

Ценностные ориентации и мотивы предпринимателей в сфере цифровых технологий

Научный руководитель – Маркеева Анна Валерьевна

Шендрикова Елизавета Сергеевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Кафедра экономической социологии и маркетинга, Москва, Россия

E-mail: mirati@inbox.ru

В постиндустриальном обществе основным ресурсом является информация. Информация становится ключевым фактором существования и развития повседневной и профессиональной деятельности людей, определяет конкурентоспособность бизнес-структур и предпринимательской деятельности в целом. Сейчас предприниматель переходит на цифровую платформу, большинство успешных проектов последнего десятилетия воплощено преимущественно в сети Интернет, либо с использованием цифровых технологий.

При постоянном изменении общества, его усложнении под влиянием таких процессов, как глобализация, информатизация и цифровизация, все чаще говорится о трансформации классического предпринимательства в цифровое. Вместе с этим в научной литературе появляется термин «предприниматель в сфере цифровых технологий». Однако на достаточно большое количество научных работ и исследований по этой теме, в настоящий момент приходится констатировать как отсутствие конвенционально закрепленного определения цифрового предпринимателя, так и фрагментарность большинства подходов. Все это актуализирует целый комплекс исследовательских вопросов: есть ли существенные различия с точки зрения мотивации, ценностных ориентаций, профессиональных навыков у предпринимателей в сфере цифровых технологий; каков социальный портрет цифровых предпринимателей; какие факторы, обеспечивают эффективное продвижение предпринимательских стартапов в цифровой среде и др.

Проведенный анализ теоретических работ показывает, что особую актуальность применительно к исследованию фигуры цифрового предпринимателя приобретает подход Йозефа Шумпетера, развитый и продолженный в последствии в трудах классиков социологии управления Питера Друкера и Тома Питерса. Й. Шумпетер утверждал, что предприниматель - это не просто участник экономических действий, а новатор и двигатель своих собственных идей, которые приносят ему, в первую очередь, духовное удовольствие, и только потом материальное в виде прибыли; это личность, которая берется за поиск и внедрение новых факторов производства [3].

Поиск идей, их новизна и реализация — это одна из самых сложных задач предпринимателя. Здесь требуется не только умение творчески мыслить и находить новые решения, но и понимать расклад сил, действующих в сложившейся обстановке, это как раз и способствует лучшему обоснованию ориентаций предпринимателя.

Для Питера Друкера нововведения являются определяющим для предпринимателя, в них он видит особый инструмент, с помощью которого предпринимателю удастся использовать изменения как возможность для реализации идей в бизнесе [1].

Это особенно актуально в сложившихся условиях, когда развитие цифровых продуктов и

технологий ломает сложившиеся бизнес-модели.

Как отмечал Том Питерс своих работах, начинает происходить изменение логики рынка. Оперативное реагирование на требования постоянного изменения и обновления продуктов, предоставление услуг с добавленной стоимостью, улучшение обслуживания клиентов и продвижение к успешному многоканальному маркетингу стали новыми стандартами ведения бизнеса в цифровую эпоху [2].

Инновационный характер цифрового предпринимательства в целом, а также восприятия и генерация инноваций как основная характеристика (требование) предпринимателя в сфере цифровых технологий подтверждается и данными эмпирических исследований. Так, анализ данных глобального мониторинга предпринимательства (GEM - Global Entrepreneurship Monitor), за 2018/2019 и 2019/2020 года соответственно, позволил выделить следующие ценностные ориентации и мотивы предпринимательской деятельности: 1) постоянная изменчивость и отказ от традиций; 2) открытость и масштабность принимаемых решений; 3) бесстрашие и смелость; 4) отсутствие ограниченности: как и мышления, так и общей стратегии [4].

Таким образом, помимо основных ценностей и качеств, которые традиционно отличают фигуру предпринимателя, можно говорить о специфических характеристиках, определяющих образ предпринимателя в сфере цифровых технологий. Это активный участник рыночных отношений, который своей основной целью все так же видит получение прибыли и успешность собственного дела, но преимущественно за счет использования таких важнейших умений как гибкость, интеграция, адаптация к постоянной трансформации рынка и мира в целом.

Источники и литература

- 1) Друкер П.Ф. Бизнес и инновации. М., 2007.
- 2) Питерс Т. Представьте себе! Превосходство в бизнесе в эпоху разрушений. М., 2011.
- 3) Шумпетер Й. Теория экономического развития, М., 1982.
- 4) Глобальный мониторинг предпринимательства: <https://www.gemconsortium.org/>