Бизнес-план зоны отдыха такого типа вполне реализуется с невысокой рентабельностью и медленной окупаемостью. Успех зависит от успешной маркетинговой кампании, качественного сервиса.

На основании изученного спроса на размещения кемпинга в Горной Ингушетии является привлекательным, т.к. располагается Ассинском ущелье, неописуемо красивое место, по которому течёт одна из самых бурных на Кавказе река Асса.

Подведем итог и отметим, в чем привлекательность данного бизнес-плана. Во-первых, он нацелен на развитие внутреннего туризма. Во-вторых, он является доступным по стоимости практически всем слоям населения. Также решает вопросы доступа к горной инфраструктуре, то есть люди могут поехать в горы и получить там доступный качественный ночлег. В-третьих, реализация проекта будет развивать сельскую экономику: местные жители близлежащих сельских округов будут заниматься и приобщаться к деятельности туриндустрии, зарабатывать на этом.

Цифровые технологии в данной отрасли дают возможность заниматься пост-поддержкой, то есть сопровождением и получением обратной связи. Путешествие клиента отслеживается на всех этапах, по возможности получаем от него оценку предоставляемого сервиса по разным позициям.

Сегодня многие туристические компании активно используют цифровые технологии, среди которых облачные технологии, дистанционные финансовые сервисы – SMS-банкинг, мобильный банкинг, электронные кошельки, цифровой маркетинг – социальные сети, email-рассылки, интернет-реклама и т.д. Цифровая трансформация экономики затрагивает все сферы развития бизнеса, в том числе и туристический бизнес и потому необходимо следить за нововведениями в области цифровых технологий и уметь оперативно на них реагировать, для сохранения конкурентоспособности на рынке.

1. Горфинкель В.Я., Попадюк Т.Г. Инновационное предпринимательство: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. М.: Юрайт, 2019. 523 с.
2. Идигова Л.М., Баширова А.М.-С. Ресурсный потенциал модернизации экономики региона// Агропродовольственная политика России, №5, 2013г., с.49-59
3. Идигова Л.М., Тагаев С.Х., Тасуева Т.С., Исраилов М.В., Магомадов Э.М. Модернизация промышленности региона на пороге цифровизации экономики страны//No:250,Pages:2158-2166, doi:https://dx.doi.org/10.15405/epsbs.2019.03.02.250
4. Идигова Л.М., Тагаев С.Х., Тасуева Т.С., Чаплаев Х.Г. Использование экономического потенциала отраслей народного хозяйства для перехода в режим инновационно- технологического развития// No:250,Pages:2158-2166, doi:https://dx.doi.org/10.15405/epsbs.2019.03.02.250

Рахимова Б.Х.¹, Идигова Л.М.^{1,2}

Основные принципы старта в цифровой бизнес-среде предпринимательства

¹ФГБУН Комплексный научно-исследовательский институт имени И.А. Ибрагимова РАН

²ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет»
(Россия, Грозный)

doi: 10.18411/lj-02-2021-276

idsp: ljjournal-02-2021-276

Статья подготовлена в рамках исследования выполненного по теме гранта «Формирование институционального каркаса инфраструктуры региона в цифровой экономике», при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 20-010-00141\21»

Аннотация

В статье изучены вопросы стратегии планирования бизнес-идей и рассмотрены основные принципы старта в цифровой бизнес-среде предпринимательства.

По мнению авторов, основной принцип старта в предпринимательской среде в ближайшее время не изменится, но необходима идея, на которой будет основываться запланированное дело.

Сделан вывод, что если до пандемии можно было ориентироваться только на новые технологии и идеи, то теперь приходится учитывать ставшие вдруг крайне заметными новые тенденции.

Ключевые слова: бизнес-идеи, цифровая бизнес-среда, предпринимательство, принципы развития.

Abstract

The article examines the issues of business idea planning strategy and considers the basic principles of starting in the digital business environment of entrepreneurship. According to the authors, the basic principle of starting in the business environment will not change in the near future, but an idea is needed on which the planned business will be based. After the coronavirus pandemic swept the world in 2020, we have to talk about what kind of business to start, concluded that if earlier it was possible to focus only on new technologies and ideas that have become popular in other countries, now we have to take into account the new trends that have suddenly become extremely noticeable.

Keywords: business ideas, digital business environment, entrepreneurship, development principles.

В современных условиях бизнес – среда предпринимательства - это совокупность внешних и внутренних факторов, оказывающих воздействие на функционирование компании.

В данной статье собраны бизнес идеи, реализовать которые под силу даже начинающему предпринимателю. В современном мире цифровая бизнес-среда ориентирована на оперативное взаимодействие между производителем и потребителем, предлагая снизить количество участников в цепи поставок. Цифровая бизнес-среда играет важную роль в повышении эффективности предпринимательской деятельности и совершенствовании бизнес- процессов. Использование цифровых технологий в повседневной жизни человечества послужило активному внедрению цифровых платформ во все сферы экономики.

Но перед тем как реализовывать какую-либо идею, нужно выполнить три действия.

1. Провести оценку стартового капитала

Инвестиции в бизнес – неотъемлемая часть старта. Для начала стоит использовать собственные сбережения.

Целесообразнее изучить бизнес идеи с минимальными вложениями, чем брать заёмные средства у банка, так как проценты придётся отдавать даже в том случае, если проект не окупится.

2. Сделать анализ рынка

Просматривая массу разнообразных бизнес идей, стоит ориентироваться на реалии и тенденции рынка.

3. Составить бизнес-план

Бизнес-план позволит увидеть и оценить риски, которые незаметны при поверхностном анализе идеи, а также покажет, как быстро окупится бизнес, какую прибыль принесёт в долгосрочной перспективе.

Основной принцип старта в предпринимательской среде в ближайшее время, по мнению исследователей, точно не изменится. Однако необходима идея, на которой

будет основываться намеченное дело. Но что делать, если хочется не просто придумать себе хорошую прибыльную и актуальную идею, а заглянуть в будущее.

При желании создать свой сайт, можно начать с посещения 5-дневного тренинга «Сайт за 5 дней» (это бесплатно), где можно получить начальную базу знаний и понимание необходимости.

Второе направление – блоггерство. Это творческий заработок в Интернете без вложений или с минимальными вложениями.

Особенно популярными становятся в последнее время блоги в Инстаграме.

Цифровая бизнес-среда способствует оперативному обмену информацией между производителем и потребителем, мгновенному совершению торговых сделок и снижению транзакционных издержек. Использование цифровых платформ, таких как Яндекс. Такси, налаживает процесс эффективного взаимодействия между субъектами бизнес-сообщества. В третьем квартале 2020 г. консолидированная выручка Яндекс. Такси составила 58,2 млрд. руб., в процентном соотношении выросла на 30%.

При этом, от всей выручки «Яндекса» 43% всей выручки приходится на нерекламную выручку. В третьем квартале реклама принесла компании выручку в размере 33,2 млрд. руб., увеличившись на 6%. Стоит отметить, что 31% всей выручки компании приходится на сегмент «Такси», с использованием цифровых платформ «Яндекс Go» и Uber, «Яндекс.Еда», «Яндекс.Лавка», «Яндекс.Драйв». Выручка «Яндекс.Драйва» составила 2,7 млрд. руб. и выросла на 28%. Выручка таких платформ, как «Кинопоиск», «Яндекс.Музыка», «Яндекс.Афиша», «Яндекс.Студия» и «Яндекс.Плюс» составила 1,77 млрд. руб., увеличившись на 92%. По другим платформам, таким как «Дзен», «Едадил», «Яндекс.Инвестиции», «Яндекс.Облако», «Яндекс.Образование» выручка составила 3 млрд. руб. и увеличилась на 50%. Увеличение выручки, в первую очередь, связано с режимом самоизоляции, когда наличие цифровых платформ позволило наладить образовательный процесс, совершать покупки в онлайн-режиме. Выручка таких сервисов как «Авто.ру», «Яндекс. Недвижимость» и «Яндекс. Работа» составила 1,58 млрд. руб. и выросла на 16% [3]. Цифровые платформы собирают, анализируют хранят информацию о всех субъектах бизнес-сообщества – о совершенных сделках, о наличии товаров и оказываемых услугах, о спросе на продукцию и уровне цен.

Можно сделать вывод, что благодаря сбору и анализу данных на таких цифровых платформах имеется возможность прогнозировать потребительское поведение, уровень востребованности товаров и прогнозирование уровня цен на товары. Исходя из вышесказанного, можем отметить, что цифровые платформы представляют собой инструмент взаимодействия субъектов бизнес-сообщества с целью снижения затрат и увеличения выручки, а также сбору и анализу данных для дальнейшего прогнозирования ситуации в рыночной экономике.

1. Горфинкель В.Я., Попадюк Т.Г. Инновационное предпринимательство: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. М.: Юрайт, 2019. 523 с.
2. Идигова Л.М., Баширова А.М.-С. Ресурсный потенциал модернизации экономики региона// Агропродовольственная политика России, №5, 2013г., с.49-59
3. Идигова Л.М., Тагаев С.Х., Тасуева Т.С., Исраилов М.В., Магомадов Э.М. Модернизация промышленности региона на пороге цифровизации экономики страны//No:250,Pages:2158-2166, doi:https://dx.doi.org/10.15405/epsbs.2019.03.02.250
4. Идигова Л.М., Тагаев С.Х., Тасуева Т.С., Чаплаев Х.Г. Использование экономического потенциала отраслей народного хозяйства для перехода в режим инновационно- технологического развития// No:250,Pages:2158-2166, doi:https://dx.doi.org/10.15405/epsbs.2019.03.02.250