

Маркетинг экопоселений: институциональный подход

Автор: Насыров И.И., Насыров И.Н., Насыров Р.И.

Обеспечить высокое качество жизни населения страны для выхода из демографического кризиса можно путем повышения маркетинговой привлекательности как самих муниципальных образований, так и их продукции и услуг через признание и поддержку государством нового института – экопоселения, состоящего из семейных (родовых) усадеб.

Самая острая проблема современной России - демографическая. Для ее преодоления целью демографической и бюджетной политики, приоритетных национальных проектов определено повышение качества жизни.

Известно, что достижение наивысшего качества жизни возможно при проживании в экологически чистых поселениях (экопоселениях). Однако попытки создания устойчивых экопоселений оказались не очень успешными вследствие возникающих при этом финансовых затруднений.

Согласно определению правительства комплекс взаимосвязанных по ресурсам, исполнителям и срокам мероприятий, который направлен на решение наиболее актуальных задач в социальной сфере, в первую очередь задач, связанных с повышением качества жизни населения, представляет собой важнейший инновационный проект государственного значения.

На стадии генерации знаний выполнение научно-исследовательских работ должно завершаться технико-экономической оценкой рыночного потенциала полученных результатов и переходом в стадию опытно-технологических работ для разработки конкурентно-способных технологий с последующей коммерциализацией.

Поэтому целью данной работы является выработка маркетинговых рекомендаций по коммерциализации проектов экопоселений. Для этого необходимо решить следующие задачи:

- 1) выявить маркетинговые преимущества экопоселений для потенциальных потребителей их продукции и услуг, а также для самих жителей;
- 2) разработать порядок перехода населенных пунктов к функционированию в режиме экопоселений;
- 3) проанализировать возникающие при переходе проблемы и выбрать варианты их преодоления;
- 4) разработать метод оценки эффективности инвестиционных проектов применительно к экопоселениям;
- 5) определить критерии оценки эффективности проектов экопоселений;
- 6) сформулировать математическую модель для расчета коммерческой эффективности проектов экопоселений;
- 7) оценить финансовые риски реализации проектов экопоселений;
- 8) предложить способ обеспечения экономической устойчивости экопоселений;
- 9) выработать маркетинговые рекомендации по коммерциализации проектов экопоселений.

Объектом исследования служат экопоселения, имеющие коммерческие интересы в сфере реализации, а также управления продуктами: материальными (земельные участки, дома, изделия из натурального сырья, семена, саженцы, плоды, экологически чистые продукты) и нематериальными (рекреационные услуги, информация, оздоровительные свойства местности).

Предметом исследования являются управленческие отношения, возникающие в процессе коммерциализации деятельности экопоселений.

Новые научные результаты и положения, полученные в работе:

- 1) институциональный подход к коммерциализации проектов экопоселений, заключающийся в выделении государством подобных поселений в отдельный институт со своими нормативными правилами, наличие которых создает для них новые маркетинговые преимущества;
- 2) способ обеспечения положительной обратной связи между чистой территорией и доходами жителей экопоселений за счет оказания рекреационно-оздоровительных услуг, в отличие от существующих деревень и дачных объединений, где эта связь отрицательна, что позволяет устойчиво поддерживать экологическую чистоту местности;
- 3) порядок создания экопоселений, заключающийся в сочетании разработанных проектных решений и потребностей участников проекта, отличающийся естественностью развития, приводящий к возрождению и сохранению духовно-нравственных традиций семейных отношений;
- 4) метод оценки эффективности инвестиционных проектов, разработанный применительно к экопоселениям, где учитывается весь совокупный доход жителей, а не только от проекта, что позволяет им принять обоснованные решения об участии в проекте;
- 5) критерии оценки эффективности проектов экопоселений, основанные на зависимости предпочтений жителей от денежных доходов, а не только на ожиданиях государства, что обеспечивает выбор наиболее правильных путей дальнейшего проектирования;
- 6) математическая модель, разработанная для расчета коммерческой эффективности проектов экопоселений, базирующаяся на реальных процессах и исходных данных, позволяющая отразить главные особенности развития поселений во времени;
- 7) оценка финансовых рисков, выполненная на основе расчетов различных вариантов реализации проектов экопоселений, выявившая дефицит в финансах жителей на протяжении нескольких первых лет проживания;
- 8) способ обеспечения экономической устойчивости экопоселений, заключающийся в соблюдении структуры, особенностью которой является наличие организаторской команды, оказывающей за счет бюджета все требуемые административные, социальные, культурные, образовательные, медицинские и другие услуги жителям;
- 9) маркетинговые рекомендации по коммерциализации проектов экопоселений, состоящие в продвижении государством на рынок подобных поселений как места обеспечения наивысшего качества жизни, а их продукции и услуг как оздоровительных и экологически чистых.

Если заранее не создавать семьям здоровые условия жизни то может образоваться замкнутый круг из все большего количества больных детей, не способных, в свою очередь, в будущем родить здоровое поколение.

Как обеспечить молодым нужный доход? В агропромышленном производстве условия труда тяжелы. Животноводство, кроме того, нарушает экологию, снижая качество жизни. Продукция промышленного растениеводства, даже относительно экологически чистая, пока воспринимается как обычная и в цене существенно не отличается. Да и перспектива в агропроме с точки зрения



демографии заранее известна: всего 2% населения кормят остальные 98%.

В связи с этим государство усиливает поддержку развития несельскохозяйственных видов деятельности типа сельского и экологического туризма, который правительство еще 4 года назад пообещало развивать, 2 года назад приняло модельный закон, а в прошлом году предложило субсидии по кредитам до 95% ставки рефинансирования.

Чем хорош экотуризм? В ныне существующих деревнях и дачных объединениях связь между доходами жителей и экологической чистотой местности отрицательная за счет экономии на расходах по уборке мусора. В экопоселении, наоборот, она положительная – чем чище территория, тем больше доходы от туризма. Это позволяет без особого административного принуждения поддерживать чистоту, обеспечивая тем самым наи-высшие стандарты качества жизни для жителей по этому показателю.

Недостаток заключается в том, что, как и в любом бизнесе, не все жители становятся желанными, а только участвующие в деле: организатор, члены его команды, их родители, туристы.

Опрос, проведенный осенью 2007 г. среди студентов 1-3 курсов Камской государственной инженерно-экономической академии, показывает, что роль организаторов в наи-большей степени соответствует активной жизненной позиции молодежи (рис. 1), именно поэтому они и должны быть членами управленческой команды, это их рабочее место.

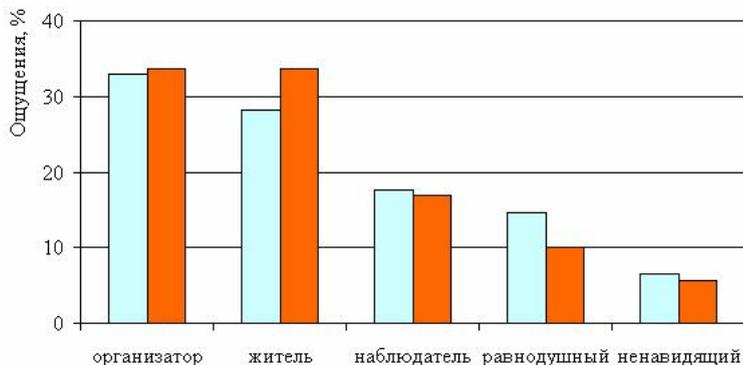


Рис. 1. Ролевые ощущения молодежи: усредненное (слева) и большинства (справа)

На базе какого населенного пункта желательно организовать экопоселение? Наи-более предпочтительно - на базе процветающей деревни (рис. 2), для чего ее жители должны поддержать эту идею. Правда у старших приоритет - за новым местом.

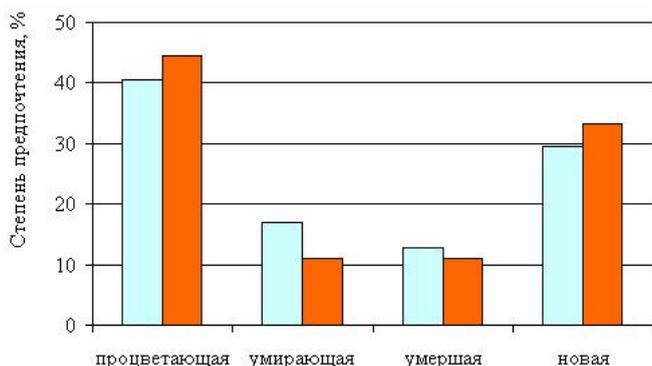


Рис. 2. Степень предпочтения типа деревни в качестве базы для создания экопоселения: усредненное (слева) и большинства (справа)

Моделирование при условии получения дохода только за счет личного подсобного хозяйства показывает, что имеется длительный период в несколько лет, когда доход не покрывает текущих затрат на проживание, даже при поддержке государством молодых семей в виде субсидий на жилье.

Использовались следующие исходные данные:

доходы – субсидия от государства на приобретение жилья в сельской местности молодой семье из 3-х и более человек в размере 70% от расчетной стоимости 18 кв. м на каждого по 20850 руб. за кв. м, выручка от продажи продукции с нарастанием в течение 10 лет начиная со второго года и последующей стабилизацией, выручка от продажи услуг сельского туризма с нарастанием в течение 10 лет начиная с третьего года и последующей стабилизацией;

расходы – инвестиции в дом с участком в размере полученной субсидии 262710 руб. на каждого, налог на землю по ставке 0,3% от кадастровой стоимости 400000 руб. участка в 1 га (на каждого члена семьи из 3-х человек 400 руб.), налог на имущество по ставке 0,1% от стоимости дома (263 руб. на каждого), ежегодные затраты на текущий ре-монт в размере 1% от стоимости дома (2627 руб.) и 10% на капитальный ремонт каждые 15 лет (26271 руб.), на хозяйинвентарь, услуги и другие нужды 10000 руб. в год, на туристов 50% суммы выручки от них;

экономия затрат на питание – 20000 руб. в год на человека;

норма дисконта 10%;

рост числа жителей экопоселения – на 1 семью ежегодно.

Математическая модель включает денежные потоки участников проекта: организатора, жителей, муниципального бюджета, региона и др.:

$$\left\{ \begin{array}{l} \Phi_{жит} = \Phi_{жит}^{пенс} + \Phi_{жит}^{экон} + \Phi_{жит}^{прод} + \Phi_{жит}^{тур} - H^{звм} - H^{шмуц} - P^{рвм} - P^{хоз} - P^{шт} \\ \Phi_{орз} = \Phi_{жит} - \Phi_{жит}^{пенс} + 10\% \cdot \sum_{i=2}^n (\Phi_{жит}^{прод} + \Phi_{жит}^{тур}) \\ \Phi_{бюд} = \sum_{i=1}^n (H^{звм} + H^{шмуц}) \\ \Phi_{рез} = \Phi_{бюд} + 10\% \cdot \sum_{i=2}^n (\Phi_{жит}^{прод} + \Phi_{жит}^{тур}) + \sum_{i=1}^n (\Phi_{жит}^{экон} + \Phi_{жит}^{прод} + \Phi_{жит}^{тур}) \end{array} \right.$$

<< Первая < Предыдущая 1 2 3 Следующая > Последняя >>

(Страница 1 из 3)

Поддержка



г. Набережные Челны
тел.: +7 (8552) 393278
email: info@nauctat.ru

Последние новости

- Новогодний выпуск журнала
- С новым годом!!!
- Новый журнал №27
- Журнал №25
- Журнал 24

Здесь может быть ваша реклама



Маркетинг экопоселений: институциональный подход - Страница 2

Автор: Насыров И.И., Насыров И.Н., Насыров Р.И.

Для организатора экопоселения, получающего кроме дохода с участка еще и посреднические проценты (10%), этот период также существует, хоть и менее длительный.

Если же имеется стабильный независимый денежный доход в виде зарплаты или пенсии, то, начиная с 2000 руб. в месяц, период финансового дефицита у населения отсутствует.

Следовательно, если государство хочет привлечь молодежь в экопоселения для рождения и воспитания здорового поколения, то оно должно обеспечить им достаточный доход, например, в виде зарплаты за работу в социальной сфере. И только в перспективе, при отработке технологии выращивания экологически чистых продуктов питания, становится возможной продажа их излишков, а также организация приема гостей и развитие сельского туризма, что должно обеспечить дополнительными доходами жителей экопоселения.

Для этого требуется разработать правила проживания, хозяйственной деятельности, механизма их соблюдения и зафиксировать их в уставе территориального общественного самоуправления. Однако какие-либо самоограничения, например, на размер и количество домашних животных, с точки зрения молодежи являются нежелательными (рис. 3).

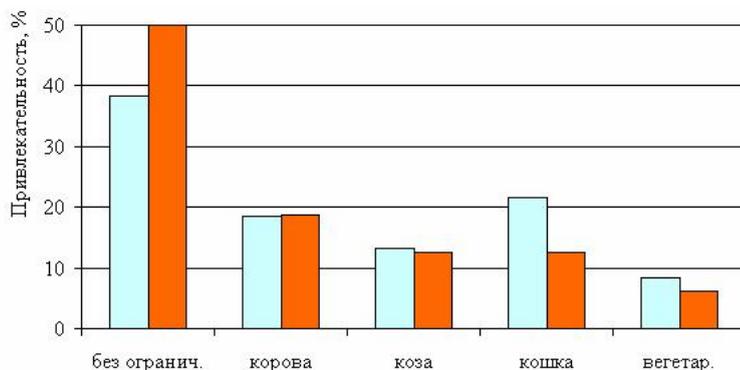


Рис. 3. Привлекательность экопоселения в зависимости от установленных ограничений: усредненное (слева) и мнение большинства (справа)

Действительно, опрос выявил следующий факт: даже при финансовой поддержке государства в виде субсидий молодые люди жить в селе все равно пока не намерены (рис. 4). Были рассмотрены 4 варианта: 1) сначала в построенном за счет указанных субсидий доме живут родители – пенсионеры, а молодежь приезжает в основном на выходные, каникулы, отпуск, и только после своего собственного выхода на пенсию переезжает туда; 2) сначала в доме обустраивается молодежь, потом с течением времени забирает к себе родителей – пенсионеров; 3) все одновременно переезжают в свой дом; 4) никто не переезжает, от субсидии отказываются.

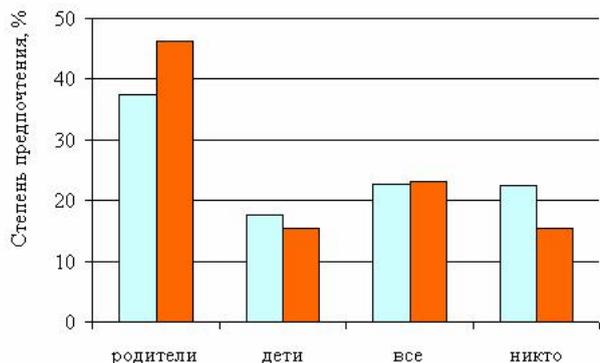


Рис. 4. Степень предпочтительности очередности переезда на постоянное проживание в сельский дом для молодежи: слева – усредненное значение, справа – мнение большинства опрошенных

Таким образом, в начальный период перехода сельских муниципальных образований к функционированию в режиме экопоселений только модель с жителями, имеющими независимый доход в виде пенсии или иных источников, и обслуживающей их молодежной командой, получающей государственную зарплату, является экономически устойчивой.

Какова же роль доходов от продажи продуктов питания и услуг экотуризма? Маркетинговая привлекательность экопоселений как объектов туризма обеспечивается, в первую очередь, за счет хорошего отдыха, здоровой экологии и натуральных продуктов питания.

Если учесть, что ожидаемый молодежью доход от экотуризма предполагается в 20 тыс. руб. в месяц на человека, а для каждого родителя - 10 тыс. руб. (рис. 5), то при цене тура 500 руб. с человека в день необходимо принимать в среднем в течение года до 40 человек в месяц, а это весьма утомительно. При этом сами молодые мечтают иметь доход от туризма в 2 раза больше, а платить как гости за тур в 2 раза меньше, только 200 руб. в день. Поэтому в первые 10 лет подобные доходы будут носить вспомогательный, дополнительный характер.

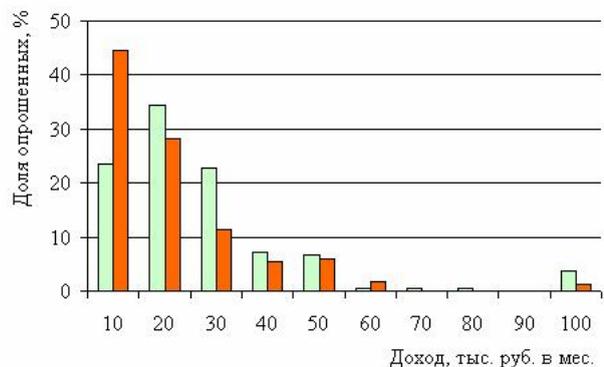


Рис. 5. Ожидаемый молодежью для себя (слева) и для родителей (справа) доход от туризма при проживании в экопоселении

Отсюда, ввиду длительности инвестиционного цикла требуется, чтобы государство, признав экопоселения отдельным институтом, обеспечило бы их своей правовой и финансовой поддержкой. Например, одним из выходов из этой ситуации могла бы стать установленная правительством нижняя граница цен на продукцию и услуги экопоселений, участвующих в государственном проекте.

А что же оно, кроме здоровых детей, получит взамен? Оказывается, наибольшая выгода для государства образуется за счет экономии денежных средств населения вследствие импортозамещения продуктов питания (рис. 6). В перспективе, по мере развития экотуризма, - денежный доход за счет визового сбора от притока въезжающих туристов, составляющего в настоящий момент около 1 тыс. руб. с человека.

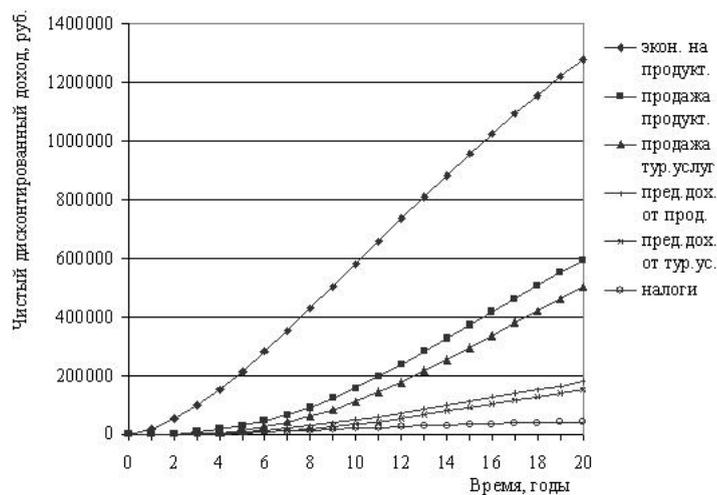


Рис. 6. Суммарный накопленный чистый дисконтированный доход государства (региона) от всех жителей экопоселения по различным видам деятельности

Для оценки рыночного потенциала экопоселений как привлекательного места проживания с высоким качеством жизни было проведено маркетинговое исследование среди взрослых жителей г. Набережные Челны. Был задан следующий вопрос: если ваши дети как молодые семьи получили бы субсидии на жилье (70% на селе и 40% в городе), где бы вы им посоветовали его построить или приобрести при условии вашего там первоначального проживания после выхода на пенсию? Предлагалось выбрать один из трех вариантов: в экопоселении с экотуризмом, в деревне с агрофермой, в городе. В опросе приняло участие 305 человек, из них мужчин - 138, женщин - 167, пенсионеров - 46, из них мужчин - 15, женщин - 31. Мнения распределились следующим образом: в экопоселении желают жить постоянно - 24%, в деревне - 27%, в городе - 49% (рис. 7).

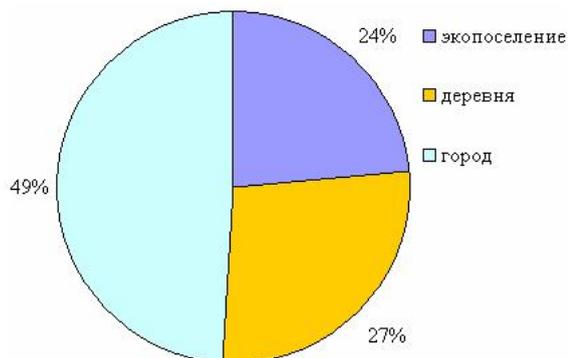


Рис. 7. Доля желающих после выхода на пенсию жить постоянно (справа сверху по часовой стрелке): в экопоселении, в деревне, в городе

Если интерес мужчин до выхода на пенсию к экопоселению еще как-то проявляется в сравнении с городом, то у женщин однозначно город на первом месте (рис. 8).

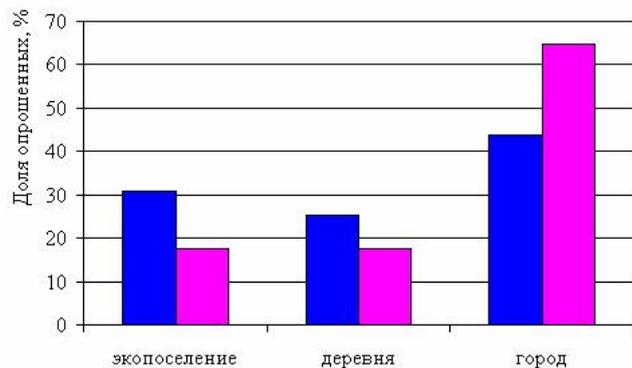


Рис. 8. Доля мужчин (слева) и женщин (справа) допенсионного возраста, желающих после выхода на пенсию жить постоянно в указанном типе населенного пункта

Поддержка



г. Набережные Челны
тел.: +7 (8552) 393278
email: info@naucstat.ru

Последние новости

- Новогодний выпуск журнала
- С новым годом!!!
- Новый журнал №27
- Журнал №25
- Журнал 24

Здесь может быть ваша реклама



Маркетинг экопоселений: институциональный подход - Страница 3

Автор: Насыров И.И., Насыров И.Н., Насыров Р.И.

Разительные перемены происходят с людьми после выхода на пенсию: город вдруг почти полностью теряет привлекательность и народ хочет в деревню (рис. 9).

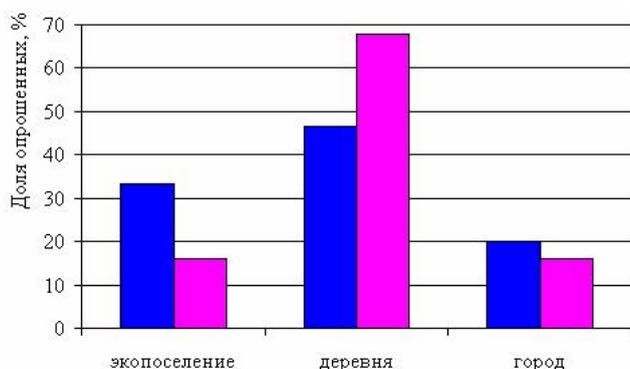


Рис. 9. Доля мужчин (слева) и женщин (справа) пенсионного возраста, желающих после выхода на пенсию жить постоянно в указанном типе населенного пункта

Но ведь и для молодежи и для их родителей допенсионного возраста экопоселение является более привлекательным по сравнению с деревней. Логично было ожидать, что отказавшиеся от города пенсионеры распределили свои предпочтения хотя бы в имеющейся пропорции. Однако приоритет экопоселения во всех случаях и среди всех рассмотренных групп остается примерно одинаковым: среди мужчин 31-33%, среди женщин 16-18%, в среднем 21-24%. Поэтому, хотя доля людей пенсионного возраста составляет 20,4% всего населения и продолжает увеличиваться, маркетинг экопоселений среди пенсионеров может оказаться бесполезным и даже вредным. Только указанная выше часть населения и составляет естественный рыночный потенциал.

Главная составляющая маркетинговой привлекательности экопоселений - это здоровье. Лечение и профилактика телесного здоровья осуществляется через лекарственные и употребляемые в пищу растения, а душевного - чувством любви в семье, материализуемым в пространстве своей усадьбы или родового поместья, по терминологии Д.А. Медведева. Посредством создания агробиоценоза, устойчивого и самодостаточного на участках размером 1 и более гектара, решается и проблема передачи семейных духовно-нравственных традиций, восстановления и поддержания связи поколений.

Аналогично и коммерциализация экопоселений, т.е. процесс увеличения дополнительных доходов жителей за счет продажи продукции и услуг, является весьма длительным и его результатами в полной мере можно воспользоваться только спустя годы. Поэтому вначале маркетинг товаров нужно осуществлять как эксклюзивных с большой долей нематериальной (невидимой), но очень эффективной части в цене. Особых усилий по расширению рынка прилагать не следует, т.к. уже сейчас спрос опережает предложение. Поэтому пусть он растет в естественном темпе.

Таким образом, на основании выполненных исследований решена крупная научная проблема обеспечения высокого качества жизни населения страны, имеющая важное социальное значение для преодоления демографического кризиса, путем повышения маркетинговой привлекательности как самих сельских муниципальных образований, так и их продукции и услуг через признание и поддержку государством нового института - экопоселения, состоящего из семейных (родовых) усадеб.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Искандар Наилович Насыров
к.ф.-м.н., доцент кафедры финансов и бухгалтерского учета
Камской государственной инженерно-экономической академии

Ильдар Искандарович Насыров
студент лесоинженерного факультета
Санкт-Петербургской государственной лесотехнической академии

Рустам Искандарович Насыров
студент факультета автоматизации и прогрессивных технологий

Поддержка



г. Набережные Челны
тел.: +7 (8552) 393278
email: info@nauctat.ru

Последние новости

- Новогодний выпуск журнала
- С новым годом!!!
- Новый журнал №27
- Журнал №25
- Журнал 24

Здесь может быть ваша реклама

