

УДК 334:330.341.1

Риск-факторы в поиске современных векторов развития инновационного предпринимательства

Кравченко Юлия Александровна

Кандидат экономических наук, доцент,
Донецкий национальный университет экономики и торговли
им. Михаила Туган-Барановского,
283050, Российская Федерация, Донецк, ул. Щорса, 31;
e-mail: Kravchenko@mail.ru

Аннотация

В статье рассмотрены сущностные характеристики инновационного предпринимательства на основе теоретико-методического фундамента исследований и сформулирована авторская позиция относительно данной дефиниции. Обобщены и систематизированы риск-факторы и приоритетные направления в развитии инновационных предприятий на основе изучения экономического и социального состояния государства, а также проблем и тенденций развития экономики в целом, с целью снижения негативного влияния и нейтрализации появления возможных рисков ситуаций. Изучены современные цифровые инструменты, которые сотрудники могут применять для обеспечения высокого качества сервиса в инновационном бизнесе, к ним можно отнести доступность информации и быстрый расчет через POS; поиск клиентов путем доступа к истории клиентов на POS-устройствах; продажа на основе интеллектуальных рекомендаций. Выделены 12 ключевых позиций – шагов, которые являются обязательными в данном процессе. Проанализирован целевой рынок сквозь визуальный срез векторов поиска целевой аудитории. Используя матричный метод, предложено авторское осмысление практики принятия решений предприятиями, реализующими свою инновационную деятельность в условиях становления гиг-экономики, через консультации, продажи, мотивацию. Определена важная роль становления данной экономики, формирующей принципиально новые алгоритмы ведения бизнеса и постоянно приобретающей новые формы, внедряя цифровые технологии и инноваций в управлении. Обоснована позиция автора, что приоритетными направлениями в развитии инновационного предпринимательства в условиях цифровизации экономики и в дальнейшем остаются роботизация производственных процессов, стратегическое планирование, мерчандайзинг, внедрение в промышленность новейших технологий, унификация бизнес-процессов по различным каналам связи (веб-сайты, каталоги, мобильные приложения, контакт-центры, социальные медиа и т.д.).

Для цитирования в научных исследованиях

Кравченко Ю.А. Риск-факторы в поиске современных векторов развития инновационного предпринимательства // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2024. Том 14. № 8А. С. 279-291.

Ключевые слова

Инновационное предпринимательство, риск-факторы, развитие, цифровой инструментарий, цифровая платформа.

Введение

Современный глобальный мир представляет собой многоуровневую структуру, в которой сосуществуют как постиндустриальные, так и индустриальные методы производства. Постиндустриальный глобализированный мир – это не просто многополярность, а многомерное сетевое пространство, в котором отсутствуют традиционные отношения гегемонии и подчинения. В этой сверхдинамичной среде возникают новые институциональные связи: транснациональные сетевые инновационные альянсы и межотраслевые кластерные сети, основанные на инновационных хабах. Учитывая важную роль инновационного сектора в экономической системе, одной из его ключевых функций для обеспечения экономического роста и развития является создание новых инноваций.

Под воздействием современных интернет-технологий и онлайн-платформ глобальная экономика постепенно избавляется от множества барьеров, разделяющих ее, и начинает характеризоваться особой «пространственной гибкостью», способствующей динамичным коммуникациям и движущей силе инноваций.

Цифровизация экономики, активно происходящая сегодня в стране, затрагивает все сферы бизнеса. Компании, стремящиеся к долгосрочному успеху и развитию, должны принимать вызовы современной экономики, чтобы стать лидерами. В этом процессе важно учитывать все риски, связанные с цифровым бизнесом.

Комплексное изучение инновационной деятельности основывается на прочной теоретической и методологической базе. Исследование нового и роль предпринимателя в экономическом развитии нашли отражение в научных трудах таких ученых, как А. Гранберг, П. Друкер, Ф. Кенэ, Б. Карлоф, П. Линхолм, Дж. С. Милль, И. Майер, А. Смит, Б. Санто, Ж.Б. Сэя, Ш. Тацуно, К. Фримен и Й. Шумпетер. В сфере теории и практики развития предприятий достаточно плодотворно работают отечественные ученые: Н.В. Ващенко [Ващенко, 2016], А.А. Говорин [Говорин, 2012], П.В. Егоров [Егоров, Шакура, 2019], Л.А. Зирченко [Зирченко, Харламова, 2018], М.Е. Касс [Касс, 2011], М.И. Ноздрин-Плотницкий [Ноздрин-Плотницкий и др., 2020], В.Я. Окрушко [Окрушко, 2019], З.Н. Омаров [Омарова, 2017], А.В. Половян [Половян, Кузьменко, Гриневская, 2016], В.Ю. Фадеева [Фадеев, 2022] и другие, которые исследуют становление инновационного предпринимательства с учетом экономических условий и риск-факторов, характерных для России. При этом сегодня остаются неполно раскрытыми множество проблем, связанных с инновационными векторами развития предпринимательства и новейшими организационно-управленческими изменениями.

Цель исследования – предложить авторское видение научно-экономических векторов развития и изменений в управлении инновационным предпринимательством с учетом риск-факторов цифровой экономики государства; определить актуальные инструменты, с помощью которых сотрудники могут предоставить наилучший сервис в инновационном бизнесе; исследовать практики принятия решений компаниями, реализующими свою инновационную деятельность в условиях становления гиг-экономики; представить исследование целевого рынка сквозь визуальный срез векторов поиска целевой аудитории; раскрыть характерные особенности цепи новейших алгоритмов ведения бизнеса в части его инновационного развития.

Материалы и методы

Стремление современных предприятий к инновационным изменениям понятно, поскольку это путь к экономически успешному развитию и эффективному функционированию. Поэтому актуальным является изучение теоретико-методологического наследия инновационного предпринимательства и современных проблем бизнеса в цифровую эпоху. Классики политической экономии А. Смит [Петти, Смит, Рикардо, 1993] и Ф. Кене видели в предпринимателях владельцев капитала. Такого взгляда придерживались Дж.С. Милль и Ж.Б. Сей.

Функциональное разграничение между владельцем и предпринимателем проводил К. Маркс. Толкование предпринимателя как менеджера укоренилось в трудах неоклассиков, а именно: Л. Вальраса, А. Маршалла, Ф. Визера, И. Менгера. С тех пор нейтральность по отношению к владению собственностью становится обычным элементом большинства теорий предпринимательства – классических (Й. Шумпетер) и современных (П. Друкер, А. Коул). Основоположники современного направления теории развития предпринимательства (Б. Карлоф, Б. Санто, П. Друкер и другие) связывают его с особым типом менеджмента – 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 среде каждого вида предпринимательских структур.

Можно условно выделить два подхода, на которых основываются научные экономические основы инновационной сферы: общенациональный уровень инновационной сферы (Б. Лундвалл, Р. Нельсон, К. Фримен, А. Динкин, Н. Иванова); региональный уровень инновационной сферы (приобрел развитие в трудах П. Линхолма, И. Майера, Ш. Тацуно, А. Гранберга и других ученых).

Согласно теории инновационной экономики и предпринимательского общества, изложенной в трудах П. Друкера [Друкер, 2007], инновационная деятельность является рискованной формой 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.

Следующие уточнения к характеристикам инновационного предпринимательства добавили новаторские черты, инициативность и способность использовать новую возможность с максимальной пользой [Говорин, 2012]. Несмотря на то, что теоретические дискуссии о сути предпринимательства еще продолжаются, в законодательстве появилась трактовка, которая подчеркивает и инициативность, и рискованность предпринимательской деятельности.

Как было отмечено выше, предпринимательство характеризуется обязательным наличием инновационной составляющей, будь то производство нового товара, изменение портфеля деятельности или основание нового предприятия. Новая система управления производством, качеством, применением новых методов организации производства или новых технологий – это также инновационные моменты.

В предпринимательстве целесообразно рассматривать два основных инновационных аспекта: действия предпринимателя как носителя и реализатора данной функции; новаторскую инновационную деятельность как предпринимательскую функцию [Омарова, 2017].

Обобщая вышесказанное, можно дать следующее определение инновационной предпринимательской деятельности: это реализация особых способностей индивида, которые проявляются в рациональном сочетании факторов производства на основе инновационного рискованного подхода. Предприниматель использует в производстве новую технику и технологии, по-новому организует труд, по-другому 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 наибольший 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 по обычаю делается, и идет на него сознательно, для того чтобы получить больший доход, чем другие, то есть своеобразную компенсацию за риск.

Учитывая, что инновационное предпринимательство сопряжено с риском, следует отметить, что на деятельность таких предприятий влияет сложный набор факторов. Поэтому важно определить рискообразующие факторы, влияющие на развитие инновационных предприятий, основываясь на анализе экономического и социального положения страны, а также на выявлении проблем и тенденций в экономике в целом.

В экономической литературе представлено множество классификаций факторов, оказывающих влияние на функционирование и развитие предприятий. Наиболее распространенными являются следующие группы: внутренние и внешние, объективные и субъективные, управляемые и неуправляемые, а также факторы, классифицируемые по среде, характеру и направленности действия, объекту воздействия и другим критериям [Винстон Уэйн, 2021; Корнеева, Татаровская, 2015; Кравченко, 2021].

Полученные результаты

Рискообразующие факторы оказывают различное влияние на эффективность работы инновационных предприятий: некоторые из них способствуют улучшению, в то время как другие могут негативно сказаться на результатах. Это влияние зависит от уровня неопределенности как внешней, так и внутренней среды, а также от темпа изменений. Более того, даже один и тот же фактор может иметь разные последствия в зависимости от конкретных условий и обстоятельств развития. Систематизация факторов, влияющих на развитие инновационного предпринимательства, представлена на рисунке 1.

Исследование неопределенности в политико-правовой среде и рисков, с ним связанных [Капустина, 2014], показало, что основными факторами развития инновационного предпринимательства являются постоянный мониторинг изменений в действующем законодательстве; учет и адаптация к изменениям нормативно-правового обеспечения деятельности; прогнозирование изменения политической ситуации в стране и учет тенденций этих изменений во всех направлениях инновационной деятельности.

Негативное воздействие общеэкономических факторов на работу инновационных предприятий связано с множеством причин неопределенности, которые создают риски. В этой связи факторами, способствующими развитию инновационного предпринимательства, являются регулярный мониторинг инвестиционной привлекательности сектора и поиск надежных инвесторов; учет колебаний валютных курсов; хеджирование и страхование

кредитных и товарных сделок.

Для минимизации рисков, связанных с отраслевым влиянием на деятельность инновационных компаний, имеет смысл учитывать возможные изменения в потребительском рынке при прогнозировании их работы; постоянно внедрять достижения научно-технического прогресса; а также регулярно следить за деятельностью конкурентов и ситуацией в отрасли.

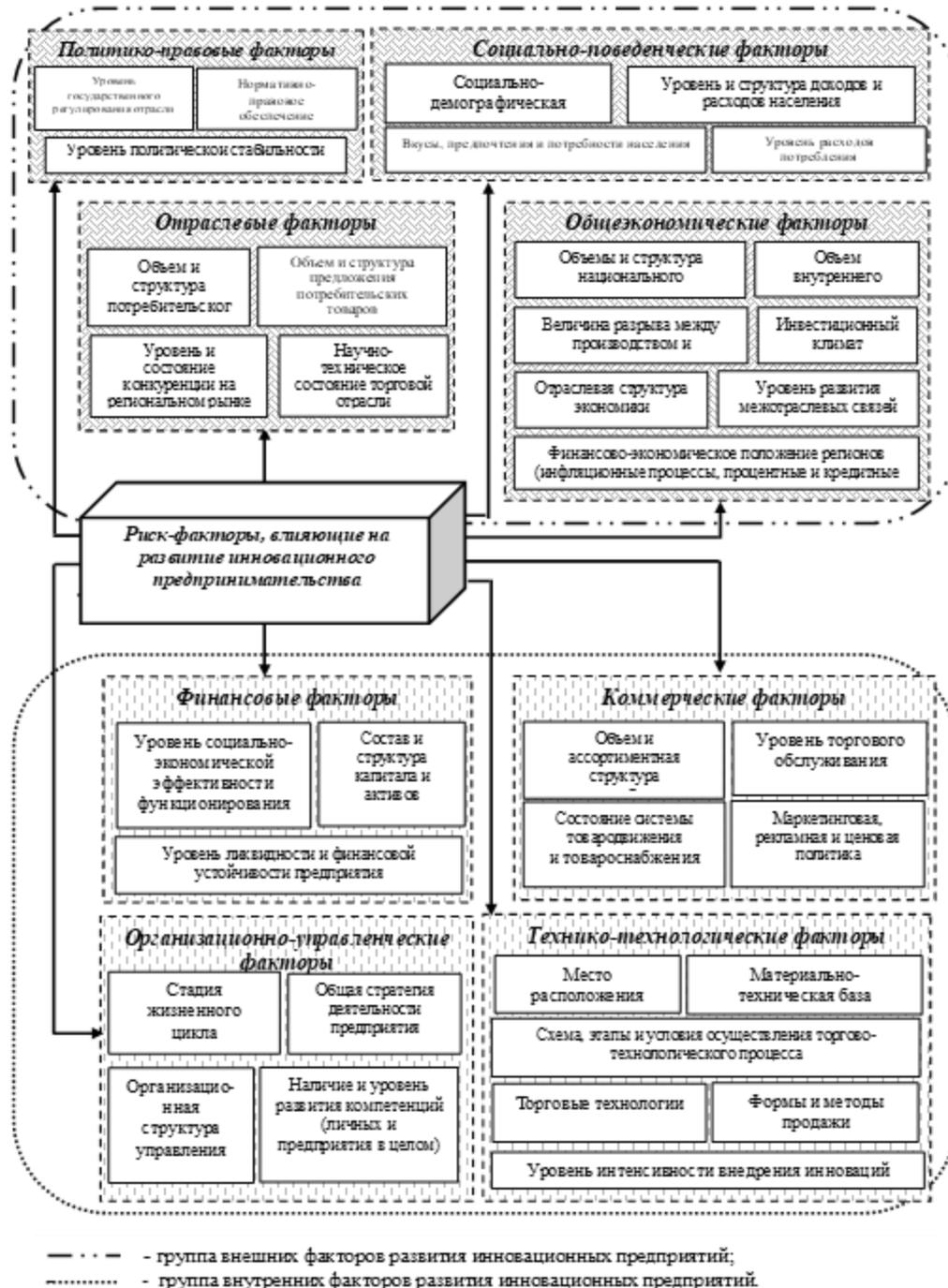


Рисунок 1 – Риск-факторы развития инновационного предпринимательства (обобщено и систематизировано автором на основе [Витлинский, Маханец, Зимина, 2014; Капустина, 2014; Ковалев, 2017; Кожухина, 2019; Кравченко, 2020; Кравченко, Вашенко, 2021; Куклинова, Орленко, 2017; Сарычева, 2019; Бакунов, 2015])

Исследование условий социально-поведенческого влияния внешней среды [Куклинова, Орленко, 2017] позволило выявить ряд факторов, способствующих развитию инновационного предпринимательства. К ним относятся регулярный мониторинг и учет вкусов, предпочтений и потребностей потребителей; учет уровня доходов и жизненного уровня населения при формировании ценовой политики; а также готовность потребителей приобретать новые товары.

Снижение финансовой неопределенности и рисков может быть достигнуто через несколько факторов, способствующих развитию инновационного предпринимательства: контроль за выполнением поставленных целей; установление надежных партнерских отношений с контрагентами; поиск новых источников финансирования для текущей деятельности и будущих изменений; оптимизация финансовых ресурсов для инновационной деятельности; диверсификация видов и направлений деятельности, а также кредитных и депозитных портфелей; ограничение заемных источников финансирования (установление предела на использование заемного капитала в обороте) и другие меры.

Развитие инновационного предпринимательства также может быть поддержано факторами коммерческой группы, такими как формирование гибкой ценовой политики; активное вовлечение покупателей в процесс формирования ассортимента товаров и услуг (через проведение социальных опросов); проведение маркетинговых исследований для анализа состояния потребительского рынка, спроса, поставщиков и конкурентов; внедрение современных методов стимулирования продаж; реализация активных рекламных кампаний; повышение квалификации и профессиональной подготовки сотрудников; а также расширение перечня дополнительных услуг для потребителей и послепродажного сервиса.

К факторам, способствующим развитию инновационного предпринимательства и снижению технико-технологической неопределенности, можно отнести следующие: своевременное внедрение современных технологий, методов и форм торговли; активизацию инновационной деятельности; вовлечение сотрудников в процессы создания и реализации инноваций; повышение уровня автоматизации и цифровизации торгово-технологических процессов; внедрение программ лояльности для постоянных клиентов и аналогичные меры.

Кроме того, факторами, способствующими развитию инновационного предпринимательства в условиях неопределенности внутреннего организационно-управленческого воздействия, являются: разработка общей стратегии предприятия с учетом целей будущего инновационного развития; внедрение радикальных стратегических изменений; своевременное совершенствование организационной структуры (реорганизация); применение современных методов улучшения психологического климата в коллективе; а также постоянное развитие корпоративной культуры через тренинги и семинары.

Применение предложенной классификации риск-факторов, влияющих на деятельность инновационных предприятий, позволит определить их слабые и сильные стороны. Это, в свою очередь, поможет своевременно находить и нейтрализовать дестабилизирующие факторы, а также максимально использовать положительное влияние на будущее развитие.

Однако, функционируя в изменчивых условиях внешней среды, будущее развитие ситуаций, конечные результаты хозяйственных операций спрогнозировать очень сложно, поскольку принятие решений в экономике на всех уровнях управления происходит в условиях неоднозначности развития, невозможности точного прогнозирования определенных событий, неполной или недостоверной информации, что объясняется существованием определенного уровня неопределенности и риска [Корнеева, Татаровская, 2015]. Устранить неопределенность будущего развития невозможно. Таким образом, в контексте инновационной инфраструктуры

цифровой экономики основные цели и задачи включают следующие аспекты:

- 1) Для университетов главными приоритетами являются повышение уровня образовательных процессов и в результате подготовка специалистов-новаторов, обладающих актуальными и востребованными на рынке труда навыками. Важно содействовать коммерциализации объектов интеллектуальной собственности, принадлежащих университетам, используя предоставленную экспериментальную базу для проведения научных исследований и доводя инновационный продукт до серийного производства.
- 2) Для научных институтов и организаций задача заключается в формировании спроса на результаты НИОКР и привлечении молодых специалистов-новаторов в научную сферу.
- 3) Для предприятий и бизнеса ключевым фактором является удовлетворение потребности в высококвалифицированных специалистах, отвечающих запросам участников инновационно-цифровой экономики. Необходимо формировать конкурентные преимущества через выпуск высокотехнологичной продукции, основанной на результатах научных исследований.

На пути к созданию инновационного бизнеса, использующего современные цифровые технологии, важно учитывать ряд особенностей, связанных с анализом рынка, функционированием цифровых бизнес-процессов, оценением рисков, техническими аспектами и пониманием экономических взаимодействий в сетевой системе контактов в гиг-экономике. Перечисленные характеристики упорядочены по степени значимости, начиная с самого важного:

- 12 место – осознание;
- 11 место – знать свою целевую аудиторию (рис. 2);
- 10 место – нулевой уровень (продукт → процесс → продажа → маркетинг → IT);
- 9 место – стратегия и процессы в digital;
- 8 место – UI/UX (скорость загрузки сайта / мобильная версия);
- 7 место – управление рекламой (Сайт, Контекст, Ремаркетинг, e-mail-рассылка, Push, Чатбот);
- 6 место – развитие IT и связей между базами данных, формирование IT-инфраструктуры (базы данных и связей между ними; сайт; call tracking; e-mail) [Половян, Кузьменко, Гриневская, 2016];
- 5 место – веб-аналитика или предоставление 10-15% времени маркетологу на аналитику (ключевые инструменты: Яндекс Метрика, Weborama, Matomo Tag Manager, Yandex DataLens, Yandex DataLens);
- 4 место – скриншоты для бухгалтерии и налоговой;
- 3 место – постоянное движение вперед;
- 2 место – чекпоинты;
- 1 место – цифровая трансформация (продукт → процесс → модель).

Современное управление продажами требует от компаний акцента на оптимальных потребительских подходах и постоянного отслеживания результатов (в режиме онлайн, исходя из конкретных случаев). Важно также обеспечить наличие ресурсов: полномочий, навыков и времени, а также откорректировать процессы.

В бизнес-среде существует выражение: «компании могут быть либо быстрыми, либо несуществующими». В текущих экономических условиях эта мысль становится особенно

значимой: игнорируя технологические возможности и не адаптируясь к быстро изменяющимся рыночным реалиям, нельзя победить конкурентов, которые уже это делают. Поэтому для успешного ведения дел требуется оперативность и гибкость: изменения должны происходить не тогда, когда есть возможность, а в ответ на реальную необходимость. Цифровая трансформация бизнес-процессов ориентирована на скорость принятия решений и мгновенную адаптацию к требованиям времени, одновременно удовлетворяя потребности клиентов.



Рисунок 2 – Визуальный срез векторов поиска целевой аудитории (систематизировано и обобщено автором на основе [Винстон Уэйн, 2021; Корнеева, Татаровская, 2015; Ковалев, 2017])

Давление на розничные сети продолжает нарастать. Это наглядно иллюстрируется тем, что с 2019 года онлайн-продажи обошли офлайн, составив более 56% всех покупок, а мобильные устройства стали основными инструментами для осуществления закупок (так считает 34% клиентов). Покупатели предпочитают единый опыт на всех каналах (организации с омниканальной стратегией удерживают около 89% клиентов) и обладают большим количеством информации о товарах, чем их сотрудники (таковы мнения 61% администраторов магазинов). Персонализация на всех этапах взаимодействия с брендом становится важной (47% цифровых клиентов хотят иметь индивидуальный опыт при переходе между каналами). В таблице 1 представлен сравнительный анализ процессов принятия решений и мотивации сотрудников в двух известных компаниях.

Таблица 1 – Матрица сравнения практик принятия решений компаниями

	Практика Яндекс. Решение через структуру организации	Практика Wildberries. Решение через мотивацию сотрудников
Консультация	Работа с опытом покупателя и формирование его доверия; поиск решения через понимание потребностей покупателя; передача покупателя в продажную часть структуры продажи	-

	Практика Яндекс. Решение через структуру организации	Практика Wildberries. Решение через мотивацию сотрудников
Продажа	Согласование условий и подготовка предложения; продажа и отгрузка; работа с опытом покупателя	Работа с опытом покупателя, формирование его доверия и консультирование; поиск решения через понимание потребностей покупателя; продажа в случае, если это действительно изменит жизнь покупателя к лучшему
Мотивация	-	Мотивация через операционные показатели; глубокое обучение с фокусировкой на особенностях культуры компании; управление опытом покупателей

Из этого сравнения на практике экспертами было выявлено четыре факта удовлетворения / неудовлетворения покупателей, учет которых при современных условиях ведения бизнеса является край важным, а именно: 70% довольных покупателей готовы тратить больше; 75% довольных покупателей готовы быть лояльными; 86% покупателей завершили сотрудничать с компаниями из-за негативного опыта покупки; 91% недовольных покупателей не хотят возвращаться в компанию, где имели негативный опыт покупок.

Обсуждение результатов исследования

Преследуя цель качественного управления продажами в инновационном предпринимательстве, стоит сосредоточить свое внимание на функционировании динамической системы обучения на основе лучших практик; измерении и понимании процесса продажи в деталях [Ковалев, 2017]; управлении опытом покупателей на основе измеримых показателей; мотивации для поощрения действий, ведущих к продаже, но не самой выручки.

В настоящее время применение цифровых инструментов становится важным аспектом, который поддерживает бизнес-модели в соответствии с потребительским спросом. Цепочка цифровой трансформации выглядит следующим образом: поиск товара по типу или характеристикам → изучение предложений в Интернете → ознакомление с отзывами и посещение магазина → сравнение цен через агрегаторные приложения → получение консультаций и рекомендаций от продавцов → покупка и оплата → доставка → сервисные услуги (сборка, подключение, настройка) → использование товара → возникновение проблем → обращение в контакт-центр → решение проблемы в магазине или онлайн → обратная связь от продавца или производителя → обсуждение в социальных сетях → получение индивидуальных предложений и рекомендаций → обдумывание будущих покупок.

Из этого следует, что новый подход к бизнес-модели позволяет проводить больше времени с покупателем, а не за компьютером; предугадывать ожидания клиентов; значительно снижать капитальные и операционные затраты; увеличивать рыночную долю и объем продаж; предоставлять комплексные решения проблем через различные доступные каналы связи (веб-сайты, мобильные приложения). В этих условиях партнером будущего для традиционного бизнеса может стать SMART business, предоставляющий консультационные услуги по выбору, разработке, обучению и сопровождению ERP и CRM систем, а также услуги в сфере внедрения систем управления линии Microsoft Dynamics, Microsoft Dynamics AX, Microsoft Dynamics NAV, Microsoft Dynamics CRM для компаний различных форм собственности, масштабов и отраслей [Сарычева, 2019].

Для оказания более качественных услуг сегодня сотрудники могут воспользоваться такими

современными инструментами: доступность информации и быстрый расчет с POS; осуществление клиентуры путем доступа к истории клиентов на POS-устройствах; продажа на основе интеллектуальных рекомендаций.

Заключение

Таким образом, трансформация бизнес-моделей современных компаний в инновационном направлении с применением цифровых инструментов способствует повышению лояльности клиентов через омниканальный подход. Это позволяет сотрудникам предоставлять востребованные услуги, упрощает повседневные рутинные задачи, улучшает управление стратегическим планированием и мерчандайзингом, а также обеспечивает интеграцию с управлением цепочками поставок. Кроме того, происходит унификация бизнес-процессов по различным каналам связи, включая веб-сайты, каталоги, мобильные приложения, контакт-центры и социальные сети.

Эффективное осуществление инновационной предпринимательской деятельности возможно лишь при учете рисков в условиях цифровизации экономики и наличии благоприятной общественной ситуации. Важными факторами являются качественная работа институтов предпринимательской среды, рыночной системы отношений и личная свобода предпринимателя – его «здоровая» независимость, позволяющая принимать наиболее эффективные и прибыльные решения.

В современных сложных экономических условиях создание и развитие цифровой инфраструктуры в научно-образовательной и инновационной сферах требует интеграции и координации действий участников в приоритетных направлениях социально-экономического развития страны. Совместными усилиями целесообразно решать вопросы организации работы в научно-технической области, функционирования системы защиты интеллектуальной собственности и информационного обеспечения.

Библиография

1. Бакунов А.А. (ред.) Управление развитием предприятия: актуальные концепты и механизмы изменений. Краматорск: Каштан, 2015. 332 с.
2. Ващенко Н.В. Развитие торгового предприятия на основе формирования и реализации инновационного потенциала персонала: теория и методология. Донецк: ДонНУЭТ; Краматорск: Каштан, 2016. 505 с.
3. Винстон Уэйн Л. Бизнес-моделирование и анализ данных. Решение актуальных задач с помощью Microsoft Excel = Microsoft Excel 2019. Data analysis and business modeling / пер. с англ. 6-е изд. СПб.: Питер: Прогресс книга, 2021. 943 с.
4. Витлинский В.В., Маханец Л.Л. Применение эконофизики к снижению степени риска прогнозирования инвестиционных потоков // Труды Международной Научной Школы «Моделирование и анализ безопасности в сложных системах». СПб.: ГУАП, 2018 С. 346-349.
5. Говорин А.А. Современное предпринимательство и инновационное развитие экономики // Вестник Российского экономического университета им. Г. В. Плеханова. 2012. № 3. С. 14-21.
6. Друкер П. Практика менеджмента / пер. с англ. М.: ИД Вильямс, 2007. 400 с.
7. Егоров П.В., Шакура О.А. Синтез механизмов управления инновационным развитием промышленности. Донецк: ООО «Юго-Восток, ЛТД», 2019. 168 с.
8. Зимина А.А. Управление развитием предприятия как относительно самостоятельный комплекс стратегического менеджмента // Электронное научное издание «Ученые заметки ТОГУ». Хабаровск: Изд-во Тихоокеанского гос. ун-та, 2014. Т. 5. № 4. С. 950-954.
9. Зирченко Л.А., Харламова Т.Л. Управление развитием предпринимательских структур в условиях нестабильности и рисков // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета технологии и дизайна. Серия 3 «Экономические, гуманитарные и общественные науки». 2018. № 3. С. 37-41.
10. Капустина Н.В. Управление развитием организации на основе риск-менеджмента // Экономические науки.

2014. № 8 (117). С. 106-109.
11. Касс М.Е. Формирование стратегии инновационного развития предприятия на основе управления нематериальными активами. Н. Новгород: ННГАСУ, 2011. 159 с.
 12. Ковалев П.П. Успешный инвестиционный проект: риски, проблемы и решения. М.: Альпина Паблишер, 2017. 426 с.
 13. Кожухина, К.А. Формирование системы управления предпринимательскими рисками в сфере гостеприимства: дис. канд. экон. наук. СПб., 2019. 145 с.
 14. Корнеева Т.А., Татаровская Т.Е. Аналитический инструментарий риск-ориентированного управления малыми предприятиями // Вестник Самарского экономического университета. 2015. № 6 (128). С. 86-90.
 15. Кравченко Ю.А. Особенности и направления стратегического развития предпринимательских структур Донецкой Народной Республики // Теория и практика коммерческой деятельности: матер. XX Междун. науч.-практ. конф. (21-23 апреля 2021 г.) Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2021. С. 74-79.
 16. Кравченко Ю.А. Сущность и архитектура развития предпринимательских структур // Торговля и рынок. 2020. Вып. 3. Т. 2. Ч. 1. С. 105-110.
 17. Кравченко Ю.А., Ващенко Н.В. Сущность и факторы риска в развитии предпринимательских структур Донецкой Народной Республики // Стратегия предприятия в контексте повышения его конкурентоспособности. 2021. Вып.10. С. 74-79.
 18. Куклинова Т.В., Орленко О.М. Перспективы развития интернет-торговли малых и средних предприятий // Социально-экономические, гуманитарные науки и юриспруденция: вопросы теории и практики: материалы VI международной научно-практической конференции. Т.: ГУИПП «Полиграфист», 2017. С. 147-152.
 19. Ноздрин-Плотницкий М.И. и др. Институциональные механизмы инновационного конкурентоспособного развития экономики: монография. Минск: Мисанта, 2020. 96 с.
 20. Окрушко В.Я. Развитие инновационной способности национальной экономики // Проблемы современной экономики. М., 2019. № 4. С. 34-36.
 21. Омарова З.Н. Разработка адаптивной динамической концепции риск-менеджмента в рыночной деятельности предпринимательских структур // Известия Международной академии аграрного образования. 2017. № 37. С. 112-115.
 22. Петти В., Смит А., Рикардо Д. Антология экономической классики. М.: Эконом, Ключ, 1993. 478 с.
 23. Половян А.В., Кузьменко Л.М., Гринева С.Н. IT-управление развитием промышленности // Вестник института экономических исследований : науч. журн. 2016. № 3. С. 5-13.
 24. Сарычева Е.Н. Технологии продвижения в условиях кризиса // Молодой ученый. 2019. № 7. С. 970-973.
 25. Фадеев В.Ю. Потенциал предпринимательства в условиях инновационной экономики // Вестник Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова. 2022. Вып. 4. С. 34-40.

Risk factors in the search for modern vectors of innovative entrepreneurship development

Yuliya A. Kravchenko

PhD in Economics, Associate Professor,
Donetsk National University of Economics and Trade
named after Mikhail Tugan-Baranovsky,
283050, 31 Shchorsa str., Donetsk, Russian Federation;
e-mail: Kravchenko@mail.ru

Abstract

The article examines the essential characteristics of innovative entrepreneurship based on the theoretical and methodological foundation of research and formulates the author's position on this definition. Risk factors and priority directions in the development of innovative enterprises are summarized and systematized, based on the study of the economic and social state of the state, as well as problems and trends in the development of the economy as a whole, in order to reduce the negative impact and neutralize the appearance of possible risk situations. Modern digital tools that

employees can use to provide the best service in an innovative business are explored, including availability of information and quick payment via ROS; customer search by accessing customer history on ROS devices; sales based on intelligent recommendations. There are 12 key positions - steps that are mandatory in this process. The target market is analyzed through a visual cross-section of the search vectors of the target audience. Using the matrix method, the author proposes an understanding of the decision-making practice of enterprises implementing their innovative activities in the context of the formation of the gig economy, through consultations, sales, motivation. The important role of the formation of this economy, which forms fundamentally new business algorithms and constantly acquires new forms, introducing digital technologies and innovations in management, is determined. The author's position is substantiated that the priority directions in the development of innovative entrepreneurship in the context of digitalization of the economy will continue to be the robotization of production processes, strategic planning, merchandising, the introduction of new technologies into industry, the unification of business processes through various communication channels (websites, catalogs, mobile applications, contact centers, social media, etc.).

For citation

Kravchenko Yu.A. (2024) Risk-factory v poiske sovremennykh vektorov razvitiya innovatsionnogo predprinimatel'stva [Risk factors in the search for modern vectors of innovative entrepreneurship development]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 14 (8A), pp. 279-291.

Keywords

Innovative entrepreneurship, risk factors, development, digital tools, digital platform.

References

1. Bakunov A.A. (ed.) Enterprise Development Management: Current Concepts and Mechanisms of Change. Kramatorsk: Kashtan, 2015. 332 p.
2. Drucker P. Management Practice / trans. from English. Moscow: Williams Publishing House, 2007. 400 p.
3. Egorov P.V., Shakura O.A. Synthesis of Mechanisms for Managing Innovative Development of Industry. Donetsk: OOO Yugo-Vostok, LTD, 2019. 168 p.
4. Fadeev V.Yu. Potential of entrepreneurship in the context of an innovative economy // Bulletin of the Plekhanov Russian University of Economics. 2022. Issue. 4. P. 34-40.
5. Govorin A.A. Modern Entrepreneurship and Innovative Development of the Economy // Bulletin of the Plekhanov Russian University of Economics. 2012. No. 3. Pp. 14-21.
6. Kapustina N.V. Organization development management based on risk management // Economic sciences. 2014. No. 8 (117). Pp. 106-109.
7. Kass M.E. Formation of a strategy for innovative development of an enterprise based on intangible asset management. N. Novgorod: NNGASU, 2011. 159 p.
8. Korneeva T.A., Tatarovskaya T.E. Analytical tools for risk-oriented management of small enterprises // Bulletin of the Samara University of Economics. 2015. No. 6 (128). Pp. 86-90.
9. Kovalev P.P. Successful investment project: risks, problems and solutions. M.: Alpina Publisher, 2017. 426 p.
10. Kozhukhina, K.A. Formation of a business risk management system in the hospitality industry: diss. candidate of economic sciences. St. Petersburg, 2019. 145 p.
11. Kravchenko Yu.A. Features and directions of strategic development of entrepreneurial structures of the Donetsk People's Republic // Theory and practice of commercial activity: materials. XX Int. scientific-practical. conf. (April 21-23, 2021) Krasnoyarsk: Siberian Federal University, 2021. Pp. 74-79.
12. Kravchenko Yu.A. The essence and architectonics of the development of entrepreneurial structures // Trade and market. 2020. Issue 3. Vol. 2. Part 1. Pp. 105-110.
13. Kravchenko Yu.A., Vaschenko N.V. The essence and risk factors in the development of entrepreneurial structures of

-
- the Donetsk People's Republic // Enterprise strategy in the context of increasing its competitiveness. 2021. Issue 10. Pp. 74-79.
14. Kuklinova T.V., Orlenko O.M. Prospects for the Development of Internet Trade of Small and Medium-Sized Enterprises // Social and Economic, Humanitarian Sciences and Jurisprudence: Theory and Practice: Proceedings of the VI International Scientific and Practical Conference. T.: GUIPP "Poligrafist", 2017. Pp. 147-152.
 15. Nozdrin-Plotnitsky M.I. et al. Institutional mechanisms of innovative competitive development of the economy: monograph. Minsk: Misanta, 2020. 96 p.
 16. Okrushko V.Ya. Development of the innovative capacity of the national economy // Problems of the modern economy. M.: 2019. No. 4. P. 34-36.
 17. Omarova Z.N. Development of an adaptive dynamic concept of risk management in the market activities of entrepreneurial structures // Bulletin of the International Academy of Agrarian Education. 2017. No. 37. P. 112-115.
 18. Petty V., Smith A., Ricardo D. Anthology of Economic Classics. Moscow: Ekonom, Klyuch, 1993. 478 p.
 19. Polovyan A.V., Kuzmenko L.M., Grinevskaya S.N. IT management of industrial development // Bulletin of the Institute of Economic Research: scientific journal. 2016. No. 3. P. 5-13.
 20. Sarycheva E.N. Promotion Technologies in a Crisis // Young Scientist. 2019. No. 7. Pp. 970-973.
 21. Vaschenko N.V. Development of a Trade Enterprise Based on the Formation and Implementation of the Innovative Potential of Personnel: Theory and Methodology. Donetsk: DonNUET; Kramatorsk: Kashtan, 2016. 505 p.
 22. Vitlinsky V.V., Makhanev L.L. Application of econophysics to reduce the degree of risk of forecasting investment flows // Proceedings of the International Scientific School "Modeling and Analysis of Security in Complex Systems". SPb.: GUAP, 2018 Pp. 346-349.
 23. Winston Wayne L. Business modeling and data analysis. Solving Current Problems with Microsoft Excel = Microsoft Excel 2019. Data analysis and business modeling / trans. from English. 6th ed. SPb.: Piter: Progress book, 2021. 943 p.
 24. Zimina A.A. Enterprise development management as a relatively independent complex of strategic management // Electronic scientific publication "Scientific notes of TNU". Khabarovsk: Publishing house of the Pacific State University, 2014. V. 5. No. 4. Pp. 950-954.
 25. Zirchenko L.A., Kharlamova T.L. Managing the development of entrepreneurial structures in the context of instability and risks // Bulletin of the St. Petersburg State University of Technology and Design. Series 3 "Economic, Humanitarian and Social Sciences". 2018. No. 3. Pp. 37-41.