

Исследование возможности ведения предпринимательской деятельности на рынках

Землянский Олег Александрович

Канд. экон. наук, доц. каф. банковского дела и предпринимательства
ORCID: 0000-0003-3522-0073, e-mail: ozml@mail.ru

Государственный университет управления, г. Москва, Россия

Аннотация

Компании всех видов организации и форм собственности используют различные способы ведения бизнеса, имеют разные возможности и условия ведения предпринимательской деятельности. Однако для достижения эффективности такой деятельности, сравнения возможностей компаний на различных рынках можно сформировать систему действий, общую и оптимальную для всех видов и форм предпринимательской деятельности. Эти действия связаны между собой и включают постановку целей, определение сущности и направленности предпринимательской деятельности на рынках и формирование структуры ведения и анализа предпринимательской деятельности, позволяющей достичь поставленные цели. В статье предложена обобщенная для любых видов бизнеса структура ведения и анализа эффективности бизнеса компании, включающая анализ внешних условий, его влияние на реализацию собственных, внутренних возможностей ведения бизнеса на рынке и достижение целей компании в текущих и прогнозных рыночных условиях. Структура позволит исследовать и сравнить возможность эффективного ведения предпринимательской деятельности компаний любых форм собственности и видов деятельности на различных рынках.

Ключевые слова

Предпринимательская деятельность, последовательность взаимосвязанных действий на рынке, условия ведения бизнеса, анализ состояния рынков, анализ эффективности бизнеса, структура анализа предпринимательской деятельности, структура ведения предпринимательской деятельности

Для цитирования: Землянский О.А. Исследование возможности ведения предпринимательской деятельности на рынках // Вестник университета. 2022. № 8. С. 111–119.



Research on the possibility of doing business activities in the markets

Oleg A. Zemlyanskiy

Cand. Sci. (Econ.), Assoc. at the Banking and Entrepreneurship Department

ORCID: 0000-0003-3522-0073, e-mail: ozml@mail.ru

State University of Management, Moscow, Russia

Abstract

Companies of all types of organization and forms of ownership use different ways of doing business, have different opportunities and conditions for doing business. However, in order to achieve the effectiveness of such activities, to compare the capabilities of companies in different markets, it is possible to form a system of actions that is common and optimal for all types and forms of entrepreneurial activity. These activities are interconnected and include setting goals, determining the nature and direction of entrepreneurial activity in the markets and the formation of a structure for conducting and analyzing entrepreneurial activity, which allows achieving the set goals. The article proposes a generalized structure for conducting and analyzing the effectiveness of a company's business for any type of business, including an analysis of external conditions, its impact on the implementation of its own, internal business opportunities in the market and the achievement of company goals in current and forecast market conditions. The structure will allow to explore and compare the possibility of effective business activities of companies of any form of ownership and types of activities in various markets.

Keywords

Entrepreneurial activity, sequence of interrelated actions in the market, business conditions, market analysis, business performance analysis, structure of analysis, structure of business activities

For citation: Zemlyanskiy O.A. (2022) Research on the possibility of doing business activities in the markets. *Vestnik universiteta*, no. 8, pp. 111–119.

ВВЕДЕНИЕ

Понятие предпринимательской деятельности на различных рынках представлено в литературе, законодательстве Российской Федерации и практической деятельности широко и разнообразно [1]. Формулировки предпринимательской деятельности в целом схожи между собой и отражают ее различные грани, сферы. В широком значении предпринимательская деятельность на любом рынке включает:

- участие компаний в какой-то степени и качестве в создании и коммерциализации объектов, обращающихся на каком-либо рынке;
- получение прибыли, повышение стоимости компаний, достижение других экономических преимуществ для владельцев и/или участников рыночного оборота объектов.

Все действия компании, от создания какой-либо продукции до получения прибыли от реализации товаров, определяются внешними и внутренними условиями, которые формируют собственные возможности ведения бизнеса, с учетом целей, предмета, сущности и структуры ведения предпринимательской деятельности на каком-либо сегменте рынка.

© Zemlyanskiy O.A., 2022.

This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



Тогда для определения возможности ведения предпринимательской деятельности необходимо:

- сформулировать цель, предмет, сущность и направленность предпринимательской деятельности на рынках и учитывать их при ведении бизнеса компанией;
- сформировать систему ведения предпринимательской деятельности, ее элементы и структуру, включающую анализ и учет внешних и внутренних возможностей, условий и способов ведения бизнеса, для реализации последовательности и направлений [4] ведения предпринимательской деятельности.

ЦЕЛЬ, ПРЕДМЕТ, СУЩНОСТЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Цель и предмет предпринимательской деятельности отражены в российском законодательстве [1] и различных научных источниках [5; 6].

Исходя из них, цель предпринимательской деятельности – получение прибыли, повышение стоимости компаний, достижение других экономических преимуществ в процессе создания и коммерческого использования различных объектов, товаров и имущества (активов), обращающихся на рынке, в условиях конкуренции, риска, особенностей разных видов предпринимательской деятельности.

Формулировку цели предпринимательской деятельности, обобщенную из различных источников, можно разделить на две составляющие – постановку целей и способы их достижения:

- экономический результат и его анализ: прибыль, повышение стоимости компаний, достижение других экономических преимуществ;
- способы и условия достижения этого результата: создание и коммерческий оборот различных объектов в условиях конкуренции, риска и т.д.

Обе составляющие цели предпринимательской деятельности определяют предмет предпринимательской деятельности на рынке как совокупность и эффективность прав на объекты, обращающиеся на рынке в процессе отношений и взаимодействия его субъектов [7].

Цель, ее составляющие, их реализация и предмет формируют сущность и направленность предпринимательской деятельности на рынках – действия человека или группы людей, организованных и оформленных в какую-либо структуру, которые:

- совершаются с учетом нормативно-правовых актов, экономических условий, рисков, конкуренции, внешних и собственных возможностей бизнеса и под свою ответственность;
- направлены на создание и реализацию известных товаров, продуктов или процессов как объектов рынка, их модернизацию и/или создание новых товаров, вовлечение их в коммерческий оборот на основе привлечения и использования необходимых видов ресурсов на открытом рынке;
- позволяют расширить виды и способы экономической деятельности, увеличить доли сегментов рынка, в которых компания присутствует, освоить новые рынки аналогичных или сопутствующих товаров, сформировать или освоить сегменты рынка новых товаров;
- приводят к созданию, приобретению и коммерческому обороту активов, получению дохода и других экономических преимуществ, повышению стоимости активов и бизнеса.

Реализация предпринимательской деятельности на рынках, с учетом ее целей, предмета, сущности и направленности, требует создания структуры эффективного ведения бизнеса в текущих и прогнозных экономических условиях на рынке в целом и его сегментах.

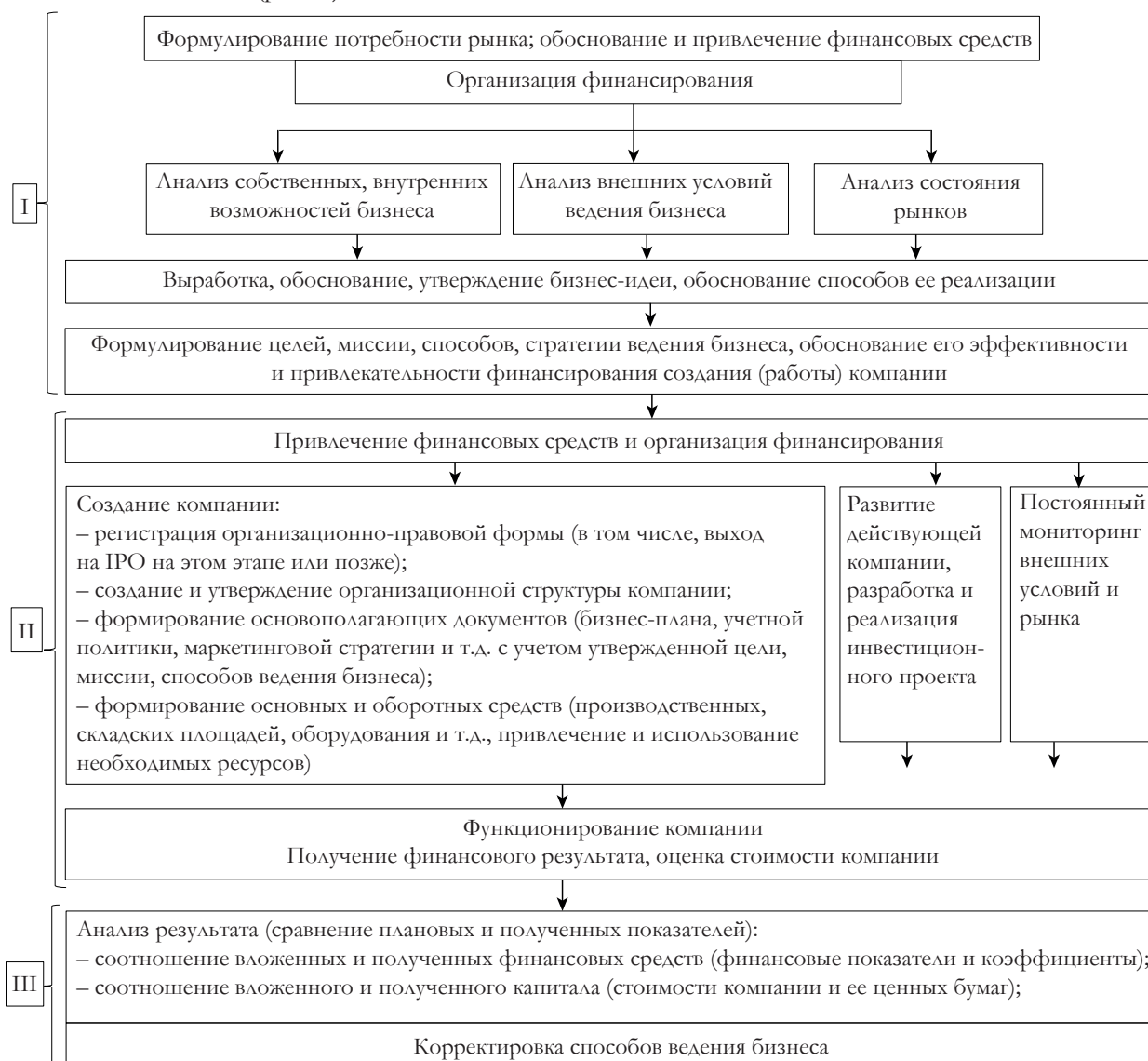
СТРУКТУРА ВЕДЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И БИЗНЕСА

Предпринимательская деятельность на любом рынке, в соответствии с ее сущностью и направленностью, имеет достаточно разнообразные взаимосвязи и организационные структуры, оформленные как юридические лица, компании, являющиеся объектом прав и имущественным комплексом [1], имеющие различные формы собственности и виды деятельности. Но все организационные структуры имеют некоторые одинаковые для всех компаний последовательность и способы ведения предпринимательской деятельности, единую систему ведения бизнеса, состоящую из определенных действий, как элементов системы, их расположения, структуры этой системы, структуры ведения предпринимательской деятельности.

В экономической литературе существует большое количество работ по описанию, анализу и составлению различных способов ведения и развития предпринимательской деятельности [8]. Упрощенную

структуру ведения предпринимательской деятельности на рынке иногда представляют как «цель – анализ и реализация возможностей бизнеса – результат – цель».

Обобщая анализ различных теоретических работ, опыта практической деятельности компаний и публикаций о способах ведения бизнеса [5; 6] можно составить структуру ведения и анализа эффективности бизнеса компании (рис. 1).



Составлено автором по материалам исследования

Рис. 1. Структура ведения и анализа эффективности бизнеса компании

Структура ведения предпринимательской деятельности на рынке и анализ эффективности бизнеса компании включает три части единой системы ведения бизнеса, которое можно представить как три этапа.

I ЭТАП - ПРЕДВАРИТЕЛЬНЫЙ

На предварительном этапе формирования бизнеса существует несколько направлений деятельности.

Выявление какой-либо потребности на рынке в целом, его конкретных сегментах и группах потребителей, определение способов ее удовлетворения (маркетинговый анализ [9]).

Потребность может быть очевидной, требующей увеличения количества существующих товаров, повышения качества и постепенного расширения их функциональных свойств, или создания новых товаров, в большей мере удовлетворяющих данные потребности.

Для удовлетворения таких потребностей инвестиционные проекты могут быть:

1) организационно-техническими, оптимизирующими или развивающими существующую производственно-технологическую базу:

- создание или расширение сетей реализации товаров на различных рынках, товарных, территориальных, отраслевых и т.д.;
- расширение или модернизация производственных мощностей;
- увеличение объемов выпуска продукции с ее постоянным совершенствованием и т.д.;
- замещение товаров какого-либо производителя аналогичными товарами своей компании;
- другие организационно-технические мероприятия, позволяющие выйти на рынок или расширить присутствие на нем;

2) создающими новую производственно-технологическую базу:

- инвестиционные, организационно-технические мероприятия, позволяющие создать новые товары, расширить присутствие на рынке или выйти на новые.

Анализируются и рассчитываются существующие и прогнозные объемы продаж и цены товаров, прогнозируются величины инвестиционных и других затрат, вложений, способы и графики их финансирования, ожидаемый экономический и другой эффект.

Способами прогнозирования и удовлетворения таких потребностей могут быть научно-производственные разработки, совершенствование конструкторско-технологической базы для создания и коммерциализации принципиально новых товаров, формирующих и удовлетворяющих различные потребности на новом, более высоком уровне или качественно новые потребности, видоизменяющие или создающие новые рынки.

Определение и анализ внешних и внутренних условий ведения предпринимательской деятельности на рынке.

Условия ведения бизнеса могут исследоваться для двух вариантов:

- бизнес создается;
- бизнес уже существует.

Анализ условий ведения предпринимательской деятельности на рынке включает исследование совокупности требований, прав, возможности и эффективности ведения бизнеса на различных рынках и в общем виде состоит из:

- анализа собственных, внутренних возможностей бизнеса;
- анализа внешних условий.

Анализ собственных возможностей и условий ведения бизнеса производится в соответствии с его целями, миссией, историей, расположением, способами функционирования, другими характеристиками, то есть определяются и принимаются:

1) критерии и показатели эффективности ведения бизнеса:

- экономические, финансовые, рыночные, стоимостные;
- производственные (программа выпуска, производственные площади, мощности, состав и структура персонала, условия сроки и объемы поставок ресурсов, способы доставки товаров потребителям и т.д.);

2) виды объектов рынка, работа с которыми может быть наиболее эффективна в течение прогнозируемого периода времени;

3) место компании в структуре субъектов рынка при работе с выбранными объектами рынка: товарами, активами и т.д., – любыми объектами рынка, вовлеченными в коммерческий оборот.

Структуру анализа собственных возможностей и условий ведения бизнеса можно представить в виде схемы (рис. 2).

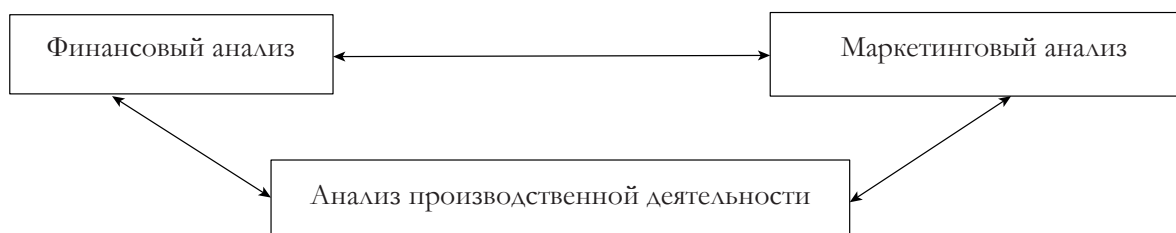
Собственные возможности и условия ведения бизнеса на любом рынке определяются на основе анализа ретроспективных показателей, их текущего состояния и прогноза динамики на глубину горизонта планирования.

Финансовый анализ включает определение и анализ:

- достигнутых результатов;
- соответствия планируемых и достигнутых результатов;
- вероятности достижения прогнозных показателей.

Финансовый анализ позволяет:

- определить текущие итоговые значения показателей и коэффициентов финансовой деятельности, стоимость бизнеса, степень соответствия плановых и достигнутых результатов;
- прогнозировать значения показателей и коэффициентов будущего периода и вероятность их достижения на основе анализа ретроспективных и текущих значений итоговых показателей, финансовое состояние и стоимость компании.



Составлено автором по материалам исследования

Рис. 2. Структура анализа собственных возможностей и условий ведения бизнеса

Маркетинговый анализ включает проведение комплекса маркетинговых мероприятий по прогнозу цен, емкости рынка и определение возможностей компании по привлечению необходимых ресурсов и продвижению своих товаров.

Маркетинговый анализ позволяет компании определить возможность, способы привлечения ресурсов и продвижения своих товаров при сложившихся на рынках объемах платежеспособного спроса и востребованного предложения, ценах товаров, объемах их реализации в натуральном и денежном выражении и прогнозной динамике рынка.

Анализ производственной деятельности показывает возможности бизнеса создавать и поставлять востребованное рынком количество товаров, активов и т.д. и включает:

- анализ производственно-технологических возможностей компании (определение и сопоставление существующей и требуемой производственно-технической базы);
- анализ организационной структуры компании.

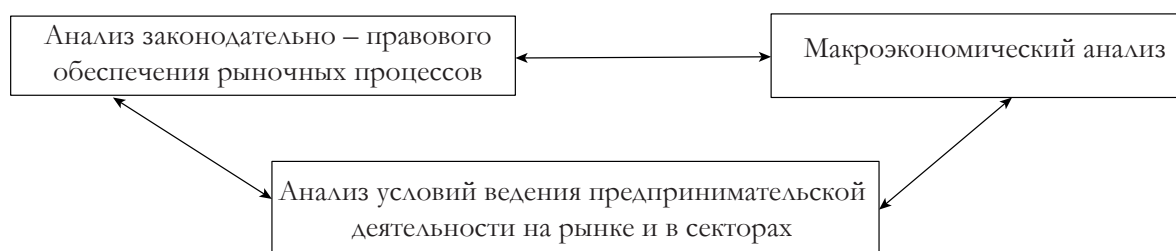
Все виды деятельности (финансовая, производственная, маркетинговая) и, соответственно, все виды ее анализа тесно связаны между собой, влияют друг на друга, проводятся совместно и составляют единство определения собственных возможностей и условий ведения бизнеса.

Анализ собственных возможностей и условий ведения бизнеса проводится для любого вида бизнеса на любом рынке. Собственные внутренние возможности бизнеса тесно связаны и во многом определяются внешними условиями ведения бизнеса.

Анализ внешних условий ведения бизнеса включает:

- анализ и учет законодательно-правового обеспечения рыночных процессов и определение возможности ведения бизнеса компании в этих условиях;
- определение макроэкономических условий и прогноз их динамики;
- определение условий ведения предпринимательской деятельности на рынке в целом и выбор сегментов рынка.

Структуру анализа внешних условий ведения бизнеса можно представить в виде схемы (рис. 3).



Составлено автором по материалам исследования

Рис. 3. Структура анализа внешних условий ведения бизнеса

Внешние условия ведения бизнеса взаимосвязаны и существенно влияют друг на друга.

Анализ и учет законодательно-правового обеспечения рыночных процессов, определяющих возможности и способы ведения бизнеса, включает:

- определение всей нормативно-правовой базы и составление списка законодательных и нормативно-правовых актов и документов, определяющих исследуемый вид предпринимательской деятельности;

- определение организаций и их структуру, осуществляющих правоприменительную практику: регистрацию, регулирование, разрешение споров между субъектами права, введение штрафных санкций и т.д.;
- способы и возможности ведения предпринимательской деятельности при данном законодательно-правовом обеспечении.

Для определения макроэкономических условий проводится сбор, анализ и прогноз динамики (тренды) макроэкономических показателей страны, региона, отрасли.

Определение и анализ условий ведения предпринимательской деятельности на рынке включает:

- выбор объектов, сегментов рынка и направлений эффективного ведения бизнеса;
- определение текущего и возможного положения компании в выбранном сегменте рынка;
- анализ и выводы.

Ведение предпринимательской деятельности на рынке: выбор сегментов, определение и анализ внешних условий ведения бизнеса проводится на основе анализа состояния рынков.

Анализ состояния рынков показывает условия, возможность и направления ведения предпринимательской деятельности на нем [4] на основе факторов анализа рынков и расчета показателей рынка [7], то есть определяются виды объектов и их функциональное сегментирование, принимаются и рассчитываются критерии эффективности ведения бизнеса на рынке, по которым:

- 1) сравнивается состояние рынков, их сегментов в товарных, территориальных, экономических, социальных и других границах возникновения, функционирования и распределения объектов, присутствующих на рынках;
- 2) определяются и анализируются:
 - способы привлечения ресурсов и продвижения товаров;
 - эффективность работы с данными объектами рынка;
 - субъекты рынка, их структура и взаимодействие в отношении объектов рынка в различных его сегментах;
 - условия и перспективы присутствия на рынках, их сегментах и видах объектов, работа с которыми может быть наиболее эффективна в течение прогнозируемого периода времени.

Анализ состояния рынков позволяет выявить виды объектов рынка, выпуск и реализация которых позволит получить наилучшие финансовые, рыночные, стоимостные и другие показатели компании, улучшить ее положение в структуре субъектов рынка, повысить эффективность взаимодействия с ними при работе с выбранными объектами.

Результатом анализа совокупности требований и прав предпринимательской деятельности, внутренних и внешних рыночных условий ведения бизнеса является определение возможности и условий привлечения и использования необходимых видов ресурсов, создания продукции, эффективности реализации товаров, с учетом их стоимости и востребованности, принятие решения о вхождении и ведении бизнеса в конкретном сегменте рынка или отказ от него.

Все виды анализа при исследовании возможности и эффективности ведения предпринимательской деятельности на рынке взаимосвязаны и проводятся совместно, все исследуемые характеристики и показатели влияют друг на друга, складываются в определенную систему и формируют структуру ведения предпринимательской деятельности.

Анализ условий ведения предпринимательской деятельности, состояния и динамики рынка проводится постоянно.

На основе потребностей рынка и текущей или потенциальной возможности бизнеса:

- проводится выработка, обоснование, утверждение бизнес-идеи, обоснование направлений и способов ее реализации;
- формулируются цели, миссия, разрабатываются способы, стратегии ведения бизнеса, обосновываются его эффективность и привлекательность для потенциальных инвесторов и кредиторов.

Финансирование проведения предварительного I этапа.

Возможность привлечения необходимого объема финансовых средств, их распределение позволяет обеспечить достаточную глубину и достоверность исследования потребностей и состояния рынка, внешних условий и внутренних возможностей бизнеса, формирование бизнес-идеи и ее реализацию, привлечение кадров, способных выполнить эти работы.

Финансирование проведения предварительного этапа не может быть компенсировано результатом его выполнения, так как на предварительном этапе определяется возможность реализации проекта по созданию или развитию бизнеса.

Финансирование предварительного этапа является высокорискованным, так как исследование потребностей и состояния рынка, внешних и внутренних условий ведения бизнеса может дать отрицательный результат или дальнейшая реализация проекта может не дать ожидаемый результат, а возврат финансирования будет произведен через какой-то период после реализации всего проекта (II этапа), получения положительных денежных потоков проекта.

Финансирование может проводиться через кредитование под залог каких-либо активов или имущества, гарантии третьих лиц или самого проекта, выпуск ценных бумаг действующей компании, субсидии, субвенции, венчурное финансирование и т.д.

Последовательность реализации направлений деятельности может быть любой. В практической деятельности порядок работ часто происходит в следующей последовательности:

- 1) проводится некоторый анализ состояния рынка, внешних условий;
- 2) выявляется какая-либо потребность на рынке и его конкретных сегментах;
- 3) формулируются бизнес-идея, как способ удовлетворения каких-либо потребностей;
- 4) предлагаются способы финансирования и ведения предпринимательской деятельности.

Эти работы проводятся в объеме, достаточном для обоснования возможной эффективности работ, привлечения инвесторов, внешнего финансирования. Затем на основе полученного финансирования проводится более полное исследование рынка, внешних условий и разрабатывается инвестиционный проект создания или развития бизнеса.

II ЭТАП - РЕАЛИЗАЦИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Реализация предпринимательской деятельности начинается с внешнего финансирования, если бизнес только создается; внутреннего и внешнего – при функционирующем бизнесе. В целом финансирование I и II этапов – это единое финансирование, которое выполняется в виде проектного финансирования, различных видов кредитования и т.д. и включает финансирование прединвестиционных исследований (предварительный этап), разработку и реализацию инвестиционного проекта по созданию или развитию бизнеса. Разделение на I и II этап показывает только детализацию, некоторую последовательность работ.

На каждом этапе реализации предпринимательской деятельности проводится и постоянный мониторинг рынка, включающий анализ состояния рынков, внутренних и внешних условий ведения бизнеса, эффективности реализации инвестиционного проекта и ведения бизнеса в целом.

III ЭТАП - АНАЛИЗ РЕЗУЛЬТАТА И КОРРЕКТИРОВКА СПОСОБОВ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА

Полученный результат ведения предпринимательской деятельности позволяет проанализировать эффективность ведения бизнеса компании на рынке в целом и его отдельных сегментах [6]. Анализ результата включает:

- 1) чтение и проверку отчетности, соответствия ее показателей во всех формах отчетности;
- 2) расчет и анализ финансовых коэффициентов и показателей;
- 3) подготовку документации для целей оценки, расчет стоимости бизнеса и анализ стоимости ценных бумаг компании;
- 4) сравнение плановых и полученных показателей:
 - соотношение вложенных и полученных финансовых средств (производственные, рыночные, финансовые показатели и коэффициенты);
 - соотношение вложенного и полученного капитала (стоимости компании и ее ценных бумаг);
 - соответствие полученного результата целям, миссии, возможностям компании.

Анализ результата ведения бизнеса позволяет выявить степень соответствия полученных и плановых показателей, его сильные и слабые стороны, ввести требуемые корректировки для соответствия целям и возможностям компании, выявить направления повышения эффективности ведения бизнеса.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Компании различных форм собственности имеют разнообразные организационные структуры и виды деятельности, но все они имеют общие составляющие анализа, определения возможности и способов ведения бизнеса. Для исследования способов эффективного ведения предпринимательской деятельности на рынках необходимо сформулировать цели, предмет, сущность и направленность предпринимательской

деятельности на рынках, определяющих ожидаемый результат ведения бизнеса, и определить систему ведения предпринимательской деятельности, позволяющую получить желаемый результат.

Цели, предмет, сущность и направленность предпринимательской деятельности, с одной стороны, являются общими категориями для всех видов бизнеса, с другой – имеют конкретные формулировки для каждой компании.

Система ведения предпринимательской деятельности, структура этой системы, позволяющая достичь поставленные цели, реализовать возможности бизнеса, включает рыночный, внешний и внутренний анализ деятельности компании, формирование бизнес-идеи, определение способов финансирования и на их основе реализацию стратегий и программ ведения бизнеса, получение результата, его анализ и корректировку деятельности компании для повышения эффективности ведения бизнеса и достижения поставленных целей и заявленной миссии компании.

Структура ведения предпринимательской деятельности является частью общей структуры анализа и реализации возможности, целесообразности и эффективности ведения предпринимательской деятельности на рынке и включает первоначальный этап, когда компания только создается и начинает бизнес, и последующие этапы, когда компания развивает бизнес, разрабатывает и реализует инвестиционные программы и проекты.

Система исследования возможностей и ведения предпринимательской деятельности, структура этой системы применимы с некоторой адаптацией и учетом особенностей функционирования, для юридических лиц и компаний всех форм собственности и видов деятельности.

Библиографический список

1. Российская Федерация. *Гражданский кодекс Российской Федерации* (ред. от 08.12.2020). <https://www.grazkodeks.ru/> (дата обращения 20.06.2022).
2. Видяпин В.И., Журавлева Г.П. *Экономическая теория (политэкономика): учебник*. М.: ИНФРА-М; 2015. 713 с.
3. Макконнелл К., Брю С., Флинн Ш. *Экономика: принципы, проблемы и политика*. Пер. с англ. 21-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА-М; 2020. 1152 с.
4. Землянский О.А. Последовательность и направления ведения предпринимательской деятельности на рынке. *Вестник университета*. 2022;(3):108–115. <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2022-3-108-115>
5. Морщинина Н.И. Характеристика научных подходов к исследованию предпринимательской экосистемы. *Экономика, предпринимательство и право*. 2022;12(3):1065–1076. <https://doi.org/10.18334/epp.12.3.114312>
6. Горфинкель В.Я., Поляк Г.Б. (ред.) *Предпринимательство: учебник*. М.: ЮНИТИ-ДАНА; 2017. 689 с.
7. Землянский О.А. Факторы анализа рынков. *Вестник университета*. 2021;(3):105–111. <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2021-3-105-111>
8. Макеева В.Г., Шим Г.Л. Проектный офис: предпринимательский подход к проектному управлению. В кн.: *Приоритетные и перспективные направления научно-технического развития Российской Федерации: Материалы I-й Всероссийской научно-практической конференции, Москва, 10–11 апреля 2018 г.* М.: Изд. дом ГУУ; 2018. С. 95–98.
9. Котлер Ф., Келлер К.Л. *Маркетинг менеджмент*. Пер с англ. 15-е изд. СПб.: Питер, 2018. 848 с.

References

1. Russian Federation. *Civil Code of the Russian Federation* (ed. from 08.12.2020). <https://www.grazkodeks.ru/> (accessed 20.06.2022). p. 2, 23, 50, 132
2. Vidiapin V.I., Ghuravleva G.P. *Economic theory (political economy): textbook*. Moscow: INFRA-M; 2020. (In Russian).
3. McConnell C., Brue S., Flynn S. *Economics: Principles, Problems, and Policies*. Trans. from Eng. 21st ed. Moscow: INFRA-M, 2018. p. 1152. (In Russian).
4. Zemlyanskiy O.A. The sequence and directions of doing business in the market. *Vestnik universiteta*. 2022;(3):108–115. <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2022-3-108-115>
5. Morshchinina N.I. Characteristics of scientific approaches to the study of the entrepreneurial ecosystem. *Economics, Entrepreneurship and Law*. 2022;12(3):1065–1076. <https://doi.org/10.18334/epp.12.3.114312>
6. Gorfinkel V.Y., Polyak G.B. (ed.) *Entrepreneurship: textbook*. Moscow: UNITI-DANA; 2017. (In Russian).
7. Zemlyanskiy O.A. Market analysis factors. *Vestnik universiteta*. 2021;(3):105–111. <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2021-3-105-111>
8. Makeeva V.G., Shim G.L. Project office: an entrepreneurial approach to project management. In: *Priority and perspective directions of scientific and technical development of the Russian Federation: Proceedings of the 1st All-Russian Scientific and Practical Conference, Moscow, 10–11 April 2018*. Moscow: State University of Management; 2018. P. 95–98.
9. Kotler P., Keller K.L. *Marketing Management*. Trans. from Eng. 15th ed. St. Petersburg: Piter; 2018. (In Russian).