

УДК 336

JEL: H21, P11

***ИННОВАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ***

Осипов С.Ю.

К.э н., профессор

Российская Академия Естествознания,

Россия, Москва

Аннотация. В научной статье определены главные цели и задачи в инновационной инфраструктуре экономики университетов. Обосновано, что осуществление предпринимательской деятельности на эффективном уровне в условиях цифровизации экономики возможно лишь при наличии благоприятной общеэкономической ситуации. Обозначены уточнения к характеристикам инновационного предпринимательства, в том числе подходов, на которых основываются научные экономические основы инновационной сферы, также обозначены актуальные направления теории развития предпринимательства. Материалы статьи могут быть использованы при преподавании в вузах дисциплин "Предпринимательство", "Организация производства", "Менеджмент" и др., а также при планировании на предприятиях реального сектора экономики.

Ключевые слова: предпринимательская деятельность, инновации, цифровая экономика, бизнес-план, маркетинг

***INNOVATIVE ASPECTS OF ENTREPRENEURIAL ACTIVITIES IN
MODERN CONDITIONS***

Osipov S.Yu.

PhD, Professor

Russian Academy of Natural Sciences,

Russia, Moscow

Abstract. The scientific article defines the main goals and objectives in the innovation infrastructure of university economics. It is substantiated that the implementation of entrepreneurial activity at an effective level in the context of the digitalization of the economy is possible only if there is a favorable general economic situation. Clarifications to the characteristics of innovative entrepreneurship are indicated, including the approaches on which the scientific economic foundations of the innovation sphere are based, and relevant directions of the theory of entrepreneurship development are indicated. The materials of the article can be used when teaching the disciplines "Entrepreneurship", "Organization of production", "Management", etc. in universities, and also when planning at enterprises of the real sector of the economy.

Keywords: entrepreneurship, innovation, digital economy, business plan, marketing

1. Введение

Глобализация мировых процессов приводит к его многоукладности. Для него характерны как постиндустриальный, так и индустриальный способы производства. Постиндустриальный способ в глобализированном мире - это не просто многополярность, но даже многомерность сетевого пространства, где отношения гегемонии и привычной субординации отсутствуют. В данной сверхдинамичной среде зарождаются новые институциональные звенья: транснациональные сетевые инновационные альянсы и кластерные сети на базе инновационных хабов.

Учитывая роль, которую инновационная сфера должна выполнять в экономической системе, одной из важнейших ее функций, с позиции обеспечения экономического роста, является производство инноваций. Это выработки происходят как с участием институтов-норм (формальные и неформальные), так и институтов-организаций.

Под влиянием новых интернет-технологий и онлайн-платформ, глобальная экономика постепенно "освободится" от многочисленных барьеров, делая ее, и будет характеризоваться особой "пространственной пластичностью", которая рассчитана на динамизм коммуникаций и движущую силу инноваций. Уже сегодня для экономик различных стран присущи кластерность, прямая связь между экономическими участниками; коллективный способ реагирования; институциональная среда. [4]

Цифровизация экономики, активно происходит сегодня в предпринимательстве, она коснулась всех сфер бизнеса. Его субъекты, нацеленные на длительный успех и развитие, вынуждены принимать вызовы современной экономики - только так они могут стать лидерами. Помочь им в этом может цифровая трансформация.

Функциональное разграничение между собственником и предпринимателем очевидно, при этом толкование предпринимателя как менеджера укоренилось в современной экономике. С тех пор нейтральность по отношению к обладанию собственностью стала обычным элементом большинства теорий предпринимательства - классических и современных. Актуальные направления теории развития предпринимательства связывают его с особым характером управления - менеджментом предпринимательского типа, в основе которого лежат две составляющие стратегических решений:

- предвидение инновационных изменений во внешней среде и риск-менеджмент;
- системное и активное использование инноваций в середине каждого вида предпринимательских структур.

Можно условно выделить два подхода, на которых основываются научные экономические основы инновационной сферы: общенациональный уровень инновационной сферы и региональный уровень инновационной сферы. [1] Сейчас особенно активно развивается теория инновационной экономики и предпринимательского общества. В них обращено особое внимание на следующие обстоятельства:

- капиталоемкие отрасли высоких технологий не могут покрывать даже потери занятости в старых промышленных отраслях, но они определяют потенциал инновационного развития страны;
- миниатюризация производства способствует росту числа малых и средних предприятий, повышению их вклада в национальную экономику;
- развитие экономики и общества определяется не столько наукой, людьми, которые принимают интуитивные решения;
- рост экономики стал непосредственным результатом непрерывных инновационных изменений и потрясений;
- максимизация дохода снова стала целью корпораций и обеспечивается это не новыми технологиями, а другими принципами менеджмента;

- хоть знания всегда были господствующим фактором в массовом производстве, и именно сейчас они становятся главным предметом и продуктом труда.

Именно поэтому в условиях кризиса, пандемии, происходит реорганизация отраслей в центре которых производство знаний, как и реструктуризация экономики вокруг сферы производства информации; капитал важен, но он вторичен: значительная часть инновационных производств характеризуется средней и низкой капиталоемкостью технологий, небольшими капиталовложениями на одно рабочее место.

Инновационная деятельность является рисковым видом предпринимательства, требует больших разовых затрат, которые не всегда окупаются. Поэтому существует актуальная потребность в страховой защите рисков инновационной деятельности как средства снижения финансовых потерь инвесторов в случае неудачной реализации проектов. [10]

2. Результаты

Приведенные уточнения к характеристикам инновационного предпринимательства добавили новаторские черты, инициативность и способность использовать новую возможность с максимальной пользой. Несмотря на то, что теоретические дискуссии о сути предпринимательства постоянно продолжаются, в российском и зарубежном законодательстве появляются трактовки, которые подчеркивают и инициативность, и рискованность предпринимательской деятельности.

По мнению автора, обоснованным является следующее толкование инновационной предпринимательской деятельности, - это реализация особых способностей индивида, которые проявляются в рациональном сочетании факторов производства на основе инновационного рискового подхода. Предприниматель использует в производстве новую технику и технологии, по-новому организует труд, по-иному осуществляет руководство, что приводит к снижению индивидуальных издержек производства, на базе которых устанавливается цена. Он максимально эффективно налаживает маркетинговую деятельность, более точно определяет рынок, на котором выгоднее всего закупать средства производства, точнее прогнозировать, в какое время и на каком сегменте рынка окажется самый платежеспособный спрос на выпущенный продукт. В результате он получит больше прибыли, чем обычные бизнесмены. К тому же предприниматель постоянно рискует. Он не

избегает риска, как это обычно делается, и идет на него сознательно, для того что бы получить больший доход чем другие, то есть своеобразную компенсацию за риск.

Предпринимательство характеризуется обязательным наличием инновационной составляющей, будь то производство нового товара, смена вида деятельности или основание нового предприятия. Новая система управления производством, качеством, применением новых методов организации производства или новых технологий - это тоже инновационные моменты.

В предпринимательстве целесообразно рассматривать два основных инновационных аспекта:

- действия предпринимателя как носителя и реализатора данной функции;
- новаторскую инновационную деятельность как предпринимательскую функцию. [7]

Классификацию инновационных предприятий можно рассматривать не только с позиции организационных признаков, но и по принадлежности различным формам собственности. Так, современные организации разнятся по таким признакам, как виды государственной, акционерной, кооперативной и частной форм собственности, ассоциации организаций, занятых решением конкретных научных проблем, и др.

В зависимости от рыночного потенциала и политики правительства, инновационная деятельность может различаться по признакам:

- особенность создания инноваций по отраслям экономики страны;
- уровнем использования знаний, имеющихся в наличии, при проведении фундаментальных или прикладных исследований, опытно-конструкторских работ;
- организационной структурой управления и территориальным размещением отдельных подразделений;
- структурой иерархических связей подразделений (вертикальных, горизонтальных, смешанных) - организационно-правовой формой собственности.

Предпринимательство играет одну из главных ролей в современной экономике любой страны, в развитии регионов и в повышении эффективности их
Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

экономик. Одним из направлений является развитие государственно-частного партнерства, которое как свидетельствует мировая практика, наиболее целесообразно в инфраструктурных отраслях.

Например, в инновационной инфраструктуре экономики университетов главными целями и задачами являются:

- повышение качества образовательных процессов, и как следствие, подготовка специалистов-новаторов, обладающих актуальными, востребованными на рынке труда компетенциями;
 - содействие коммерциализации объектов интеллектуальной собственности, правообладателем которой является университет, исходя из предоставленной экспериментальной базы для проведения НИОКР и доведение продукта до серийного производства;
 - научных институтов-организаций и учреждений - формирование спроса на НИОКР и их результаты и привлечения молодых специалистов-новаторов к науке;
 - для предприятий и бизнеса - удовлетворение потребностей в высококвалифицированных специалистах-инноваторов, которые лучше всего отвечают запросам субъектов хозяйствования инновационно-цифровой сферы.
- [2]

Формирование конкурентных преимуществ под влиянием выпуска высокотехнологичной продукции базируется на результатах научных исследований.

Преследуя цель становления цифровой предпринимательской деятельности, следует учитывать некоторые особенности по изучению рынка, работы цифровых бизнес-процессов, содержанию рисков, технических особенностей и осознанию экономических отношений сетевой системы контактов в макроэкономике.

Системное управление продажами в современных условиях требует: ориентации на лучший опыт покупателя (B2C) обеспечения непрерывного измерения эффекта предоставления ресурсов: полномочий, навыков, времени; коррекции процессов, основываясь на B2C, системами обратной связи через обучение.

Привлекательной является последовательность шагов, так сказать, "путешествия" покупателя к решению, а именно:

- покупатель рассматривает начальный набор брендов на основе восприятия бренда и взаимодействия с общими точками;
- покупатели добавляют или удаляют бренды по мере того как они осознают, чего на самом деле хотят;
- покупатель окончательно выбирает бренд в момент покупки;
- после покупки товара или услуги покупатель формирует мнение на основе полученного опыта для использования в будущих "потребительских путешествиях". [3]

Но все эти перечисленные шаги требуют высокого уровня работы института доверия, как институционального, так и межличностного.

В условиях цифровой экономики быстрота принятия маркетинговых решений становится еще более актуальной, недопустимо не использовать в бизнесе возможности технологий, а не адаптироваться к динамичному темпу и особенностям ведения бизнеса, нельзя конкурировать с теми, кто уже это делает. А потому, чтобы быть успешным, нужно быть быстрым и гибким: меняться не тогда, когда есть возможность, а когда есть необходимость. Цифровая трансформация бизнес-процессов направлена на то, чтобы оперативно принимались решения, молниеносно адаптировалась работа с требованиями текущего момента и удовлетворялись потребности клиентов.

Давление на розничную сеть постоянно растет. Об этом ярко свидетельствует тот факт, что интернет-продажи составляют в мире более 56% покупок, а мобильные телефоны является главным инструментом для осуществления покупок. Покупатели все больше отдают предпочтение тому, чтобы у них был опыт по всем доступным каналам (субъекты бизнеса с мультиканальной продажей сохраняют здравствуйте для около 89% клиентов) и знают гораздо больше о товаре, чем персонал. Актуальной становится персонализация в любой точке соприкосновения с брендом (47% цифровых клиентов стремятся иметь постоянный индивидуальный потребительский опыт при переходе между различными каналами [5]).

Осуществление бизнеса на основе функций CRM-систем дает ряд преимуществ, среди которых: возможность обучения (предоставление материалов, экзамена, анализ лучшего опыта), получение покупателями опыта (оценка опыта покупок, формулирование выводов, решение задач), измерения

бизнеса (статистика продаж, маркетинговые компании), мультиканальность (цифровые каналы, телефония), мотивация (личные цели, командные задачи).

Наибольшее удовольствие для современных покупателей - индивидуальный покупательский опыт, которого можно достичь: используя технологии, им подсказываются лучшие дальнейшие действия; постоянно анализируя их поведение, отзывы и семантику клиента, предлагаются новые товары и услуги; предоставляя покупателям цифрового помощника для принятия решения и сокращения цикла покупки. Повышение лояльности покупателей через мультиканальный потребительский опыт способствует наращиванию их бесценного опыта в оффлайн и цифровых каналах, росту удовлетворенности клиентов благодаря одинаковым кросс-канальным транзакциям, повышает конвертацию через индивидуальный подход.

Персонал субъектов бизнеса может создать для покупателей уникальный опыт путем:

1. Создания "тепловой карты" на основе поведения в магазине и адаптации ее для увеличения конверсии и продаж.
2. оптимизации пространства на полках с актуальными ценами и промо.
3. Информирования сотрудников, у покупателей есть вопросы или сомнения в отношении товара / услуги.

В свою очередь, это позволит усовершенствовать (преобразовать, адаптировать) товары / услуги, чтобы создать новую ценность для покупателей: замечать и определять их предпочтения из различных источников и предлагать наиболее приемлемые товары со склада; дать возможность им испытывать, моделировать и подбирать товар в месте покупки; агрегировать и анализировать намерения по всей "воронке продаж" для точечной настройки пути покупателя.

Среди современных инструментов, которые сотрудники могут использовать для предоставления лучшего сервиса являются: доступность информации и быстрый расчет; осуществление клиентуры путем доступа к истории клиентов; продажу на основе интеллектуальных рекомендаций.

Следовательно, изменение бизнес-моделей в части их цифровизации обеспечивает рост лояльности покупателей через мультиканальный опыт; позволяет сотрудникам предоставлять популярный сервис; упрощает ежедневную рутинную работу; позволяет управлять стратегическим

планированием и мерчандайзингом; обеспечивает интеграцию с управлением цепочкой поставок; унифицирует бизнес-процессы по различным каналам связи (веб-сайты, каталоги, мобильные приложения, контакт-центры, социальные медиа). [8]

3. Выводы

Осуществление предпринимательской деятельности на эффективном уровне в условиях цифровизации экономики возможно лишь при наличии благоприятной общей общественной ситуации, качественной работы институтов предпринимательской среды, рыночной системы отношений, а также личной свободы предпринимателя, то есть его "здоровой" личной независимости, которая позволяет принимать такие предпринимательские решения, которые с его точки зрения будут наиболее эффективными, действенными и максимально прибыльными. Предпринимательскую среду следует определять как общую экономическую ситуацию, которая включает уровень экономической свободы, наличие предпринимательского корпуса, доминирование рыночного типа экономических связей, возможность формирования предпринимательского капитала и использования необходимых ресурсов, наличие инновационной инфраструктуры. [6] И здесь показателем степени общественной свободы предпринимательства служит число самостоятельных организаций, которые вновь создаются. В современных сложных экономических условиях создание и развитие цифровой инфраструктуры научно-образовательной и инновационной сфер, требует интеграции и координации деятельности ее участников на приоритетных направлениях социально-экономического развития страны. Совместными действиями целесообразно решать вопросы организации работы в научно-технической сфере, функционирования системы защиты интеллектуальной собственности, информационного обеспечения.

Библиографический список

1. Бронникова, Т. С. Основные направления инновационного развития промышленности: монография / Т. С. Бронникова, В. А. Горемыкин. - М.: Русайнс, 2016. - 280 с.

2. Грибов, Д. В. Малое инновационное предпринимательство и его роль в реализации стратегии инновационного развития России / Д. В. Грибов. - М.: Русайнс, 2015. - С. 129.
3. Губернаторов, А. М. Динамика инновационного развития экономики и управления / А. М. Губернаторов. - М.: Русайнс, 2017. - 104 с.
4. Десятниченко Д.Ю., Десятниченко О.Ю. О необходимости использования дифференцированного подхода при применении методов регулирующего воздействия в отношении территориальных образований различных типов // Управленческое консультирование. -2015. №10 (82). С. 126-132.
4. Десятниченко Д.Ю., Десятниченко О.Ю., Шматко А.Д. Туристско-рекреационные зоны как объект управления пространственным развитием и субъект инновационной инфраструктуры региональной экономики // Экономика и предпринимательство. 2016. № 3-2 (68-2). С. 328-332.
5. Ильчиков, М. З. Проблемы инновационного развития экономики России. Теоретические аспекты / М. З. Ильчиков. -М.: КноРус, 2017. - 120 с.
6. Кудряшов В.С. Теоретические аспекты инновационного развития региона на основе формирования и функционирования кластеров // Петербургский экономический журнал. 2014. №3. С. 55.
7. Морковкин, Д. Е. Управление инновационным развитием экономики и интегрированной логистической системой в Российской Федерации // Colloquium-journal. - 2018. - № 9-7 (20). - С. 40-45.
8. Руденко, Л. Г. Методология управления инфраструктурой системы поддержки малого предпринимательства: монография. - М.: изд. «Московский университет им. С. Ю. Витте», 2016. - 160 с.
9. Руденко, Л. Г. Теоретико-методологические подходы к определению сущности инфраструктурной поддержки малого предпринимательства // Сибирская финансовая школа. - 2015. - № 5. - С. 75-80.
10. Суптело, Н. П. Организация бюджетной поддержки малого бизнеса на региональном уровне // Вестник университета имени С. Ю. Витте. Серия 1: Экономика и управление. - 2016. - № 4 (19). - С. 30-35. DOI: 10.21777/2307-6135-2016-4-30-35

Оригинальность 77%