



## **Бизнес-идея как виртуальная клеточка реального мира**

**Брижак О.В.**, д.э.н., доцент, профессор Департамента экономической теории, Финансовый университет при Правительстве РФ, Москва, Россия

**Новиков В.С.**, к.э.н., доцент, доцент кафедры менеджмента, Кубанский государственный аграрный университет им. И.Т. Трубилина, Краснодар, Россия

**Романец И.И.**, к.э.н., доцент кафедры экономики и финансов, Кубанский государственный технологический университет, Краснодар, Россия

**Аннотация:** Авторами статьи анализируется теоретический конструкт «бизнес-идея» как представление о транслировании виртуальных свойств и качеств идей будущего воплощения изобретений, товаров и услуг, которые меняют реальный мир, добавляют эффективности бизнес-процессам, меняют систему экономики отдельных государств. В материалах публикации сформулирована классификация бизнес-идей по характеристикам: бизнес-идея, реализованная по мере роста спроса на определенные товары и услуги; бизнес-идея, предлагаемая к реализации в процессе усиления конкуренции на определенных рынках; бизнес-идея, предполагающая формирование заданной траектории роста спроса. Исследование изменений и представлений о бизнес-идеях и ожидаемого результата позволило определить трансформацию глубины бизнес-идей отдельных распространенных продуктов, которые были выбраны со схожими характеристиками после 1930-х гг. и после 2000-х гг. Раскрыт эффект времени в характеристике бизнес-идеи, ее виртуальном воплощении перед производством и существовании в реальном мире; эффект времени оказывает влияние на эффективность бизнес-идеи и ее целесообразность для массового потребления обществом. Авторами сформулированы критерии, которым должны

отвечать актуальные и востребованные бизнес-идеи реального мира: эффективность бизнес-идеи (рациональное соотношение результативности решения фундаментальной проблемы надежным способом с материальными и временными затратами); уникальность бизнес-идеи (основано на интеллектуально-психологической индивидуальности и креативности генератора идеи); инновационность бизнес-идеи (свойство идеи, приводящее к качественному преобразованию продукта и обеспечивающее внедрение чего-то нового); возможность масштабирования бизнес идеи (удовлетворение потребностей расширенной аудитории эффективным методом); энергоинформационность бизнес-идеи (качество транслятора из виртуального мира творческой интеллектуальной деятельности человека в реальный мир путем создания итогового продукта конечному потребителю).

**Ключевые слова:** бизнес-идея, виртуальная экономика, реальная экономика, экономическая теория, спрос, предложение, технологии, исследования.

### **A business idea as a virtual cell of the real world**

**Brizhak O.V.**, Doctor of Economics, Associate Professor, Professor of the Department of Economic Theory, Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia

**Novikov V.S.**, Candidate of Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Management,

Kuban State Agrarian University named after I.T. Trubilin, Krasnodar, Russia

**Romanets I.I.**, Candidate of Economics, Associate Professor of the Department of Economics and Finance,

Kuban State Technological University, Krasnodar, Russia

**Annotation.** The authors of the article analyze the theoretical construct «business idea» as a representation of the translation of virtual properties and qualities of ideas of the future embodiment of inventions, goods and services that change the real world, add efficiency to business processes, change the economic system of individu-

al states. The materials of the publication formulates a classification of business ideas by characteristics: a business idea implemented as demand for certain goods and services grows; a business idea proposed for implementation in the process of increasing competition in certain markets; a business idea involving the formation of a given demand growth trajectory. The study of changes and ideas about business ideas and the expected result allowed us to determine the transformation of the depth of business ideas of individual common products that were selected with similar characteristics after the 1930s and after the 2000s. The effect of time in the characteristics of a business idea, its virtual embodiment before production and existence in the real world is revealed; the effect of time has an impact on the effectiveness of a business idea and its appropriateness for mass consumption by society. The authors have formulated criteria that should be met by relevant and in-demand business ideas of the real world: the effectiveness of a business idea (rational correlation of the effectiveness of solving a fundamental problem by a reliable method with material and time costs); uniqueness of a business idea (based on intellectual and psychological individuality and creativity of the idea generator); innovativeness business ideas (the property of an idea that leads to a qualitative transformation of the product and ensures the introduction of something new); the ability to scale a business idea (meeting the needs of an expanded audience by an effective method); energy information of a business idea (the quality of a translator from the virtual world of creative intellectual activity of a person to the real world by creating a final product to the end consumer).

**Key words:** business idea, virtual economy, real economy, economic theory, demand, supply, technologies, research.

Современная ситуация развития высокотехнологичных производств, «Индустрия 4.0», достижения в сфере беспилотных технологий, повсеместного внедрения элементов искусственного интеллекта в повседневные процессы жизнедеятельности индивидов актуализирует исследование вопроса появления идеи, трансформации мыслительных заключений индивида в бизнес-идею, которая способна формировать спрос, развивать предложение [10, 19].

Цель нашего исследования мы можем сформулировать как определение системной последовательности перехода бизнес-идеи из виртуального мыслительного процесса в физическое воплощение продукта или услуги реального мира. В качестве основных методов исследования нами выбран системный подход, который позволяет рассматривать бизнес-идею как виртуальную клеточку реального мира в точки зрения сложной организационной системы. В дополнение использованы методы анализа и синтеза.

Начиная исследование темы бизнес-идея как виртуальная клеточка реального мира, считаем необходимым сконцентрировать внимание на деталях – категориях заявленной темы, ввиду того что авторское представление всех категорий позволяет обозначить общую исследовательскую концепцию. Первой из категорий хотелось бы выделить «виртуальная клеточка реального мира» и обратиться к существующим подходам анализа данной категории в экономической теории на стыке с философией.

Античные исследования стоят у истоков представления категории «виртуальная клеточка реального мира», что выражается в следующем:

– античные исследования Платона [12], Аристотеля [2] и других авторов [6, 8, 20, 27] дают первые представления о концепте «virtus», показывая многогранность в уме человека понимания материальных и нематериальных процессов, представления вещей реального и субъективного мира, во временных рамках (настоящее / прошлое);

– авторы впервые показали, что человек с его мыслительными процессами имеет возможность встраиваться в социально-экономические процессы и явления, передавая тем самым идею в какие-либо проекты своей жизнедеятельности;

– появляется первая классификация деятельности хозяйствующих субъектов и средств производства и представление о том, что сложность и глубина мыслительных процессов индивидов в перспективе порождает более эффективные результаты его деятельности именно за счет идей, формируемых в умах.

Надо отметить, что трактовки категории «виртуальность», «virtus» объ-

единяет одно понимание того, что это предстает формированием физических образов человеком, группой людей. Люди и их группы функционируют в рамках одного проекта или социально-экономического процесса, зачастую с целью создания продукта для широких слоев конечного потребителя, использования в рамках территориальных границ одного государства или отдельной территории внутри государства.

Развитие человеческого капитала, интеллектуального капитала, узкоспециализированные компетенции и знания, возможности коммуницирования на расстоянии известными учеными становятся факторами инициирования добавленной стоимости бизнес-идеи, повышения конкурентоспособности бизнес-идеи, в целом, эффективного развития системы экономики государства [23].

В таких условиях, конечно, главной движущей силой становится система формирования и развития человеческого капитала, которая главным образом концентрируется в образовательных организациях разного уровня. Несомненно, что к организациям образования должны присоединятся компании с их предпринимательской культурой, которая как нельзя лучше может транслировать методики развития бизнес-идей для создания новых продуктов и услуг в реальной экономической деятельности.

Методологические и практические основы исследований бизнес-идей заложены в работах зарубежных ученых: Джонсон М., Кристенсен К., Кагерманн Х. [13], Остервальдер А., Пинье И. [21], Чесборо Г. [2] и др. Авторы раскрывают особенности зарождения процесса бизнес-моделирования, начиная с момента инициативности и стратегического мышления в коммерческой деятельности и до прикладных рекомендаций построения практически ориентированных аналитических инструментов.

Категории «виртуальный» и «реальный» по своим значениям и семантическому употреблению обычно противопоставляются друг другу. В нашем исследовании мы придерживаемся точки зрения, что современная экономика представляет собой симбиоз и тесное переплетение виртуальных и реальных миров, т.е. то, что было до (прошлое), порождает и продолжает существовать

(настоящее и будущее). Данный подход базируется на концепциях из различных научных областей: философии (в классическом детерминизме: причина порождает следствие, которое также становится причиной и так далее до бесконечности), биологии (фракталы и их применение относительно экономических систем), экономики [11].

Развитие экономических систем происходит в результате постоянного взаимодействия форм и видов перехода одного состояния в другое более высокого уровня. В основе развития фрактальной экономической системы лежат отношения производства и потребления, которые находятся в непрерывном созидательном противоречии.

Фрактальная теория применительно к экономике основывается на допущении, что любое ограниченное пространство экономической деятельности, ориентированное на ускоренное развитие, представляет собой не изолированный и самодостаточный фрагмент национальной экономики, а фрактал, в равной степени соотносящийся с глобальной, национальной, региональной и корпоративной экономикой. Методология фракталов основывается, прежде всего, на необходимости в осмыслении фрактальности и хаотичности как единого целостного процесса формирования фрактальной парадигмы и фрактального предпринимательства [1].

Вышеописанные научные концепции и подходы к рассматриваемой проблеме обрисовывают контуры комплексного взгляда на процесс зарождения бизнес-идеи в качестве виртуальной клеточки и практического воплощения ее в реальном мире. Труды известного ученого Циолковского К.Э. [4, 28, 29, 30] выдают целый арсенал средств в подтверждении выдвинутой нами научной гипотезы. Приведем некоторые доктрины мыслителя, пересекающиеся с концептуальными основами нашего исследования.

Техносфера в представлении Циолковского К.Э. является совокупностью промышленной, жилищной, транспортной, энергетической, коммуникационной сред, призванных обеспечить эффективное использование всех материальных ресурсов, доступных человечеству – пространства, энергии, полезных ископае-

мых, плодородных земель, а также неограниченное расширение среды обитания.

Таким образом, ученый предполагал такой индустриально-технологический сдвиг, при котором революционизирующая роль техники базируется исключительно на фундаменте социальных преобразований. Только «счастливое общественное устройство, подсказанное гениями, заставит технику и науку идти вперед с невообразимой быстротой...».

Человек не должен сам себя ограничивать ни в личных воззрениях, ни профессионально. Только максимально широкий взгляд позволяет принимать новое знание и двигаться вперед по пути расширения сознания. Наличие прямой связи означает осязаемый контакт, информационный обмен, помощь. Человек как гражданин вселенной и участник вселенских процессов насыщает пространство космоса своей творческой деятельностью, радостью созидательного труда, строит ожерелья эфирных городов, свободно перемещается в любых пространственных пределах.

Теория общества в представлении Циолковского К.Э. построена на следующих началах: прямая зависимость формальных социальных институтов и устройства государства от свойств человека; эволюционизм; космический масштаб материальной и духовной деятельности; новаторство и мобильность в основах социального строительства. Истинным гражданином вселенной является именно социальный человек. Творческие инновации гениев сконструируют целостность техносферы, создавая все ее элементы, от мелких ручных приспособлений до космических технических сред.

Принимая во внимание, отмеченное нами, продолжим исследовательскую траекторию, сконцентрируемся на категории «бизнес-идея». Бизнес-идея нами рассматривается как мысленно-чувственное представление будущих экономических процессов, возможностей воплощения экономических процессов, управленческих воздействий для целей представления итогового продукта в стадии внедрения ЖЦТ, конечному потребителю и др. Зафиксируем дополнительные представления о категории «бизнес-идея» в табл. 1.

**Анализ представлений категории «бизнес-идея» в экономических исследованиях (составлена авторами)**

Автор экономического исследования	Характеристика категории «бизнес-идея»
Лобахина Н.А.[17]	Мысленно сформулированный и оформленный в текстовом носителе прообраз бизнеса, характеризующий его предмет, объект, основные бизнес-процессы и желаемый результат деятельности.
Яновский В.В., Серова Е.Г. [32]	Авторы обозначают бизнес-идею через систему этапов: 1 этап – «Генерация бизнес-идеи»; 2 этап – «Проработка идеи и формирование проекта»; 3 этап – «Реализация бизнес-идеи».
Зинатулин А.М. [14]	Развернуты объективные основания ее формирования как исходного элемента коммерческой деятельности и отражено позиционирование идеи на разных фазах ее воплощения в бизнес-форме
Шкурко В.Е., Никитина Н.Ю. [31], Стрекалова Н.Д. [25]	Концепция бизнеса, которая связана с пониманием ценности, предлагаемой потребителю. Она может быть как собственной (новой, оригинальной, рожденной впервые), так и заимствованной извне («враждебное» поглощение через приобретение компаний, создание совместных предприятий и др.)

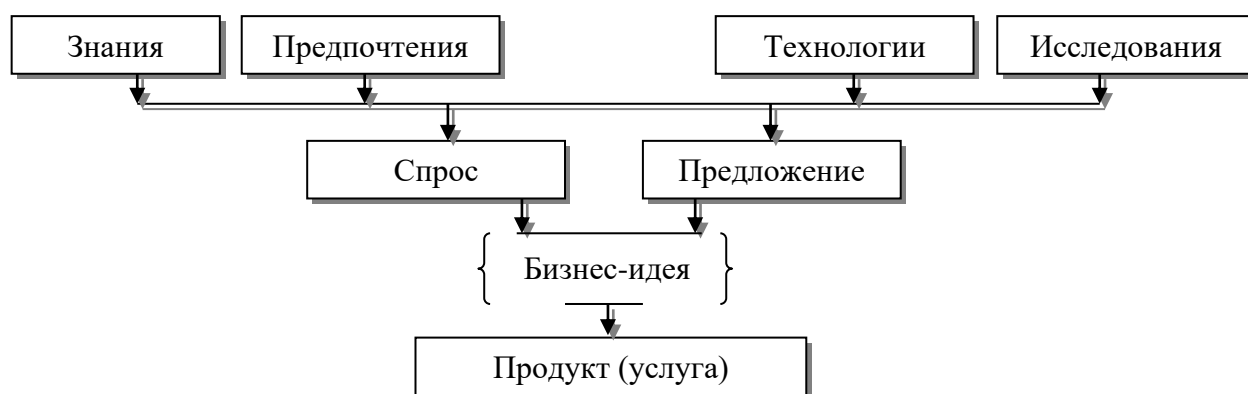
Комментируя табл. 1, отметим, что все авторы сходятся во мнении о том, что «бизнес-идея» это мысленное представление будущего результата организационной и управленческой деятельности, несомненно, бизнес-идея будет иметь некоторое физическое воплощение.

Расширяя понимание представленной информации в табл. 1, надо сказать, что в категории «бизнес-идея» авторы видят воплощение всей концепции будущего предприятия или экономической деятельности. Более того, представленные трактовки и характеристики авторами категории «бизнес-идея» показывают присутствующие моменты трансформации рынка (рынков), поведенческих моделей субъектов рынка, возможностей форматирования предприятий и компаний [24]. Продолжим рассматривать бизнес-идею как виртуальную клеточку реального мира и обратимся к существующим классификациям бизнес-идей по следующим характеристикам:



- бизнес-идея, реализованная по мере роста спроса на определенные товары и услуги;
- бизнес-идея, предлагаемая к реализации в процессе усиления конкуренции на определенных рынках;
- бизнес-идея, предполагающая формирование заданной траектории роста спроса [9].

Отмеченные три характеристики возникновения бизнес-идеи в современном мире, главным образом определяют будущую результативность бизнес-идеи в сфере производства товаров и услуг массового спроса. Зафиксируем графически системное представление перехода бизнес-идеи в конкретный продукт (услугу) на рис. 1.



**Рис. 1 – Системное представление перехода бизнес-идеи в конкретный продукт (услугу) (составлен авторами)**

Комментируя рис. 1, отметим, что в нашем представлении знания, предпочтения, технологии (имеющиеся в наличии), исследования (настоящие и результаты будущих) влияют на спрос и предложения, что отражается на формировании концепции нового продукта (услуги). Представленная последовательность этапов перехода бизнес-идеи в конкретный продукт (услугу) сопровождается существующими знаниями, предпочтениями, технологиями и результатами исследований, т.е. имеется некоторый фундамент для инициирования бизнес-идеи. Далее отразим в табл. 2 анализ изменений и представлений о продуктах, бизнес-идеях и ожидаемого результата.

**Анализ изменений и представлений о продуктах, бизнес-идеях и ожидаемого результата (составлена авторами)**

<b>Продукт</b>	<b>Бизнес-идея</b>	<b>Результат</b>
<b>После 1930-х гг.</b>		
Автомобиль	Передвижение	Транспортирование
Телефонная связь	Передача сообщения	Связь людей
Телевизор / телевиденье	Развлечение, информирование людей	Осведомленность в новостных событиях
<b>После 2000-х гг.</b>		
Электроавтомобиль	Экологичность	Экономия природных ресурсов, уменьшение воздействия на окружающую среду
Телефонная связь, Интернет-связь	Передача сообщений, общение людей на разных континентах при помощи персональных гаджетов	Общение людей, применение технологий воздействия на массы людей, политические перевороты, смена политических режимов
YouTube	Видеохостинг	Персоналифицированные каналы информации, формирование общественного мнения

Комментируя табл. 2, отметим, что нами целенаправленно были выбраны продукты со схожими характеристиками после 1930-х гг. и после 2000-х гг., а именно: в первом случае автомобиль, телефонная связь, телевизор / телевиденье; во втором случае аналогичные продукты, но с некоторыми дополнениями или изменениями: электромобиль, интернет-связь, канал видеохостинга «YouTube».

Пропуская известные нам характеристики обозначенных продуктов после 1930-х гг., отметим, что продукты после 2000-х гг. имеют определенное расширенное, дополненное или видоизмененное значение, которое персоналифицирует потребление продуктов и получение максимальной потребительской выгоды: экономия природных ресурсов, уменьшение воздействия на окружающую среду; общение людей, применение технологий воздействия на массы людей, политические перевороты, смена политических режимов; персоналифицированные каналы информации, формирование общественного мнения.

Хотелось бы отметить, что бизнес-идея имеет свои источники и своих

инициаторов, которые могут быть как индивидами из различных профессиональных областей, так и могут быть представлены индивидами в составе профессиональных групп, объединенным по предпринимательским интересам, стадиям разработки товара или услуги:

– ученые, исследователи, академическое сообщество: является самой основной и многочисленной группой инициаторов бизнес-идей, можем отметить, что представители этой группы могут генерировать элементы бизнес-идеи для конкретных проектов, товаров или услуг. Что отдельно выделяет представителей этой группы, так это то, что они могут быть источниками фундаментальных знаний для будущей бизнес-идеи, которые могут далее зафиксироваться в основе товара или коммерческого предложения массового спроса.

– предприниматели: эта группа индивидов имеет практикоориентированную направленность мыслей по воплощению и представлению обществу бизнес-идеи в целом или ее отдельных элементов в рамках коммерческого проекта, глобального коммерческого продукта массового спроса;

– группа ученых и предпринимателей: несомненно, надо сказать, что академическое сообщество и предприниматели являются в комплексе существенной группой генерирования и представления обществу бизнес-идеи, в основе такого взаимодействия заложен интеграционный подход соединения фундаментальных знаний и практических навыков воплощения бизнес-идеи в конкретном продукте;

– инициативные группы молодых предпринимателей: в современном прогрессивном обществе отводится большое внимание молодому предпринимательству, стимулированию молодого предпринимательства («Rusbase Mates», «Go Global World», «Бизнес-клуб Startup Connect», «Heg.ai» и др.). Основные направления работы обозначенных предпринимательских сообществ – это формирование и развитие деловых внутренних и внешних связей и союзов, развитие основ и систем венчурного инвестирования, помощь в организации и формальной фиксации стартапов молодых предпринимателей.

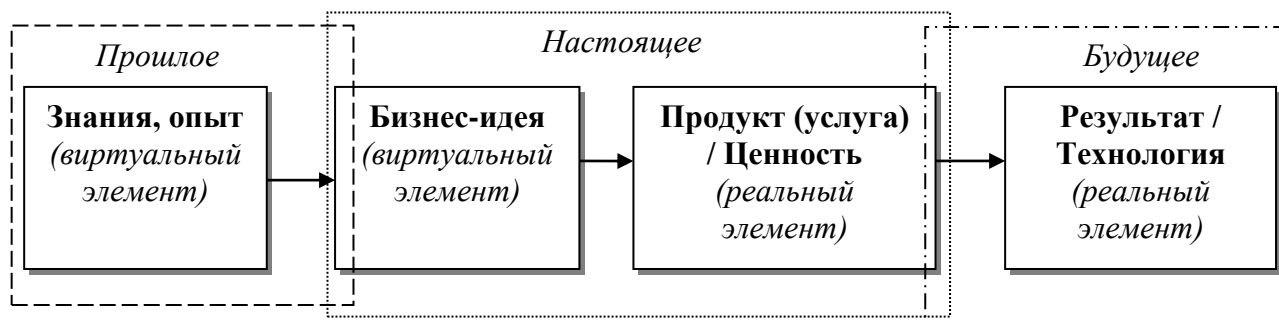
Творческие гении Циолковского, возведенные в ранг неформальных лидеров и формальных руководителей человечества, становятся тем слоем интеллектуальной элиты, которые генерируют комплекс нравственных, экономических, политических, научно-технических, антропологических идей. Именно они создают интеллектуальную движущую силу общества. Основываясь на выше-сказанном, в комплексном понимании бизнес-идеи можно трактовать как энергоинформационные структуры, транслирующие творческую интеллектуальную деятельность человека в реальный мир путем создания итогового продукта конечному потребителю.

Организационно-системная сущность ведения успешной коммерческой деятельности состоит в выявлении имеющихся потенциальных возможностей и полном их раскрытии в целях создания нового продукта (услуги) или ценности и удовлетворения человеческих потребностей с учетом ресурсных ограничений. Таким образом, основополагающим шагом в акте предпринимательства и инновационном развитии мира выступает бизнес-идея о новом продукте (услуге) или ценности, нацеленная на достижение заданного результата.

Как иллюстрирует табл. 2, разные бизнес-идеи ведут к трансформации конечных продуктов, отвечающим реалиям современного мира. Становится совершенно очевидным, что бизнес-идея представляется с одной стороны инновационной компонентой мыслительной (интеллектуальной) деятельности человека (*виртуальный элемент*), а с другой выступает неким конкретным способом решения проблемы целевых потребителей, готовых оплатить результат, используя созданный продукт (услугу) (*реальный элемент*).

Данное заключение приводит нас к выводу о том, что бизнес-идеи выступают необходимыми и важными трансляторами из виртуального мира (так называемые виртуальные клеточки) в мир реальных продуктов, услуг, технологий, рынков. Продолжая наше исследование, дополним схему перехода бизнес-идеи в конкретный продукт, сосредоточившись на алгоритме преобразования первоначального элемента бизнес-идеи, т.е. знания, опыта в результат, иллюстрирующее взаимодействие виртуальных и реальных элементов системы

(рис. 2).



**Рис. 2 – Последовательность преобразования виртуальных элементов системы в реальный мир (составлен авторами)**

Комментируя рис. 2, отметим, что в процессе преобразования знания в результат происходит переход и соединение элементов виртуального и реального мира, где центральное место отводится бизнес-идеи. Мы считаем, что с практической точки зрения конечный результат / уровень технологий прямо зависит от объема знаний и опыта, имплементированных в конкретный продукт (услугу) / ценность. Современные термины «новейшие технологии», «высокие технологии», «цифровые технологии», «технологии будущего» обозначают состояния, основанные на применении новейших научных знаний.

Подтверждение данного положения находит отражение в трудах отечественных ученых. Так, Бодрунов С.Д., исследуя траекторию глобальной трансформации ноономики, приходит к выводу: «именно характер и объем знаний, воплощенных в продукте, определяет, в конечном счете, уровень продукта». От применяемых знаний зависит, какие потребительские свойства мы сможем придать этому продукту, каковы будут технические характеристики его эксплуатации. Приращение знаний, применяемых при производстве продукта, обеспечивает приращение способности продукта отвечать все более многообразным человеческим потребностям [7].

Клейнер Г.Б. подчеркивает, что экономика знаний характеризуется высокой долей знаний как ключевого фактора и результата экономической деятельности человека. Развивая данную мысль, ученый переходит к анализу следующей за экономикой знаний стадии общественного производства – экономике

постзнаний, основанной не просто на передаче вновь созданных знаний от производителя (донора) к потребителю (реципиенту), но и на влиянии интеллекта производителя на интеллект потребителя [15].

Расширяя представления Клейнера Г.Б., отметим, что влияние бизнес-идеи производителя на интеллект потребителя мы можем видеть в транслировании сути и содержания видеоконтента и графического содержания на повседневную жизнь людей: социальные сети меняют представление людей о жизненных ценностях, повышают зависимость от контента социальных сетей, повышают зависимость человека в использовании мобильных устройств, персональных гаджетов и так далее.

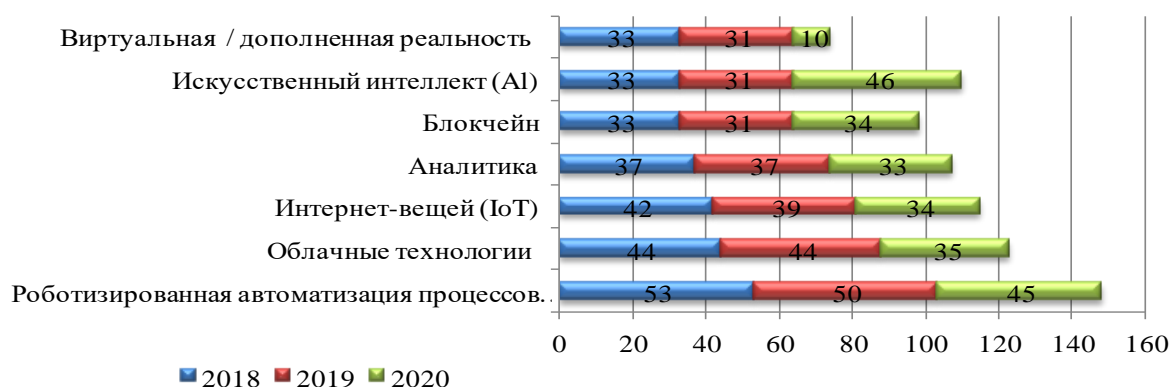
Бизнес-идеи российских изобретателей и предпринимателей давно зарекомендовали себя в мировой IT-индустрии, а глобальные IT-компании в своей деятельности могут продемонстрировать изобретения телеграмм (мессенджер), мобильный YouTube (приложение для телефона); FaceApp (приложение для телефона); Лаборатория Касперского (антивирус); Google (поисковая система); Prisma и Capture (приложение для телефона); NtechLab и VisionLab (технология распознавания лиц) отметим их в табл. 3.

Таблица 3

**IT-продуктов и бизнес-идей, которые предложили миру российские специалисты (составлена авторами)**

<b>Наименование продукта</b>	<b>Ф.И.О. российского изобретателя</b>	<b>Основное направление работы ИКТ</b>
Телеграмм (мессенджер)	Павел Дуров	Популярный российский мессенджер
Мобильный YouTube (приложение для телефона)	Андрей Дороничев	Мобильная версия популярного видеохостинга
FaceApp топовое (приложение для телефона)	Ярослав Гончаров	Приложение, позволяющее примерять на себя различный возраст
Лаборатория Касперского (антивирус)	Евгений Касперский	разработке антивирусного программного обеспечения
Google (поисковая система)	Сергей Брин	Лучший продукт корпорации Google – поисковая система
Prisma и Capture (приложение для телефона)	Алексей Моисеенков	Возможность переделывать любую фотографию под стиль известных художников
NtechLab и VisionLab (технология распознавания лиц)	Артём Кухаренко Александр Ханин	лучших программ, направленных на распознавание лиц

Комментируя табл. 3, отметим, что IT-компании в качестве основных приоритетов рассматривают инвестирование финансовых ресурсов в роботизированную автоматизацию процессов (Robotic process automation), облачные технологии, Интернет-вещей (Internet of Things), аналитику, блокчейн, искусственный интеллект (Artificial intelligence), виртуальную / дополненную реальность. Основные значения инвестиционной привлекательности IT-компаний в 2018-2020 гг. отражены на рис. 3.



**Рис. 3 – Структура инвестиционных проектов IT-компаний в 2018-2020 гг. (% компаний; составлено авторами на основе материалов [3; 16])**

Комментируя структуру инвестиционных проектов IT-компаний (рис. 3) в 2018-2020 гг., надо отметить, что наблюдается интересная особенность, если в 2018 г. 53% компаний занимались разработкой и исследованиями в области роботизированной автоматизации процессов, то в 2020 г. сменилась привлекательность на исследования в области искусственного интеллекта, что говорит о смене инвестиционных приоритетов. Перейдем от «комфортных» для жизни изобретений IT-сферы в сферу жизненно важных медицинских бизнес-идей, позволяющих влиять на качество аналитической медицины. Рассмотрим в табл. 4 успехи российских бизнес-идей в сфере медицины.

В табл. 4 представлены отдельные бизнес-идеи, воплощенные в реальных продуктах, которые сегодня предлагаются человеку для использования в повседневной жизни. Основное содержание бизнес-идеи обозначенных продуктов можно сформулировать как быстрое и качественное получение информации о

состоянии здоровья человека и для возможностей безопасной жизнедеятельности.

Таблица 4

**Продуктов и бизнес-идей, которые предложили миру российские специалисты в сфере медицины (составлена авторами на основе [22])**

Наименование продукта	Основные функциональные характеристики
Медицинская экспертная система iГематолог	Получение всестороннего анализа крови и диагностирование более 50 синдромов и заболеваний из дома пациента
Проект «3D Bioprinting Solutions»	Лаборатория для конструирования прибора с технологией трехмерной биопечати органов и тканей человеческого организма, а также самой печатью
«Кнопка жизни»	мобильный телефон с единственной кнопкой, настроенной на вызов экстренной помощи.
«Мой ген» — российский сервис по анализу ДНК человека.	Определение и анализ состава генетической цепочки человека с целью получения самой разнообразной информации об организме

Большое значение придается бизнес-идеям в сфере нанотехнологий, которые могут найти применение в различных проектах, связанных с развитием инфраструктуры (энергоснабжения, солнечной энергетики, биотехнологий, медицины, нано- и оптоэлектроника и др.). На сегодняшний день по распоряжению правительства РФ от 7 июля 2011 года № 1192-Р функционирует реестр производителей товаров и услуг, которые относятся к nanoиндустрии.

На конец 2019 г. в данном перечне содержатся более 700 предприятий различных организационно-правовых форм с подтвержденным статусом. Отметим наиболее успешные предприятия, использующие нанотехнологии в производстве: ПАО «Микрон»; ООО «Ульяновский центр трансфера технологий»; АО «ФНПЦ «Алтай»; АО «Научно-производственное предприятие «Алтик»; АО «Научно-исследовательский институт физических измерений»; ОАО АХК «ВНИИМЕТМАШ»; ООО «Биосан»; ОАО «НПП КП «Квант»; НПК «Технологический центр МИЭТ» [18].

Однако, говоря об успехах предпринимателей в сфере реализации и воплощении бизнес-идей в IT-сфере, в медицине в РФ и в мире, надо отметить негативные тенденции несоответствия затрат государства на приобретение



технологий и их реализацию за пределами РФ. Инновации, реализуемые на территории нашего государства обладают следующими характеристиками: обладают свойствами разработок для внутреннего использования; обладают свойствами привлеченных в качестве импорта, затраты соответствуют границам 3305 условных единиц; часть изобретений поставляется на экспорт, однако бюджет государства получается 1181 условную единицу.

Обозначенные тенденции показывают зависимость РФ от приобретаемых инноваций и технологий. Условно баланс РФ показывает отрицательное сальдо платежей за покупку и приобретение инноваций и технологий, что показывают данные табл. 5.

Таблица 5

**Анализ показателей производства инноваций [26]**

Показатель на покупку и приобретение инноваций	Единица измерения	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.
Отгружено товаров собственного производства, выполнено работ и услуг собственными силами	млн руб	51316283,5	57611057,8	68982626,6	92253929,6
в том числе инновационные товар, работы, услуги		4364321,7	4166998,7	4516276,4	4863381,9
Удельный вес инновационных товаров, работ, услуг в общем объеме отгруженных товаров, выполненных работ, услуг	%	8,5	7,2	6,5	5,3
Затраты на инновационную деятельность	млн руб	1284590,3	1404985,3	1472822,3	1954133,3
Удельный вес затрат на технологические инновации в общем объеме отгруженных товаров, выполненных работ, услуг	%	2,5	2,4	2,1	2,1

Комментируя табл. 5, отметим, что интересны аналитические данные инновационной деятельности по отраслям промышленности: отрасль обрабатывающей высокотехнологичной продукции – 33%; отрасль обрабатывающая среднетехнологическая – 22%; отрасль телекоммуникаций и производства информационных технологий – до 10%.

Весной 2022 г. Правительство РФ предложило к реализации комплексную

программу поддержки ИТ-сферы по следующим направлениям:

- предложение налоговых преференций на создателей приложений для мобильных устройств; привлечение организаций, работающих в сфере реализации и установки российских ИТ-решений;
- освобождение ИТ-компаний на три года от уплаты налога на прибыль и от проверок контрольными органами;
- предоставление возможности оформить кредиты «на продолжение работы» и на новые проекты по ставке не выше 3% годовых;
- в социальной сфере: сотрудникам ИТ-компаний будут предоставлять льготную ипотеку; специалисты ИТ-компаний до достижения 27 лет получают отсрочку от призыва в армию на все время работы.

Таким образом, подводя итоги, отметим. Развитие экономических систем происходит в результате постоянного взаимодействия форм и видов перехода одного состояния в другое более высокого уровня. В основе развития фрактальной экономической системы лежат отношения производства и потребления, которые находятся в непрерывном созидательном противоречии. Вышеописанные научные концепции и подходы к рассматриваемой проблеме обрисовывают контуры комплексного взгляда на процесс зарождения бизнес-идеи в качестве виртуальной клеточки и практического воплощения ее в реальном мире. Детальный анализ научного представления бизнес-идеи позволил сформулировать классификацию бизнес-идей по следующим характеристикам: бизнес-идея, реализованная по мере роста спроса на определенные товары и услуги; бизнес-идея, предлагаемая к реализации в процессе усиления конкуренции на определенных рынках; бизнес-идея, предполагающая формирование заданной траектории роста спроса.

Анализ изменений и представлений о продуктах, бизнес-идеях и ожидаемого результата позволил определить изменение глубины характеристик бизнес-идей отдельных распространенных продуктов, которые нами были выбраны со схожими характеристиками после 1930-х гг. и после 2000-х гг., а именно: в первом случае автомобиль, телефонная связь, телевизор / телевиденье; во

втором случае аналогичные продукты, но с некоторыми дополнениями или изменениями: электромобиль, интернет-связь, канал видеохостинга «YouTube». В таком случае можно говорить об эффекте времени, который оказывает влияние на эффективность бизнес-идеи и ее целесообразность для массового потребления обществом.

Сложность реализации бизнес-идей во многом заключается в динамике развития современного мира и высокой скорости происходящих изменений, из-за которых возможно запаздывание бизнес-идей ожиданиям потребителей. В связи с этим, считаем необходимым сформулировать критерии, которым должны отвечать актуальные и востребованные бизнес-идеи реального мира:

- эффективность бизнес-идеи (рациональное соотношение результативности решения фундаментальной проблемы надежным способом с материальными и временными затратами);
- уникальность бизнес-идеи (основано на интеллектуально-психологической индивидуальности и креативности генератора идеи);
- инновационность бизнес-идеи (свойство идеи, приводящее к качественному преобразованию продукта и обеспечивающее внедрение чего-то нового);
- возможность масштабирования бизнес идеи (удовлетворение потребностей расширенной аудитории эффективным методом);
- энергоинформационность бизнес-идеи (качество транслятора из виртуального мира творческой интеллектуальной деятельности человека в реальный мир путем создания итогового продукта конечному потребителю).

#### **Библиографический список:**

1. Barnsley M. Superfractals // Cambridge University Press, 2006. – 453 p.
2. Chesbrough H.W. Open business models: how to thrive in the new innovation landscape // Boston Mass.: Harvard Business School Press. – 2006. – 255 p.
3. State of Operations and Outsourcing 2019 // HFS Research, 2019. – URL: <https://www.hfsresearch.com/market-anal-yses/State-of-Operations-and-Outsourcing-2019> (дата обращения 08.10.2021);
4. Алексеева В.И. К.Э. Циолковский: философия космизма. – М.: Само-

образование, 2007. – 318 с.

5. Аристотель. Метафизика / Аристотель // Соч. в 4 т. / Москва. Мысль. 1975. – Т. 1. – 550 с.

6. Блаженный Августин. О граде Божием. Мн.: Харвест, М.: АСТ, 2000. – 1296 с.

7. Бодрунов С.Д. Ноономика: траектория глобальной трансформации / Монография / – М.: ИНИР; Культурная революция, 2020. – 224 с. – С. 41.

8. Брагова А. М. Интерпретация Цицероном стоических понятий *honestum, virtus, officium* // Schole, СХОЛЭ. 2011. №1. С. 42-52.

9. Брижак О.В., Ермоленко А.А. Новые формы отношений, возникающие в движении капитала // Философия хозяйства. – 2018. – № 6 (120). – С. 80-102.

10. Брижак О.В., Романец И.И. Современные тенденции новой экономической реальности: креативность, цифровизация, таргетирование // Бухгалтерский учет и налогообложение в бюджетных организациях. – 2020. – № 10. – С. 5-13.

11. Брижак О.В. Концептуальные основы институциональной экономики: корпорация, государство, инновации // Горизонты экономики. – 2015. – № 4 (23). – С. 15-21.

12. Галеев Б. М. Виртуальная реальность и «тамошняя земля» Платона // Материалы межвузовской конференции. Казань, – 2000. – С. 9-12.

13. Джонсон М., Кристенсен К., Кагерманн Х. Обновление бизнес-модели // Harvard Business Review. – 2009. – №3. – С. 63.

14. Зинатулин А.М. Роль предпринимательской идеи в развитии экономики. Дис. канд. экон. наук. – Ярославль.: Ярославский государственный университет им. Н.Г. Демидова. – 2006. – 151 с.

15. Клейнер Г.Б. Системная экономика: шаги развития: Монография / Г.Б. Клейнер. Предисловие академика В.Л. Макарова. – Издательский дом «НАУЧНАЯ БИБЛИОТЕКА», 2021. – 746 с. – С. 233.

16. Красавина В.А. Современные тенденции и перспективы развития мирового рынка ИТ-услуг. Дис. канд.экон.наук, спец. 08.00.14 – Мировая экономика. – М.: РУДН. – С. 148-149. – 212 с.

17. Лобахина Н.А. Методология формирования и реализации бизнес-идеи создания малых предпринимательских структур // Вестник Гостовского государственного экономического университета (РИНХ). – 2010. – №1. – С. 95-101.
18. Нанотехнологические производства. Электронный ресурс: <https://fabricators.ru/article/nanotehnologicheskie-proizvodstva> (дата обращения: 20.04.2022)
19. Новиков В.С., Перова А.Е. Виртуализация финансовой сферы как тенденция и адаптация к современным экономическим условиям ведения бизнеса // Финансовая аналитика: проблемы и решения. 2012. № 32 (122). С. 48-53.
20. Носов Н. А. Виртуальная реальность // Вопросы философии. – 1999, №10. – С. 12.
21. Остервальдер А., Пинье И. Построение бизнес-моделей: настольная книга стратега и новатора / А. Остервальдер, И. Пинье. – М.: Альпина Паблшер, 2012. – С. 330.
22. Радюк В. Прогресс налицо: 10 российских инновационных проектов в области медицины. Электронный ресурс: <https://theoryandpractice.ru/posts/9909-gos-med-projects>. (дата обращения: 20.04.2022).
23. Романец И.И., Вербовский Г.Д. ГИГ-экономика как новая форма рыночных отношений // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. – 2021. – № 1 (51). – С. 186-192.
24. Симанов А.С. Исследование подходов создания бизнес-идеи // Вестник академии знаний, – 2016, – №18 (3). – С. 45-48.
25. Стрекалова Н.Д. Бизнес-планирование. – СПб.: Питер, 2012, – 352с. – С. 96-126.
26. Технологические инновации и активность по данным Росстат. Статистика и показатели: федеральные и региональные. Электронный ресурс: <https://rosinfostat.ru/innovatsii/> (дата обращения: 20.03.2022).
27. Хоружий С. С. Род или нерод? Заметки к онтологии виртуальности // Вопросы философии. 1997. № 6. – С. 53-68.
28. Циолковский К.Э. Гений среди людей. – М.: Мысль, 2002. – 542 с.
29. Циолковский К.Э. Избранные труды. – М.: Издательство АН ССР,

1962. – 533 с.

30. Циолковский К.Э. Миражи будущего общественного устройства. – М.: Луч, 2010. – 272 с.

31. Шкурко В.Е., Никитина Н.Ю. Бизнес-планирование в предпринимательской деятельности, – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2016, – 172с. – С. 27-39.

32. Яновский В.В., Серова Е.Г. Бизнес-идея инвестиционного проекта: от зарождения до финансово-экономического обоснования // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2018, №2. – С. 262-271. DOI: 21295/2223-5639-2018-2-262-271.

### **References:**

1. Barnsley M. Superfractals // Cambridge University Press, 2006. – 453 p.

2. Chesbrough H.W. Open business models: how to thrive in the new innovation landscape // Boston Mass.: Harvard Business School Press. – 2006. – 255 p.

3. State of Operations and Outsourcing 2019 // HFS Research, 2019. – URL: <https://www.hfsresearch.com/market-anal-yses/State-of-Operations-and-Outsourcing-2019> (accessed 08.10.2021);

4. Alekseeva V.I. K.E. Tsiolkovsky: philosophy of cosmism. – М.: Self-education, 2007. – 318 p.

5. Aristotle. Metaphysics / Aristotle // Op. in 4 vols. / Moscow. Thought. 1975. – Vol. 1. – 550 p.

6. Blessed Augustine. About the City of God. Mn.: Harvest, M.: ACT, 2000. – 1296 p

. 7. Bodrunov S.D. Noonomics: the trajectory of global transformation / Monograph / – М.: INIR; Cultural Revolution, 2020. – 224 p. – p. 41.

8. Bragova A.M. Cicero's interpretation of stoic concepts honestum, virtus, officium // Schole, SCHOLE. – 2011. – № 1. – pp. 42-52.

9. Brizhak O.V., Ermolenko A.A. New forms of relations arising in the movement of capital // Philosophy of Economy. – 2018. – № 6 (120). – Pp. 80-102.

10. Brizhak O.V., Romanets I.I. Modern trends of the new economic reality:

creativity, digitalization, targeting // Accounting and taxation in budget organizations. – 2020. – № 10. – pp. 5-13.

11. Brizhak O.V. Conceptual foundations of institutional economics: corporation, state, innovation // Horizons of Economics. – 2015. – № 4 (23). – Pp. 15-21.

12. Galeev B.M. Virtual reality and Plato's «the land there» // Materials of the interuniversity conference. Kazan, 2000. pp. 9-12.

13. Johnson M., Christensen K., Kagermann H. Updating the business model // Harvard Business Review. – 2009. – № 3. – p. 63.

14. Zinatulin A.M. The role of the entrepreneurial idea in the development of the economy. Dis. Candidate of Economic Sciences. – Yaroslavl.: Yaroslavl State University named after N.G. Demidov. – 2006. – 151 p.

15. Kleiner G.B. System economy: steps of development: Monograph / G.B. Kleiner. Foreword by academician V.L. Makarov. – Publishing house «SCIENTIFIC LIBRARY», 2021. – 746 p. – p. 233.

16. Krasavina V.A. Modern trends and prospects for the development of the global IT services market. Dis. cand.econ.sciences, spec. 08.00.14 – World Economy. – Moscow: RUDN. – pp. 148-149. – 212 p.

17. Lobakhina N.A. Methodology of formation and implementation of the business idea of creating small business structures // Bulletin of the Gostovsky State University of Economics (RINH). – 2010. – № 1. – pp. 95-101.

18. Nanotechnological productions. Electronic resource: <https://fabricators.ru/article/nanotehnologicheskie-proizvodstva> (accessed: 04/20/2022)

19. Novikov V.S., Perova A.E. Virtualization of the financial sphere as a trend and adaptation to modern economic conditions of doing business // Financial analytics: problems and solutions. – 2012. – № 32 (122). – pp. 48-53.

20. Nosov N. A. Virtual reality // Questions of Philosophy. – 1999, – № 10. – p. 12.

21. Osterwalder A., Pinye I. Building business models: a strategist and innovator's handbook / A. Osterwalder, I. Pinye. – M.: Alpina Publisher, 2012. – p. 330.

22. Radyuk V. Progress is evident: 10 Russian innovative projects in the field

of medicine. Electronic resource: <https://theoryandpractice.ru/posts/9909-ros-med-projects> . (accessed: 04/20/2022).

23. Romanets I.I., Verbovsky G.D. GIG-economy as a new form of market relations // Innovative economy: prospects for development and improvement. – 2021. – № 1 (51). – pp. 186-192.

24. Simanov A.S. Research of approaches to creating a business idea // Bulletin of the Academy of Knowledge, – 2016, – № 18 (3). – pp. 45-48.

25. Strekalova N.D. Business planning. – St. Petersburg: Peter, 2012, – 352s. – pp. 96-126.

26. Technological innovations and activity according to Rosstat. Statistics and indicators: federal and regional. Electronic resource: <https://rosinfostat.ru/innovatsii/> (date of address: 03/20/2022).

27. Khoruzhiy S.S. Rod or non-rod? Notes to the ontology of virtuality // Questions of Philosophy. – 1997. – № 6. – pp. 53-68.

28. Tsiolkovsky K.E. Genius among people. – Moscow: Mysl, 2002. – 542 p.

29. Tsiolkovsky K.E. Selected works. – M.: Publishing House of the USSR Academy of Sciences, 1962. – 533 p.

30. Tsiolkovsky K.E. Mirages of the future social order. – M.: Luch, 2010. – 272 p.

31. Shkurko V.E., Nikitina N.Yu. Business planning in entrepreneurial activity, – Yekaterinburg: Ural Publishing House. un-ta, 2016, – 172s. – pp. 27-39.

32. Yanovsky V.V., Serova E.G. Business idea of an investment project: from inception to financial and economic justification // Bulletin of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law. – 2018, № 2. – pp. 262-271. DOI: 21295/2223-5639-2018-2-262-271.