Перспективные и нейтральные направления развития бизнеса в Европе и в Азии

Ким Юнха
Магистрант ЮФУ, Россия, г. Ростов-на-Дону
E-mail: kimyunha@yandex.ru
Научный руководитель: **Котова Наталья Петровна**
д.э.н профессор.
Кафедра маркетинга и коммуникаций в бизнесе ЮФУ,
Россия, г. Ростов-на-Дону

Аннотация: Направления бизнеса – это сферы (отрасли), в которых можно организовать и развивать предпринимательскую деятельность. Основная задача предпринимателя – определиться с направлением своего бизнеса, принять решение о наиболее перспективных вариантах работы и дальнейшего развития.

Перед открытием своего дела и началом активного заработка, важно определиться с основными направлениями бизнеса, найти свою идею, "обработать" ее и провести небольшой анализ.

Ключевые слова: бизнес, европейский бизнес, направление бизнеса, интернет-маркетинг, перспективы ведения бизнеса.

Abstract: lines of business – sector (industry) in which you can organize and develop business. The main task of the entrepreneur is to determine the direction of their business, to decide on the most promising options for further work and development.

Before the opening of the business and the beginning of active income, it is important to determine the main directions of business, to find his idea, "edit" and do a little analysis.

Keywords: business, European business, business, Internet marketing, prospects of doing business.

Российский бизнес, выходящий на европейский рынок, должен четко представить себе специфику и какие маркетинговые инструменты работают на рынке интернет-маркетинга в Европе.

Многие предприниматели решают открыть свой бизнес за рубежом, но основная проблема заключается в выборе правильного направления. Очень сложно определиться с предпочтениями других народов и понять, какая деятельность будет приносить реальный доход. Это особенно сложно в Европе, где, казалось бы, уже все есть.

Для многих людей, делающих бизнес в России это уже не так интересно. И хочется открыть бизнес за рубежом и покорить более перспективные горизонты. В связи с этим, "лакомым кусочком" выглядит бизнес в Европе, который имеет свои особенности:

- минимальное вмешательство правительства в работу бизнеса. Задача государства – контроль своевременности выплаты налогов и предотвращение фактов нарушения законодательства;
- возможность самостоятельно заниматься продажей изготовленного товара (услуг);
- число предприятий может регулироваться только рынком и текущим спросом. Каких-то особых критериев и ограничений в этой сфере нет;
- простота налаживания международного партнерства. Особенно, если речь идет о работе в

зоне единой валюты.

К основным направлениям малого бизнеса в ЕС можно отнести розничную торговлю – именно она развита лучше всего. Наибольшей популярностью пользуются небольшие кафетерии, магазинчики, рестораны. Весьма перспективна рыночная торговля или продажа рыбы во Франции (Германии).

В отличие от российского бизнеса, в Европе на 100% работают законы, которые обеспечивают и защищают права предпринимателей. Большой плюс – действие запрета на возведение супермаркетов в городах с населением меньше 40 тысяч человек.

Столь полезный пункт есть в законе многих европейских стран, что позволят малому бизнесу нормально развиваться.

Кроме этого, во многих городах ЕС есть попечительные советы. В состав таких организаций входят наиболее опытные и авторитетные бизнесмены. Их задачи:

- оказание помощи новичкам в сфере бизнеса;
- выполнение посреднических функций при работе с государственными органами власти;
- регулирование рынка и контроль справедливой конкуренции;
- ограничение доступа на рынок (http://utmagazine.ru/posts/14941-rynok) предпринимателей, которые проводят свою демпинговую политику с единственной задачей – монополизировать рынок.

Большой плюс европейского рынка – ускоренное развитие бизнеса. Вот почему при появлении свободного капитала многие жители РФ стремятся вложить его в Европу. Это не удивительно. Европейские товары изначально имеют более высокое качество и, соответственно, цену. Многие предприниматели успешно пользуются плодами таких достижений и получают дополнительную прибыль.

Главная особенность бизнеса в Европе – отсутствие такого числа посредников, как это часто бывает в России.

Практически у каждого бизнесмена есть свободный выход на европейский рынок, где он может закупать необходимый товар и торговать им.

Несмотря на высокие налоги, предприниматели получают немалую прибыль.

В США на федеральном уровне, наряду с высшей ставкой корпорационного налога в размере 34% при налогооблагаемом доходе свыше 75 000 долл., для более мелких корпораций используются две более низкие ставки – в размере 15% при доходе до 50 000 долл. и 25% при доходе до 75 000 долл. В случае, если объем продаж малых предприятий не превышает 200 000 долл., установлены дополнительные вычеты сумм дохода для целей исчисления налога на доходы (2003 г. – 25 000 долл.). Кроме того, в США можно начать бизнес, купив лицензию на определённый вид деятельности, заменяющую многие местные налоги и сборы (так, в одном из городов Калифорнии он составляет всего $15 в год при продажах менее $15 тыс.). [6] В зарубежных странах широко распространена практика предоставления так называемого «бонуса первого года», распространяющегося на малые предприятия, функционирующие первый год. В США такие налоговые льготы зачастую доходят до 50%, причем государство самостоятельно погашает около 90% кредитов, полученных малым бизнесом в коммерческих банках. Во Франции предприниматели в первые 2 года функционирования малого предприятия вообще освобождаются от уплаты налогов в

местный бюджет и от налога на акционерные общества. Кроме того, снижаются другие налоги: для предпринимателей работающих в депрессивных зонах, отменены выплаты в фонды социального обеспечения [8]. Германия считается одной из стран в Европе, оказывающей наилучшую государственную поддержку малого бизнеса, в том числе это касается и вопроса налогообложения. В кризис правительство Германии снизило налог на прибыль организации с 39% до 30%, уменьшило отчисления в фонды социального страхования, снизив взнос по безработице с 6,5 до 3,3%. Применение более низкой ставки налога на прибыль организации для малого бизнеса, по сравнению с корпорационным налогом крупного бизнеса, широко распространено во многих экономически развитых странах, при этом в некоторых случаях разница достаточно значительна, как на пример в США [7, С. 130-135].

Основное отличие предпринимательской деятельности в ЕС – прогрессивность рынка. Любое направление, если правильно спланировать бизнес, может быть перспективным.

Постоянная направленность на расширение, устоявшиеся законы – все это позволяет предпринимателю налаживать серьезный бизнес и неплохо зарабатывать.

Чтобы уберечь себя от рисков, бизнесмены работают сразу в нескольких секторах.

Если одно из направлений оказывается убыточным, то другие позволяют остаться на плаву.

На самом же деле, перспективных направлений деятельности предпринимателей достаточно. Вот только некоторые из них:

1. Производство марципана и оригинальных фигурок. По статистике почти 65% всего марципана в Европе – это заслуга малого бизнеса. На территории многих стран находится множество мастерских, которые являются частью семейного дела. Преимущество такого предпринимательства – простота технологии производства и длительный срок хранения марципана [1, С. 98].

2. Производство клееного бруса. На территории Европы все большей популярностью пользуется евробрус. Преимущество такой деятельности – в данной сфере отличные перспективы на фоне постоянного увеличения спроса на этот материал. Недостаток – высокие первоначальные затраты. Такой бизнес начинает развиваться в России, поэтому не стоит забывтвать и о своем рынке [1, С. 99].

3. «Зеленый» туризм. Данное определение характеризует любой вид отдыха, связанный с времяпровождением на свежем воздухе. К примеру, сюда можно отнести природный или сельский туризм. В Европе весьма популярны винные туры по Франции, посещение сельских усадеб на территории Германии и т.д [1, С. 99].

4. Продажа лягушачьих лапок. Несмотря на всю странность этого бизнеса для русского человека, в Европе такой деликатес с каждым годом становится все более востребованным. Для организации такого бизнеса потребуется иметь свой пруд, где и будет разводиться различная живность – лягушки, рыба, раки и так далее. При таком подходе можно расширить ассортимент продукции и повысить рентабельность бизнеса [1, С. 99].

Выделим перспективные направления ведения бизнеса в Азии.

Современный рынок стран Азии (Южная Корея, Китая, Вьетнам) имеет достаточно привлекательных вариантов:

1. Корпоративный бизнес. Здесь речь идет о создании крупных компаний по выпуску товаров (продукции) или предоставлению услуг. Данный вид предпринимательской деятельности – один из

самых затратных. Не обойтись без регистрации, найма сотрудников, создания инфраструктуры, покупки (аренды) помещения, привлечения клиентов, раскрутки бренда и так далее.

2. Индивидуальный бизнес. В этом случае расходы на организацию будут существенно ниже. Направления деятельности при этом аналогичны предыдущему – предоставление услуг, продажа товаров (в том числе и собственного производства). К таким видам деятельности относится, например фриланс (к примеру, вебдизайн, копирайт и так далее), оказание различных услуг (медицинских, юридических, консультационных), частный бизнес и так далее.

В индивидуальным бизнесе его организатор выполняет все функции одновременно – привлекает клиентов, занимается раскруткой своей новой деятельности, набирается опыта и знаний, проводит рекламную кампанию, обновляет продукцию и так далее. Но достаточно отойти от бизнеса или передать его кому-либо другому, как он начинает слабеть, уровень прибыли снижается, а бизнес и вовсе может угаснуть.

Такой вид предпринимательства хорош для наработки первоначального капитала и организации чего-то более серьезного в будущем. Заниматься им всю жизнь очень сложно, ведь совершенно не остается времени на отдых, хобби и просто наслаждение жизнью.

3. Сетевой бизнес. Такой вид предпринимательской деятельности представляет собой некую смесь индивидуального и корпоративного предпринимательства. Здесь речь идет о продвижении услуг или продукции какой-либо существующей компании. Плюсы очевидны. У организации уже все есть – услуги, известный бренд, налаженная логистика и процесс получения прибыли.

Как правило, определены все премиальные за посредническую деятельность между клиентом и компанией.

Если выполнять функции партнера с правом продажи продукции, то такое направление можно сравнить с индивидуальным предпринимательством. Один из минусов, такого бизнеса – необходимость привлекать новых людей (предпринимателей), обучать их и так далее. Плюс в том, что вся эта работа приносит вознаграждение.

Азия пропитана креативными (http://bizoomie.com/kreativnye-idei-biznesa/), инновационными (http://bizoomie.com/innovacionnye-idei-dlya-biznesa/) идеями, и бизнесе в азиатских странах – особенных. Некоторые из бизнес идей поистине революционны. Есть и фантастичные, из-за чего люди не сразу могут сообразить, что это - выдумка или реальность, в шутку это или всерьез. Интересно будет рассмотреть восемь примеров бизнес-идей (http://bizoomie.com/biznes-idei-primery/), пришедших к нам из Азии:

1. Воздух на продажу. Китай

Хоть это и звучит неправдоподобно, всё-таки это – правда. Чен Гуангбайо, китайский мультимиллионер, утверждает, что он продал 8 миллионов банок свежего воздуха жителям Пекина всего за 10 дней [2, С. 123].

Китай по праву считается одной из самых развитых наций в мире. С ростом технологий ритм жизни в Китае ускоряется, но одновременно и качество некоторых её элементов ухудшается. Так, Китай, к сожалению, является одной из наиболее загрязнённых стран в мире. И потому продажа свежего воздуха весьма перспективна.

К Чену Гуангбайо пришла идея продавать «консервированный свежий воздух» после того, как он узнал, что пекинцы страдают от удушья из-за высокого содержания углекислого газа в воздухе. В жестяные банки он собирает и консервирует воздух из незагрязнённых регионов Китая. Для пущего эффекта в некоторые банки он добавляет различные ароматизаторы — для большей свежести, наверное.

2. Ресторан-туалет. Тайвань

В Тайване достаточно распространённая картина — сидеть на унитазе и есть мороженое.

Ван Ци-Вей, бывший банковский служащий из Тайваня, является основателем сети ресторанов под названием «Современный туалет». Идея пришла к нему в 2004 году, когда он увидел, каким большим спросом пользуется шоколадное мороженое в контейнере, напоминающем… унитаз.

В этих ресторанах сидения представляют собой унитазы, столы — раковины, напитки подаются в контейнерах в форме писсуаров, а еда — в «ванных».

Неудивительно, что это заведение часто транслируют многие популярные телеканалы [5, С. 154].

3. Копи Лювак. Индонезийские острова Ява и Суматра

Кофе Индонезия Копи Лювак уникален как по своим вкусовым свойствам, так и по весьма необыкновенному процессу создания. Среди самых востребованных сортов сорт кофе Индонезия Копи Лювак заметно выделяется. Этот кофе очень редок, он производиться в небольшом количестве - не более 500 фунтов за год. А редким Индонезия Копи Лювак делает именно уникальный процесс производства. Копи Лювак появился на островах Сулавеси, Ява и Суматра, которые относятся к цепи островов Индонезийского Архипелага. На этих островах проживает сумчатый маленький зверек, который называется мусанг. Индонезийцы относят этого зверька к вредителям, так как он, взобравшись на кофейное дерево, съедает самые спелые кофейные ягоды. Съеденное зверьками переваривается, а затем соответственно выделяется. Местные жители собирают неповрежденные зерна, которые прошли через процесс пищеварения. Ферменты желудка этого животного добавляют в кофе, который приобретает свой неповторимый, неподдельный оттенок вкуса. Каким бы странным ни показался процесс создания сорта Копи Лювак, этот сорт, тем не менее, является самым востребованным элитным кофе.

Копи Лювак, или кофе циветы, — это разновидность кофейных зёрен, прошедших через пищеварительный тракт азиатской пальмовой циветы и собранных из её испражнений; ферментация бобов происходит непосредственно в желудке циветы. Переваренные зёрна слегка обжариваются, и из них варится своеобразный кофе, рыночная стоимость которого гораздо выше натурального зернового кофе.

Копи Лювак родом с Индонезийских островов Ява и Суматра, его производство началось в 80-х годах прошлого века.

Растущий спрос на этот кофе повлиял на его распространение и в других частях света.

На Западе одна чашка Копи Лювак может обойтись в кругленькую сумму — от 20 до 65 долларов [5, С. 160].

4. Квадратные арбузы. Япония

Япония — одна из самых высокотехнологичных стран мира; её инновационные идеи и современные технологии всегда были на шаг впереди. Будь то самый продвинутый робот в мире или любые другие электронные продукты, Япония не уступит первой позиции никому. Японцы достаточно смелы, умны и изобретательны, чтобы принять вызов и достойно на него ответить — это касается проблем любой сложности и характера. Неудивительно, что пока только им удалось вырастить квадратные арбузы — ведь эта задача совсем не из лёгких.

Да, действительно, Япония является первой и пока единственной страной, которая производит квадратные арбузы. Фермеры из Южной части Японии выращивают их уже более 20 лет. Популярность и востребованность арбузов квадратной формы, несомненно, обусловлены

удобством при их транспортировке и хранении в холодильнике, тем более, что на традиционный арбузный вкус необычная форма никак не влияет.

Арбузы квадратной формы не только легко перевозятся, но и эффективно заполняют торговые площади. Это, в свою очередь, ведет к снижению транспортных и иных расходов, что понижает розничную цену арбуза. Впрочем, пока только теоретически. Стоят такие диковинки по-прежнему дорого – около 80 долларов за штуку, а первоначально продавались вообще по 300 долларов за кубик!

Выращивают квадратные арбузы и дыни в Бразилии, Объединенных Арабских Эмиратах, Японии. Овощеводы намерены продолжить свои опыты и сделать перцы, репу и редьку и другие “продолговатые” овощи квадратными, чтобы облегчить процессы их хранения. Одни агрономы – ученые основывают свои опыты на достижениях генетики. Другие просто молодые арбузы и огурцы помещают под квадратный стеклянный колпак или в колбу. В процессе роста в этом «прокрустовом ложе» круглый арбуз деформируется в куб, а огурец приобретает любую запланированную форму.

В Японии фантазии огородников пошли очень далеко. В руках овощеводов арбузы и огурцы могут принимать совершенно фантастические формы. Многие детали технологии запатентованы и засекречены. Но принцип тот же – пластиковый шаблон. На фото вы видите арбузы не только кубической и пирамидальной форм, но и совершенно фантазийные арбузы в виде головы человека!

Кстати, студенты японской сельскохозяйственной школы Atsumi Agricultural High School также изобрели и запатентовали кубические арбузы, которые назвали «Kaku-Melo». Эти ягоды не только декоративны, но на редкость сладки и вкусны! Теперь «Kaku-Melo» – официально зарегистрированная торговая марка. Эти арбузы появились в продаже в Японии в начале июля 2007 года.

Также в Китае вывели арбуз с мякотью золотистого цвета, который стал невероятно популярен, так как золото в этой стране, как и повсюду, символизирует богатство. В Израиле культивируют арбуз без косточек. Выращивается также низкокалорийный арбуз с пониженным содержанием сахарозы и глюкозы и с повышенным содержанием фруктозы [3, С. 140].

5. 9gag.com. Гонконг

Запущенный в 2008 году, этот сайт быстро приобрёл популярность, несмотря на наличие десятка других подобных социальных сетей. В настоящее время 9gag.com считается одним из самых классных порталов для обмена смешными фото и видео.

Четыре друга из Гонконга решили разработать сайт, чтобы делиться забавными картинками и видео, которые могли бы быть адресованы всеми зрителями. Пользователям также разрешено загружать собственные фотографии и видео на этот вебсайт.

6. Карманный счётчик Гейгера. Япония

Карманный счётчик Гейгера, может, и выглядит, как упаковка жвачки, но является одним из важнейших электронных устройств как в Японии, так и во всём мире. Это – первый в своём роде прибор, определяющий уровень радиации.

Японская некоммерческая организация «Радиационный дозор» изобрела это устройство в 2011 году. С тех пор оно привлекло миллионы пользователей айфонов и смартфонов. Этот прибор работает при подключении к айфону или смартфону — обладая цепью в восемь фотодиодов, он может определять и измерять уровень радиации [5, С. 166].

7. Нижнее бельё, поглощающее запах. Япония

Японская текстильная компания “Seiren” запустила первую в Азии коллекцию нижнего белья, поглощающего запахи. Весь ассортимент был разработан австралийским предпринимателем. Вся изюминка в том, что в белье «установлены» ловушки, блокирующие запах и не дающие выйти ему наружу.

После премьерного запуска в Японии, это нижнее бельё стало безумно популярно, и сейчас спрос на него всё время растёт, причём не только среди мужчин, но и среди женщин. Хотя женщины предпочитают покупать такие трусы в подарок своим бойфрендам и мужьям.

8. Прах, превращённый в бусы. Южная Корея

Нет такого человека, который хотел бы навсегда расстаться со своими родными и близкими. Если бы это было возможно, люди всё время откладывали бы смерть, чтобы находиться рядом со своими возлюбленными целую вечность. Однако, к сожалению, смерть неизбежна, и однажды это случится с каждым.

Но, хотя человек никогда не сможет отсрочить окончание жизненного пути, сейчас стало возможным даже после смерти того, кто был вам дорог, оставаться рядом с умершим. Южнокорейская компания “Bonhyang” разработала особую технику, благодаря которой тело мёртвого человека можно обратить в бусинки, похожие на жемчужины, чтобы оно навсегда осталось с его близкими и родными. Такие «драгоценные камни» могут стоить около 900 долларов[1].

Кроме форм организации бизнеса перечисленных выше, можно выделить следующие перспективные направления развития предпринимательства как в Европе, так и в Азии:

- подбор размера одежды онлайн;
- окраска автомобилей жидкой резиной;
- автомобильная стоянка в новом спальном районе (для крупных городов);
- бизнес на 3D печати;
- мобильная баня;
- утепление домов и т.д.

2010-2015-е года были достаточно неудачными для малого и среднего бизнеса и прорваться смогли только обладатели действительно уникальных идей или хорошие профессионалы. Основной бизнес делался в Интернете или с использованием его, так что задумайтесь о вариантах из последнего списка – они, по крайней мере, не очень убыточны в случае провала. Раньше вам могло бы помочь копирование чьей-то уникальной идеи в другой области или стране, однако глобализация и Интернет делают свое дело, так что с этого момента можно полагаться только на свою голову и «успешный бизнесмен» становится синонимом не просто везучего, но и действительно талантливого человека.

Список литературы

1. Авдашева С.Г., Розанова Н.М. Теория организации отраслевых рынков. – М.: Магистр, 2008.-180с.
2. Амблер Т. Практический маркетинг. – Спб.: Питер, 2009.
3. Афанасьев М.П. Маркетинг. Стратегия и практика фирмы. М.: Финстатинформ, 2015.
4. Багиев Г.Л. Маркетинг. Задачи и ситуации. Спб.: Издат. СПбГУЭФ, 2015.

5. Багиев Г.Л., Соловьева Ю.Н. Поиск эффективных технологий маркетинга, предпринимательства и бизнеса. Философия, организация, эффективность. Спб.: Издат. СПбГУЭФ , 2015.
6. Как развивается малый бизнес за рубежом? [Электронный ресурс] // Торгово-промышленная палата Российской Федерации. – Режим доступа: http://www.tpp-inform.ru/news/913.html (дата обращения: 21.01.2016)
7. Митрофанова И. А., Эрентраут А. А. Налогообложение малого предпринимательства в России и за рубежом: реалии и прогнозы // Молодой ученый. — 2012. — №1. Т.1.
8. Митрофанова, И.А. Механизм налогообложения прибыли на макроуровне: особенности, трансформация и перспективы модернизации: монография [Текст] / И.А. Митрофанова. – Saarbrücken: Lambert Academic Publishing, 2011.