного факторов путем приведения их к единому базису;

– использование средних и относительных величин, поправочных коэффициентов, методов пересчета и т.д.

Исходя из задачи нейтрализации высокой дифференцированности показателей инвестиционного обеспечения регионов для обеспечения сопоставимости данных, используется формулы нормализации данных.

Необходимо рассматривать факторы проблемности и значимости показателей в совокупности, что позволяет определить интегральную характеристику инвестиционной обеспеченности регионов. Т.е. каждый показатель характеризуется с двух сторон: проблемных сфер и степени его значимости.

Сформированный интегральный показатель как значимый критерий оценки инвестиционного обеспечения региона должен соответствовать следующим параметрам: возможность объективного описания; практическая значимость и ясность; возможность декомпозиции показателя; надежность; иметь несколько уровней агрегирования.

Перейти к содержанию

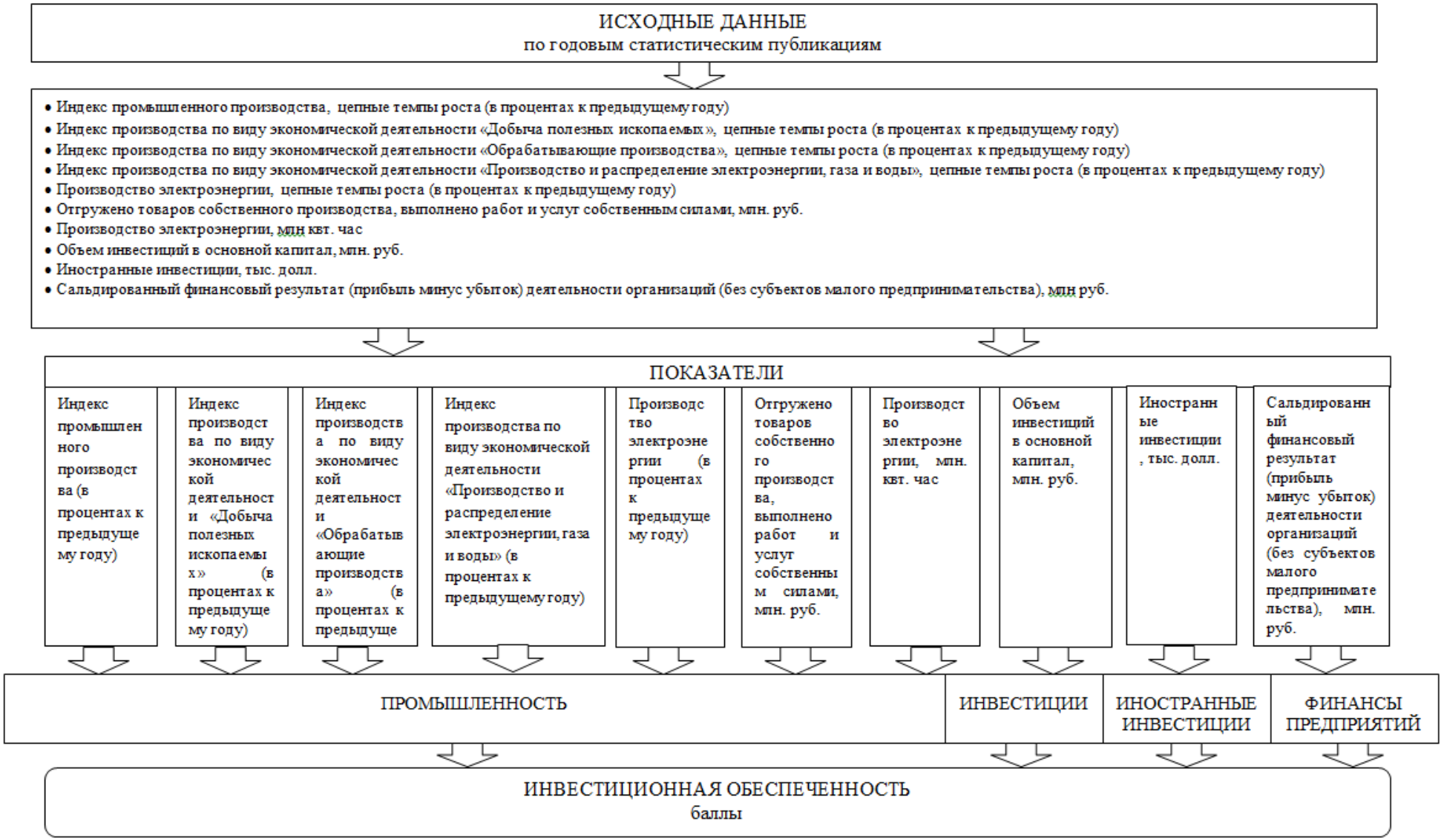

Рисунок 1 – Структура оценки инвестиционной обеспеченности регионов Российской Федерации

Перейти к содержанию

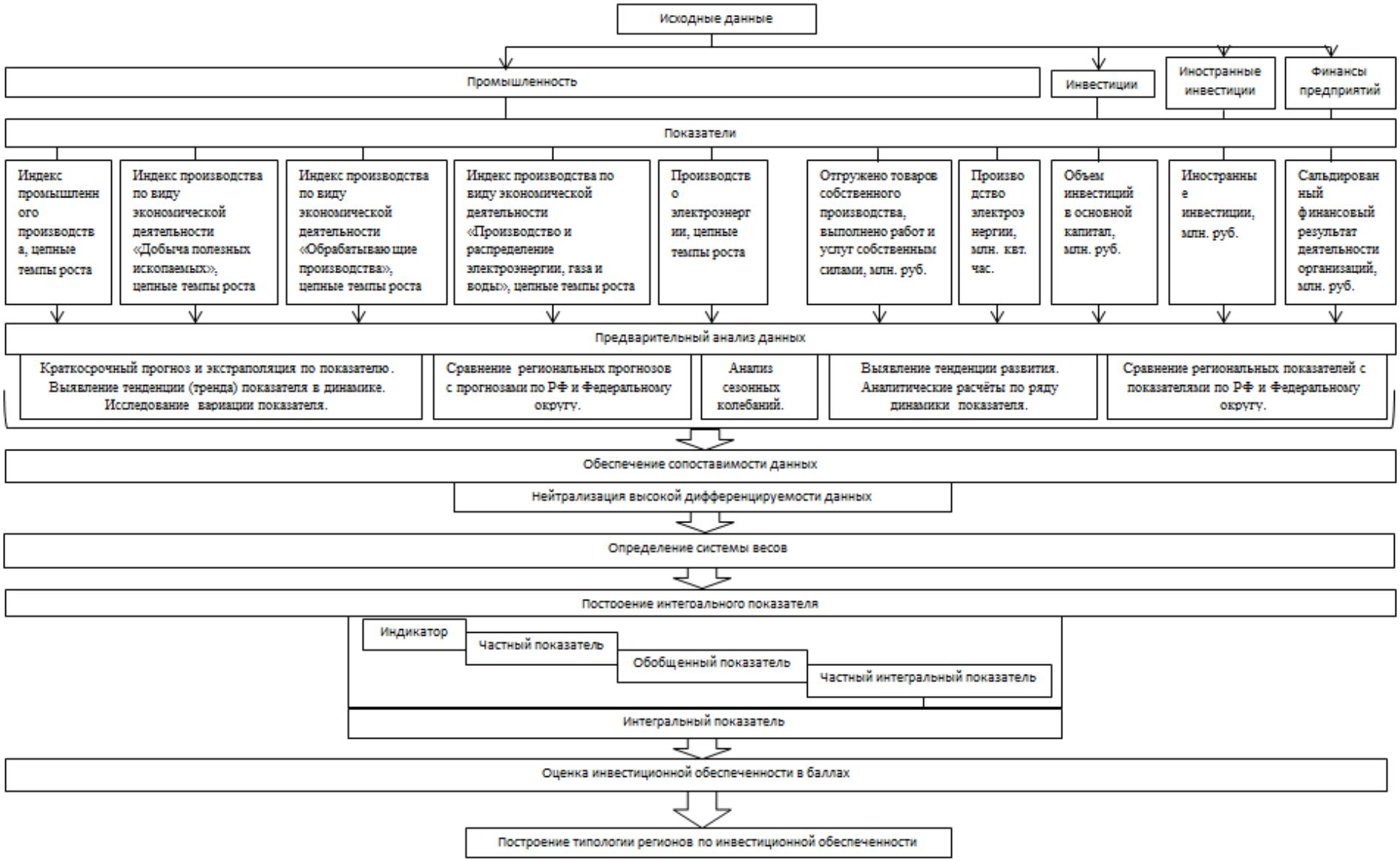

Рисунок 2 – Методика типологии регионов

Перейти к содержанию

Алгоритм построения интегрального показателя состоит из 4 этапов.

Первый этап. При разбиении показателей на группы используются унифицированные показатели (индикаторы). Результатом разбиения является получение относительно однородных непересекающихся групп выбранной категории, где показатели одной группы удовлетворяют условиям: взаимно коррелируют на достаточно высоком уровне; характеризуют один аспект выбранной категории. Рассчитываются средние значения среди всех регионов по каждому унифицированному показателю. Далее строится общая ковариационная матрица для всех унифицированных показателей.

Второй этап. Определение первых главных компонент внутри каждой однородной группы. Или другими словами, получение частного показателя, представляющего интегральную характеристику для каждой однородной группы.

Третий этап. Расчет удельной значимости (весов) главных компонент. Получение обобщенного показателя. Производится расчет весового коэффициента главной компоненты группы. Весовой коэффициент представляет собой долю объясненной главной компонентой дисперсии в общей сумме дисперсий по всем показателям.

Четвёртый этап. Расчет интегрального показателя. За основу взят метод определения расстояния до эталона. Эталоном следует считать главную компоненту как точку в системе координат, имеющей максимально возможные значения всех главных компонент. Распределение регионов по группам в соответствии с полученными значениями в баллах проводится с и пользованием формулы Стерджесса. Тем самым определен порог для оценки положения регионов при попадании их в конкретную группу.

Итоги типологии. В первую группу входят регионы с очень высоким уровнем инвестиционной обеспеченности, во 2 группу – с высоким уровнем инвестиционной обеспеченности, 3 группа вбирает в себя регионы с уровнем инвестиционной обеспеченности выше среднего и, соответственно, с худшим развитием экономики регионов, чем в предыдущих группах, в 4 группу входят регионы со средним уровнем инвестиционной обеспеченности, в 5 группу – с уровнем инвестиционной обеспеченности ниже среднего, 6 группа состоит из регионов низкого уровня инвестиционной обеспеченности и в 7 группе сосредоточились регионов очень низкого уровня инвестиционной обеспеченности, имеющих наименьшие баллы.

Перейти к содержанию

Список литературы

1. Василенко П.В. Типология регионов России по динамике миграционной привлекательности [Текст] // Вестник Псковского государственного университета. Серия: Естественные и физико-математические науки. – 2015. – № 6. – С. 21–31.
2. Горшенина Е.В. Финансовые ресурсы как фактор интенсивности инвестиционного проекта в регионе [Текст] // Вестник ЮИМ. – 2018. – №4.
3. Горшенина Е.В. Проблемы типологии регионов-субъектов РФ [Текст] // Экономические исследования. – 2011. – №3. – Режим доступа: http://www.erce.ru. – Загл. с экрана.
4. Горшенина Е.В. Централизованные и децентрализованные источники финансовых ресурсов региона [Текст] // Экономические исследования. – 2016. – №4. – С. 10.
5. Гринчель Б.М., Назарова Е.А. Методология построения типологий регионов России в контексте конкурентного потенциала [Текст] // Экономика Северо-Запада: проблемы и перспективы развития. – 2015. – № 3 (48). – С. 40–60.
6. Гурьева М.А., Симарова И.С. Основные подходы к типологизации регионов [Текст] // Перспективы науки. – 2017. – № 9(96). – С. 33–50.
7. Регионы России. Социально-экономические показатели. Стат. сб. [Текст] / Росстат. – 2017. – 1402 с.
8. Сибирская Е., Овешникова Л. Типология регионов России на основе оценки инновационной и инвестиционной инфраструктуры [Текст] // Проблемы теории и практики управления. – 2016. – № 9. – С. 43–51.

Перейти к содержанию

ФИНАНСОВОЕ ПОВЕДЕНИЕ НАСЕЛЕНИЯ: СТАТИСТИКА И ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ

Специальность: *Экономика и управление народным хозяйством*
Направление: *Финансы*

Автор: *В.В. ЛИТВИНОВА, младший научный сотрудник Научно-исследовательского финансового института Минфина России*

В статье наглядно с использованием статистических данных доказывается консервативность финансового и инвестиционного поведения россиян. Население в основном открывает банковские вклады или покупает недвижимость. В финансовом секторе над покупкой валюты и ценных бумаг преобладает открытие депозитов. Существующее стремление использовать имеющиеся доходы на потребление, а не накопление и инвестирование, может говорить о невысоком уровне жизни населения. Во второй части статьи рассматривается зарубежная и отечественная литература и делается вывод о том, что на текущий момент в отечественной науке проблема финансового поведения населения освещается в единичных работах, что соответствует лишь начальному этапу исследований и не отвечает потребностям современной практики хозяйствования.

The article clearly demonstrates the conservative financial and investment behavior of Russians using statistical data. The people mainly opens bank deposits or buys real estate. In the financial sector, the opening of deposits prevails over the purchase of foreign currency and securities. The existing desire to use affordable income for consumption, rather than accumulation and investment, may indicate a low standard of living. The second part of the article analyze foreign and domestic literature, and concludes that at present the problem in the behavior of the population is affected in uniform work, which corresponds only to the initial stage of research and does not meet the needs of modern business practices.

Ключевые слова: финансовое поведение населения, инвестиции, инвестиционное поведение, финансовое поведение, поведенческая экономика.

Keywords: financial behavior of the population, investment, investment behavior, financial behavior, behavioral economics.

На протяжении нескольких десятилетий финансовое поведение населения России остается достаточно очевидным и легко предсказуемым. У россиян есть объективная возможность свободно вносить депозиты в

Перейти к содержанию

коммерческие банки, покупать и продавать иностранную валюту, ценные бумаги, однако, согласно официальной статистике, основную долю в структуре использования денежных доходов физических лиц занимают расходы на покупку товаров и оплату услуг – 74,9% в 2017 году. При этом с 2015 года наблюдается снижение денежных доходов населения, направляемых на сбережение. По данным Росстата, за период 2015–2017 гг. доля сбережений граждан в использовании доходов населения снизилась на 6,2% (табл. 1).

Таблица 1 – Структура использования денежных доходов*

Годы	Всего использовано доходов, %	в том числе в процентах				
		Покупка товаров и оплата услуг	Оплата обязательных платежей и взносов	Сбережения	Покупка валюты	Прирост (+), уменьшение (-) на руках
2008	100	74,1	12,3	5,4	7,9	0,3
2009	100	69,8	10,5	13,9	5,4	0,4
2010	100	69,6	9,7	14,8	3,6	2,3
2011	100	73,5	10,3	10,4	4,2	1,6
2012	100	74,2	11,1	9,9	4,8	0.0
2013	100	73,6	11,7	9.8	4.2	0,7
2014	100	75,3	11,8	6,9	5,8	0,2
2015	100	71,0	10,9	14,3	4,2	-0,4
2016	100	73,0	11,2	11,1	4,0	0,7
2017	100	74,9	11,8	8,1	3,7	1,5

*Источник: составлено автором по данным Росстата [1]

В общем объеме активов домохозяйств в России на основное жилье приходится 73,3%. На протяжении последних 15 лет основные направления инвестирования физических лиц остаются неизменными; это: 1) инвестиции в недвижимость; 2) банковские вклады, преимущественно кратко- и среднесрочные.

Таблица 2 – Сбережения населения, 2011–2015 гг. (млн.руб.)*

	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Сбережение – всего в т.ч.:	3 369 099	3 883 254	4 704 460	4 426 895	6 285 572
накопление нефинансовых активов (оборотных средств, недвижимости, ценностей)	2 341 698	2 691 836	3 438 190	3 676 231	3 521 097
Накопление финансовых активов (включая ценные бумаги, валюту и др.)	1 027 402	1 191 418	1 266 270	750 665	2 764 474

*Источник: составлено автором по данным Росстата [1]

Перейти к содержанию

В 2017 году объем средств населения в банках увеличился на 1 трлн 787,1 млрд рублей (в 2016-м – на 981,2 млрд) – до 25 трлн 987,4 млрд рублей. В относительном выражении рост вкладов составил 7,4%, без валютной переоценки – 8,6% (в 2016 году – 4,2% и 9,2% соответственно) [2]. С начала 2018 года и в 2019 году в качестве инструмента для накоплений стали пользоваться спросом краткосрочные вклады сроком до трех месяцев. В общем объеме накоплений населения остатки вкладов составляют 67,5%.

Доля вложений денежных средств в ценные бумаги значительно меньше, чем размещение средств во вкладах. Ценные бумаги в общем объеме накоплений населения составляет всего 15,6%. Отечественной модели перераспределения сбережений физических лиц свойственна незначительная доля инвестирования через механизмы рынка ценных бумаг. Не более 0,8 % от населения страны участвует в торгах на Московской бирже в качестве клиентов участников торгов [3].

Таблица 3 – Вклады (депозиты) физических лиц, млн рублей*

Годы, на 01.01.	В рублях	В иностранной валюте и драгметаллах
2013	11 743 146	2 479 405
2014	13 985 238	2 953 123
2015	13 699 086	4 983 991
2016	16 347 070	6 912 395
2017	18 471 993	5 831 431
2018	20 640 786	5 451 785

Источник: [4]

Таблица 4 – Объем и состав денежных накоплений населения*

	Всего накоплений, млрд. рублей	В том числе					
		остатки вкладов		остатки наличных денег		ценные бумаги	
		млрд. рублей	в % к общему объему накоплений	млрд. рублей	в % к общему объему накоплений	млрд. рублей	в % к общему объему накоплений
2017г.							
Январь	27355,2	18472,0	67,5	4622,0	16,9	4261,2	15,6
2018г.							
Январь	30863,3	20640,8	66,9	5424,3	17,6	4798,2	15,5
1) Без учета вкладов на валютных счетах и денежной наличности в иностранной валюте у населения.							

*Источник: составлено автором по данным Банка России [5]

Некоторому изменению трендов в инвестиционном поведении населения способствует появление на рынке новых (цифровых) финансовых

Перейти к содержанию

технологий и решений. Динамичное развитие финансового рынка, патернализм в финансовом поведении и низкий уровень финансовой грамотности (около 46% населения считают себя финансово безграмотными [6]). приводят к трудностям при принятии финансовых решений – понимание и сравнение финансовых инструментов в условиях экономической нестабильности требует навыков, опыта и времени.

Исследования инвестиционного поведения населения, проводившиеся в России на протяжении последних 25 лет учеными-представителями различных отраслей знаний, представляют различные, зачастую неоднозначные, даже противоречивые результаты. Отсутствует единство мнений относительно инвестиционных предпочтений домохозяйств, величины и регулярности инвестиций, мотивов инвестиционного поведения, используемых инвестиционных стратегий и тактик и т. д. Это во многом объясняется различиями в используемых исследователями (психологами, социологами, экономистами и др.) подходов, стремительными переменами в общественном сознании и неоднородностью инвестиционного поведения домохозяйств.

Проблемы и основные аспекты осуществления инвестиционной деятельности различными субъектами экономики изучаются многими современными зарубежными и отечественными исследователями, но из-за недостаточности освещения отдельных вопросов, касающихся инвестиционного поведения человека, основополагающий подход так и не сформирован.

В экономике и финансах экономическая эффективность рассматривается как наиболее важный фактор, влияющий на инвестиционное поведение, в связи с гипотезой эффективных рынков. На «эффективных рынках» цены отражают имеющуюся информацию в любое время [7]. Гипотеза эффективного рынка основана на предположении о рациональном экономическом человеке, homo economicus, который пытается максимизировать ценность при наличии совершенной рыночной информации [8]. Традиционные финансовые теории также подчеркивают роль риска в инвестиционных решениях (см. Современная Портфельная Теория Марковица – Modern Portfolio Theory (MPT)). Соответственно, процессы принятия инвестиционных решений, как полагается, состоят из сбора информации, оценки риска и доходности, а также выбора варианта, который, как полагают, максимизирует денежную стоимость, принимая во внимание личную толерантность к риску [9]. Однако стандартный финансовый подход основывается на предположениях, которые упрощают реальность. Большинство критических замечаний в отношении homo economicus бросают вызов трем основным допущениям: совершенной рациональности, совершенному эгоизму и совершенной информации.

Там, где традиционные финансово-экономические теории предполагают, что потребители являются рациональными «решателями

Перейти к содержанию

проблем», теории принятия решений в поведенческих финансах и экономике изучают ограничения принятия решений (ограниченная рациональность), которые влияют на инвестиционное поведение. В частности, важную роль в развитии теории поведенческих финансов в 1970-х годах сыграли работы Д. Канемана и А. Тверски. Они создали одну из самых важных теорий в поведенческих финансах – теорию перспектив, чтобы объяснить то, как люди принимают решения в условиях риска [10]. Их исследование показало, что ментальные иллюзии на самом деле являются правилом, а не исключением, когда принятие решений происходит в условиях неопределенности. Кроме того, их теории предполагают, что на процесс принятия финансовых решений индивида влияют социальные, когнитивные и эмоциональные факторы [11].

Очевидно, что ни рядовые граждане, ни опытные инвесторы не принимают решения оперируя только финансовыми критериями. Без понимания того, как именно люди управляют сбережениями, ни одна теория финансового поведения не является полной. Поэтому, несмотря на то, что большая часть исследований, касающихся принятия индивидуальных инвестиционных решений, относятся к поведенческой экономике и поведенческим финансам, приращение новых представлений о процессе принятия решений и поведении неинституциональных инвесторов дает теории и методы маркетинга и потребительского поведения, экономическая психология, экономическая социология и другие отрасли научных знаний. Таким образом, инвестиционное поведение человека рассматривается сегодня с разных точек зрения, которые скорее дополняют, чем исключают друг друга. Поведенческая экономика может активизировать проводимые исследования и стать объединяющим подходом к пониманию феномена инвестиционного поведения человека. В конце концов, поведенческие финансы «…подчеркивают различия в предпочтениях для инвестиций и признают психологические различия между инвесторами» [12]. Следовательно, как отметил, Д. Г. Голдштейн, изучая различия в потребностях и мотивах людей в инвестировании, «поведенческие финансы фактически задают один, но очень важный вопрос: чем обусловлена разница в предпочтения индивидуальных инвесторов?» [13]

В работах современных отечественных исследователей на достаточном уровне пока не изучались вопросы анализа и оценки всей совокупности внешних и внутренних факторов, определяющих инвестиционное поведение человека. Личные особенности и типовое поведение человека при принятии решений финансового характера не выделялись в качестве отдельного объекта исследования. Достаточно много работ посвящено также характеристикам российских потребителей, не имеющих прямого отношения к деятельности на финансовых рынках.

Первые диссертационные исследования, посвященные исследованию теоретических и методологических основ инвестиционного поведения

Перейти к содержанию

домохозяйств, появились в начале 2000-х годов. Это во многом объясняется усилением роли сбережений населения при включении их в инвестиционный процесс. Диссертации, среди которых можно особо отметить исследования Горнева С.А. «Стимулирование инвестиционной активности населения в современной экономике» (М., 2003), Аванесова О.Г. «Сбережения населения как инвестиционный ресурс инновационной деятельности хозяйствующих субъектов» (М., 2006), Ващенко Т.В. «Использование теории поведенческих финансов в процессе принятия финансовых решений» (М., 2007), Бутенко А.А. «Трансформация финансовых активов домохозяйств в российской экономике» (М., 2008), Суркина В.В. «Финансовое поведение домохозяйств и его влияние на финансовый рынок России» (М., 2009), Орловой И.Ю. «Сберегательные и инвестиционные стратегии населения в пенсионной системе» (М., 2010), Даниловой М.Н. «Формирование и управление сберегательно-инвестиционным портфелем домохозяйства» (М., 2010), Чечина В.В. «Инвестиционные предпочтения частных инвесторов как основа принятия решения на рынке ценных бумаг» (Новосибирск, 2017) и др. в определенной степени, посвященные различным аспектам исследуемой проблемы.

В целом в российской научной литературе до сих пор так и не появилась комплексная монографическая работа, посвященная этой теме, в которой раскрывались бы теоретические основы дисциплины, методология поведенческих исследований и дан практический анализ конкретных явлений на российском фондовом рынке. В отечественной науке эта проблема освещается в единичных работах, соответствует лишь начальному этапу исследований и не отвечает потребностям современной практики хозяйствования.

Список литературы

1. Социальное положение и уровень жизни населения России. 2017: Стат.сб. / Росстат. – М., 2017. – 332 с.
2. Средства организаций, банковские депозиты (вклады) и другие привлеченные средства юридических и физических лиц в рублях, иностранной валюте и драгоценных металлах / Центральный банк Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.cbr.ru/statistics/UDStat.aspx?TblID=302-21. – Загл. с экрана (дата обращения: 28.08.2019).
3. Российский фондовый рынок: 2016 год События и факты // НАУФОР [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.naufor.ru/download/pdf/factbook/ru/RFR2016.pdf. – Загл. с экрана (дата обращения: 28.08.2019).

Перейти к содержанию

4. Банк России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.cbr.ru/statistics/UDStat.aspx?TblID=302-21. – Загл. с экрана (дата обращения: 28.08.2019).
5. Статистический бюллетень Банка России. – 2018. – № 8. – 317 с.
6. ВШЭ: Уровень финансовой грамотности россиян меняется, но ликбез нужен [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.rosbalt.ru/business/2017/05/24/1617633.html.
7. Fama E.F. Efficient capital markets: a review of theory and empirical work // Journal Of Finance. – 1970. – № 25 (2).
8. Pompian M.M. Behavioral Finance and Wealth Management: How to Build Optimal Portfolios That Account for Investor Biases. – 2nd ed. New Jersey, USA: Wiley Finance, 2011.
9. Markowitz H. M. Portfolio selection // Journal of Finance. – 1952. – № 7(1). – Pp. 77– 91.
10. Kahneman D., Tversky A. Prospect theory: an analysis of decision under risk // Econometrica. – 1979. – № 47(2). – Pp. 263–292.
11. Tversky A., Kahneman D. Rational choice and the framing of decisions // The Journal of Business. – 1986. – № 59 (4). – Pp. 251–278.
12. Wilcox R.T. Bargain hunting or star gazing: investors' preferences for stock mutual funds // Journal of Business. – 2003. – № 76 (4). – S. 645–64.
13. Goldstein D.G., Johnson E.J., Sharpe W.F. Choosing outcomes versus choosing products: consumer-focused retirement investment advice // Journal of Consumer Research. – 2008. – № 35 (October). – S. 254.
14. Малкина М.Ю., Овчаров А.О. Индекс финансового стресса как обобщающий индикатор финансовой нестабильности // Научно-исследовательский финансовый институт: Финансовый журнал. – 2019. – № 3 (49).
15. Криворучко С. В. Спрос на деньги и обращение банкнот крупных номиналов: современные тенденции // Научно-исследовательский финансовый институт: Финансовый журнал. – 2019. – № 2 (48).

Перейти к содержанию

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ИНСТРУМЕНТОВ РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИЙ

Специальность: *Экономика и управление народным хозяйством*
Направление: *Региональная экономика*

Авторы: *В.В. КООКУЕВА, к.э.н., доцент, доцент кафедры финансового менеджмента РЭУ им. Г.В. Плеханова,*
Ю.С. ЦЕРЦЕИЛ, к.э.н., доцент кафедры финансового менеджмента РЭУ им. Г.В. Плеханова

В статье анализируются инструменты региональной политики: особые экономические зоны, зоны территориального развития, территории опережающего развития. Проведен сравнительный анализ правовых основ, основ организации и функционирования инструментов, преимущества и недостатки каждого из них, меры налогового стимулирования и государственной поддержки.

The article analyzes the tools of regional policy: special economic zones, zones of territorial development, and territories of priority development. A comparative analysis of the legal framework, the fundamentals of the organization and functioning of the tools, the advantages and disadvantages of each of them, tax incentives and government support was carried out.

Ключевые слова: особые экономические зоны, зоны территориального развития, территории опережающего развития, региональное развитие.

Keywords: special economic zones, zones of territorial development, territories of priority development, regional development.

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 18-010-00428 а.

В условиях необходимости развития стратегического планирования важным направлением государственной экономической политики является инновационная и промышленная политика, основанная на принципах кластеризации и оптимизации пространственного развития. В настоящее время существует различные инструменты территориального развития в результате действия которых должна повышаться конкурентоспособность территорий, повышаться уровень инвестиционной привлекательности и социально-экономического развития.

Научные дискуссии порождают многообразие этих инструментов, частичное пересечение целей и задач, спорность эффективности функционирования и другие проблемы.

Перейти к содержанию

Если говорить об инструментах развития территорий, поддержки компаний и развития инвестиций, то можно отметить, что данное направление в России существует с начала 90-х годов, когда были приняты как на федеральном, так и на региональном уровнях законы, представляющие различные льготы для организаций, осуществляющих инвестиции в экономику соответствующего региона, в частности в виде капитальных вложений.

Во второй половине 90-х годов в России были созданы особые экономические зоны (далее ОЭЗ). Количество этих зон периодически изменяется, что обусловлено созданием одних и ликвидацией других. Так дискуссионным является вопрос об эффективности их функционирования. Однако на сегодняшний день они продолжают функционировать в 4-х направлениях: промышленно-производственное, технико-внедренческое, туристско-рекреационное и портовое.

Следующим инструментом были зоны территориального развития, что были утверждены федеральным законом от 03.12.2011 N 392-ФЗ [1]. Однако несмотря на то, что принят был акт в конце 2011 года перечень регионов в которых могли быть созданы эти зоны, был постановлен лишь в конце 2016 года.

В декабре 2014 года был принят закон, согласно которому появился еще один инструмент – территории опережающего развития (ТОР) или территории опережающего социально-экономического развития (ТОСЭР) [3]. Уже в июне 2015 года были созданы первые ТОР.

Проведем сравнительную характеристику указанных инструментов регионального развития. В целом, описанная выше история создания особых зон и территорий показывает этапы их создания (табл. 1).

Несмотря на то, что ЗТР могли бы быть созданными гораздо ранее ТОР, которые были разрешены лишь с 2015 году, впервые были утверждены лишь в 2016 году, когда Правительство на основе показателей определило 20 субъектов, где разрешены были зоны территориального развития. Надо отметить, что эти 20 регионов действительно отстают в социально-экономическом развития. Сюда вошли большая часть регионов Северного Кавказа, отдельные регионы Дальнего Востока. Если провести некоторую параллель, то в первое время зонами опережающего роста были объявлены территории Дальнего Востока, Байкальского региона. В настоящее время список ТОР расширяется и задействованы почти все субъекты России.

Перейти к содержанию

Таблица 1 – Сравнение ТОР, ЗТР и ОЭЗ по цели создания и территории функционирования [1,2,3]

Территории опережающего развития	Зоны территориального развития	Особые экономические зоны
Нормативно-правовая основа создания		
Федеральный закон от 29 декабря 2014 года № 473-ФЗ «О территориях опережающего социально-экономического развития в Российской Федерации»	Федеральный закон "О зонах территориального развития в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации" от 03.12.2011 N 392-ФЗ	Федеральный закон "Об особых экономических зонах в Российской Федерации" от 22.07.2005 N 116-ФЗ
Цели создания		
Для развития экономики, привлечения инвестиций, комфортного проживания людей. Создаются под крупных инвесторов	Для ускорения социально-экономического развития субъекта путем формирования благоприятных условий для привлечения инвестиций в его экономику. Выравнивание территорий в уровне социально-экономического развития	Для развития отдельных отраслей экономики и привлечения инвестиций
Территория функционирования		
Часть территории субъекта РФ, включая ЗАТО, но исключая ЗТР и ОЭЗ, где действует особый режим для привлечения инвестиций, обеспечения ускоренного развития и создания комфортных условий населения. Дальний Восток и Байкальский регион, моногорода	Часть территории субъекта РФ, где действуют благоприятные условия для привлечения инвестиций в его экономику резидентам зоны. 20 регионов	На территории, определяемой Правительством РФ, исходя из критериев. Всего 25 ОЭЗ

Общим для всех этих территорий можно назвать то, что все они созданы для развития экономики, отраслей, привлечения инвестиций. Можно выделить ЗТР, которые должны быть созданы для выравнивания развития регионов, поддержки регионов с низким уровнем жизни и экономики. По сроку функционирования ЗТР самые непродолжительные – 12 лет, а вот зоны опережающего развития могут быть созданы на период до 70 лет. Решения по созданию ОЭЗ и ЗТР принимает Правительство России, а для получения статуса ТОР на своей территории инициативу

Перейти к содержанию

подает руководство любого региона. Для выполнения функций администрирования для ТОР и ОЭЗ создаются управляющие компании, для ЗТР эти функции выполняет администрация зоны (табл. 2).

Таблица 2 – Сравнение ТОР, ЗТР и ОЭЗ по механизму управления, сроку и ограничениям в деятельности

Территории опережающего развития	Зоны территориального развития	Особые экономические зоны
Срок функционирования		
70	12	49
Инициатор создания		
Руководство любого региона	Решает правительство	Решает правительство
Управляющие компании, администрирование		
ОАО "Корпорация развития Дальнего Востока”	Администрация зоны территориального развития	АО «ОЭЗ»
Резиденты		
Индивидуальные предприниматели и юридические лица, заключившие с управляющей компанией соглашение	Юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, включенные в реестр резидентов зоны территориального развития	ИП, коммерческая организация, за исключением унитарного предприятия, зарегистрированные на территории зоны и заключившее соглашение с УК
Ограничения на виды деятельности		
Разрешено вести разработку месторождений полезных ископаемых и производить подакцизные товары	Запрещено вести разработку месторождений полезных ископаемых и производить подакцизные товары (за исключением производства легковых автомобилей и мотоциклов), торговлю, ремонт транспортных средств, бытовых изделий, финансовую деятельность.	Запрет на производство подакцизных товаров, за исключением легковых автомобилей и мотоциклов, разработку месторождений полезных ископаемых, кроме минеральных вод и других природных лечебных ресурсов;

Сравнение этих инструментов по составу резидентов показывает общее для ОЭЗ и ТОР то, что резиденты должны заключить соглашение с управляющей компанией, при этом в ОЭЗ не могут быть резидентами унитарные предприятия. Резидентами ЗТР являются ИП и юридические лица, кроме субъектов естественных монополий, ГУП и МУП, а также организации, принадлежащих государству, имеющие инвестиционный

Перейти к содержанию

проект. Кроме того, отдельно выделяют резидентов ЗТР, которые включены в заявку, т.к. для них предусмотрены дополнительные меры поддержки.

Что касается видов деятельности, то самые лояльные условия на территории ТОР. Нельзя заниматься добычей полезных ископаемых и производить подакцизную продукцию, за исключением автомобилей и мотоциклов, в ОЭЗ и ЗТР. Кроме того, в ЗТР резиденты не должны заниматься торговлей, финансовой деятельностью.

Рассмотрим меры государственной поддержки для резидентов этих территорий и сравним их. В соответствии с федеральным законом резидентам ЗТР могут быть предоставлены бюджетные ассигнования для реализации инвестиционных проектов, для создания объектов строительства в области энергетики, транспорта, также может быть предоставлена в аренду земля, налоговые льготы и инвестиционный налоговый кредит, иные. Если резидент включен в заявку могут быть предоставлены гарантий по кредитам, выделены средства федерального бюджета в виде субсидий бюджетам субъектов. Органы власти субъектов могут предоставлять налоговые льготы по региональным налогам или федеральным, в части зачисляемой в их бюджеты. Однако в созданных зонах данные льготы не были использованы, и в результате их неэффективности упразднены с 2018 года, и как следствие, и сами ЗТР.

Статус территорий опережающего развития дает множество преимуществ, в частности льготное налогообложение, аренда, таможенные послабления, порядок использования земли, возможность использования иностранной рабочей силы, возможности использования инфраструктуры.

Одним из важных преимуществ ТОР является возможность применения налоговых льгот (табл. 3).

Таблица 3 – Налоговые льготы для резидентов ТОР

Налог на прибыль (федеральный бюджет)	0% в первые 5 лет после получения прибыли
Налог на прибыль (бюджет субъекта РФ)	В первые 5 лет 5%, последующие 10%
Налог на имущество организаций	Определяет субъект РФ. 0% в первые 5 лет.
НДС	Заявительный порядок возврата НДС
НДС	0% если товары помещены под таможенную процедуру свободной таможенной зоны с 1 января 2019
Страховые взносы	7,6% в течение первых 10 лет
Земельный налог	Определяются органами местного самоуправления. 0%
НДПИ	Понижающий коэффициент: 0% – с 1 по 24 мес., 0,2% – 25 по 48 мес.; 0,4% – с 49 по 72 мес.; 0,6% – с 73 по 96 мес.; 0,8% – с 97 по 120 мес. 1– с 121 мес.

Перейти к содержанию

Рассмотрим теперь, какие предлагаются налоговые льготы для резидентов особых экономических зон. Следует отметить, что также как для ТОР, так и для ОЭЗ конкретные налоговые льготы устанавливаются в каждой конкретной зоне, при этом условия могут различаться. Если провести сравнительный анализ, то видно, что налоги на имущество и земельный налог льготируются в обоих случаях. Что касается налога на прибыль, то необходимо изучить условия каждой зоны, для проведения справедливого сравнения. Льготы по страховым взносам уже практически исчерпывают себя ввиду того, что функционирование ОЭЗ началось гораздо раньше ТОР. Важным преимуществом ОЭЗ можно назвать свободный таможенный режим (рис. 1).

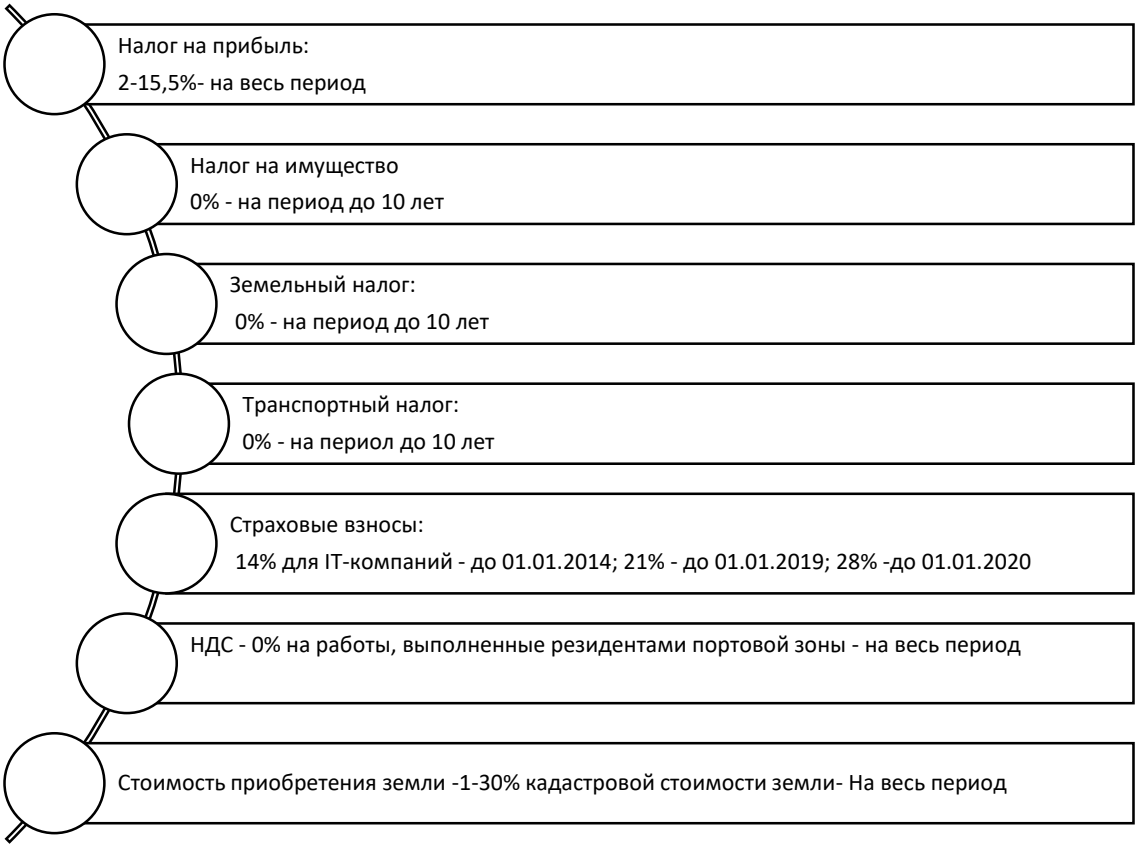

Рисунок 1 – Налоговые льготы для резидентов ОЭЗ

Проведенный сравнительный анализ показал сходства и различия в исследуемых инструментах.

Из трех анализируемых инструментов самым непопулярным остался ЗТР, возможно это было связано с недостаточно проработанной нормативно-правовой базой. По сути были провозглашены меры государственной поддержки, которые действовали и в рамках других программ и законов, возможно по причине того, что регионы были не готовы к принятию соответствующих обязательств. Немаловажной

Перейти к содержанию

причиной назовем финансовую сторону вопроса: за счет каких источников должна быть реализована норма федерального законодательства.

Территории опережающего развития создаются в настоящее время в большом количестве, в том числе и для моногородов. Хотя изначально данное направление было больше направлено на Дальний Восток России, но уже сейчас ТОР созданы практически во всех субъектах страны. На этот счет существуют как оптимистические и так пессимистические мнения. Эксперты последних взглядов считают, что ТОР станут через некоторое время нежизнеспособными по причине дефицитности бюджетов этих территорий, слабое соответствие нормам федерального законодательства, непрозрачность бизнес-среды. Другие же считают ТОР инструментом более востребованным и имеющим наибольшую возможность эффективного применения.

Учитывая, что ОЭЗ, созданные более 10 лет назад, уже утрачивают налоговые преимущества для своих резидентов, и, если для них не являются важными возможности свободной таможенной зоны, могут перебазироваться на территории опережающего развития и снова использования налоговые и иные преимущества.

К сожалению, отдельные ОЭЗ признаны неэффективными, деятельность отдельных прекращена. Это негативно характеризует политику государства, т.к. любые реформы, законы, предполагают значительное финансирование, либо предоставление льгот, имеющих в конечном итоге экономические выгоды. С одной стороны, если признать неэффективность функционирования ОЭЗ как инструмента государственной политики, то это означает и сомнения реализации других инструментов. Скорее здесь необходимо усилить контроль за исполнением законодательства, привлечением инвестиций, их освоением.

Хочется надеяться, что новый из созданных инструментов – территории опережающего социально-экономического развития – будет более эффективным и позволит на практике повысить уровень экономического развития территорий и при этом не допустить ущемление прав населения этой территорий, ухудшение экологической ситуации, ситуации на рынке труда.

Важно, чтобы не увеличивалось количество ТОР, а качество, чтобы через несколько лет не приходилось досрочно прекращать их деятельность и признавать в очередной раз неэффективность экономической региональной политики.

Перейти к содержанию

Список литературы

1. О зонах территориального развития в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации от 3 декабря 2011 г. N 392-ФЗ: Федеральный закон [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://iv2.garant.ru/SESSION/PILOT/main.htm. (Дата обращения 06.07.2019 г.).
2. Об особых экономических зонах в Российской Федерации от 22.07.2005 N 116-ФЗ: Федеральный закон [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_54599/. (Дата обращения 06.07.2019 г.).
3. О территориях опережающего социально-экономического развития в Российской Федерации от 29 декабря 2014 года № 473-ФЗ: Федеральный закон [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_172962/. (Дата обращения 06.07.2019 г.).
4. Об утверждении перечня субъектов Федерации, на территориях которых допускается создание зон территориального развития от 21 декабря 2016 года №1415: Постановление [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://static.government.ru/media/files/YQMiN9GT8JA9YM0Ai4lhL96fRoackW1G.pdf. (Дата обращения 06.07.2019 г.).
5. Алексанова М.В. Развитие территорий опережающего развития как драйвера экономического роста России // Вестник современных исследований. – 2018. – № 5.2 (20). – С. 13–16.
6. Прачева Е.В. Сравнение инструментов региональной политики: территории опережающего социально-экономического развития, особые экономические зоны, зоны территориального развития // Корпоративная экономика. – 2018. – № 3 (15). – С. 4–11.
7. Улицкая Н.Ю., Акимова М.С., Кокорева Т.П. Территория опережающего социально-экономического развития как фактор развития территории и привлекательности для резидента // Стратегии бизнеса. – 2017. – № 10 (42). – С. 12–16.

Перейти к содержанию

СТРАТЕГИЯ «ГОЛУБОГО ОКЕАНА» КАК АЛЬТЕРНАТИВА КОНКУРЕНТНОЙ БОРЬБЕ

Специальность: *Экономика и управление народным хозяйством*
Направление: *Менеджмент*

Автор: *М.М. МИРОНЧЕВ, студент магистратуры 1 курса направления подготовки «Менеджмент» Тверского государственного университета*

Статья посвящена изучению понятия стратегии «голубого океана», рассмотрению особенностей и принципов данного вида стратегии. Проведена сравнительная характеристика «голубого» и «алого» «океанов», а также рассмотрены компании-первооткрыватели данного вида стратегии.

The article is devoted to the study of the concept of "blue ocean" strategy, consideration of the features and principles of this type of strategy. The comparative characteristic of "blue" and "scarlet" oceans is carried out, and also the companies-discoverers of this type of strategy are considered.

Ключевые слова: стратегия, «голубой океан», «алый океан», инновационный продукт, развитие бизнеса, бизнес в сфере «голубого океана».

Keywords: strategy, "blue ocean", "scarlet ocean", innovative product, business development, business in the field of "blue ocean".

Актуальность данной темы заключается в том, что в современном мире многие начинающие игроки бизнеса не в силах занять высокие конкурентные позиции, так как, в силу своего небольшого опыта, не представляется возможным четко продумать и рассчитать до мелочей ту или иную стратегию развития. Этот процесс достаточно трудоемкий, даже в условиях более-менее свободного рынка. Также известно, что современный рынок в России уже имеет достаточно организованную структуру и порядок, поэтому необходимо постоянно искать новые или совершенствовать существующие каналы сбыта продукции, использовать новые формы продвижения продукции.

В настоящее время существуют различные подходы к определению стратегии. Отечественные и зарубежные ученые активно разрабатывают вопросы стратегического менеджмента.

На вопрос «Что такое стратегия?» дает развернутый ответ Майкл Портер. Он утверждает, что стратегия – это создание уникальной и ценной позиции с помощью отличающегося от конкурентов набора видов деятельности. Стратегическая позиция может определяться следующими

Перейти к содержанию

источниками: удовлетворение немногочисленных потребностей большой группы потребителей; удовлетворение широких потребностей небольшой группы потребителей; удовлетворение широких потребностей большой группы потребителей в узком сегменте рынка [6].

Стратегия фирмы – это общее направление, способ управления, набор правил и принципов, руководствуясь которыми обеспечивают достижение устойчивых конкурентных позиций и других главных целей фирмы, исходя из ее реальных возможностей, определяемых с помощью глубокого анализа прошлых результатов деятельности, внешней среды и сложившихся отношений с конкурентами, поставщиками, а также на основе прогноза их изменения в будущем [5].

В последнее десятилетие становится популярным создание бизнес-идей, соответствующих стратегии «голубых океанов». Согласно мнению авторов книги «Стратегия голубого океана» Ким Чан и Рене Моборн [3] стратегия голубого океана – это о том, как создать свободную рыночную нишу и перестать бояться конкурентов.

Ким Чан и Рене Моборн [3] описали стратегию «голубого океана» как альтернативу жестокой конкурентной борьбе. Написание книги «Стратегия голубого океана» основано на исследовании, протяженностью в десять лет, а также анализе тридцати отраслей промышленности за последние сто лет. Иными словами, «голубой океан» – это рынок, в котором конкуренцию еще никто не создал.

Противоположностью «голубому океану» является «алый океан», среда, в которой за каждого потребителя ведется ожесточенная борьба, в которой конкуренция находится на высочайшем уровне и, более того, игроки «алого океана» не всегда готовы действовать по правилам и законам конкурентной борьбы.

Конкурентоспособный порядок в Российской Федерации регламентирует Федеральный закон «О защите конкуренции» от 26.07.2006 г N 135-ФЗ (ред. от 29.07.2018 г), который определяет основные сферы, связанные с конкуренцией, порядок защиты, а также, условия для создания конкурентоспособного экономического пространства [8].

Приоритетными целями данного Закона выступают обеспечение единства экономического пространства для осуществления деятельности в РФ, защита конкуренции, а также, создание условий, необходимых для эффективного функционирования товарных рынков.

Однако, как бы не были тщательно разработаны нормативно-правовые акты в области регулирования конкурентных отношений, жизнь вносит коррективы в стратегии развития, планируемые действия и их последовательность при управлении бизнесом.

Конкуренция, по мнению Беспалова Д. А., это – соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность каждого из

Перейти к содержанию

них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке [2].

В таблице 1 представлена сравнительная характеристика основных пунктов стратегий «голубого» и «алого» «океанов» [7].

Таблица 1 – Сравнительная характеристика стратегий бизнеса

Стратегия «голубого океана»	*Стратегия «алого океана»*
Создание нового рыночного пространства	Борьба на существующем рыночном пространстве
Возможность не бояться конкуренции	Победа над конкурентами
Формирование и получение нового спроса	Эксплуатирование существующего спроса
Разрушение компромисса между ценностями и издержками	Компромисс между ценностью и издержками
Построение всей системы деятельности компании в соответствии с задачей одновременного достижения дифференциации и снижения издержек	Построение всей системы деятельности компании в зависимости от стратегического выбора, ориентированного или на дифференциацию, или на низкие издержки

Главным отличием стратегии «голубого океана» является то, что приверженцы данного подхода не хотят устраивать соревнований с конкурентами, тратить время, силы, финансы на конкурентную борьбу. Они выбирают путь по созданию и развитию «инновации ценности» (сочетание новизны, практичности и низких издержек). Инновация ценности – это не конкурентное преимущество, а то, что делает конкуренцию бессмысленной за счет выхода компании на принципиально новый уровень.

Компании, открывшие для себя новые рыночные пространства, воспользовались логикой «инновации ценности», как следствие, смогли развиваться, не боясь конкуренции, сформировать и заполучить новый поток спроса.

Роль стратегии «голубых океанов» несомненно велика. По словам авторов книги «Стратегия голубого океана» Ким Чан и Рене Моборн [3] стратегия голубого океана предлагает отказаться делить с другими существующий и зачастую уменьшающийся спрос, постоянно оглядываясь при этом на конкурентов, а вместо этого посвятить себя созданию нового, растущего спроса и уходу от соперничества.

Количество «голубых океанов» с момента написания данной книги и по сегодняшний день продолжает расти, в коммерческой сфере, среди некоммерческих организаций и даже в государственном секторе. Рассмотрим примеры успешной реализации стратегии «голубого океана» в различных отраслях [1].

Перейти к содержанию

1. CIRQUE DU SOLEIL [1]

Цирк Дю Солей создал голубой океан в цирковой сфере. Менее чем за двадцать лет с момента своего создания цирк обошел по уровню доходов исторических чемпионов цирковой индустрии. Причины, по которым такое развитие справедливо можно считать невероятным, заключаются в том, что цирковая индустрия считалась почти умирающей до появления Цирка Дю Солей.

Кроме того, с точки зрения конкурентной борьбы цирковая индустрия казалась совсем не привлекательной – детей все меньше привлекал цирк, защитники животных все больше протестовали, альтернативные формы развлечений забирали значительную часть аудитории. Цирк Дю Солей не стал победителем в умирающей индустрии, направленной исключительно на детей, вместо этого он взял от классического цирка все самое лучшее, добавил инноваций и привлек аудиторию платежеспособных взрослых. Сегодня выступления Цирка Дю Солей посмотрели более 150 миллионов зрителей в более чем 300 городах по всему миру.

2. CANON [1]

Стратегические шаги фирмы Canon, когда-то создавшей персональные настольные копировальные автоматы, являются классическим примером построения стратегии голубого океана. Производители копировальных автоматов до появления Canon опирались на офисных менеджеров по закупкам, которые требовали большие и долговечные аппараты, нуждающиеся в минимальном обслуживании.

В ответ на логику отрасли японская компания Canon создала новое рыночное пространство, переместив целевую аудиторию индустрии копировального оборудования с корпоративных клиентов на непосредственных пользователей копировальными автоматами. Маленькие, компактные и простые в использовании принтеры Canon создали новое рыночное пространство, сфокусировавшись на ключевых конкурентных преимуществах, в которых нуждалась основная масса не покупателей, а пользователей – секретарей, которые и работали с этими принтерами.

3. ITUNES [1]

С запуском iTunes Apple открыла голубой океан нового рыночного пространства в цифровой музыке, в котором он доминирует уже более десятилетия. С 1990-х годов в музыкальной индустрии шла активная борьба с незаконными скачиваниями музыкальных композиций.

Благодаря соглашению с пятью основными музыкальными компаниями – BMG, EMI Group, Sony, Universal Music Group и Warner Brothers Records – iTunes предложила пользователям законный и простой в использовании способ загрузки песен. Важное стратегическое решение – предоставление людям возможности покупать отдельные песни – позволило iTunes нарушить ключевой фактор раздражения клиентов: необходимость покупки всего CD, когда они хотели только одну или две песни на нем.

Перейти к содержанию

iTunes бесплатные сервисы для скачивания музыки благодаря высокому качеству звука, интуитивно понятной навигации и удобному поиску.

Беспрецедентная ценность, которую iTunes предложила клиентам во всем мире, соединилась с выгодой для звукозаписывающих студий и исполнителей, которые получают около 70% от стоимости загрузки песни. Кроме того, компания Apple обеспечивала защиту авторских прав, которая не создавала неудобства для пользователей, но удовлетворяла музыкальную индустрию.

Сегодня iTunes предлагает более 37 миллионов песен, а также фильмы, телешоу, книги и подкасты. Продано уже более 25 миллиардов песен, а скорость скачивания в среднем составляет 15 000 песен в минуту. В настоящий момент iTunes занимает более 60% мирового рынка цифровой загрузки музыки.

4. POLO RALPH LAUREN [1]

Американский модельер Ральф Лорен создал голубой океан в индустрии высокой моды благодаря пониманию факторов, которые влияют на принятие решения о покупке, что позволяет ему быть привлекательным для двух стратегических групп потребителей.

«Высокая мода без моды», элегантные магазины, изысканные материалы и знаменитое имя модельера привлекают настоящих ценителей высокой моды. В то же время, классические линии и цены привлекают покупателей таких магазинов как Brook Brothers и Burberry. Объединив преимущества обеих категорий и отказавшись от неэффективных факторов, Ральф Лорен захватил долю в обоих сегментах, дополнительно привлекая большое количество других клиентов.

5. IKEA

IKEA является огромным концерном, специализирующийся на экологически-чистом мебельном и текстильном производстве, продукция которого общедоступна.

У IKEA всегда была тесная связь с инновациями. Основанная в 1943 году как бизнес заказа товаров по почте, компания превратилась в глобальный многонациональный конгломерат и охватывает 46 стран. Бизнес основан на уникальной возможности купить готовую сборную мебель.

Продукты IKEA известны уровнем детализации, который внедрен в дизайн – их мебель часто можно собрать даже без инструментов. Этот факт органично вписан в их маркетинг. Бренд поместил качество обслуживания клиентов в основу их маркетинговой стратегии, проводя его не только в индивидуальных потребностях и точках соприкосновения, но и через целый цикл покупки.

Выразительнее всех остальных брендов, IKEA прилагает усилия, чтобы обслужить потребности пост-покупки. Они ввели платформу, которая помогла клиенту продать подержанную мебель, помогая пользователям

Перейти к содержанию

сделать фотографии и открывать страницы Facebook бренда, действуя как рынок Интернет-коммерции.

Рассмотрев основные примеры инновационных компаний, попробуем сформировать принципы стратегии «голубого океана» [4]:

1) конкуренция не является определяющим фактором. Ресурсы необходимо осваивать на создание ценности для покупателя;
2) структура отрасли поддается влиянию со стороны, путем формирования и создания новой инновационной отрасли, либо поиска инновационных ниш в уже существующих отраслях;
3) нет ограничений по количеству голубых океанов, их можно создавать непрерывно;
4) создание голубого океана – процесс не из легких, необходимо реализовать пошаговую модель построения стратегии, которая может занять многие месяцы;
5) реализация и разработка стратегии осуществляются параллельно, а не последовательно.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что для создания собственного «голубого океана» нужны огромные усилия и детальная проработка всех сценариев развития событий. Существует много примеров успешных «голубых океанов», несмотря на то, что многие руководители считают создание голубых океанов сложным занятием, пригодным только для редких сфер бизнеса.

Список литературы

1. 10 примеров применения стратегии голубого океана [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://bakunin.com/blue-ocean-strategy/.
2. Беспалов Д. А. Конкурентоспособность как результат инновационных стратегий: макро- и микроуровень // Вестник Кыргызско-Российского славянского университета. – 2015. – № 8. – С. 8–10.
3. В. Чан Ким, Рене Моборн. Стратегия голубого океана. Как найти или создать рынок, свободный от других игроков (расширенное издание). – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. – 370 С.
4. Голубой океан: 15 примеров + 3 стратегии + 5 шагов для создания [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://in-scale.ru/blog/goluboj-okean.
5. Мирончев М. М. Общая характеристика стратегий развития // Научное сообщество студентов: Междисциплинарные исследования: сб. ст. по мат. LXVIII междунар. студ. науч.-практ. конф. – № 9(68). – Режим доступа: https://sibac.info/archive/meghdis/9(68).pdf.
6. Портер М. – Что такое стратегия? / В книге Стратегия / Пер. с англ. – М.: Альпина Паблишер, 2016. – С.7–50.

Перейти к содержанию

7. Полуян Е. В., Брагина М. П., Кузнецова Е. Л. Стратегия «голубых океанов» как современное направление в развитии бизнес-процессов // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2017. – № S13. – 0,5 п. л. – Режим доступа: http://e-koncept.ru/2017/470158.htm.
8. О защите конкуренции: Федеральный закон от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ (с изменениями и дополнениями) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://ivo.garant.ru/#/document/12148517/paragraph/10:0.

Перейти к содержанию

Центр
Экономических
Исследований

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО И ПРОЕКТНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ. ТЕМЫ ИЗ УЧЕБНОГО ПОСОБИЯ

Перейти к содержанию

Вицелярова К.Н., Горшенина Е.В.

Предпринимательство и проектная деятельность: учебное пособие для студентов, обучающихся в вузах культуры / Вицелярова, К.Н., Горшенина, Е.В.– Краснодар: КГИК, 2017. – 159 с.

Редакция журнала «Экономические исследования» начинает публикацию материалов из учебного пособия по предпринимательству и проектной деятельности Вицеляровой К.Н. и Горшениной Е.В.

В данном номере вниманию читателей предлагается одна из тем раздела «Теория и практика предпринимательской деятельности (предпринимательства)»: «Содержание и виды предпринимательства в социально-культурной сфере».

1.ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА)

1.1. Содержание и виды предпринимательства в социально-культурной сфере

1.1.1. Предпринимательская деятельность (предпринимательство): сущность, функции, специфика

Предпринимательство следует понимать, как специфический способ хозяйствования, распространившийся сначала в экономике развитых стран в результате многовековой эволюции. Как свидетельствует история становления предпринимательства, первоначально предпринимателями считали людей энергичных, предприимчивых, готовых к рискованным операциям. Сегодня предпринимательская деятельность (предпринимательство) – любая законная деятельность, направленная на получение прибыли.

Как показывает практика развития предпринимательской деятельности во всем мире, предпринимательство развивалось сложно и противоречиво. Первый опыт предпринимательства связан со становлением рыночных отношений, вместе с тем как устойчивое явление рыночной экономики предпринимательская деятельность появилась в XVII веке.

В современной практике хозяйствования *предпринимательской деятельностью (предпринимательством)* называется законная производственно-хозяйственная деятельность, которая реализуется на свой страх и риск и направленна на получение прибыли.

Перейти к содержанию

Выделяют ряд принципов предпринимательской деятельности, которые являются отражением специфического характера этой деятельности и присущи только предпринимательству. К основным принципам предпринимательской деятельности относят:

1) предприниматель в качестве субъекта рыночных отношений реализует свою деятельность, как независимый, самостоятельно хозяйствующий субъект;

2) предприниматель в соответствии с законодательством несет материальную ответственность за свое дело (или в пределах всего имущества, или в пределах пая, или в объеме пакета акций);

3) предпринимательский риск – характерная черта предпринимательской деятельности, всегда существует вероятность возникновения убытков, недополучения предпринимателем дохода, убытков и его разорения;

4) предпринимательская деятельность направлена на получение прибыли.

Выделяют два вида предпринимательства: индивидуальное и коллективное.

Индивидуальное предпринимательство следует определить, как любую созидательную деятельность, осуществляемую одним человеком лично и его семьей.

Коллективное предпринимательство реализуется коллективно, то есть в коллективе работников, который считается мелким (до 50 человек), средним (до 500 человек) и крупным (до нескольких тысяч человек) бизнесом.

Характер воспроизводственного процесса определяет вид предпринимательской деятельности, так различают производственное, коммерческое, финансовое, страховое и посредническое предпринимательство.

Производственное предпринимательство один из сложных видов предпринимательской деятельности, в его основе лежит производство любой направленности: материальное, интеллектуальное, творческое.

Коммерческое предпринимательство по своей сути состоит в продаже предпринимателем готовых товаров, приобретенных им у других лиц.

Финансовое предпринимательство, как особый вид предпринимательской деятельности, поскольку в качестве предмета купли-продажи выступают деньги, иностранная валюта, ценные бумаги, продаваемые покупателю или предоставляемые в кредит.

Страховое предпринимательство – вид предпринимательской деятельности, при котором предприниматель-страховщик гарантирует страхователю за определенную плату компенсацию возможного ущерба

Перейти к содержанию

имуществу, ценностям, жизни в результате непредвиденного (страхового) случая.

Посредническое предпринимательство заключается в том, что предприниматель способствует заключению между производителем и потребителем сделки купли-продажи.

Современная теория предпринимательства выделяет три функции предпринимательства.

Ресурсная функция предпринимательства заключается в том, что для любой хозяйственной деятельности необходимы экономические ресурсы: материальные, инвестиционные, трудовые, информационные и прочие.

Организационная функция предпринимательства заключается в том, что предприниматель, начинающий свое дело, способствует соединению в единое целое различных ресурсов, повышая, таким образом, эффективность экономики. В предпринимательской деятельности используются способности, позволяющие обеспечить такое соединение факторов производства, которое позволит получать высокий предпринимательский доход, будет способствовать достижению цели предпринимателя – получение прибыли и обеспечение рентабельности деятельности.

Творческая функция связана с новаторством в предпринимательской деятельности. Роль данной функции сегодня неукоснительно растет, поскольку это связано с достижениями научно-технического прогресса и расширением рынка научно-технических разработок.

В последнее время выделяют особое направление предпринимательства – *венчурное (рисковое) предпринимательство*, которое заключается во внедрении в производство новых, инновационных образцов техники и новейших технологий. Инновации являются основой развития венчурного предпринимательства.

Следует отметить, что для современной России предпринимательская деятельность – явление далеко не новое. Появление предпринимательства в России, как особой формы деятельности, связано со вступлением в силу Закона РСФСР от 25 декабря 1990 г. «О предприятиях и предпринимательской деятельности».

В соответствии с действующим сегодня российским законодательством *предпринимательской деятельностью* является самостоятельная, рисковая деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке (ст. 2 Гражданского Кодекса Российской Федерации).

В указанной статье 2 ГК РФ представлены основные критерии определения предпринимательства и выделения его из общей массы экономической деятельности. Единственным критерием является присущая ему цель – получение прибыли.

Перейти к содержанию

Прибылью называют прирост дохода предпринимателя над его затратами. Прибыль является финансовым результатом деятельности предпринимателя. Получение прибыли является главным стимулом и основным финансовым показателем эффективности предпринимательской деятельности. Получение прибыли свидетельствует об эффективности, рентабельности деятельности.

Как экономический показатель *прибыль* представляет собой превышение общей выручки (дохода) от продажи продукции (товаров, работ, услуг) над всеми расходами на производство и их реализацию (себестоимостью).

Себестоимость (издержки производства) – это денежные затраты, понесенные предпринимателем в процессе производства и реализации товаров, работ, услуг.

В зависимости от объемов производства различают постоянные и переменные затраты. К постоянным относятся затраты, которые мало зависят от объема производства (например, аренда здания). Переменными называют такие затраты, которые связаны с затратами на покупку сырья, рабочей силы, использование которых непосредственно сказывается на объеме производимой продукции (чем больше продукции, тем больше используемого сырья, т. е. издержек).

Поскольку в рыночной экономике цена является одним из факторов конкурентоспособности, то каждый предприниматель пытается найти такую технологию производства, чтобы совокупные затраты были ниже этой цены. Это позволит предпринимателю получит прибыль.

Предпринимательство может осуществляться в определенных организационно-правовых формах (см. п.п. 1.3 данного учебного пособия), выбор той или иной формы зависит от множества факторов: среды деятельности, финансовых возможностей хозяйствующих субъектов, сравнительных преимуществ той или иной формы.

В экономической науке существует мнение ряда ученых-экономистов, что крупные предприятия и организации имеют преимущество перед мелкими. В этой связи будущее мировой экономики определялось функционированием крупных предприятий-гигантов. Через эти иллюзии прошли многие развитые страны, однако данный путь показал свой тупиковый характер. Крупное производство бесспорно имеет ряд преимуществ, среди которых выделяют:

1) крупный бизнес позволяет решать задачи более крупного масштаба;

2) за счет концентрации доходов крупный бизнес обладает большими возможностями для маневрирования ресурсами, что позволяет обеспечить устойчивость в получении доходов;

3) крупный бизнес имеет возможность наладить массовое производство и за счет него снижать себестоимость (совокупные затраты на производство и реализацию).

Перейти к содержанию

Для удовлетворения многих потребностей однако, нет необходимости организовывать крупные организации. В первую очередь это касается тех видов деятельности, которые ориентированы на достаточно узкий круг потребителей с индивидуальными запросами. Следует также отметить, что крупное производство в отличие от малого среднего легко перерастает в монополию. Монополия, как известно, может ущемлять интересы потребителей, сокращает производство в целях взвинчивания цен. Наполняя рынок дополнительным количеством товаров, работ, услуг мелкие организации увеличивают совокупное предложение, препятствуя росту цен. Таким образом, мелкое предпринимательство сегодня поощряется многими государствами с рыночной экономикой.

В международной практике поддержки предпринимательства разработаны основные институты развития предпринимательской деятельности. Реализуемые сегодня международные стандарты защиты предпринимателей определены в известных международных конвенциях и договорах. Примером такой конвенции служит Венская конвенции о договорах международной купли-продажи товаров.

В предпринимательских отношениях, как отмечалось выше, участвуют независимые частные товаропроизводители, поэтому прямое государственное вмешательство в эти отношения сведено к минимуму. В качестве базового средства используется защита интересов потерпевшей стороны через суд. В Российской Федерации система юридической защиты предпринимательства находится в процессе становления, вместе с тем, ее правовые формы уже сложились в виде Федеральных законов и целевых региональных программ поддержки и развития предпринимательства в регионах.

1.1.2. Особенности предпринимательства в социально-культурной сфере

Предпринимательство в культуре – специфическая область человеческой деятельности, возникшая в результате интеграции двух сфер – культуры и бизнеса. Данная область деятельности характерна для становления, развития и трансформации периода рыночных отношений, которые сложились и реализуются в рамках индустриальной и постиндустриальной модели развития общества. Предпринимательство в культуре имеет амбивалентную (двойственную) природу. Специфика данной деятельности вырабатывалась в пограничной зоне между созданием материальных и духовных ценностей. Особые условия производства и потребления результатов деятельности учреждений культуры приводят к ограничению, модификации и специфике развития предпринимательства в этом секторе экономики. Ученые-экономисты выделяют ряд условий,

Перейти к содержанию

определяющих развитие предпринимательской деятельности в сфере культуры:

- ограничения рыночного характера, обусловленные особенной социальной значимостью культурных благ и обеспечением стандартов культурного обслуживания населения;
- недостаточно устойчивый спрос населения на товары и услуги учреждений культуры в связи с разнообразием потребностей и ограниченными финансовыми возможностями потребителей;
- технологические особенности производства культурных благ и услуг, проявляющиеся в продолжительном цикле производства и продажи услуг;
- вложение значительных финансовых затрат на значительный период, возврат которых растягивается на долгое время.

В соответствии со статьей 4 Закона РФ «Основы законодательства Российской Федерации о культуре» в деятельности учреждений культуры можно выделить следующие функциональные направления:

1) обнаружение, исследование, охрана, восстановление и использование памятников истории и культуры;
2) литература, кинематография, музыкальное искусство, архитектура и дизайн, фотоискусство и др.;
3) самодеятельное художественное творчество;
4) музейное дело и коллекционирование;
5) телевидение, радио и другие аудиовизуальные средства в части создания и распространения культурных ценностей;
6) научные исследования культуры и научно-исследовательские разработки для сферы культуры;
7) международные культурные обмены и мировой культурный опыт;
8) производство материалов, оборудования и других средств, необходимых для сохранения, создания, распространения и освоения культурных ценностей;

В сфере культуры в качестве продукта или объекта купли-продажи выдвигаются разнообразные услуги. Например, для музея в качестве главных услуг выступают выставочная деятельность (т.е. представление и интерпретация коллекций), а также образовательная работа (лекции, экскурсии, детские студии, конференции, семинары и т.д.). Особое значение играют дополнительные услуги. Они заключаются в информационном обеспечении, работе кафе, музейных магазинов, буфетов, специальных мастерских для посетителей, а также в проведении различных мероприятий – приемов, встреч, спектаклей, концертов.

Перейти к содержанию

Специфической особенностью культурных учреждений является обязательное присутствие и участие потребителей в «производственном процессе», иначе вся деятельность учреждения оказывается бессмысленной.

Сфера культуры удовлетворяет потребности человека в духовном развитии, поэтому в качестве потребителей услуг учреждений культуры выступают различные слои населения. Культурные учреждения могут специализироваться на деятельности в отношении определенной аудитории, например, с инвалидами, взрослыми, детьми, пенсионерами и т.д.

Ценовая политика культурного учреждения формируется сегодня самостоятельно каждой организацией, определяется социальными целями ее деятельности. Следовательно, уровень цены зависит от доступности конкретной услуги для потенциального потребителя. Более того, в отличие от продуктов материального производства, уничтожаемых в процессе потребления, культурные ценности в процессе потребления наращивают свою ценность.

Предпринимательство в культуре, безусловно, является прикладной область культурологических знаний. Эта область возникла путем слияния двух различных сфер: культуры и экономики, культуры и бизнеса. Предпринимательская деятельность в культуре представляет собой сферу, которая появилась в нашей стране совсем недавно, ее истоками являются либеральные реформы 90-х гг.

Очевидно, что культура не может существовать изолировано от экономического контекста развития общества. Культура выступает, как отрасль экономики, народно-хозяйственного комплекса страны. В условиях рыночной экономики сформировать особые условия для развития отдельно взятой сферы деятельности человека нельзя. Рынок диктует правила бытия. Работать в условиях рынка и быть свободным от него невозможно.

Традиционно считается, что бизнес представляет собой непосредственное предпринимательство, основанное на инициативе, стремлении к получению прибыли, его характеризуют высокие риски актуализации, реже отмечают, что бизнес-предпринимательство есть важная сфера самореализации и творчества. В некоторых случаях отождествляют предпринимательство и бизнес.

Бизнес-предпринимательство за историю своего существования прошло определенную эволюцию развития. Бизнес как деловая активность, предпринимательство, управленческая деятельность возник одновременно с человеческим обществом, однако современное трактовка сущности бизнеса и его статуса возникли в более позднее время. Это период времени, когда общество перешло к рыночным отношениям, имеющим целью деятельности получение прибыли. История человеческого общества знает достаточно примеров успешного ведения дел в разных общественно-экономических формациях. В связи с этим историю предпринимательства

Перейти к содержанию

можно вести с древнейших времен. Однако если говорить о бизнесе в его современном понимании, то отправной точкой его развития можно считать XIX в.

Культура как реальный процесс «древнее, старше, опытнее» предпринимательской деятельности, ориентированной на получение прибыли. Общеизвестно, что культура возникает в период становления homosapiens, в период зарождение древнейших форм ценностной ориентации.

Сопоставление понятий «культура» и «бизнес» приводит к определению их специфических характеристик. Так, культура представляет собой древнейшую форму социального взаимодействия людей. Это прагматические незаинтересованная сфера человеческой деятельности, основанная на духовных ценностях. Таким образом, культура – это понятие, характеризующее ценностный контекст, интегрирующий и укрепляющий устойчивость общества.

Бизнес-предпринимательство – эффективное производство товаров и услуг, ориентированное на удовлетворение первичных и вторичных потребностей, динамическая область деятельности, возникшая в условия индустриального общества и получившая новый импульс к развитию в условиях постиндустриального общества потребления, главная цель – прибыль.

Весьма часто осмысливая культуру и предпринимательство как самостоятельные области деятельности, исследователи не ставят своей задачей выявить их общие черты, априори считается, что их практически не существует, так как природа данных явления, якобы противоположна. Но это только на первый взгляд. Если более внимательно проанализировать природу этих явлений, то можно обнаружить моменты их сходства, к котором должны быть отнесены следующие характеристики:

1) культура и бизнес есть результат развития человеческих потребностей;

2) культура и бизнес имеют социальную природу;

3) культура и бизнес обладают общими социальными целями – удовлетворение социальных потребностей;

4) культура и бизнес способны к воспроизводству;

5) культура и бизнес воплощаются в конкретно-исторические формы бытования, для них характерны единство менталитета, единство основных ценностных установок и традиций.

Наряду с общими моментами в культуре и бизнесе есть и важные различия. Ключевым различием является стратегическое целеполагание в бизнес-предпринимательстве и культуре. Цели этих областей ориентированы на разные потребности и ценности: бизнес-

Перейти к содержанию

предпринимательство – на прагматические, материальные; культура и искусство – на духовные (элитарные или/и массовые).

В заключении следует отметить, что культура и бизнес могут взаимодействовать по принципу дополнительности. Общее и особенное в культуре и бизнесе являются объективным основанием для их эффективного взаимодействия. Важно найти продуктивные пути их взаимодействия.

Список источников и литературы

Источники

1. Государственная программа «Развитие культуры» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://economy.krasnodar.ru/gos-prog-kk/perech-gp/.

2. Гражданский кодекс РФ 2017. Актуальная редакция с Комментариями по состоянию на 28.03.2017 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://gkodeksrf.ru/.

3. Долгосрочная краевая целевая программа «Государственная поддержка малого и среднего предпринимательства в Краснодарском края на 2013–2017 годы» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://krasnodar.pmp.gkr.su/registry/program/srf/03,723065/.

4. Закон РФ «Основы законодательства Российской Федерации о культуре» с изменениями и дополнениями (ред. от 29.07.2017)[Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://base.garant.ru/104540/.

5. Федеральный закон «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации» от 14.06.1995 N 88-ФЗ (последняя редакция) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_6857/.

6. Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24.07.2007 N 209-ФЗ (последняя редакция) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_52144/.

Литература

1.Асаул, А.Н. Организация предпринимательской деятельности: Учебник [Текст] / А.Н. Асаул. – С-Пб.:Питер, 2013. – 352 с.

2. Череданова, Л.Н. Основы экономики и предпринимательства: Учебник [Текст] / Л.Н. Череданова. – М.: Academia, 2013. – 224 с.

Перейти к содержанию

Центр
Экономических
Исследований

БИЗНЕС С НУЛЯ.
ПРАКТИКУМ ДЛЯ НАЧИНАЮЩИХ

Перейти к содержанию

Горшенина Е.В., бизнес-тренер, бизнес-консультант, доктор экономических наук, профессор.

Редакция журнала «Экономические исследования» начинает публикацию практических материалов для начинающих бизнесменов. Практикум ведёт Горшенина Е.В., бизнес-тренер, бизнес-консультант, доктор экономических наук, профессор.

В данном номере вниманию читателей предлагается следующая тема: «Как начать свой бизнес с нуля и не разориться».

КАК НАЧАТЬ СВОЙ БИЗНЕС С НУЛЯ И НЕ РАЗОРИТЬСЯ

Бизнес – это деятельность, которая направлена на получение прибыли, но реализуется НА СВОЙ страх и риск!

С какими мыслями НЕ СТОИТ открывать свой бизнес:

- ✓ *Как бы побыстрее и много заработать?*
- ✓ *Моя идея точно сработает, но мне нужны деньги!*
- ✓ *Я что, хуже других что ли? Вот мой сосед бизнесом занимается и у меня все также получится!*
- ✓ *Надоели эти начальники, завтра же увольняюсь и открываю свое дело!*

ЗАДАНИЕ: Сформулируйте ответ на вопрос: с какой целью я начинаю своё дело?

С какими мыслями СТОИТ открывать свой бизнес:

- ✓ *Я очень хорошо умею делать востребованное «рынком» дело!*
- ✓ *Без риска я могу вложить только свободные деньги!*
- ✓ *Мне нужен денежный резерв или источник дохода, пока мой бизнес не начнёт приносить доход!*
- ✓ *У меня больше не будет начальников и я должен действовать самостоятельно и за всё отвечать!*

ЗАДАНИЕ: Сформулируйте ответ на вопрос: что могу предложить рынку, или какие потребности рынка я могу удовлетворить?

Перейти к содержанию

ЗАДАНИЕ: Вопросы, на которые необходимо ответить до начала бизнеса:

Вопрос	**Ответ**
1.Если у Вас опыт работы с кредитами? Если нет, то не берите кредиты на открытие бизнеса.	
2.Снимите «розовые очки» и задайте вопрос: «Что я потеряю в случае неудачи»? Готовы ли Вы к потерям? Если нет, то Вы не ещё не готовы к своему бизнесу.	
3.Все ли сценарии развития бизнеса Вами учтены: оптимистичный и пессимистичный? Если нет, то просчитайте все варианты.	
4. Есть ли у Вас деньги на открытие и ведение бизнеса? Если нет, то продумайте источники финансирования. Не открывайте бизнес на деньги, предназначенные на другие цели (образование детей, выплаты по кредитам, лечение и т.п.).	
5. Изучен ли рынок, на который Вы выходите? Если нет, то тщательно изучите конкурентов и свои возможности, то есть имеющиеся у Вас ресурсы для старта собственного дела.	
6. Вам обещают быстрый результат? Если да, то не связывайтесь с непонятными или «суперприбыльными» проектами.	
7. Есть ли с кого Вам брать пример? Если нет, то используйте опыт успешных бизнесменов.	
8. Сфера бизнеса Вам хорошо знакома? Если да, то смело начинайте бизнес.	
9. Есть ли у Вас план действий? Если нет, то планируйте предстоящие действия письменно и четко.	

Перейти к содержанию

Центр Экономических Исследований

Об интернет-журнале «Экономические исследования»

ЖУРНАЛ РАЗМЕЩАЕТСЯ В ОТКРЫТОМ ДОСТУПЕ.

Журнал – ежеквартальное научное интернет-издание для публикации результатов научных исследований, информационно-аналитических, информационно-практических, рекламных и других материалов практической направленности.

Журнал зарегистрирован как самостоятельное средство массовой информации в федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (свидетельство о регистрации ЭЛ № ФС77-39427 от 15.04.2010). Международный код ISSN 2079-9446.

Журнал размещается в открытом доступе (бесплатно) на нашем сайте http://www.erce.ru/internet-magazine/, в Научной электронной библиотеке «eLIBRARY.RU» (http://elibrary.ru). В библиотеке «eLIBRARY.RU» зарегистрированы 1 100 000 индивидуальных пользователей из 125 стран и более 2200 организаций.

Статьи, опубликованные в интернет-журнале «Экономические исследования», учитываются при защите магистерских, кандидатских и докторских диссертаций. Журнал включён в Российский индекс научного цитирования (РИНЦ) и имеет пятилетний импакт-фактор.

Публикация материалов платная (см. страницу «Цены за услуги»). Авторы опубликованных статей по желанию могут получить **«Свидетельство автора статьи»** с указанием её выходных данных. «Свидетельство» приобретаются на условиях заказа, за отдельную плату и доставляются по почте.

Условия публикации

Редакция журнала принимает к публикации научные, информационно-аналитические, информационно-практические и рекламные статьи по следующим направлениям:

Перейти к содержанию

- Экономика предприятий
- Предпринимательство
- Финансы
- Маркетинг
- Менеджмент
- Управление качеством
- Управление инновациями
- Инвестиционная деятельность
- Экономическая безопасность
- Экономика труда
- Информационные технологии в экономике
- Математические методы в экономике
- Региональная экономика
- Макроэкономика
- Бухгалтерский учёт и налогообложение

Редакция принимает к рассмотрению статьи в электронной версии **объемом не менее 6 и не более 10 страниц** (текст через одинарный интервал), то есть от 10 000 до 15 000 знаков (без пробелов). Все статьи подлежат обязательному внутреннему (в редакции журнала) рецензированию. За достоверность сведений, изложенных в статьях, ответственность несут авторы. Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов статей. Материалы публикуются в авторской редакции.
Оригинальность авторского текста по системе АНТИПЛАГИАТ (www.antiplagiat.ru) должна составлять не менее 80%.

Порядок размещения статей в журнале:
1. Вы отправляете на адрес **mail@erce.ru** следующие материалы (отдельными файлами):

- **Сведения об авторе**: учёная степень (если имеется), место работы (учебы), должность, контактный телефон, адрес, e-mail, индекс и почтовый адрес.
- **Текст статьи**, оформленный в следующей последовательности: заголовок; ФИО, учёная степень (если имеется), место работы (учебы), должность; **аннотация** и **ключевые слова** в начале статьи **на русском** и **английском языках**; текст; список литературы в конце статьи.

2. Редколлегия журнала рецензирует Вашу статью в течение 10-15 дней и информирует Вас о результатах.

3. Вы получаете лицензионный договор о предоставлении права использования произведения, если статья успешно прошла внутреннее рецензирование. Текст договора получаете от редакции журнала, оформляете и высылаете в редакцию (подробные инструкции по оформлению получаете вместе с договором).

Перейти к содержанию

4. Вы оплачиваете и отправляете на адрес mail@erce.ru отсканированную квитанцию с отметкой банка за публикацию (для платного варианта размещения), «Свидетельство автора статьи» (оплачивается по желанию автора).

5. Статья размещается в ближайшем номере интернет-журнала.

Без заключения лицензионного договора и предварительной оплаты материалы не публикуются.

6. Мы высылаем на Ваш почтовый адрес в течение следующего месяца после публикации статьи Ваш экземпляр лицензионного договора, «Свидетельство автора статьи» (при наличии заявки).

Правила оформления статьи

Текст статьи в формате Word (.doc) шрифтом Times New Roman, размером 14pt, через одинарный интервал, выравнивание текста по ширине, без переноса слов, не использовать подчеркивания, курсив, жирный и полужирный шрифты. ***Таблицы*** в формате Word. ***Графики*** и иллюстративные рисунки в формате Excel. Не использовать сканированные, экспортированные или взятые из Internet графические материалы. ***Формулы*** в редакторе Microsoft Equation 3 (желательно), по центру без оставления пустых строк до и после.

Примеры оформления названий рисунков и таблиц:

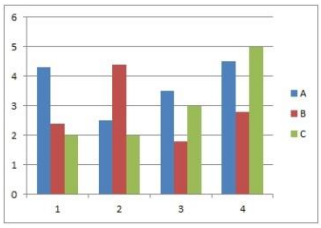

Рисунок 1 – Динамика объёмов производства

Таблица 5 – Структура себестоимости

Пример библиографического описания статей, опубликованных в Интернет-журнале «Экономические исследования»:

- Семёнов А.Б. Факторы развития венчурного предпринимательства // Экономические исследования [Электронный ресурс]: Научный интернет-журнал. – 2011. – № 5. – № гос. регистрации: Эл № ФС77–39427. – Режим доступа: http://erce.ru. Свободный. – Загл. с экрана. – 15 с.

Перейти к содержанию

Редакционная коллегия:
Е.В. Горшенина, д.э.н., профессор,
Почётный работник высшего профессионального образования РФ – главный редактор;
Н.А. Семёнов, д.т.н., профессор;
К.Н. Вицелярова, к.э.н., доцент;
А.Н. Горшенин, к.э.н.;
Н.А. Мансурова, к.э.н., доцент;
А.А. Смородова, к.э.н., доцент;
М.С. Малаева – зам. главного редактора.

Учредитель журнала: ООО «Центр экономических исследований»

Адрес редакции:
Россия, 350061, г. Краснодар, ул. Игнатова, 51/100,
ООО «Центр Экономических Исследований»
Моб. +7 964 912 3246
+7 964 9250748
E-mail: mail@erce.ru
Web-site: www.erce.ru
VK: https://vk.com/economic_research

РЕКВИЗИТЫ ДЛЯ ОПЛАТЫ (в любом банке)

Получатель: ООО Центр экономических исследований»
ИНН 6950113275
КПП 231201001
Р/с 40702810900420000055 в банке «Первомайский» (ПАО)
К/с 30101810000000000715 в Южном ГУ Банка России г. Краснодар
БИК 040349715
Назначение платежа: Публикация статьи
Сумма: _____ руб. (_____ рублей)
Плательщик: указать ФИО

ПРИ ДОПОЛНИТЕЛЬНОМ ЗАКАЗЕ «Свидетельства» УКАЗАТЬ:

Назначение платежа: Публикация статьи. Свидетельство.
Сумма: _____ руб. (_____ рублей)

Перейти к содержанию