

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ АЗЕРБАЙДЖАНСКОЙ**

**РЕСПУБЛИКИ**

**АЗЕРБАЙДЖАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ**

**УНИВЕРСИТЕТ**

**МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЦЕНТР МАГИСТРАТУРЫ И ДОКТОРАНТУРЫ**

**МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ**

**на тему**

**“Влияние пандемии коронавируса (COVID-19)**

**на инновационный бизнес»**

**Алиева Сабира Тофик**

**БАКУ – 2022**

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ АЗЕРБАЙДЖАНСКОЙ  
РЕСПУБЛИКИ  
АЗЕРБАЙДЖАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ  
МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЦЕНТР МАГИСТРАТУРЫ И ДОКТОРАНТУРЫ**

**Директор Международного Центра  
Магистратуры и Докторантуры  
д.ф.э., доц. Ахмедов Фариз Салех оглы**  
Подпись \_\_\_\_\_  
“ \_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ год

**МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ**

**на тему  
“Влияние пандемии коронавируса (COVID-19)  
на инновационный бизнес”**

**Код и название специальности:** 060409. Управление бизнесом

**Специализация:** Организация и управление бизнесом

**Группа:** 126

**Магистрант:**  
**Алиева Сабира Тофик  
кызы**  
\_\_\_\_\_ подпись

**Научный руководитель:**  
**доц. Ханларзаде Сарвиназ  
МамедГасан кызы**  
\_\_\_\_\_ подпись

**Руководитель программы:**  
**д.ф.э., доц. Шамхалова  
Самира Октай кызы**  
\_\_\_\_\_ подпись

**Заведующий кафедрой:**  
**д.э.н. проф., Калбиев Яшар  
Атакиши оглы**  
\_\_\_\_\_ подпись

**БАКУ – 2022**

## **Elm andı**

Mən, Əliyeva Səbirə Tofiq qızı and içirəm ki, «Влияние пандемии коронавируса (COVID-19) на инновационный бизнес» mövzusunda magistr dissertasiyasını elmi əxlaq normalarına və istinad qaydalarına tam riayət etməklə və istifadə etdiyim bütün mənbələri ədəbiyyat siyahısında əks etdirməklə yazmışam.

# KORONAVIRUS (COVID-19) PANDEMIYASININ INNOVASIYA BİZNESİNƏ TƏSİRİ

## XÜLASƏ

**Tədqiqatın aktuallığı:** Koronavirusun (COVID-19) yayılması dünyanın bütün ölkələrində innovativ inkişafın illərlə formalaşmış sistemlərinin gedişini dəyişdi. Ölkələrin davamlı inkişafı kəskin zəiflədi və hələ də iqtisadiyyat pandemiya koronavirusun təzyiqi altındadır. Buna görə innovasiya biznesinin məzmununun və funksional imkanlarının araşdırılması, həmçinin pandemiyanın innovasiya biznesinə təsirinin təhlili aktuallıq kəsb edir.

**Tədqiqatın məqsədi:** Tədqiqatın məqsədini innovasiya biznesinin inkişaf xüsusiyyətlərini nəzərdən keçirmək və koronavirusun innovativ biznesə təsirinin öyrənilməsi, eləcə də pandemiya şəraitində innovasiya biznesinin inkişafının təkmilləşdirilməsi istiqamətlərinin müəyyən edilməsi təşkil edir.

**İstifadə olunmuş tədqiqat metodları:** Tədqiqat zamanı nəzəri tədqiqat metodlarından, eləcə də statistik məlumatların müqayisəli, məntiqi-struktur və sistemli təhlili, statistik məlumatların təkrar işlənməsi metodlarından istifadə olunmuşdur.

**Tədqiqatın informasiya bazası:** Tədqiqatın informasiya bazası ARDSK-nın rəsmi statistik məlumatları, yerli və xarici iqtisadçı-alimlərin, praktiklərin, müxtəlif ticarət şirkətlərinin rəhbərlərinin elmi nəşrləri, eləcə də müəllifin şəxsi tədqiqatının nəticələri olmuşdur.

**Tədqiqatın məhdudiyyətləri:** ARDSK-nın rəsmi saytında, internet resurslarda, ayrı-ayrı kommersiya şirkətlərində, o cümlədən ticarət şəbəkələrində tətbiq olunan innovasiya həlləri, innovasiya biznesi və fəaliyyəti barədə informasiyanın olmaması tədqiqatın praktikliyində, dərinliyində neqativ təsir göstərir.

**Tədqiqatın elmi yeniliyi və praktiki nəticələri:** Tədqiqatın elmi yeniliyi innovasiya sferasında kiçik müəssisələrin problemlərini aşkar etməkdən və onların həllinə yeni yanaşmaların işlənilməsi, hazırlanmasından, həmçinin biznesin rəqəmsal transformasiyasının, pandemiya şəraitində robotlaşmanın və riteylin avtomatlaşdırılmasının zəruriliyinin və imkanlarının nəzəri əsaslandırılmasından ibarətdir. Tədqiqatın praktiki əhəmiyyəti ondan ibarətdir ki, əsas nəticələr və konkret təkliflər ölkədə innovasiya biznesinin səmərəli inkişafına kömək edə bilər.

**Nəticələrin istifadə oluna biləcəyi sahələr:** Yekun olaraq verilən əsas tövsiyələrdən tədris vəsaitlərinin, innovasiya biznesinin inkişafı üzrə Dövlət proqramlarının hazırlanmasında və biznes sferasında istifadə oluna bilər.

*Açar sözlər: innovasiya biznesi, koronavirus, riteyl, robotlaşdırma*

# ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ КОРОНАВИРУСА (COVID-19) НА ИННОВАЦИОННЫЙ БИЗНЕС

## РЕЗЮМЕ

**Актуальность исследования:** Распространение коронавируса (COVID-19) изменило течение всех налаженных систем инновационного развития в страны мира. Устойчивое развитие стран мира, стало резко замедляться и до сих пор экономика находится под давлением пандемии. В силу этого актуальным является исследование содержания и функциональных возможностей инновационного бизнеса, а также анализ влияния ее на инновационный бизнес.

**Цель исследования:** Целью исследования является анализ особенностей развития инновационного бизнеса и изучение влияния пандемии на инновационный бизнес, а также выявление путей совершенствования развития инновационного бизнеса в условиях пандемии.

**Методы исследования:** При проведении исследования были использованы методы теоретического исследования, а также методы сравнительного, логико-структурного и системного анализа, вторичной обработки статистических данных.

**Информационная база исследования:** Информационной базой послужили официальные данные ГКСАР, научные публикации отечественных и зарубежных ученых-экономистов и руководителей различных торговых компаний, а также результаты личного исследования автора.

**Ограничения в исследовании:** Отсутствие информации на официальном сайте ГКСАР, Интернет-ресурсах об инновационных решениях, применяемых в отечественных коммерческих компаниях, а также недостаточность сведений об инновационной деятельности предприятий в республике усложнил исследовательский процесс.

**Научная новизна и практические результаты исследования:** Научная новизна исследования заключается в выявлении проблем малых предприятий в инновационной сфере и в разработке новых подходов к их решению, а также и в теоретическом обосновании необходимости и возможности проведения цифровой трансформации бизнеса, роботизации и автоматизации ритейла в условиях пандемии.

**Практическая значимость исследования** состоит в том, что основные выводы и конкретные предложения могут способствовать эффективному развитию инновационного бизнеса в стране.

**Сферы применения результатов исследования:** Основные рекомендации могут быть использованы при разработке учебных пособий, государственных программ по развитию инновационного бизнеса и в сфере бизнеса.

*Ключевые слова: инновационный бизнес, пандемия, ритейл, роботизация*

## СОКРАЩЕНИЯ:

<b>АР</b>	Азербайджанская Республика
<b>БКГ</b>	Бостонская Консалтинговая Группа
<b>ГКСАР</b>	Государственный Комитет Статистики Азербайджанской Республики
<b>Др.</b>	Другие
<b>ЕС</b>	Европейский Союз
<b>ИКТ</b>	Информационно-коммуникационная технология
<b>Ман.</b>	Манат
<b>МИБ</b>	Малый инновационный бизнес
<b>Млн.</b>	Миллион
<b>Млрд.</b>	Миллиард
<b>ММБ</b>	Микро- и малый бизнес
<b>МСБ</b>	Малый и средний бизнес
<b>МСП</b>	Малое и среднее предпринимательство
<b>НИОКР</b>	Научные и исследовательские и опытно-конструкторские работы
<b>НТП</b>	Научный и технический прогресс
<b>ОЭСР</b>	Организация экономического сотрудничества и развития
<b>ПХД</b>	Производственно-хозяйственная деятельность
<b>РФ</b>	Российская Федерация
<b>США</b>	Соединенные Штаты Америка
<b>Т. п.</b>	Тому подобные
<b>Тыс.</b>	Тысяч
<b>ФРП</b>	Фонд развития предпринимательства
<b>ЦТ</b>	Цифровая трансформация
<b>ВВП</b>	Валовый внутренний продукт

**AP**

Азербайджанской Республики

## СОДЕРЖАНИЕ:

<b>ВВЕДЕНИЕ.....</b>	<b>8</b>
<b>I ГЛАВА. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИННОВАЦИОННОГО БИЗНЕСА .....</b>	<b>13</b>
1.1. Сущность инновационного бизнеса .....	13
1.2. Значение инновационного бизнеса в современной экономике .....	18
1.3. Международный опыт развития инновационного бизнеса ...	25
<b>II ГЛАВА. АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОГО БИЗНЕСА АЗЕРБАЙДЖАНЕ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ КОРОНАВИРУСА (VOVİD-19 .....</b>	<b>32</b>
2.1. Особенности и состояние инновационного бизнеса в республике во время пандемии .....	32
2.2. Проблемы малых предприятий в инновационной сфере и подходы к их решению в Азербайджане и за рубежом .....	43
2.3. Механизмы государственной поддержки инновационного бизнеса в условиях COVID-19 .....	53
<b>III ГЛАВА. НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ РАЗВИ- ТИЯ ИННОВАЦИОННОГО БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ КОРОНАВИРУСА (COVID-19) .....</b>	<b>57</b>
3.1. Исследование влияния пандемии COVID -19 на инновационный бизнес .....	57
3.2. Необходимость цифровой трансформации бизнеса и новые подходы к инновациям в условиях COVID-19.....	64
3.3. Внедрение новых инновационных технологий в роботиза- ции и автоматизации ритейла в условиях пандемии .....	73
<b>ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ .....</b>	<b>83</b>
<b>СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ .....</b>	<b>86</b>
Список таблиц .....	91
Список рисунков .....	91



## ВВЕДЕНИЕ

**Актуальность темы:** Активным фактором экономического развития страны, коммерциализации инноваций, творческой деятельности разработчиков новой техники становится инновационный бизнес. В отличие от классического предпринимательства инновационный бизнес основывается на поиске новых путей развития действующего предприятия на основе создания новой продукции, технологии, рынков, материалов и форм управления. Радикальные изменения, которые происходят сегодня в AP, затрагивают абсолютно каждую сферу деятельности, при этом не исключают и такую важную как инновационная деятельность. Сложность продуктивного использования науки и техники не уменьшается в процессе проведения рыночной реформации. Наоборот, большинство предприятий, которые сталкиваются с новыми для них проблемами в процессе конкуренции, выдержки в новых для них условиях рынка, в свою очередь, только инновационная деятельность, а также её достижения считаются основным условием прогресса и результативности.

Создание внутригосударственных инновационных систем в форме ведущего элемента развития является основным составляющим долговременного роста передовых стран в экономике мира. Активистами нынешнего инновационного бизнеса принято считать огромные наукоемкие фирмы, имеющие личную научную базу и осуществляющие в жизнь проекты инновационного характера в мировом масштабе. Малые инновационные фирмы, удачно осваивающие список нововведенных сфер НТП, являются самой активной частью нынешнего бизнеса в сфере инноваций.

В государстве на данное время недочёты в части инновационной деятельности вполне существуют – в их состав включается и законодательной база, возникновение инфраструктуры, разрешение нестыковок в информационной и образовательной части. Включение конечных оценок научно-технической

деятельности в экономический оборот это один из наиважнейших сторон прогресса экономики, так как учитывает общенациональные потребности страны. Создание перспективы научно-технического развития в политике государства даёт возможность завязать ВВП, реализовывает современные производительные мощности, повышает продуктивность и эффективность труда, в свою очередь этим увеличивает престижность научной и технической деятельности.

Однако распространение корона вирусной пандемии изменило течение всех налаженных систем инновационного развития во всех странах мира, в том числе и в нашей стране. Устойчивое развитие стран мира, стало резко замедляться и до сих пор экономика находится под давлением корона вирусной пандемии. В силу этого актуальным является исследование содержания и функциональных возможностей инновационного бизнеса, а также анализ влияния пандемии COVID-19 на инновационный бизнес.

**Степень разработанности и изученности проблемы:** К классическим работам, в которых на методологическом уровне рассматриваются проблемы динамики экономических преобразований на основе инноваций, относятся труды Акмаева Р.И., Брю С.Л., Васильев С.В., Гарифуллин Б.М., Герасимов П.П., Гершанок Г.А., Голубев А.А., Друкер П.Ф., Дынкина А.А., Зябриков В.В., Иванова Н.И., Левченко Т.А., Левченко Д.М., Макконелл К.Р., Никифоров Д.И., Палкин А.Ф., Соловьева, Ю. Н., Сысоева М.С. Терешкина Н.Е., Шумпетер Й.А. и др.

Среди отечественных ученых рассматривающих проблемы инновационного бизнеса можно отметить работы Ахундова Х., Ханларзаде С.М., Гусейнова А.Д., Дурсунзаде О., Султанова И.А., Рахманова Ф.П., Сулейманова Э.Б. и др.

В своих научных трудах такие авторы как: Евраскин К.А., Иванюшкина В.Н., Князев Н.С., Колесник М.К., Короткова В.И., Никитина Н.Ю., Пучикина Д.С. уделяли внимание изучению влияния пандемии коронавируса (COVID-19) на инновационный бизнес.

**Цель и задачи исследования:** Целью исследования является рассмотрение особенностей развития инновационного бизнеса и изучение влияния корона вируса (COVID-19) на инновационный бизнес, а также выявление направлений совершенствования развития инновационного бизнеса в условиях пандемии корона вируса.

Цель исследования определила необходимость решения следующих задач:

- исследовать значение инновационного бизнеса в современной экономике;
- изучить международный опыт развития инновационного бизнеса, рассмотреть особенности и состояние инновационного бизнеса в республике;
- проанализировать механизмы государственной поддержки инновационного бизнеса во время пандемии;
- исследовать влияние пандемии COVID-19 на инновационный бизнес;
- определить основные направления совершенствования развития инновационного бизнеса в условиях пандемии корона вируса (COVID-19);
- выявить необходимость цифровой трансформации бизнеса и новые подходы к инновациям в условиях COVID-19.

**Объект и предмет исследования:** Объектом исследования является инновационная деятельность компаний, использующие передовые технологии с учетом влияния корона вирусной пандемии.

Предметом исследования выступают различные подходы по внедрению инновативных решений способных обеспечить непрерывность операционной деятельности компаний в условиях COVID-19.

**Методы исследования:** При проведении исследования и изложении изученного материала использованы методы теоретического исследования, сравнение, анализ и синтез, комплексно-системный анализ, а также методы сравнительного, логико-структурного и системного анализа, а также вторичной обработки статистических данных.

**Информационная база исследования:** Информационной базой исследования послужили официальные статистические данные ГКСАР, научные публикации отечественных и зарубежных специалистов, ученых-экономистов, посвященных проблемам инновационного бизнеса, а также результаты исследований, проводимых экспертно-аналитическими центрами, ассоциациями, международными организациями, определивших негативное влияние корона вируса (COVID-19) на инновационный бизнес и на экономику страны в целом.

**Ограничения в исследовании:** Отсутствие информации на официальном сайте ГКСАР, Интернет-ресурсах об инновационных решениях, применяемых в отечественных коммерческих компаниях, а также недостаточность сведений об инновационной деятельности предприятий в республике усложнил процесс исследования.

**Научная новизна исследования** заключается в выявлении проблем малых предприятий в инновационной сфере и в разработке новых подходов к их решению, а также и в теоретическом обосновании необходимости и возможности проведения цифровой трансформации бизнеса, роботизации и автоматизации ритейла в условиях пандемии.

Наиболее актуальные научные результаты исследования, характеризующие значимость проведенного исследования и научную новизну, состоят в следующем:

- корона вирусная пандемия наряду с негативным влиянием на ряд секторов открыла новые бизнес-возможности для предпринимателей, выявила принципиальное значение и актуальность трансформации в цифровой области, так как компании, которые активно внедряли цифровые технологии и решения, легче перенесли кризис;

- предприятия с цифровизацией бизнеса за счет более оперативной и лучшей организации процессов приобретают конкурентное преимущество перед своими конкурентами;

- использование в условиях пандемии автоматизации ритейла таких вариантов как новые кассы самообслуживания, применение системы видеоаналитики и мониторинга, оплата товара сканированием собственного лица является перспективным решением, а также использование интерактивных столов, стен и зеркал в торговых сетях могут стать настоящим прорывом для ритейла;

- выявлены и обоснованы новые подходы к инновациям в условиях COVID-19.

**Практическое значение результатов и сфера применения:** Теоретическая значимость работы заключается в углублении и развитии методологических подходов к исследованию роли инновационного бизнеса в современной экономике и преодолении фрагментации научных знаний в исследуемой области. Результаты исследования представляют методическую основу для формирования эффективных научных подходов к управлению важнейшими элементами стратегий инновационных предпринимательских структур.

Практическая значимость исследования состоит в том, что основные выводы и конкретные предложения могут способствовать эффективному развитию инновационного бизнеса в стране. Основные рекомендации могут быть использованы при подготовке учебных пособий, государственных программ по развитию инновационного бизнеса.

# **I ГЛАВА. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИННОВАЦИОННОГО БИЗНЕСА**

## **1.1. Сущность инновационного бизнеса**

В современных условиях хозяйствования необходимо развивать у людей предпринимательские устремления, чтобы увеличивать возможности вовлечения их в бизнес.

В конституции АР подчеркивается, что каждый гражданин страны имеет право на свободно овладеть и использовать своих способностей, также имущества для занятие предпринимательской деятельности, иметь имущество в частной собственности, как хозяин этого имущество владеть, распоряжаться им. Конечно предприниматель является инициатором и организатором экономического роста. Инновационное предпринимательство является материальной базой конкуренции бизнес-единиц экономики страны. За счет усилий, способностей бизнес-единиц (предпринимателей) создаются новые и реконструируются функционирующие предприятия, новые рабочие места, создаются организационные формы необходимых хозяйственных связей, как следствие, чего производится, и реализуется новая инновационная продукция.

Ученые с учетом роли и значения предпринимательства уделяют особый интерес к проблемам функционирования и развития предпринимательства. В современных условиях хозяйствования в теоретических и практических исследованиях значительное внимание уделяется предпринимательству.

Английским экономистом Р. Кантильоном был употреблен в первые понятие «предприниматель» и «предпринимательство» в современном их понимании. По Р. Кантильону предприниматель – это тот человек, который действует в условиях риска. По Французскому экономисту Ж.Б. Сей: - «Предпринимательская деятельность - это соединение, комбинирование производственных факторов, та-

ких как земля, труд и капитал». А по русскому ученому Даль В.И. «предприниматель» это тот, кто «затекает, решается выполнять любые новые дела, совершать любое значительное действие»: отсюда «предприниматель» – «предпринявший» что - либо (Даль В.И., 1980-1982).

Предприниматель может осуществлять любые виды хозяйственной деятельности, не запрещенные законом, включая коммерческое посредничество, торгово-закупочную, консультационную и иную деятельность, а также операции с ценными бумагами (Друкер П.Ф., 2007).

Американский экономист Питер Фердинанд Друкер пишет: - «Предприниматель – это человек, который использует всю возможность для получение максимальной выгоды». Уже в двадцатом столетии предпринимательской функцию включены инновационный подход, впервые который ясно и последовательно описал австрийский и американский ученый-экономист Йозеф Шумпетер, который рассматривал предпринимателя как созидательный разрушитель. Под этим пониманием он подразумевал нарушение предпринимателем налаженного рыночного равновесия с помощью создание новшеств, в конечном итоге которые сводились к двум основным типам. Во-первых, производство новых разных продуктов. Во-вторых, производство старых продуктов с новыми способами. Предприниматель, используя нововведения, стимулирует этим экономический прогресс.

На практике и в теории существует классическая инновационная модель предпринимательства. Первая модель имеет два направления: рутинно-прагматическое и потребительское. В основу рутинно-прагматического направления классической модели предпринимательства положено использование трудно доступных производственных ресурсов. А потребительская модель предпринимательства устроена на основании определённого, точного и целостного удовлетворения спроса потребителей. Отличие данной формы заключается в том, что на ос-

нове более оптимальных схем существующих факторов производства предприниматель получает доходы и стремится максимизировать прибыли, а также получить наибольшую отдачу от имеющихся ресурсов. Многочисленные предприниматели действуют по схеме: получение доходов в краткосрочном периоде более надежнее, чем вложения средств в долгосрочные капиталоемкие проекты, например, модернизации собственного производства.

Выбор такой схемы действия ограничивает инициативы, гибкость и активность предпринимателей. В результате среда свободного функционирования предпринимателей сужается и бесконтрольно властвуют монопольные предприятия.

Как характеризуется в различных научных источниках, предпринимательство является сферой деятельности многочисленных самостоятельных, свободных собственников. Если ограничить свободы действия и среды обитания предпринимателя, он как собственник становится формальным собственником в юридическом статусе, в отличие от предпринимателя, который свободен при выборе профиля хозяйственной деятельности, при принятии решений, при заключении контрактов о купле-продаже, распределении прибыли и т. д.

В этом отношении субъектов, занятых инновационным бизнесом получается в уменьшенном виде в связи с экономическим кризисом, по причине нехватки нужных средств по осуществлению возможностей и функций частными собственниками (Гершанок Г.А., и другие, 2012).

Инновационная модель предпринимательства предполагает изучение, разработку и реализацию новаторских идей физических лиц, являющихся индивидуальными предпринимателями и ориентируется в основном на поиск более эффективных способов переработки ресурсов, выбор более совершенных методов хозяйствования, которые приведут к максимизации прибыли.



Как описал Й. Шумпетер предприниматель является разрушающими создателем и носителем технического прогресса, творящим нового будущего (Шумпетер Й.А. 2008). Предприниматель как «человек действия и человек слова» использует собственные и привлечённые средства, создает новые стратегии экономического развития, берет на себя риски, связанные с новаторской, инновационной деятельностью. При этом сущностная черта предпринимателя определяет новаторский характер его деятельности. Сущностная черта предпринимателя характеризуется как способность воспринимать, анализировать и использовать рыночную информацию для получения коммерческой выгоды. Для того чтобы обеспечить себе экономическую выгоду предпринимателю необходимо проявлять новаторство соединить спрос, который уже имеется, технологии и капитал в производственном процессе.

П.Д. Половинкина и В.Е. Савченко считают, что предпринимательство есть система хозяйствования, основным элементом, которого является сам индивид: как проводник и как главная сила, обоснованно различные ресурсы, организующий и управляющий на инновационной основе процессом воспроизводства, предвидит риски несет экономическую ответственность за результаты деятельности. Такая оценка выявляет три подхода исследуемого вопроса:

1. личностный подход, в котором предприниматель, как новатор обладает способностью и возможностью по-особому организовать факторы воспроизводства на инновационной и рискованной основе;

- экономический подход, при котором имеется виду получение сверхприбыли;

- организационно-управленческий подход, имеет в виду организацию и управление воспроизводственным процессом.

Таким образом, можно говорить о том, что предпринимательская деятельность присутствует, функционирует там, где имеет место инициатива,

риск, динамичность и новаторство, реализуемая в наилучшей комбинации производственных факторов с целью получения дохода, как конечного результата.

Деятельность предпринимателя заключается в осуществлении конкретных параметров, также её описывают как объединение и регулирование, и создание непрерывной, обновляемой воспроизводительности для того, чтобы угодить экономическим, социальным и экологическим запросам общественности и принятия доходов (Герасимов П.П., 2013).

В современных условиях хозяйствования и конкуренции, предпринимательство воспринимается как стиль, как процесс организации, хозяйствования и осуществления производственно-хозяйственной и коммерческой деятельности в рыночных условиях, а также взаимодействие субъектов рынка.

Среди отечественных и зарубежных исследователей одни предпринимательство воспринимают как процесс поиска новых идей, возможностей, разработки и внедрения новой технологии и способов производства, открытость к новым возможностям и перспективам, борьба с ограничением и преодоление всевозможных преград. Другие воспринимают предпринимательство как связанный с риском создание высокодоходного дела, творческой активностью в экономике, требующий от предпринимателей специфических личностных качеств.

Подводя итоги, можно сделать такой вывод, что основная черта предпринимателя, определяется инновационным характером деятельности, способностью воспринимать информацию о положении на рынке, анализировать, обрабатывать и использовать их для получения экономической выгоды.

Для этого предпринимателю необходимо проявлять новаторство и выявить имеющийся спрос, использовать технологии и капитал в производственном процессе для того, чтобы обеспечить себе экономическую выгоду.

В деятельности предпринимателя имеет место заинтересованность в поиске новых возможностей рынка для удовлетворения потребностей общества в товарах через планирование и организацию производственного процесса основываясь на предпринимательские решения.

Предприниматель обладает особым даром и способностями, знаниями, навыками и характером, использует новую комбинацию производственных факторов, и этим способствует экономическому росту в стране.

## **1.2. Значение инновационного бизнеса в современной экономике**

Развитие экономики страны в конце двадцатого и в начале двадцать первого века в большой степени обеспечивалось с образованием и развитием предпринимательства.

Предприниматель, лицо которое занимается не запрещённой законодательством АР предпринимательской деятельностью, производством или оказанием услуг. Основной целью предпринимателя это получения прибыли.

Как известно из научных источников понятие «предпринимательство» ввел в общественный быт в 1720-ом году экономист Ричард Контильон. Ричард Контильон предпринимателей называл человеком с не определенным занятием. Не много позже британский экономист Адам Смит гласил: - «предприниматель, тот человек, идущий на риск, ради реализации коммерческих идей». Йозеф Шумпетер предпринимателя охарактеризовал как: - «человек борющиеся за осуществления новых идей и способов производства». Вопросам понятии предпринимательство уделяли многие ученые экономисты.

Кем является предприниматель? Этому вопросу отвечали в своих трудах, Макконнелл К.Р., Брю С.Л. в книге «Экономикс: принципы, проблемы и политика» (Макконнелл К.Р., Брю С.Л., 1999). По мнению Макконнелл К.Р., Брю С.Л. предприниматели-это неординарные личности, которые могут:

- соединять различные ресурсы и средства для организации единого процесса производства товаров и/или услуг;
- принимать не сложные, отлагательные и основные решения, относящиеся к деятельности и ввести новые инновационные технологии и формы бизнеса;
- произвести новые инновационные товары и услуги;
- идти на риск ради расширения и ведение новых способов работ (Макконнелл К.Р., Брю С.Л., 1999).

Как в законе «О предпринимательской деятельности» АР гласит: - «Предпринимательская деятельность - является самостоятельно осуществляемой деятельностью лица, на свой риск, с целью извлечения прибыли с путем использования собственного или привлекаемого имущества, производство, сбыта продукции, выполнения работ и/или оказания услуг ([https://republic.preslib.az/ru\\_d4-39.html](https://republic.preslib.az/ru_d4-39.html), 15 декабря 19920).

Предпринимательская деятельность связывается в основном с новшествами. В своих научных трудах Й.А. Шумпетер писал: - «класическая экономия не учла важных особенностей предпринимателя – особых организационных возможностей, которые требуются для введения новейших продукций и процессов на рынок. Важность предпринимателя – «реформировать ... способ производства путем поиска изобретений или ... новых технологичных преимуществ» (Шумпетер Й.А., 1982).

Это значит предприниматель, воссоздавая новые технологии, продукции и предоставляя на рынок товаров, с тем обеспечивает себе инновационное лидерство, таким образом он переходит от индивидуального, мелкого предпринимательство уже к среднему или же более крупному. Это происходит и по мере постепенного «созревания» общества (Ricketts, 2006). При этом и Ф. Найт выявил и другую особенность предпринимательской деятельности. Он провел различие между двумя понятиями таких как риск и неопределенность (Knight, 1921). А это означает готовность предпринимателей к деятельности, связанные с принятием

важных с высоким риском решений, а это по мнению отдельных исследователей, стал являться теоретическим основанием появления или введением на рынок венчурного капитала, с помощью которых финансируются инновативные стартапы. Следовательно, вывод такой, предпринимательство и инновации считаются похожими понятиями. Предпринимательство как деятельность, связана с организацией нововведенных предприятий, основываясь на новые технологические и рыночные возможности и требующей мобилизации всех ресурсов (финансы, кадры, организационные и исследовательские ресурсы) (Charron, 2008). Такое толкование понятий предпринимательство также утверждает подходы П. Друкера. По П. Друкера: - «предприниматель - это личность, которая может принимать и выводить на рынок инновационные предложения и идеи по условию создания систематичной инновационной деятельности» (Друкер П.Ф., 2007). С этим она занимает место в инновационном предпринимательстве.

Инновации как процесс обновления в рамках экономики страны и общества выполняют ряд функции, среди них особо выделяются следующие, которые способствуют:

- росту экономики страны в долгосрочной перспективе, созданию новых перспективных отраслей экономики, формированию единого рыночного пространства, стимулированию конкуренции и росту конкурентоспособности предприятий, страны;
- интеграции культур и экономик стран мира, укреплению обороноспособности страны, обеспечению экономической и продовольственной безопасности;
- совершенствованию законодательной базы по защите интеллектуальных прав;
- усвоение новых сегментов рынка, расширению круга потенциальных покупателей, увеличению доли рынка, получению коммерческой выгоды;
- стабилизации положения на рынке и снижению издержек производства;
- повышению качества выпускаемой продукции.

Основываясь на международный документ, который регламентирует инновационную деятельность, инновации можно характеризовать как разработка и реализация нового, не произведенного ранее или существенно усовершенствованного товара или процесса, нового маркетингового подхода или же нового метода организации бизнес деятельности предприятия. Инновационные процессы также могут организован в форме обновление оборудования, изменение структуры кадрового состава, введение новых методов организации труда, подходов к управлению предприятием и в отдельные структуры предприятий или же в комплексе все вышеперечисленные изменения (Oslo Manual, 2005).

Азербайджан как динамично развивающейся страна правительством особое внимание уделяется проблемам инновационной деятельности. С изменением цены на нефть на мировом рынке, еще больше стало актуальным с целью уменьшения зависимости экономики АР от дохода нефтяного сектора, обеспечения устойчивого развития. А для этого в первую очередь конечно требуется улучшения инвестиционной среды, развитие инновационного бизнеса.

Инновационный бизнес со своей многогранностью требует комплексного научного подхода к проблемам инновации, процессу исследования, разработку, обоснования, внедрения технических, технологических, организационных-экономических решений. Инновационный бизнес - это форма предпринимательской активности. Конечно с выдвижением новых идей, его экономико-математическим обоснованием, разработкой новых видов продукции, отличающиеся от прежних технологий и методов организации производственного процесса, управления и маркетинга.

Субъектами инновационной деятельности могут быть субъекты предпринимательской деятельности. А объектами ее являются все виды новшеств, воплощенных в товарах, работах, услугах, обеспечивающие повышение эффективности как производителю, так и их потребителям (Гершанок Г.А., и другие, 2012).

Важности для развития экономики инновационного бизнеса в своих научных трудах обосновал и утверждал, американский экономист Д. Берч. Он вывел теорию под названием «газелей». Итогом опубликованного его исследования в 1979-ом году под названием «Процесс создания рабочих мест» являются:

- новые рабочие места в США организуются в основном малыми предприятиями. Так как, в течении последних 20 лет в США 90% новых рабочих мест созданы исключительно малыми предприятиями (Дынкина А.А, Иванова Н.И., 2004);

- группа этих малых предприятий в США характеризуется существенной неоднородностью. Из этих предприятий основные создающиеся как малые предприятия, на следующем этапе развитие не увеличивают или незначительно увеличивают собственных масштабов. А существенный вклад в экономические развитие страны вносят как выше назвали «газели». Такие малые предприятия, за определено короткое время вырастают и становятся крупными фирмами, транснациональными корпорациями, поддерживают более высокие темпы роста существенно долгое время. К «газелям» в США относят предприятия не менее четырех лет подряд имеющие ежегодно не менее 20 % темп прироста объема продаж (<https://www.researchgate.net/publication/228264240>, 2009).

Базовым ресурсом инновационной экономики становится трудовые факторы, а в структуре его будет повышаться удельный вес интеллектуального труда ученых-практиков и теоретиков, а также и исследователей, и разработчиков. Из опыта различных стран становится ясным, что страны усугубляющие инновационную деятельность параллельно производят интеллектуальные и обычные товары, на которых имеется повышенный спрос и со стороны государство.

В Азербайджане со стороны правительства особое внимание уделяются инновационной деятельности предпринимателей, что связано с падением цены на мировых рынках почти на пять раз. И тем стал актуальным вопрос о снижения уровня зависимости национальной экономики от экспорта нефти.

Устойчивое развитие нефтегазового сектора и других отраслей экономики требует обеспечения развития сектора ИКТ и создание инновационных структур, которые могут формироваться из инновационных центров, технологических парков, стартапов, бизнес инкубаторов. Конечно на базе инновационности экономики в первую очередь лежит воспроизводство высоко качественного человеческого капитала, с помощью чего обеспечивается база высокого уровня развития образования и совершенствование процесса исследований и разработок. В результате этого процесса замещается традиционный материальный и природный капитал человеческим капиталом (Барышева А.В., и другие, 2007).

Инновационная политика АР, проводимая правительством страны, включает в себя, разработку новых видов продукции и создание соответствующего условия для его производства и коммерциализации, внедрение новых высокоэффективных инновационных технологий, создание необходимых условий для получения молодёжью знаний и практических инновационных навыков и внедрение этих знаний и новых технологий.

Проводимая инновационная политика, осуществляется в форме инвестиционной деятельности, направленной на внедрение достижений НТП в промышленного производство и в другую отрасли экономики. Рационализация инновационной деятельности инновационного бизнеса является важнейшей особенностью, характеризующий необходимости и возможности развитие экономики. А это в свою очередь зависит от уровня качественного управления инновационной деятельностью.

Инновационная деятельность - это деятельность предпринимателей по созданию и освоению новых продуктов и технологий, использования инноваций. По-другому это научно-технологические, финансово - коммерческие и организационные, мероприятия, направленные на производство сигнальных образцов новых инновационных продуктов, освоение и коммерциализация его, в том числе и накопленных знаний, навыков, технологий и оборудования (Hüseynova A.D., 2020).



Параллельно проводится расширения и обновления номенклатуры выпускаемого товара и улучшения качество, совершенствования технологии изготовления. Ожидаемым результатом проводимых этих капитало-, трудо-, времязатратных работ должен быть абсолютно новые товары и услуги или ранее выпускаемые товары с новыми качественными, потребительскими параметрами, которые ожидается обеспечение товару и предприятию конкурентоспособность на внутренних и внешних рынках (Васильев С.В., 2011).

Для благоприятного проведения инновационной работы, создаются специальные подразделения или группы, которые должны сотворят в жизни политику инновационного менеджмента. Организация инновационного менеджмента требуется для того чтобы, организовать управления инновационной деятельностью. А для этого и требуется использования принципов, методов стратегического менеджмента. К целям управления инновации и инновационной деятельностью относятся диверсификация экономики страны, разработка, освоения и внедрение новых товаров, технологий и производств, усовершенствование, модернизация производств и производственных процессов, улучшения условий работы, повышения эффективности предпринимательской деятельности и конкурентоспособности бизнеса и экономики страны.

Для повышения эффективности инновационной деятельности предпринимателей необходимо разработать и проводить единую инновационную политику. При реализации такой политики предприятию наряду с ориентацией на научно-технической и НИОКР и выбирают пути повышения объема наукоемкой продукции, как следствие, чего и происходит повышения конкурентоспособности, выпускаемой новых или усовершенствованных инновационной продукции. Как показывает опыт передовых новаторских предпринимателей и теории инновационного менеджмента при управлении инновационной деятельности предпринимателей необходимо:

- с целью определения необходимости и потребности в инновациях провести исследования рынка и прогнозировать новых инноваций, необходимый для производства новых товаров и услуг, внедрения инновационных технологий;

- анализировать условий возможности материально-технического обеспечения необходимыми ресурсами инновационной деятельности, разработать и внедрять инноваций;

- на основе оценки и анализа расходы и доходы выбирать наилучших вариантов нововведений и проводить оценки эффективности инвестирования в той или другого инновационного проекта;

- анализ и оценка ожидаемых рисков и определение методов и средств их минимизации и т. д. (Голубев А.А., 2012).

На основе изучаемого опыта крупнейших предпринимателей промышленно развитых стран можно сделать такой вывод, что эффективность организации и управления инновационного бизнеса может быть достигнуто с применением интегрированных систем менеджмента, под которой подразумевается развитие и совершенствования управления инновациями.

### **1.3. Международный опыт развития инновационного бизнеса**

В последние годы, наблюдающиеся в экономике стран мира кризисные явления, серьезно усложнили систему хозяйственно-экономических отношений между ряд стран и предпринимательскими структурами. Кризис 2020 года перевернул привычный уклад мироустройства. Как правило кризис затрагивает один какой-то аспект, этими могут быть политика, финансы, экология или здравоохранения, но не все одновременно. Начавшийся кризис, в Китае стал причиной глобальному пересмотру всех сферах жизни общества по всему миру (Сысоева М.С., 2020).

Углубление кризисных условий стало причиной рецессии во всех секторах экономики во всех странах мира. Под влиянием разворачивающийся кризиса инновационным бизнесом расходы резко сократились на исследования, разработку инновационных новшеств и внедрения. В таких условиях для как развитых, так и развивающихся стран более востребованным стало поиск новых источников и способов для экономического роста, а также и обеспечения становления и развития инновационных систем. Поэтому изучение передовых опытов стран с продвинутой инновационным бизнесом, организацией и управлением инновационной деятельности является актуальным и для нашей страны.

В разных странах внедрение и использование инноваций происходит по-разному, это зависит в первую очередь от заинтересованности государства, а также инновационного бизнеса. Заинтересованность самого государство показывает себя в инвестициях направленные в инновационную деятельность. Ключевым барометром инновационного развития являются затраты на НИОКР. Они как относительная величина, рассчитывается как сложения всех приведенных затрат (государственных и частных) в течении года на НИОКР (Соловьева, Ю.Н., 2017).

В 2010 году Европейским Союзом была принята стратегия развития ЕС стратегия – «Европа-2020». Это стратегия предназначен помогать государствам ЕС восстановится после глобального кризиса и продолжать устойчивого развиваться. Со стратегией «Европа 2020» определяется цели создания лучшего условия для выдвижения новых новаторских идей, проведения исследований, разработку новшеств, внедрение и развития, а также и для увеличения объема инвестиций в НИОКР. Как результат реализации стратегией «Европа 2020» в ЕС за четыре года доля выпускников получившие образования в области науки и техники увеличился на 17,9%. Занятость в наукоемких отраслях увеличился во всех государствах ЕС. Не смотря на такие роста по прежнему США и Япония опережает ЕС (<https://www.spbstu.ru/upload/inter/indicators-europe-2020-r-d-innovation.pdf>, 2020).

Экономика ЕС стала более инновационным, больше половины предприятий осуществляет активную инновационную деятельность. В лидеры продвинулись такие страны как Швеция, Германия, Дания, Финляндия и являются инновационными лидерами.

В ЕС увеличилось количество патентованных разработок, экспорт высокотехнологичной продукции. Страны ЕС кроме Румынии, Португалии, Финляндии, Люксембурга, Швеции, Испании и Хорватии увеличили расходы на НИОКР. Тенденции роста объема инвестирования доказывает, что большинство страны ЕС уделяют особое внимание к инновации и НИОКР. При этом бизнес-сектор стран ЕС являются крупнейшими источниками инвестиций в НИОКР и инновации, которые в свою очередь подразделяются по следующим основным секторам:

- предприятия;
- правительство;
- высшее образование;
- частный некоммерческий сектор.

Получения глубокого знания и навыки являются основой для усвоения новых научно-технологических знаний и формирования высокого потенциала экономики стран. В ЕС объем расходов на инновации и НИОКР занимает значительную часть расходов предназначенные для улучшения уровня образование, развития навыков и является одной из главных факторов для человеческого капитала. Для этого в ЕС ставится задача обучить и трудоустроить новых инновативных исследователей. Это является необходимым условиям для того чтобы достичь необходимого уровня интенсивности НИОКР, около 3-х процентов от ВВП.

В ЕС совершенствуется организация высшего образования, придаётся особое значения привлечению высококвалифицированных кадров к НИР. В ЕС доля занятых людей в наукоемких отраслях в общей занятости составляет 35,9%-ов. В США и Японии этот показатель составляет около 38,0%-ов.

В таких условиях инновационный бизнес играет особую роль в разработке и внедрению инноваций и НИОКР. Интенсивность изменений внешней среде предприятий требует адекватной реакции предпринимателей к новшествам проводимых конкурентами и стремится опережать в продвижении и диффузии инноваций. В этом может быть полезным инновационный бизнес, как усвоение и внедрение инноваций и НИОКР.

На сколько важны распространение новых знаний и усвоение продвинутых идей и инноваций, на столько и важны инвестиции в получения образования и производство знаний. Прогресс в распространения знаний способствует увеличению инновационного бизнеса, объема венчурных инвестиций, экспорта высокотехнологичной продукции и число патентованных заявок и т. д.

Рост инновационной деятельности в странах ЕС во многом обусловлен повышением уровня доступности проведения НИИ и улучшением качества человеческого фактора, а также ростом интеллектуальных активов.

А теперь рассмотрим опыт США как мирового экономического лидера. США является лидером как по объему ВВП, так и по всем экономическим параметрам. США называют двигателем мирового прогресса. В этой стране последний несколько лет широко применяется инновационная стратегия, которая была ориентирована на науку. Исследование показывает, что, инновационная политика, проводимая в США, есть пример, по которому необходимо следовать и следуют многие страны, стремящиеся к достижению аналогичного результата в социально-экономической сфере. Огромные трудовые, финансовые средства и материальные ресурсы дает ей возможность достигать высокой отдачи в виде инновационной продукции, технологии и других решений. В США широкое использования инновационной технологии - это часть государственной экономической политики. Примером осуществляемой такой политики может быть исследовательский треугольник находящейся в юго-восточном регионе США в штате Северной Каролине.

Государственная политика США в данном вопросе включает в себя:

- развития научных достижений и внедрения инновации в промышленность является первоочередной задачей;
- лидерами рынка необходимо произвести затрат ёмкие технологий, которые при реализации обеспечит гигантской прибылью. Для этого правительство штата активна занимается с привлечением инвестиции в такие производство;
- стратегии децентрализации, исключение централизованного регулирования инновационной деятельности инновационного бизнеса;
- обеспечения свободного проявления творческой инициативы инновационного бизнеса в высокотехнологичном и наукоемком секторе промышленности;
- приоритетность научно-технических учреждений в поддержке и обеспечении системы образования;
- государством США, и в отдельности правительством штатов на ряду с материальным обеспечением и создание благоприятного условия для работы инновационного бизнеса.

При этом главными принципами и главной линией экономической политики страны, государственной поддержки развития инновационной среды и инновационного бизнеса - это изобретательства, патентования изобретений, внедрения в производство разработанных новинок.

США имеющая мощную научно-техническую базу, значительном объеме государственного и корпоративного капитала и иные аналогичные материальные средства, реализует огромные проекты мирового масштаба. Современная инновационная стратегия США включает:

- проведения государственной экспертизы разработанных инновационных проектов с целью оценки ожидаемого эффекта в глобальном социально - экономическом масштабе;

- государственная финансовая поддержка разработчикам крупных инновационных проектов. Если проект оценивается самым эффективным и наукоемким исследованием, то тогда проект полностью финансируется из госбюджета;

- стимулирование системы венчурных фондов для эффективного функционирования.

Для повышения эффективности стимулирования инновационной деятельности в производственной сфере и в сфере НИР в США одновременно применяются различные методы мотивации в комплексе, несмотря на это приоритет остается за поддержкой образования.

А теперь рассмотрим опыт Японии, который носит звание «сверхсовременная держава». Как многие исследователи подчеркивают «Япония на протяжении второй половины XX в., а также и в XXI в. По праву несет звание суперсовременной державы. На нынешний период технологии Японии создают из страны самую ведущую в экономике. За счёт них она защищается от трудных природных условий в мелких островах и преподносят пользу в мировой научный прогресс» (<https://viafuture.ru/katalog-idej/tehnologii-yaponii#innovatsionnaya-politika-yaponii-2-3-4>, 2021).

За счет свою инновационной стратегия Япония обеспечивает высокую конкурентоспособность страны на фоне ряд западных развитых держав. Япония смог достичь быстрого экономического роста и адаптации неожиданно наступающим переменам благодаря результативной инновационной деятельности инновационного бизнеса и инновационной стратегии государства.

Политика Японского правительства в области нововведений охватывает:

- повышения качества преподавательский возможностей в высших учебных заведениях страны на технических специальностях и внедрять инноваций в процесс образования;

- укрепления связей между частным сектором и университетами;

- финансовая поддержка эффективных научно-технические исследований;

- субсидирование интеллектуальной собственности и поддержка НИОКР;

- организационно-финансовая поддержка международных проектов по научно-техническому сотрудничеству (<https://viafuture.ru/katalog-idej/tehnologii-yaponii#innovatsionnaya-politika-yaponii-2-3-4>, 2021).

В Японии научная деятельность сконцентрирована на новых технологиях. Основная часть инноваций имеет направленность улучшения качества жизни населения страны, а также и на защиты окружающей среды. В Японии доля опытно-конструкторских работ в общей структуре инновационной деятельности занимает 62,0%, прикладные исследования 25,0%, а фундаментальные исследования 13,0% (<https://viafuture.ru/katalog-idej/tehnologii-yaponii#innovatsionnaya-politika-yaponii-2-3-4>, 2020).

Государственные расходы Японии на инновации и НИОКР составляют до 3,5% ВВП. Выделяемые государством эти средства в основном направляются на основательные исследовательские работы и на генерацию совершенно нововведений. Ведущую роль в возникновении инновационной политики играет Департамент прикладных наук, технологий и охраны окружающей среды Министерства экономики, торговли и промышленности. Министерство сосредотачивает свои усилия на основополагающих, прикладных исследованиях, а также поддерживает функционирование исследовательской деятельности ([http://www.rusnauka.com/25-DN\\_2008/Economics/29214.doc.htm](http://www.rusnauka.com/25-DN_2008/Economics/29214.doc.htm), 2008).

Государственная инновационная политика Японии направлена на изменение взгляда на инновационную направленность. Таким образом, правительство Японии ставит новые задачи, страна должна стать экспортером лицензий, а не превращения от импортера к экспортеру лицензий.

Изучая материалы инновационного бизнеса в промышленно-развитых странах можно сделать вывод, о том, что в AP инновационный бизнес находится на стадии развития.



## **II ГЛАВА. АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОГО БИЗНЕСА В АЗЕРБАЙДЖАНЕ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ КОРОНАВИРУСА (COVID-19)**

### **2.1. Особенности и состояние инновационного бизнеса в республике во время пандемии**

В 2020 году мировая экономика и в целом человечество столкнулись с серьёзным испытанием в связи с быстрым распространением корона вирусной инфекции (COVID-19). Все субъекты экономики, как крупные компании, так и микро, малый и средний предприниматели ощутили воздействие как положительных, так и в основном негативных процессов от введения соответствующих ограничительных мер в связи с высокой скоростью распространения, и частым смертельным исходом заболевших корона вирусной инфекции. Конечно при этом некоторые предприниматели соответствующей профилей сфер деятельности, смогли успешно реализовать возможности и заработать сверх прибыли.

В результате введение ограничительных мер обострилось многие проблемы малого бизнеса и в том числе и инновационного бизнеса. Снижения уровня дохода населения привлекло за собой снижению потребительской способности, спроса на товары (кроме продуктов питания и лекарственные средства) и услуги. При этом для пополнения государственной казны проверяющие государственные органы стали более жестко контролировать и проверять деятельности бизнес субъектов функционирующие в стране. С одной стороны, угрозы проверяющих государственных органов и корона вирусной инфекции, и с другой стороны и перевод сотрудников бизнес субъектов на дистанционные формы работы ограничил возможности. Из-за влияния страха корона вирусной инфекции продукции многих производителей, а также и услуги, оказываемые турфирмами, салонами красоты, торговыми центрами, ресторанами и т. д. остались без потребительского спроса.

Многочисленные предприятия различного профиля столкнулись с неожиданными и не прогнозируемыми обстоятельствами, в которых необходимо было стараться «остаться на плаву». Конечно, когда выручка стремительно снижалась, а их долговые обязательства оставались без изменения, предпринимателями не легко пришлось пережить такое несоответствие, разрыва между доходом расходами. Во время введения режима самоизоляции, а также и нерабочих дней по распоряжению правительства РФ сохранялись выплаты зарплаты сотрудникам, в системе материально-технического обеспечения имелись перебои из-за закрытия границ между различными странами. Из-за риска заражения работников приостанавливали производство и реализации конечной продукции, не зная, как поступить в такой ситуации.

Учитывая такое положение дел предпринимателям пришлось найти новые подходы к своей деятельности. В первую очередь пришлось приобрести телекоммуникационное оборудование и техники, которая позволяла бы им продолжать работать с внедрением ИКТ в дистанционном формате. А для этого требовался огромные финансовые средства и к ним в добавок и расходы, связанные с приобретением медицинских товаров и гигиенических средств.

В этих условиях предприятиям пришлось оптимизировать своих расходов. Некоторые предприятия сократили штат сотрудников, другие решили проблем путем перевода работников в неоплачиваемый отпуск. Введение ограничительных мер заставило предпринимателей искать пути выхода из данной проблематичной ситуации, а для этого в первую очередь необходимо было адаптироваться моделям антикризисного поведения, что в свою очередь необходимо не просто принять частных решений, а целостное видение ситуации в целом.

До пандемии (COVID-19) поставщиков выбирали на основании критерий затраты и эффективности что это ограничивало производственных запасов субъектов микро, малых и средних предпринимателей. Ситуация, созданная корона ви-

русной инфекции, вынудило субъектов МСП диверсификации хозяйственной деятельности. Для успешного преодоления пандемического кризиса в стране, приняты комплексная финансовая помощь правительством наиболее пострадавшим отраслям экономики. Реализуя в рамках 4-ех государственных программ финансовой помощи правительство удалось поддержать в работоспособном состоянии свыше 657,0 тыс. наемных работников и более 250,0 тыс. индивидуальных предпринимателей возвращено выплаченных ранее налогов, а также и тысячам предпринимателям субсидированы кредиты.

Пандемичный кризис 2020-го года, с длинными периодами закрытия всего города а также ограничения карантинного рода оказали очень отрицательное влияние на торговлю, сферу сервиса, общепита, туризма, транспорта, промышленности, строительства и многие другие направления бизнеса (Ахундов Х., 2021).

По статистических данным ГКСАР из-за корона вирусной пандемии падение уровня ВВП страны составило 11,56%-ов. Номинальный объем ВВП в 2020 году составил 72432,2 млн. ман. Также падение уровня дохода населения составило 1,84% ([https://www.stat.gov.az/source/system\\_nat\\_accounts/](https://www.stat.gov.az/source/system_nat_accounts/), 2021).

В соответствии с распоряжением Президента АР «О ряде мер по снижению отрицательного воздействия пандемии корона вируса (COVID-19) и связанных с нею неожиданных изменений происходящих на мировых энергетических рынках и рынках акций на экономику АР, макроэкономическую стабильность занятости в стране ...» были подготовлены программы для оказания государственной поддержки различным сферам, в том числе предпринимательству ([https://www.stat.gov.az/source/system\\_nat\\_accounts/](https://www.stat.gov.az/source/system_nat_accounts/), 2021).

В период пика корона вирусной инфекции были введены налоговые каникулы по ряду секторов экономики страны (льготы составили: по налогам на имущество и по налогам на землю 100%-ов, по налогам на прибыль - 75%-ов, а также и по упрощенному налогу - 50%). Эти и другие меры позволили немного смягчить ущерб в различных секторах экономики.

Эффективными оказались также и внедренные министерством экономики новые механизмы кредитования под государственным гарантийным обеспечением, а также субсидирования процентных ставок существующих кредитов у субъектов предпринимательства, пострадавших от пандемии. Эти механизмы обеспечивает до 60%-ов бизнес-кредитам государственную гарантию в размере 500 млн. ман. в рамках нового портфеля, а также по этим кредитам 50%-ов годовой процентной ставки финансируется государством. Данный механизм применяется на кредиты, которые выданы сроком до 3-ех лет и годовая процентная ставка не превышает 15%-ов. Особенно, для реализации данного механизма с 30-го июня 2020-го года предпринимателям доступным стала цифровая кредитная платформа, по которой можно подавать заявки на займы в онлайн режиме по линии Фонда развития предпринимательства.

Были увеличены сроки выдачи кредитов SIF (ФРП) еще на два года для сельского хозяйства, а также других секторов, которые требуют относительно большего времени окупаемости инвестиций. ФРП были приняты решения применять нового финансового инструмента, который позволить предоставления предпринимателям льготные кредиты для покупки производственного оборудования. При этом в качестве залога принимаются приобретенные оборудования в кредит. Со стороны предпринимателя оплачивается 20%-ов от стоимости приобретенного оборудования и для выплаты оставшиеся 80%-ов от стоимости, он может воспользоваться предоставления льготных средств ФРП.

В 2020-ом году с целью смягчения негативного влияния корона вирусной инфекции для оказания финансовой поддержки субъектам предпринимательства страны выделено 461,0 млн. ман., для поддержки сектора общественного транспорта 277,0 ман., для увеличения выделенного льготного ипотечного кредита направлены 90,0 млн. ман. и предоставлены налоговые льготы в размере 115, млн. ман. В период пандемии COVID-19 государственные меры по поддержке «Заня-

тость и социальная защита» охватили 4,8 млн. человек. В целом для финансирования мероприятий реализуемые государством, таких как уменьшения негативного влияния пандемии на национальной экономики, уровня занятости населения, субъектам предпринимательства, инновационному бизнесу из государственного бюджета и за счет других финансовых источников израсходованы около 2,5 млрд. ман. (<https://nk.gov.az/az/article/1458/>, 2021).

По данным ГКСАР в течении 2020-го года в АР прекратили свою деятельность 22 572 предпринимательских субъектов, в том числе 22 545 микро предпринимательские субъекты, 19 предприятий малых предпринимательских субъектов, а также и 8 предприятий средних предпринимательских субъектов.

Однако несмотря на тяжелую ситуации в мире и республике в связи с введенными ограничениями, в течении 2020-го года в стране создавались 167 475 новых предпринимательских субъектов, в том числе 167 271 микро предпринимательские субъекты, 161 предприятий малых предпринимательских субъектов, а также и 43 предприятий средних предпринимательских субъектов (<https://www.stat.gov.az/source/entrepreneurship/>, 2021).

Как видно из таблицы 1 основное количество создаваемой и ликвидированных предпринимательских субъектов приходится к микро предпринимательским субъектам.

**Таблица 1: Количество функционирующие, ново созданные и ликвидированные субъекты микро -, малого и среднего предпринимательства, 2019-2020 гг.**

Показатели	2019 год			2020 год		
	Функционирующие	Ново-созданные	Ликвидированные	Функционирующие	Ново-созданные	Ликвидированные
<b>Общее количество предпринимательских субъектов</b>	271304	103 949	30 483	316370	167 475	22 572

<b>Количество субъектов микро предпринимательства</b>	262622	103 756	30 457	307717	167 271	22 545
<b>Количество субъектов малого предпринимательства</b>	5956	161	17	5943	161	19
<b>Количество субъектов среднего предпринимательства</b>	2726	32	9	2710	43	8

**Источник:** подготовлено автором на основе данных Государственного Комитета Статистики Азербайджанской Республики, <https://www.stat.gov.az/source/entrepreneurship/>

Однако ново созданные предпринимательские субъекты 86,52% больше чем ликвидированные. Если обратить внимание на те же данные по 2019-ому году, ново созданные предпринимательские субъекты на 28,9%-ов больше чем ликвидированные. В 2020-ом году созданные многие предпринимательские субъекты в основном организовались с учетом требований времени и рынка.

Выросло количество работающих по найму на предприятиях микро, малых и средних предпринимательских субъектов в 2020-ом году 4,96%-ов по сравнению аналогичным данным 2019-ым годом. Не смотря на сильного негативного влияние корона вирусной инфекции 2020-ом году увеличились число наемных работников и в сфере микро-, мало- и средних предпринимательских структурах (<https://www.stat.gov.az/source/entrepreneurship/>, 2021). Конечно к этому способствовало государственная политика в этой области (таблица 2).

**Таблица 2: Количество наемных работников у субъектов микро -, малого и среднего предпринимательства, 2019-2020гг.**

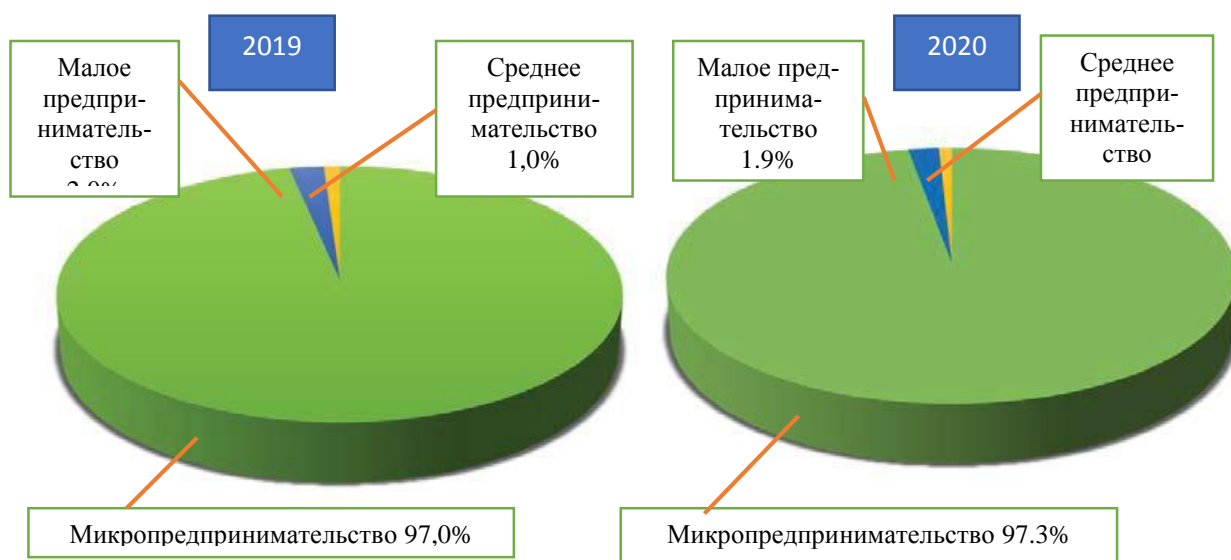
	<b>Общее количество наемных работников</b>	<b>Численность занятых в микро предпринимательских структурах</b>	<b>Численность занятых в субъектах малого предпринимательства</b>	<b>Численность занятых в субъектах среднего предпринимательства</b>
<b>2019</b>	332 255	40 233	85 072	206 950
<b>2020</b>	348 723	40 850	92 125	215 748

**Источник:** подготовлено автором на основе данных Государственного Комитета Статистики Азербайджанской Республики, <https://www.stat.gov.az/source/entrepreneurship/>

На основе данных таблицы 2 для наглядности составлен рисунок 1. Как видно из рисунка, в структуре действующих предпринимательских структур в 2019-ом году микропредпринимательство занимало 97%-ов, а в 2020-ом году 97,3%-ов. Рост количество микропредпринимательства составляет 0,3%-ов. Однако количество малого предпринимательства занимает 1,9%-ов, а среднее предпринимательство 0,8%-ов.

Открытия в научной области по мере из потребностей, они переходятся в фазу прикладных исследований, который включают в себя этапы поисковых исследований, а также научно-исследовательской работы (НИР). Этому процессу предшествуют стратегические решения генерации, благодаря тому развивается новейшее поколения инновационных процессов. Инноватика же осуществляет продвижение воплощенного научного умения, в процессе чего проект НИР трансформируется в инвестиционно-инновационный проект (<http://projectimo.ru/innovatika/nauchno-issledovatelskaya-rabota.html>, 2020).

**Рис. 1: Структура действующих субъектов микро -, малого и среднего предпринимательства**



**Источник:** подготовлено автором на основе данных Государственного Комитета Статистики Азербайджанской Республики, <https://www.stat.gov.az/source/entrepreneurship/>

НИР является начальным этапом инновационного процесса. НИР требует определенных условий и финансовых средств. По данным таблицы 3 можно сделать такой вывод: в целом в Азербайджане субъектами микро-, малого и среднего предпринимательства на НИР уделяется особое внимание, выделяются финансовые ресурсы как на микро, так и на малых и средних предпринимателях. Однако под влиянием корона вирусной инфекции и связанные с ними ограничительными мерами 2020-ом году по сравнению с 2019-ым годом со стороны субъектов микро-, малого и среднего предпринимательства на НИР 32,8%-ов сократилось расходы на НИР. На фоне сокращения расходов субъектов микро-, малого и среднего предпринимательства на НИР 2020-ом году увеличили расходы на намеченные цели субъекты микропредпринимательство 233,4%-а, а малого предпринимательство 24,86%-ов. Значит сокращение расходов на эти цели были со стороны субъектов среднего предпринимательства.

**Таблица 3: Расходы на НИР субъектов микро -, малого и среднего предпринимательства по видам экономической деятельности, тыс. ман.**

Сфера деятельности	Всего	2019			Всего	2020		
		Микро	Малое	Среднее		Микро	Малое	Среднее
<b>По видам экономической деятельности</b>	<b>47678,4</b>	<b>386,3</b>	<b>5282,8</b>	<b>42009,3</b>	<b>15643,1</b>	<b>1288,1</b>	<b>6596,5</b>	<b>7758,5</b>
<b>В том числе</b>								
<b>Промышленность</b>	10779,3	-	2417,3	8362,0	2975,4	-	2317,2	658,2
<b>Строительство</b>	1062,6	41,3	415,3	606,0	2185,5	1195,1	632,3	358,1
<b>Информация и связь</b>	20223,5	2,1	411,4	19810,0	609,9	-	609,9	-
<b>Образование</b>	83,3	-	37,2	46,1	146,9	-	105,1	41,8
<b>Другие отрасли</b>	15529,7	342,9	2001,6	13185,2	9725,4	93,0	2932,0	6700,4

**Источник:** подготовлено автором на основе данных Государственного Комитета Статистики Азербайджанской Республики, <https://www.stat.gov.az/source/entrepreneurship/>



Расходы субъектов микро-, малого и среднего предпринимательства функционирующие в отраслях промышленности 2019-ом году составил 10779,3 тыс. ман., а в 2020-ом году сократилась на 262,28%-ов и составил 2975,4 тыс. ман. В 2019-ом году субъектами малого предпринимательство на эти цели израсходовано 2417,3 тыс. ман., субъектами среднего предпринимательства 8362,0 тыс. ман. Однако в 2020-ом году субъектами малого предпринимательство на эти цели были израсходованы 2317,2 тыс. ман., то есть 4,14%-ов меньше чем 2019-ом году, а субъектами среднего предпринимательства 658,2 тыс. ман., то есть 1170,4%-ов меньше чем предыдущем году.

Расходы субъектов микро-, малого и среднего предпринимательства функционирующие в сфере строительства 2019-ом году составил 1062,6 тыс. ман., а в 2020-ом году сократилась на 105,67%-ов и составил 2185,5 тыс. ман. В 2019-ом году субъектами микропредпринимательство на эти цели израсходовано 41,3 тыс. ман., субъектами малого предпринимательство 415,3 тыс. ман., субъектами среднего предпринимательства 606,0 тыс. ман. А в 2020-ом году субъектами микропредпринимательство на эти цели были израсходованы 1195,1 тыс. ман., то есть 2793,7%-ов больше чем в 2019-ом году, субъектами малого предпринимательство на эти цели были израсходованы 632,3 тыс. ман., то есть 52,25%-ов меньше 2019-ом году, а субъектами среднего предпринимательства 358,1 тыс. ман., то есть 40,9%-ов меньше чем предыдущем году.

Расходы субъектов микро-, малого и среднего предпринимательства функционирующие в отраслях «Информация и связь» 2019-ом году составил 20223,5 тыс. ман., а в 2020-ом году сократилась на 3215,87-ов и составил 609,9 тыс. ман. В 2019-ом году субъектами микропредпринимательство на эти цели израсходовано 2,1 тыс. ман., субъектами малого предпринимательство 411,4 тыс. ман., субъектами среднего предпринимательства 19810,0 тыс. ман. А в 2020-ом году со стороны субъектов микропредпринимательство и среднего

предпринимательства на эти цели не выделены финансовые средства, а субъектами малого предпринимательства были израсходованы 609,9 тыс. ман., то есть 48,25%-ов больше чем 2019-ом году.

Расходы субъектов микро-, малого и среднего предпринимательства функционирующие в сфере «Образования» 2019-ом году составил 83,3 тыс. ман., а в 2020-ом году увеличилась на 76,36%-ов и составил 146,9 тыс. ман. В 2019-ом году субъектами микропредпринимательства на эти цели не выделены финансовые средства, субъектами малого предпринимательства израсходованы 37,2 тыс. ман., субъектами среднего предпринимательства 46,1 тыс. ман. А в 2020-ом году со стороны субъектов микропредпринимательства на эти цели не выделены финансовые средства, а субъектами малого предпринимательства были израсходованы 105,1 тыс. ман., то есть 182,52%-ов больше чем 2019-ом году, и субъектами среднего предпринимательства израсходован 41,8 тыс. ман., то есть 9,32%-ов меньше чем 2019-ом году.

Расходы субъектов микро-, малого и среднего предпринимательства функционирующие в других сферах экономической деятельности 2019-ом году составил 15529,7 тыс. ман., а в 2020-ом году сократилась на 59,68% и составил 9725,4 тыс. ман. В 2019-ом году субъектами микропредпринимательства на эти цели выделены финансовые средства на суммы 342,9 тыс. ман., субъектами малого предпринимательства израсходованы 2001,6 тыс. ман., субъектами среднего предпринимательства 13185,2 тыс. ман. А в 2020-ом году со стороны субъектов микропредпринимательства на эти цели выделены финансовые средства на суммы 93,0 тыс. ман., то есть 268,7%-ов меньше чем 2019-ом году, а субъектами малого предпринимательства были израсходованы 2932,0 тыс. ман., то есть 46,48%-ов больше чем 2019-ом году, и субъектами среднего предпринимательства израсходован 6700,4 тыс. ман., то есть 96,78%-ов меньше чем 2019-ом году.

Несмотря на негативное влияние корона вирусной инфекции на ПХД субъектов микро-, малого и среднего предпринимательства, и сокращению ими расходов на НИР 2020-ом году по сравнению с 2019-ым годом на 32,8%-ов, выросло количество работающих по найму на 4,96%-ов, за тот же период увеличилось количество функционирующих субъектов микропредпринимательства на 14,65%-ов.

На основе проведенных анализов можно сделать следующие выводы:

- из-за коронавирусной пандемии со стороны микро-, малого и среднего предпринимательства существенно сокращены расходы на НИР;
- расходов на НИР субъекты среднего предпринимательства сократили в 5,41 раза или на 441,46%-та;
- не смотря на то что в целом расходы на НИР почти три раза сокращены, а субъектами микропредпринимательства наоборот объем расхода на эти цели увеличен в 3,33 раза или 233%-та, малого предпринимательства также увеличен в 1,24 раза или 24%-та;

По мнению экспертов, несмотря на существенные потери, МСБ имеет большой потенциал для восстановления потерянных значительных объемов бизнеса, путем планомерного ослабления осуществляемых ограничительных мер и проведением процесса вакцинирования граждан в соответствии советам ВОЗ.

## **2.2. Проблемы малых предприятий в инновационной сфере и подходы к их решению в Азербайджане и за рубежом**

Развитие малых предприятий создают условия для более эффективного использования инновационного потенциала экономики страны. При нестабильности рынков и усилении конкуренции под воздействием глобализации производи-

тели инновационных товаров сочетание сильных особенностей малых инновационных предприятий с возможностями высших образовательных заведений позволит этим предприятиям повысить свою конкурентоспособность.

Концентрация интеллектуальных, материально-технических и информационных ресурсов научной сферы, обладает огромным потенциалом, которая позволяет вести разработку новых инновационных продуктов, улучшению существующих. При этом сформированный бренд обеспечивает интерес потребителей, возможность дополнительных инвестиций, заинтересованность потребителей и партнеров к компании, устойчивость связей, и это в свою очередь положительно сказывается на конкурентоспособности малых предприятий.

В свою очередь развитие малых инновационных предприятий испытывают ряд проблем, которые тормозят их развитие и позитивное влияние их на инновационный процесс в АР.

Не смотря на усилия правительства страны по сравнению с экономически развитыми странами мира масштабы участия малого бизнеса в экономике АР не столь значимы. А главной причиной этого является недооценка со стороны государства стратегического значения малого предприятия для экономики страны. Следствием этого является несовершенство механизмов стимулирования и регулирования деятельности малого бизнеса, неразвитость инфраструктуры, барьеры на пути более интенсивного вовлечения их в инновационный процесс.

Содержания и характер причин и факторы общего порядка, обусловлены их сущностью, которая сложилась в ходе рыночных реформ в Азербайджанской экономике, и они носят глубинный характер. Для их устранения необходимо провести радикальное реформирование в отечественной экономике. С помощью этих реформ можно изменить ситуации к лучшему, создавать необходимые условия формирования действенной национальной инновационной системы и активизировать инновационную деятельность.

Экспортно-сырьевой характер как особенность экономической модели АР негативно влияет на инновационные процессы. В результате экспортно-сырьевой ориентации отечественной экономики страны нарушены как вертикальные, так и горизонтальные производственно-экономические связи, как следствие этого последовали стагнация и атрофированы ряда стратегически важных отраслей экономики страны (машиностроение, легкая промышленность и т. д.). Эти те отрасли, которые потенциально восприимчивы к инновациям.

Наряду с этими факторами и состояние отечественной рыночной среды, также является одним из важнейших факторов невосприимчивости экономики АР к инновациям. Такая рыночная среда формируется под воздействием чиновничий особых отношений, не законопослушности предпринимателей. С учетом таких подходов участников рынка, таких как производители, посредники и продавцы, рыночное отношение в Азербайджане в основном носит парой искусственно монополистический характер.

Такая тенденция монополизации рынка угнетает потребителя назначением высокие цены на потребительские товары, а производителей с искусственным ограничением потенциального потребительского спроса и высокими ценами на сырье и материалы, а также готовой продукции производственного назначения. В результате чего, сужается возможности реального сектора отечественной экономики инвестировать в инновации.

Происходящие в структуре экономики страны такие изменения противоречат общемировой тенденции опережение роста отраслей обрабатывающей промышленности и тормозят процесса перехода на инновационные пути развития.

Самой главной проблемой является то что, инновации происходят не систематически во всех отраслях экономики страны. К росту инноваций негативно влияют такие ограничения как недостаточная рыночная конкуренция в экономике страны, нормативные барьеры, низкий уровень организационно-управленческого потенциала малого предпринимательства и частного сектора.

При этом необходимо налаживать активные связи и систематического взаимодействия между сторонами, участвующие в инновационной системе, а также и между бизнесом и наукой. Учитывая сложности инновационных систем, присущими инновациям, целесообразно провести в стране и в экономике страны реформ политических мер, и механизмов управления. Эти реформы включают в себя необходимой координации, а также согласованности между соответствующими министерствами, комитетами и сферами политики. Практически долгосрочные инновационные стратегии на политическом уровне не согласовываются систематически с приоритетами целей устойчивого развития и приоритетами ведущей областью национальной политики ([http://scienceportal.org.by/upload/2020/Dec/IPO\\_pocket\\_book\\_RU.pdf](http://scienceportal.org.by/upload/2020/Dec/IPO_pocket_book_RU.pdf), 2020).

Конечно с учетом проведенных необходимых реформ Азербайджан по глобальному инновационному индексу находился в 2018-ом году с 29.0 баллом на 105-ом месте, 2019-ом году с 30.2 баллом на 84-ом месте, 2020-ом году с 27.2 баллом на 82-ом месте, а 2021-ом году с 28,4 баллом на 80-ом месте. В целом имеется положительная тенденция (<https://www.globalinnovationindex.org/analysis-indicator>, 2022).

А также высокий уровень износа материально-технических ресурсов, и медленное обновление ведущей части основных производственных фондов является одной из причин низкой инновационной активности отечественного предпринимателя.

По опыту промышленно развитых стран предприятия, уделяющие внимание к внедрению инновации, 30-50% финансовых средств тратят на приобретение оборудования. Каждое 5-ое предприятие на эти цели тратит больше чем 50% от суммы всех затрат на инновации. От средств выделенные на НИОКР около 50%-ов предприятий направляет менее 10% всех затрат на инновации, лишь 7% предприятий тратит на эти цели больше 50%. Такая низкая результативность пред-

приятий в сфере инновационной активности сказывается на показателях экспорта. Доля Китайской Народной Республики в объеме торговли наукоемкой продукцией составляет 8%-ов, в РФ менее 1,0%-ов ([https://bstudy.net/716767/ekonomika/problemy\\_razvitiya\\_malyh\\_innovatsionnyh\\_predpriyatiy](https://bstudy.net/716767/ekonomika/problemy_razvitiya_malyh_innovatsionnyh_predpriyatiy), 2021).

Однако в общемировом уровне ресурсной информации потенциал и возможности научно-технических сведений AP, которая определяется по количеству публикаций и отчетов, составляет около 2%-ов, а в РФ около 7%-ов. И это означает, что AP, имея значительный потенциал инновационного роста, не полностью реализован данный потенциал. Отсюда и, ограниченный или не обеспеченный внутренний спрос инновациям связан неразвитости рынка и слабой конкуренцией. А ограниченный внешний спрос на отечественные инновации связан со сырьевой специализацией в мировой экономике. Для развития экономику по инновационному пути нужно изменить ее структуру.

Чем выше уровень конкурентная среды, тем больше спроса на инновации. Среди предпринимателей, в том числе и малых предприятий конкурентного успеха в основном добиваются те, которые уделяют особое внимание на инновационные модели поведения. Слабая неблагоприятная конкурентная среда отрицательно влияет на отношении малых предприятий к инновациям.

Открытия МИП или центров при НИИ и вузах не решает проблемы коммерциализации о есть трансфера, инновационных разработок малых инновационных предприятий. Как правило НИИ и вузы обладая исключительным правом на результаты интеллектуальной деятельности могут передавать МИП лишь на частичное или ограниченное право использования на определенный период времени. А такое положение дел не позволяет ученым и научным исследователям продать свою разработанную технологию.

Если учитывать того что инвесторов, обладателя венчурного капитала интересуется в основном технология и авторские право на разработку. А это означает

если у него нет прав передавать, продать разработку, то МИП будет сложно привлечь инвестора.

На ряду этими проблемами имеется и другие проблемы, связанные с коммерциализации технологий при вузах, это кадры, отсутствие оборотного капитала и т.д. Поэтому необходимо понять, каким образом необходимо выстраивать отношения с партнерами по бизнесу и инвесторами, создавать условия для организации стартапов при ведущих университетах и институтах. Да простое документирования технологий в проект в МИП в основном неэффективно. Конечно есть такие вузы, у которых есть положительный опыт, однако такие единицы. Для избежание таких сложностей и ограничений, часто эти проекты реализуется на сторонних предприятиях, не имеющего данного университета никакого отношения. Такая ситуация связана с выше перечисленными основополагающими проблемами коммерциализации (технология и авторское право).

На ряду с этими основными факторами или причинами, препятствующие инновациям в малых предприятиях можно выделять (Антонова, И.Г., Кубракова А.А., 2013):

- нехватка собственных денежных средств, высокие издержки нововведений и недостаточная государственная финансовая поддержка;
- высокий уровень экономического риска, слабый инновационный потенциал организации и недостаточности квалифицированного персонала;
- незаинтересованность крупного бизнеса страны в малых инновационных проектах и отсутствие единого подхода к потоку инновационных проектов;
- неразвитость и неэффективное использования инновационной инфраструктуры малого бизнеса и неполнота информационной базы о новых технологиях;
- отсутствие организованной информационной базы о рынках сбыта;
- отсутствие специфической законодательной базы;
- отсутствие кооперационных связей.



На основе выше перечисленных причин, препятствующие инновациям в малых предприятиях рассмотрим содержание и негативное влияние на развитие МИП в отечественной экономике.

Низкий уровень спроса на инновации у предприятий связана с снижением, потребности общества в инновациях. Многие представители бизнеса считают инновационных путей и моделей развития предприятия маловажной.

Такая низкая инновационная активность отечественного бизнеса связана с недостаточной инвестиционной привлекательностью инновационной предпринимательской деятельности. Даже предприятия высоким уровнем рентабельности меньше уделяют внимание проблемам инновации, чем предприятия с низким уровнем рентабельности.

Более серьезным сдерживающим фактором роста спроса на инновации, это сложившаяся порочная практика отечественного бизнеса, то есть ежегодная значительное повышение цены на товары и услуги. Таким образом, место использования инноваций и совершенствования производственного процесса и технологии, предприятия за счет повышения цены на свои произведенные продукции и оказываемые услуги повышают свои доходы, имеют сверхприбыли.

Как практика показывают в промышленно развитых странах предприятия повышают свои доходы, уровень рентабельности за счет внедрения соответствующих инноваций, совершенствования производственного процесса и технологии, произведенной продукции и оказываемой услуги, организации их производства, в результате чего повышаются уровень конкурентоспособности продукции. А отечественные малые предприятия не идут на рискованные инновации, потому что, они без особой трудности зарабатывают больше путем повышения цен.

Такая порочная практика, заработка на частые повышения цены, когда та должна прекращена. Только таким образом у производителей можно будет побудить заинтересованности в разработке и внедрении инноваций, только такими

путями повышению конкурентоспособности производимой продукции и повышению прибыльности производства. Отставание прикладной отраслевой науки, формирующая спроса на инновационные разработки, негативно влияет на состояние инновационной деятельности в соответствующих отраслях в целом в стране. Прикладная отраслевая наука является основным партнером по практическому освоению результатов фундаментальных и поисковых исследований (Зуева В., 2015).

Состоянии МИП сфере науки и образования показывает, что в стране наука, производство и рынок функционируют в отдельности и развиваются автономно, изолированно. Эффект от предоставленной законодательствам страны свободы (предоставлением им права создавать малые инновационные предприятия) предприятиям сферы науки и образования по внедрению результатов научной и научно-исследовательской деятельности оказался минимальным.

Эффективность деятельности МИП зависит от множества факторов. Как показывает практика успех работы зависит от того человека, кто управляет МИП - ученый или же человек из бизнеса. Как правило воспринимаются так, хорошим руководителем инновационного проекта может быть хороший ученый или инженер. Как практика зарубежных стран показывает это не всегда так.

В Западной Европе, США организатора нового малого инновационного предприятия, как правило, отодвигают от управления уже на первом раунде инвестиций. Он в лучшем случае становится техническим директором, а руководитель - это всегда человек из бизнеса ([https://bstudy.net/716767/ekonomika/problemy\\_razvitiya\\_malyh\\_innovatsionnyh\\_predpriyatiy](https://bstudy.net/716767/ekonomika/problemy_razvitiya_malyh_innovatsionnyh_predpriyatiy), 2021).

В Азербайджане как правило принято считать, что технологическая компетенция является главной ценностью предприятия. То есть, у нас налажена отличная технология, заказчики или потребители, должны подойти и ими воспользоваться. Отечественным предпринимателям надо понять, что в мире в системе

ценностей давно на передний план вышли бизнес-компетенции, то есть продажа, восприятие проблем заказчиков и иметь навык и опыт решение эти проблемы.

Важной проблемой также является развития малых инновационных предприятий - слабая незаинтересованности предпринимателей инвестировать в дорогостоящие и рисковые инновационные проекты.

Еще одна важная нерешенная проблема на пути повышения эффективности функционирования МИП, функционирующий в научно-технической сфере бизнеса, это необходимость привлечения внешних инвесторов, а также и предпринимателей. Имея рыночными связями опытных предпринимателей, деловые качества и навыки по продвижению продукции и услуг вузам и НИИ легче выходить на благополучный внешний рынок

Определённая неясность статусов инвесторов является следующим проблемам, которая также негативно влияют на повышения эффективности деятельности МИП. Так как в законах регулирующие деятельности предприятий недостаточно прописаны условий участия внешних, так и внутренних инвесторов в деятельности малых инновационных предприятий. Не следует забывать, а ведь именно инвесторы становятся главным звеном, при коммерциализации инновационного продукта, а также и выступающий в роли как бизнес-партнера, с опытом и навыками по продвижению на рынок новый инновационный продукт.

Приобретения юридического адреса для малых инновационных проектов является барьером. В основном команды на начальном этапе работает в неформальных лабораториях, а для получения финансовой поддержки необходимо юридическое лицо, юридический адрес. Новаторы, сумевшие вывести свой проект на уровень самоокупаемости, не заинтересованы в привлечении в новых партнеров и/или инвесторов и передаче контроля инвесторам над своим проектом. Считается что, целью около 50%-ов представляющих «посевные» проекты, являются сохранения статус-кво.

По данным исследования Nautech, в качестве основных источников идей, составляющий основу осуществляемых инновационных проектов, в 75%-ов случаях названы собственные разработки, а в 43%-ов - собственные же предпринимательские идеи. В то же время механизмы приобретения разработок или развития на средства госконтракта оказались менее востребованы (Акмаева Р.И., 2012).

Несмотря многочисленности проблем, при правильном подходе выживаемость вышедших из вузовской среды малых инновационных предприятий, в среднем выше, чем по экономике страны. В вузах предприятия часто создаются на предпринимательском предприимчивости студентов, магистрантов, аспирантов, педагогов и руководства университета, т.е. предпринимательская жилка и предприимчивости в вузах сильнее, чем в научно-исследовательских и академических институтах.

Число созданных МИП при вузах AP растет медленно. Основной причиной такой динамики в создании МИП является отсутствие у многих вузов и НИИ результатов интеллектуальной деятельности студентов, магистрантов, аспирантов, педагогов и руководства университета в структуре нематериальных активов, готовые к коммерциализации.

Для улучшения состояние дел в этой области вузы должны обратить особое внимание на коммерциализацию результатов НИР и разработок. Последние 25-30 лет многие страны мира стали больше уделять внимание инновациям и образованию. Так как в таких странах за последние десять лет рост объема инвестиции на основные фонды составил 2,2%-та, то рост объема инвестиции на образование и инновации 3,4%-а.

В 2020 году средства, предназначенные на научные расходы, составил 193,7 млн. ман. Эта сумма на 42,1%-ов или на 57,4 млн. ман. больше по сравнению аналогичными данными 2019 года. Из этой суммы 12,3 млн. ман. направлены ор-

ганизациям, которые занимаются фундаментальными научными исследованиями, с целью финансирования фундаментальных научных исследований государственными и негосударственными организациями.

А 2021-ом году на научные сферы выделены 183,30 млн. ман., что это 10,6%-ов больше чем в 2020-ом году. А 2022-ом году на научные сферы выделены запланировано 202,79 млн. ман., что это 10,63%-ов больше чем в 2021-ом году.

Как практика показывает проблемы малых предприятий в инновационной сфере как в Азербайджане, так и зарубежном больше чем ожидали, а подходы к их решению в различны. Однако не имеется стандартное решение этих проблем. Каждому проблему требуется подойти индивидуально. Правильное решение многочисленных проблем может способствовать преодолению имеющихся барьеров и активизации развития малых инновационных предприятий.

### **2.3. Механизмы государственной поддержки инновационного бизнеса в условиях COVID-19**

Под давлением сомнений повышения социально-экономического кризиса, возникшего по причине негативного влияния корона вирусной пандемии (COVID-19) и введением нежеланных ограничений, правительством предпринимаются необходимые шаги поддержания экономики своей страны и бизнес-активности малых предприятий. Однако важными элементами экономики стран не становятся большие предприятия, а субъекты малого и среднего бизнеса. Субъекты МСБ состоят до 90% от общего количества предприятий в мире, предлагают 70% рабочих мест и формируют до 50% мирового ВВП.

Место индивидов МСБ мировой экономики общепризнана Генеральной Ассамблеей ООН, и 27 июня провозглашена днем микро, малых и средних предприятий. Как отмечает ООН, субъекты малого бизнеса крайне гибки на социально-

политические и экономические изменения в мире, а такая особенность из-за недостаточной финансовой поддержки делает их крайне слабыми перед воздействием экономической конъюнктуры. По ООН субъектам МСБ необходимо обеспечивать свободный доступ к финансовым услугам. Поддержка МСБ находится в центре внимания государственной политики, она должна быть одной из главных задач правительства в борьбе с последствиями COVID-19 (<https://ach.gov.ru/upload/pdf/Covid-19-SME.pdf>, 2020).

Поддержка МСБ – это мероприятия, проводимые государствам по оказанию материальной и организационной поддержки малым, средним и индивидуальным предпринимателям. Такие меры во время кризисного периода или экономического подъема поддерживают устойчивость и развитие субъектов МСБ, в том числе и инновационный бизнес. Во время пандемии корона вирусной инфекции и пост корона вирусной пандемии целью оказываемой поддержки является сохранение функционирующих бизнес-субъектов и рабочего места, осуществляемых в форме прямых денежных выплат, процентных и налоговых льгот.

В целом на развитие инновационного бизнеса оказывают положительное и негативное влияние следующие факторы: экономические, технологические, правовые, политические, организационно-управленческие, социально-психологические, культурные факторы.

Создание инфраструктуры поддержки МИБ в условиях недостаточности государственных бюджетных ресурсов является важной задачей государственной политики по формированию инфраструктуры поддержки малого инновационного бизнеса. Она имеет особую значимость для МИБ, которые нуждаются в государственной финансовой помощи (Халилов Э.Ш., 2017).

Основными задачи инфраструктуры поддержки МИБ в нынешних условиях хозяйствования, в соответствии с многочисленными проблемами этой сферы, являются:

- способствовать к росту спроса на высокотехнологичную продукцию;

- расширение круга инвесторов с финансовыми возможностями за счет привлечения венчурных капиталистов;
- финансовая поддержка на ранних стадиях формирования разработки инновационных проектов;
- оказание поддержки и создание условий поиска партнеров и реализации на внутренних и внешних рынках инновационных проектов;
- оказание поддержки по размещению МИБ в наиболее доступных офисных и/или производственных помещениях;
- информационная поддержка и создание оперативного центра с целью изучения и оценки состояния бизнеса;
- создание кризисного фонда, с целью выплаты пособий по безработице лицам, потерявшим работу (Назаренко М., Дубов Г., 2020).

Для этого необходимо также создать развитую сеть венчурных фондов, фондов содействия развитию малых предприятий в научно-технической сфере, фондов технологического развития; создание консалтинговых фирм, центров менеджмента и маркетинга, развитую сеть бизнес-инновационных центров, технопарков и бизнес-инкубаторов (Халилов Э.Ш., 2017).

При правильно выбранном соотношении и использовании перечисленных групп факторов и тесной взаимосвязи посредством управления между инновационной, маркетинговой и управленческой, производственной деятельностью, МИБ может привести к желаемым результатам в инновационном развитии субъектов инновационного бизнеса, формированию и осуществлению их инновационной стратегии (Епихина Л.В., 2020).

Информирование о предпринимательской среде, о развитии навыков МСБ в основном обеспечиваются Центрами развития МСБ, которые действуют в городах Баку, Сумгаите, Шеки, Хачмазе и в Евлахе.

С целью дополнительной поддержки субъектам малого и среднего бизнеса в период пандемического кризиса был реализован ряд проектов. С начала 2021-го

года начат процесс финансирования образовательных, НИР и вспомогательных проектов малого и среднего бизнеса. Агентством по развитию МСБ организованы конкурсы и объявлены проекты, которые финансируются в рамках конкурса.

Начиная с прошлого года субъектам МСБ начали выдавать сертификаты «Стартап». На основе этого сертификата в соответствии с Налоговым кодексом АР, МСБ сроком на три года освобождается от подоходного налога и налога на прибыль от инновационной деятельности (<https://az.sputniknews.ru/20210502/kobiamalyj-srednij-biznes-426844414.html>, 2021). Также разработан механизм роста объема продаж продукции малого и среднего бизнеса в торговых сетях, организация новых импортозамещающих производств и производства инновационной продукции.

Этот механизм будет регулировать возмещение части затрат на организацию и осуществление продажи в торговых сетях товаров микро- и малого бизнеса. Также начала функционировать платформа онлайн-продаж, которая расширяет возможности продаж товаров и услуг МСБ.

С целью смягчения негативного влияния впоследствии корона вирусной инфекции и связанных с ней ограничительных мер, правительством АР разработаны механизмы поддержки предпринимательства, отраженная в таблице 4.

**Таблица 4: Механизмы поддержки предпринимательства в Азербайджане в период корона вирусной пандемии**

	<b>Механизм льготного кредитования</b>	<b>Механизм кредитования оборудования</b>	<b>Механизм субсидирования</b>
<b>Сфера применения</b>	приоритетные направления на 2021 год	только покупка оборудования	районы, пострадавшие от пандемии
<b>Сумма кредита</b>	до 5 000 – 10 000 000 ман.	до 5 000 – 3 000 000 ман.	до 5 000 000 ман. (остаточная сумма)
<b>Процентная ставка по кредиту</b>	до 5% 5%-dək	до 9% 9%-dək	независимо от процента
<b>Процентная ставка по кредиту</b>	до 10 лет	до 5 лет	независимо от срока



<b>Льготный период по кредиту</b>	до половины срока кредита	до 12 месяцев	
<b>Срок предоставления субсидии</b>			12 месяцев (начиная с марта 2020 года)
<b>Размер субсидии</b>			пункт 10% процентной ставки

**Источник:** Фонд Развития Предпринимательства Министерства Экономики Азербайджанской Республики, <http://edf.gov.az/az/content/181>

Во время пандемии больше всего пострадали субъекты МСБ и применение вышерассмотренных мер поддержки может способствовать снижению негативных последствий корон вирусной пандемии для частного сектора.

### **III ГЛАВА. НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОГО БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ КОРОНАВИРУСА (COVID-19)**

#### **3.1. Исследование влияния пандемии COVID-19 на инновационный бизнес**

Глобальная пандемия в 2020 году, как и во всем мире, не обошлась без влияния и на экономику Азербайджана, в результате введения обязательного ограничения с целью защиты здоровья населения, бизнесу пришлось сталкиваться с определенными трудностями. Согласно оценкам, пандемия больше всего оказала негативное влияние на сферы общественного питания, сферы услуг, туризма, развлечения, транспорта, а также и на другие сферы.

За этот период существующие бизнес-модели, поведение потребителей во многих секторах значительно изменились. Пандемия не только оказала негативное влияние на ряд секторов, но и открыла новые бизнес-возможности для предпринимателей. Во время пандемии наряду с пострадавшими секторами бизнеса, все больше продвинулись сектора экономики, производящие продукцию сельского хозяйства, продукты питания, медицинские принадлежности и химические чистящие средства, оказывающие логистические и онлайн-услуги.

По теории и практике МСБ являясь более гибкими, быстро адаптируются к изменениям своей среды функционирования, адекватно реагируют на негативные изменения. Несмотря на такие способности малый бизнес оказался наиболее уязвим воздействиям пандемии COVID-19 на экономику. В связи с тем и сократились объемы и масштабы производства, поставок, численность занятых людей, рыночный спрос и предложение товаров и услуг, доходов покупателей и так далее. С помощью проведения регулярных опросов экспертно-аналитическими

центрами, ассоциациями, также и международными организациями отслеживались изменения в экономических показателях МСБ, на основе чего проводился анализ влияния пандемии COVID-19 на них.

ОЭСР приводит перечень 40 подобных опросов. В результате проведенных опросов сделан такой вывод: - «растет негативное влияние пандемии на МСБ, обанкротились некоторые участники малого бизнеса». В начале июля 2020-го года по выводу Бюро переписи населения (США) на основе проведенного опроса около 51% малого бизнеса испытали сильное, 38% негативное воздействие пандемии, 45% предприятий МСБ пережили сбои в поставках, 25% предприятий МСБ имели ограниченный объем денежных резервов, который хватал на менее 1–2 месяцев (данные июля 2020-го года).

В РФ Агентством стратегических инициатив проводились аналогичные исследования состояния малого бизнеса. Согласно полученному результату исследования и анализа, положение дел малого бизнеса не очень хорошо. Так как из-за влияния пандемии COVID-19 в 2020-ом году у 83% участников малого бизнеса сократилась выручка по сравнению с 2019-ым годом. Снижение уровня выручки связывают с падением спроса, с ограничительными карантинными мерами. Около 42% субъектов малого бизнеса сохранив заработные платы перевели своих работников на дистанционный режим работы. Одна третья часть предприятий малого бизнеса из-за недостаточности технической поддержки не смогла организовать дистанционный режим работы, при этом выплачивала заработную плату и несла убытки (Кулага А.С., 2021).

И так субъекты микро -, малого и среднего предпринимательства относятся к категории наиболее пострадавших во время экономического кризиса. Анализ опроса, проведенного Международным торговым центром в период с 21 апреля 2020 года по 2 июня 2020 года, и данных, полученных на основе этого опроса, показывает, что пандемия сильно затронула 54,63% опрошенных предпринимателей (таблица 5.)

**Таблица 5: Результаты опроса, проведенного среди субъектов МСП в период с 21 апреля по 2 июня 2020 года о влиянии пандемии**

Формы предприниматель- ство	Уровень влияния, %			
	Сильное	Среднее	Слабое	Не повлияло
<b>Микро</b>	64,0	23,0	12,0	1,0
<b>Малое</b>	60,5	28,0	11,5	1,0
<b>Среднее</b>	51,0	31,0	17,0	1,0
<b>Крупное</b>	43,0	38,0	16,0	3,0
<b>В среднем</b>	54,625	30,0	14,125	1,5

**Источник:** таблица составлена автором, на основе данных опроса, Международного торгового центра, проведенного в период с 21 апреля по 2 июня, <https://smb.gov.az/storage/6064b6fa-2614-4bd8-9e69-7c8912ce7843.pdf>, 2022

Каждый пятый опрошенный субъект малого и среднего бизнеса сообщил, что они стояли перед риском навсегда приостановить свою деятельность за прошедшие три месяца (<https://smb.gov.az/storage/6064b6fa-2614-4bd8-9e69-7c8912ce7843.pdf>, 2022). Как видно из данных таблицы 5, субъекты МСП были более уязвимы негативным последствиям пандемии по сравнению с крупными хозяйствующими субъектами. Тем не менее, различия между секторами также очевидны из-за силы воздействия кризиса. Таким образом, предприниматели, работающие в секторах размещения и общественного питания, являющихся подразделами сектора услуг, более подвержены негативному воздействию кризиса Covid-19, чем другие. Также наибольшему негативному воздействию подверглись сектор непродовольственных товаров обрабатывающей промышленности, розничная и оптовая торговля, туристическая и транспортная отрасли (таблица 6).

Центр социальных исследований провел опрос, чтобы изучить первоначальное влияние пандемии COVID-19 на МСБ и выяснить, как меры, принятые правительством, помогли им, и насколько они извлекли выгоду из этих мер. Проведенный опрос составляет первую фазу предполагаемого исследования. В связи с карантинными мерами опрос провели с использованием метода адаптации самим к себе (ing. self-administered). Для этого исследования была использована форма

структурного опроса. Опросы были направлены на электронный адрес 199 предпринимателям. В исследовании были использованы формы структурного опроса. В целом были подготовлены 41 вопросов, из которых некоторые имеют информационный характер для следующего опроса.

**Таблица 6: Результаты опроса, проведенного среди субъектов МСП в период с 21 апреля по 2 июня 2020 года, о влиянии пандемии среди секторов экономики, %**

<b>Сфера функционирования МСБ</b>	<b>Оказало сильное</b>
<b>Размещение и общественное питания</b>	76
<b>Обработка непродовольственных товаров</b>	66
<b>Рознично-оптовая торговля</b>	65
<b>Транспорт и путешествия</b>	61
<b>Обработка сельскохозяйственной продукции</b>	57
<b>Сельское хозяйство</b>	38
<b>Финансовая</b>	36
<b>Информационные технологии</b>	35
<b>Другие</b>	57

**Источник:** таблица составлена автором, на основе данных опроса, Международного торгового центра, проведенного в период с 21 апреля по 2 июня, <https://smb.gov.az/storage/6064b6fa-2614-4bd8-9e69-7c8912ce7843.pdf>, 2022

Анкеты опроса были подготовлены таким образом, чтобы респондентам его было легко понять и ответить. Опрос, проведенный с 6 мая по 2 июля 2020-го года, был первоначально проведен для пилотного тестирования. Опрос, проведенный в пилотный период, позволил проверить, не оставили ли респонденты вопросы без ответа или были ли они предвзяты по отношению к вопросам, относящимся к определенным категориям.

Вопросы касаются прямого воздействия пандемии и политики государственной поддержки. Вопросы сосредоточены на таких показателях бизнес-рисков, как уровень бизнес-операций, доход предприятия, занятость, производительность.

С целью охвата широкого круга субъектов малого бизнеса, выбранные для этого опроса были отобраны из нескольких бизнес-информационных баз данных; которые представлены по регионам. Группы, состояли из 199 (100%) бизнес

субъектов и охватывали сектор услуг (72.36%), промышленность (20.10%), аграрный сектор (7.54%). В приведенной ниже таблице 7 показан процент экономических регионов, которые выбрали респонденты в качестве места работы.

**Таблица 7: Респонденты по регионам страны, в %-ах**

	<b>Экономические регионы</b>	<b>Регион, который они представляют в %-ах</b>
1.	<b>Баку</b>	68.34%
2.	<b>Апшерон</b>	8.54%
3.	<b>Гянджа-Газах</b>	5.53%
4.	<b>Шеки-Загатала</b>	5.53%
5.	<b>Ленкоран</b>	1.01%
6.	<b>Губа-Хачмаз</b>	1.51%
7.	<b>Аран</b>	8.04%
8.	<b>Горный Ширван</b>	1.51%

**Источник:** Первичное воздействие COVID-19 на МСБ в Азербайджане: результаты исследования на первой фазе, 31.08.2020 <https://stm.az/az/news/328/kovid-19-un-azerbaycanda-kicik-ve-orta-biznese-kob-ilkin-tesiri-birinci-fazada-tedqiqatin-neticeleri>

В результате изменения режима работы во время карантинных мер, введенных государством, 21.61%-ов респондентов отметили, что полностью прекратили свою деятельность, 21.60%-ов временно приостановили свои операции, в то же время 47.24%-ов МСБ заявили, что продолжают работать в сокращенном темпе, и только 9.55%-ов продолжают работать на полную мощность.

В таблице 8 показано первоначальное влияние COVID-19 на МСП в Азербайджане. Большинство опрошенных предпринимателей заявили, что пандемия негативно влияет на их бизнес, а 4.02%-ов заявили, что не чувствуют никакого воздействия.

В приведенной таблице 9 показаны проценты респондентов по другим сферам деятельности малого бизнеса, указанных на основе их ответов. Результаты опроса показывают, что 26,6%-ов составляют предприятия сектора туризма, 22,1%-ов предприятия секторов ресторанов и кафе и 13,6%-ов предприятия функционирующие в секторе образования являются одними из наиболее пострадавших из-за карантина COVID-19.

**Таблица 8: Первоначальное влияние COVID-19 на МСП в Азербайджане**

	Уровень влияния COVID-19	В процентах
1.	Оказал очень положительное влияние	1,51
2.	Положительно повлияло	1,50
3.	Не повлияло	4,00
4.	Негативно повлияло	36,18
5.	Очень негативно повлияло	56,78

**Источник:** Первичное воздействие COVID-19 на МСБ в Азербайджане: результаты исследования на первой фазе, 31.08.2020 <https://stm.az/az/news/328/kovid-19-un-azerbaycanda-kicik-ve-orta-biznese-kob-ilkin-tesiri-birinci-fazada-tedqiqatin-neticeleri>

78.39%-ов из опрошенных респондентов заявили, что они осведомлены о политике и мерах государственной поддержки МСБ, по минимизации влияния пандемии COVID-19. Остальные 21.61%-ов респондентов отметили, что не знают о механизмах государственной поддержки.

**Таблица 9: Респонденты по сферам деятельности малого бизнеса, в %-ах**

	Сфера деятельности малого бизнеса	Негативно повлияло, %
1.	Туризм/отдых	26,6
2.	Услуги ресторанов и кафе	22,1
3.	Сектор образования и обучения	13,6
4.	Торговля	8,0
5.	Все сектора страдают одинаково	7,6
6.	Сферы развлечения	7,1
7.	Спорт/фитнес	5,3
8.	Отрасли строительства	2,3
9.	Транспорт/логистика/грузоперевозки	2,3
10.	Парикмахерская и сфера личной ухода	1,7
11.	Сельское хозяйство	1,6
12.	Готовые продукты питания	
13.	Другие отрасли	1,4

**Источник:** Первичное воздействие COVID-19 на МСБ в Азербайджане: результаты исследования на первой фазе, 31.08.2020, <https://stm.az/az/news/328/kovid-19-un-azerbaycanda-kicik-ve-orta-biznese-kob-ilkin-tesiri-birinci-fazada-tedqiqatin-neticeleri>

Что касается удовлетворенности политикой, проводимой государством в ответ на пандемию, 37.69%-ов владельцев малого и среднего бизнеса заявили, что они очень довольны, 35.68%-ов довольны, 13.07%-ов не удовлетворены, а 2.51% респондентов заявили о трудности с ответом.

Опрос также показал, что 94.47%-ов респондентов нуждаются в государственной поддержке. Только 5.53%-ов предпринимателей заявили, что не нуждаются в какой-либо помощи со стороны правительства.

Что касается налоговых стимулов в виде налоговых льгот или же налоговых каникул, применяемых государством, то о них положительно отзываются более половины респондентов, а 20%-ов отметили, что не знают о налоговых льготах. Около 7% заявили, что считают это негативным.

Хотя большинство респондентов заявили, что они положительно относятся к налоговым стимулам, 64.82%-ов отметили, что не пользуются ими. А 35.18%-ов из 100% респондентов, заявили, что пользуются налоговыми льготами, введенными правительством (Мамедова Н., 2021).

Наряду с вышеперечисленными негативными действиями, корона вирусная пандемия способствовала формированию ряда положительных направлений для стартап-бизнеса. Как показывает практика, после глубоких кризисов появляются некоторые успешные субъекты инновационного бизнеса. Нынешняя ситуация снижения объема инвестирования венчурного капитала, частичного сокращения или полного прекращения процесса инвестирования позволяет МСБ после глобального кризиса иметь доступ к уже большим объемам инвестирования. Пандемия дает толчок деятельности стартапам. Из-за карантинного ограничения многим предприятиям и организациям пришлось перейти на дистанционную работу. Высшие и средние учебные заведения стали организовывать онлайн уроки, стала развиваться телемедицина, услуги по доставке продуктов питания и других товаров. Таким образом, развивался ряд смежных направлений функционирования предприятий и организаций (<https://www.trend.az/business/3230895.html>, 2020).

Для принятия адекватных решений, проявляющихся различного рода проблем в результате воздействия корона вирусной пандемии, отечественный бизнес должен изучать опыт и новшества, которые применяются за рубежом и на основе их разработать свои стартапы.



### **3.2. Необходимость цифровой трансформации бизнеса и новые подходы к инновациям в условиях COVID-19**

Под воздействием быстроменяющейся внешней среды и распространением COVID-19 мир меняется и изменяется спрос на информационно-преобразующие технологии, а также и на инновационные бизнес-модели. В свою очередь под их воздействием в мире происходят изменения. Эти изменения имеют масштабный характер, являются научно-технической и предпринимательской работой.

Цифровизация как процесс внедрения цифровых технологий становится неотъемлемой частью современного бизнеса. Цифровизация способствует повышению качества и развития инновационного бизнеса и экономики страны.

«Цифровая трансформация» как термин впервые употреблялся исследователями в декадах XX века. Лишь с тех пор с внедрением цифровых методов стали существенно меняться формы ведения бизнеса.

Для предприятий МСБ цифровизация является средством более легкого и быстрого масштабирования и роста. Например, развитие формы электронной торговли открывает новые горизонты продаж для МСБ, и способствует существенному сокращению объема «черной» экономики.

Сегодня в мировой экономике происходит процесс трансформации, а также в экономике отдельных стран и даже в отдельных направлениях бизнеса.

Под понятием цифровой трансформации (ЦТ) существует множество различных трактовок. По определению аналитиков Бостонской Консалтинговой Группы: «Цифровая трансформация – это максимально полное использование потенциала цифровых технологий во всех аспектах бизнеса» (Барт Б., 2018). По этому определению аналитики БКГ делают упор на масштабы внедрения цифровой специфической технологии. Эксперт агентства Rufus Leonard делает упор на масштабы преобразований, касающихся как внутренней среды фирмы, так и внешней среды. ЦТ – это масштабная трансформация бизнеса, которая как про-

цесс охватывает весь набор функций бизнес структур, от автоматизации маркетинга, процесса закупок до продаж, а также и ее инфраструктуру, основывающуюся на цифровых технологиях, происходящих под влиянием таких факторов как изменение запросов потребителей, развитие техники и технологий, усиление конкуренции» (Вьюгина Д.М., 2016).

Под ЦТ можно понимать интеграцию цифровых технологий, которая является основным компонентом стратегии трансформации бизнеса. А цифровая технология, постепенно проникая в хозяйственный процесс бизнес-структур, оказывает существенное влияние на бизнес-процесс. ЦТ также как культурное изменение, требует от бизнеса всегда оспаривать статус-кво, путем анализа определить нерентабельные процессы и ликвидировать их.

Суть цифровизации можно характеризовать как автоматизация процессов перехода информации на цифровую среду, в которой легче происходит анализ и на основе чего получают точное решение. Задачей цифровизации является сделать процесс более гибким. Другими словами, с помощью анализа полученную информацию можно точно определить, например, в каких товарах и услугах нуждается рынок в конкретный момент. На основе полученного обоснованного результата бизнес-структуры подстраиваются под это производство.

Продвинутые предприятия с цифровизацией бизнеса за счет более дешевой, оперативной и лучшей организации процессов приобретают конкурентное преимущество перед своими конкурентами (Попова Е.В., Степин Д.Г., 2018).

Использование нестандартных, инновационных цифровых решений дает конкурентам улучшить качество, реализовать новые процессы и обеспечить согласованность (Попова Е.В., Никифоров Д.И., 2020).

Причины, по которым бизнес-структуры переходят на цифровизацию:

- возможность сохранить цену на товары и услуги за счет приемлемой стоимости автоматизации для предпринимателя;
- более широкий охват рынка;

- обеспечение возможности более эффективного взаимодействия с клиентами;

- переориентировка бизнес-процессов к наиболее эффективным;

- выполнение миссии и достижения технологичными способами;

- обеспечение возможности держаться на одном уровне или повышения уровня конкурентоспособности;

- цифровизация способствует облегчению международной торговли и расчетов между странами и защиты бизнеса от злоупотреблений сотрудников;

- создавая цифровые платформы, обеспечивает себе возможность устраняя посредника напрямую связывать покупателя и продавца;

- созданная цифровая платформа воодушевляет молодых сотрудников, также и упрощает условия работы сотрудников.

Еще необходимо отметить то, что ЦТ даёт бизнесу следующие возможности:

- уменьшение расходов, рост производительности труда и самое главное ускорение бизнес-процессов;

- новые пути и возможности получения прибыли;

- повышение уровня контроля бизнес-процессов и качества выпускаемой продукции и выполняемой работы и т.п.

Цифровое преобразование в современных условиях, а также в условиях резких колебаний во внешней среде стало обязательным для всех форм бизнеса. Цифровизация бизнеса-это осознанный процесс полного совершенствования бизнес-процессов, происходящих как во внешней, так и во внутренней среде предприятия, инициированный руководством. Такой процесс происходит на основе поиска, разработки, внедрения цифровых технологий с дальнейшим их использованием.

Однако необходимо отметить то, что, ЦТ не сразу дает положительные результаты. Для получения эффективного результата, требуется существенная сумма финансовых затрат, тщательная и долгая работа, потому что для

первоначального инвестирования технологических и связанных с ними преобразований необходимы дополнительные расходы, окупаемость которых прогнозируется в долгосрочной перспективе.

Важность ЦТ бизнеса подтверждается исследованием, проведенным компанией «Capgemini Consulting» и «MIT Sloan School of Management» показателей финансовой эффективности. По данным информации этих компаний нельзя игнорировать ЦТ, так как при отказе проведения этого процесса снижение уровня прибыли по сравнению с конкурентными компаниями прогнозируется 24% в год (таблица 10) (<https://sloanreview.mit.edu/projects/strategy-drives-digital-transformation>, 2015).

**Таблица 10: Результаты внедрения цифровых технологий на фирме**

Вариант	Технологии	Новые методы управления	Прибыль
1	-	-	снижение на 24% по сравнению с конкурентами
2	+	-	снижение на 11%
3	-	+	рост на 9%
4	+	+	рост на 26%

**Источник:** MIT Sloan Management Review, Strategy, Not Technology, Drives Digital Transformation – Becoming a Digitally Mature Enterprise. – 2015, <https://sloanreview.mit.edu/projects/strategy-drives-digital-transformation/>

Однако проведение цифровизации не гарантирует успех, так как его можно достичь только если процесс ЦТ бизнеса будет сопровожден параллельно с совершенствованием менеджмента. В таком случае ожидаемый, прогнозируемый рост прибыли предприятия составит в среднем 26%. По предположениям компании «Capgemini Consulting» и «MIT Sloan School of Management» если совершенствовать менеджмент без внедрения ЦТ, то ожидаемый рост прибыли данного предприятия составит 9%. Если провести ЦТ без изменений в менеджменте, то тогда прибыль не будет расти, а наоборот будет падать на 11% (Гарифуллин Б.М., Зябриков В.В., 2018).

Отсюда и можно сделать вывод: обеспечение результативности ЦТ зависит и от параллельного проведения процесса совершенствования менеджмента. При

неэффективном менеджменте инвестирование в ЦТ может привести к не желаемым результатам, то есть к убыткам.

В Азербайджане также в связи с ограничительными режимами в связи с пандемией увеличился объем цифровой формы платежа. Рост интересов к цифровым оплатам способствовал ускорению перехода к безналичному расчету. Особенно это происходило и в период пандемии, расширились объемы бесконтактных платежей.

В первом полугодии 2021-го года в Азербайджане банковскими картами было осуществлено платежей на 15,9 млрд. ман., что на 22,3%-ов больше, чем за аналогичный период прошлого года (<https://www.taxes.gov.az/az/post/1611>, 2021). Из шестимесячных платежей 4,5 млрд. ман. составляют безналичные платежи. За 6 месяцев 2021 года общая сумма операций, проводимых через POS-терминал в хозяйствующих субъектах, увеличилась на 85,3%-ов и составила 1,8 млрд. ман.

Формирование общества, в котором безналичная оплата получает широкое распространение является важным и выгодным для общества так и для государства. Эта система, которая устраняет “теневую экономику”, делает платежи более безопасными и простыми, позволяет проводить финансовые операции через банкоматы и мобильные телефоны без необходимости искать наличные, также дает потребителям возможность получить дополнительные средства (Cashback). Так, для расширения безналичных расчетов проводимые как населением, так и организациями со стороны соответствующих государственных структур и банковской системы осуществляются стимулирующие меры. Например, в рамках проекта Государственной налоговой службы Азербайджана “возврат НДС” те потребители которые платят наличными, получают 10%-ов, а, без налично, - 15%-ов от уплаченного налога. Банки возвращают потребителям определенную часть средств в качестве бонуса за безналичные платежи. Некоторые супермаркеты организуют лотереи для потребителей, которые платят без налично. Среди победителей этих лотерей встречаются и те, кто выиграл ценные призы - электротовары,

предметы домашнего обихода и даже автомобили. Следовательно, безналичные платежи приносят дополнительную прибыль.

В связи с пандемией COVID-19 в 2020 году объем мировой экономики сократился на 12%-ов, объем международной торговли упал на 9%-ов: в том числе торговля товарами сократилась на 6%-ов, а услугами на 16,5%-ов (Доклад ООН по торговле и развитию-ЮНКТАД) (<https://news.un.org/ru/story/2021/02/1396462>, 2021).

По данным ГКСАР в Азербайджане уровень торговли в 2020-ом году по сравнению с 2019-ым годом снизился на 2749,7 млн. ман. или на 5,39%-ов (50654,2 – 47924,5) (<https://www.stat.gov.az/source/trade/>, 2021). При этом объем безналичных платежей, осуществляемых через электронную торговлю, значительно возрос. Так, в электронной торговле по объемам операций с помощью кредитных карт наблюдался рост на 62,4%-ов, а по дебетовым картам-на 52,7%-ов. В первом полугодии 2021-го года большая часть безналичных платежей в Азербайджане пришлось на операции электронной торговли. За тот же период количество операций электронной торговли увеличилось на 40,3%-ов по сравнению с аналогичным периодом прошлого года до 43,2 млн. единиц, а общая сумма-на 35,6%-ов до 2,4 млрд. ман. Таким образом можно сделать вывод, что электронная коммерция, особенно во время пандемии, наглядно продемонстрировала преимущества безналичных платежей.

Наряду с ЦТ бизнеса необходимо разработать новые подходы к инновациям. При этом, самой сложной задачей современного бизнеса является создание необходимого условия для собственного роста. А это может быть обеспечено только с инициативами, связанными с инновациями (Kamzabaeva, Ignatenko, 2018). Для этого требуется значительная сумма капитальных вложений.

Как показывает практика, в период кризиса связанные с пандемией корона вируса COVID-19 все усилия правительства стран и субъектов бизнеса в основном были направлены на инвестирование мероприятий, которые нацелены на

преодоление корона вирусной инфекции, что привело к минимизации расходов для инновационной активности в стране.

В следствии корона вирусной инфекции значительно ухудшились общие экономические условия. Такая обстановка негативно влияла на гостиничный и ресторанный бизнес, туризм, оптово-розничную торговлю, образование и культуру, перевозки как на пассажирские, так и на грузовые, сельское хозяйство и на другие отрасли экономики страны.

Начали появляться новые модели поведения как потребителей, так и производителей товаров и услуг в производстве и приобретении новых товаров и услуг, посредством помощи цифровых коммуникаций. Заметно усилилась роль и значение онлайн-сервисов, таких как заказ и доставка товаров пищевой и легкой промышленности, товары бытового назначения, электронной коммерции (Kamzabaeva, Ignatenko, 2018). Формировался новый взгляд на систему образования, подготовку и переподготовку кадров, повышение квалификации работников предприятия (Litvinova, 2019). В сфере образования стали применять дистанционное обучение. А в сфере торговли изменились подходы и модели продаж. Начали применять различные виды цифрового взаимодействия с покупателями. А это открывает новые возможности как малому, так и среднему бизнесу, позволяя им приобретать конкурентные преимущества.

Ясным становится то, что факторы, ранее обеспечивающие развитие бизнеса в докризисный период, теперь не оправдывают себя. Так как происходит существенное изменение потребностей покупателей, также изменение конкурентной среды. По мере адаптации действующих бизнес-моделей к новым условиям меняются и ключевые факторы успеха, и в целом конкурентные преимущества.

Влияние корона вирусной инфекции на все отрасли экономики страны очень неравномерно. Компании, занимающиеся программным обеспечением, оказыва-

ющие интернет - услуги и коммуникационные технологии, производящие или реализующие электронное оборудование, биотехнологии, фармацевтические препараты увеличили инвестиционные вложения в НИОКР.

Многие бизнес-структуры стали уделять большое внимание инновациям, цифровизации, начали внедрять цифровые технологии и продемонстрировали высокую устойчивость.

Если компании в 2019-ом году осуществляли инвестиционное вложение в НИОКР на 5%-ов больше, чем в предыдущий год, то в 2020-ом году этот показатель по сравнению с 2019-ым годом вырос на 10%-ов, а объем венчурных сделок увеличился на 8%-ов. (Терешкина Н.Е., 2018).

Несмотря на огромные потери, у малого бизнеса имеются большие шансы на восстановление части утерянного объема бизнеса. Увеличение объемов продаж в режиме онлайн, корректировка объемов производства и реструктуризация корпоративной культуры и логистики дает возможность восстановить потерянное из-за пандемии. В такие кризисные периоды от бизнеса требуется инновационные внедрения. Так как потребители и сами сотрудники ждут от бизнеса позитивного движения, приводящего в действие инновационные решения. С учетом этого субъектам малого бизнеса следует концентрировать внимание в основном на инновационном подходе, ориентируясь на нижеперечисленные положения:

- научно-технические инновации как главное условие выживания и роста малого и среднего бизнеса, должны быть запланированы;
- расходы на НИОКР, оправдываются только в том случае, если они приводят к достижению намеченной цели бизнеса;
- требуется анализ результатов внедренных новшеств, чтобы выявить факторы, способствующие достижению успехов;
- применение концепции инновационного развития может повысить качество применяемых решений, а также обеспечить повышение уровня эффективности инвестиционных вложений в НИОКР.



Таким образом, с учетом подходов к инновациям в сфере функционирования бизнес-структур и воздействия этих изменений, предприниматели в посткризисный период должны быстро реагировать на них путем внедрения новых инноваций, которые обеспечивали бы движение и возможности к скоростному восстановлению их бизнеса.

### **3.3. Внедрение новых инновационных технологий в роботизации и автоматизации ритейла в условиях пандемии**

COVID-19 оказал негативное влияние на все сферы экономики мира, в том числе и на ритейл, который в срочном порядке стал адаптироваться к новым правилам введения коммерческой деятельности. В сложных условиях хозяйствования стало ясным, что те предприниматели или те предприятия, которые в вовремя стали внедрять информационные технологии и инновации обеспечили своим бизнесам успехи и стабильные доходы.

Период пандемии требует от бизнеса быстрой адаптации к новым условиям, соблюдение социальной дистанции, издержки, связанные с защитными средствами для персонала, переориентировка покупателей на новый для многих способов-онлайн покупки, эти и другие необходимые требования, и изменения вынуждают коммерсантов к внедрению в своих торговых точках новых инновационных технологий. При этом приоритетным направлением становится автоматизация процессов покупок и обслуживания, приема, складирования и продажи товаров с целью снижения уровня издержек и повышенная минимизация контактов между продавцами и покупателями.

Считается, что, инструменты, которыми стали пользоваться из-за введения карантинного режима, при их достаточной эффективности останутся актуальными после снятия ограничений. Безопасность сотрудников и покупателей была

и всегда должна быть приоритетным направлением при принятии управленческих решений. Ритейлеры (предприятия или индивидуальный предприниматель, функционирующие в сфере розничной торговли) должны искать новые технологические решения, даже в пост пандемийный период, не останавливаясь на достигнутом. Так как безопасность сотрудников и покупателей действительно является основой развития инноваций компании.

На практике уже применяются различные инструменты для улучшения уровня онлайн-коммуникаций. Единственной проблемой является вопрос о правильной интеграции. При этом необходимым стал запуск скаутинг-программ, в связи подходящей ситуацией мире, так как растет интерес стартапов к работе с торговыми предприятиями. Наблюдается снижение уровня конкуренции с точки зрения потребления, предложение остается прежним. Это связано с тем, что в настоящее время имеется малое количество конкурирующих в сфере торговли программ скаутинг-активностей, также и акселераторов, что облегчает возможность нахождения особо ценных экземпляров.

Ведутся исследовательские работы по нахождению новых и полезных вариантов по роботизации и автоматизации ритейла в условиях пандемии. МСБ расходует огромные финансовые средства на поиск и внедрение новшеств. Внедряемые новшества должны привести к снижению нагрузки на операции, повышению уровня безопасности, оптимизации расходов. При большом внимании на одно направление, может ослабнуть другая часть деятельности бизнеса. То есть это естественно, если в каких-то направлениях происходит рост, инвестиционное вложение, внедрение инноваций, а в другой части эти процессы относительно первого снижается. Это связано в основном с той частью, в которой повышена активность покупателей (например, в направлении доставки).

Предприниматели всегда должны искать способы для возможного масштабирования бизнеса, которые принесут ценность бизнесу и удовлетворят потреб-

ности многочисленных покупателей уже сегодня. Необходимо выстраивать такую модель селекции, которая будет работоспособной. Одним из способов является запуск крупными ритейлерами магазинов без кассы и продавцов. Эта модель торговли применялась в РФ. Торговая сеть «Азбука Вкуса» в сотрудничестве со «Сбербанком» и платежной системой «ВИЗА», объявили о запуске магазина с зоной Take&Go (Левченко Д., 2020).

Для совершения покупок, банковская карта покупателя должна привязаться с мобильным приложением Take&Go. При входе покупателя в «бескассовую» зону QR-код сканируется, а при выходе из магазина сумма оплаты за приобретаемые товары автоматически списываются с банковской карты покупателя.

А если покупатель взял товар и не выходя из магазина вернул обратно на полку, то система автоматически удаляет возвращаемый товар из «виртуального списка», приобретаемого данным покупателем. Такой метод торговли внедрен и в сети магазинов «Амазон Го». Разработка и внедрение таких систем оценивается от 200 тыс. ман. до 300 тыс. ман. Однако финансовые вложения в такие технологии возможно вернуться в разы покрыв убытки за счет экономии фонда оплаты труда.

Однако и имеются контраргументы против широкомасштабного внедрения в торговых залах, это возможности ошибочного списания из-за несовершенства новой системы.

Беспрерывно происходит изменение и совершенствуется технологии, в том числе и системы «self-checkouts», который основан на использовании системы машинного обучения, также обучаются и совершенствуются.

Крупные ритейлеры имея финансово-организационной возможности могут позволить себе внедрять в некоторых торговых точках опытные образцы технологий, испытав их на практике и при получении положительного отзыва

(feedback) - размещать во всех магазинах. От таких решений конечно и выигрывает разработчики подобных технологий. Для развития новых технологий нет ничего лучшего чем тестирования новшеств в реальных практических условиях.

Например, торговая сеть «Пятерочка» обеспечил все торговые точки кассами самообслуживания собственной разработки. По данным компании серийный выпуск одного кассового аппарата самообслуживания обходится предприятию четыре раза дешевле чем аналогов сторонних производителей.

За счет низкого уровня интеграции с собственной платформой информационной технологии, стоимость эксплуатации этой технологии оценивается почти пять раз ниже, чем использование аналогичных сторонних решений. Сторонние кассовые аппараты самообслуживания отличается от своих решений не только стоимостью аппарата, а также высокой стоимостью обслуживания и самих аппаратов. Высокая стоимость тех и других препятствовало массовому внедрению касс самообслуживания, а собственная разработка позволило достичь разумного ценового баланса, запускать собственного решения.

По оценкам розничной компании «X5 Ретейл Групп», управляющей продуктовыми торговыми сетями, так называемый кластер из 4-ех касс самообслуживания, занимая площадь всего лишь одного стандартного (кассового) узла, притягивает к себе около 40% покупательского потока. При этом и наблюдается прирост покупательского потока до 7% в целом. Среднее время, которую покупатели тратит на покупку составляет в среднем около 44 секунд. А это намного быстрее, чем время потраченное на покупки с использованием касс с кассиром.

По данным «X5 Ретейл Групп», полученные на основе проведенного экономического расчета, разработка торговой сеть Пятерочка обошлась ей вдвое дешевле чем сторонних аналогов. Преимущество использования собственных решений заключается в том, что, он имеет более тесная интеграция «софтом» и ин-

формационными системами, которая приходится ему «родным». На фоне коронавирусной пандемии, данный ритейлер имел почти трехкратный рост покупательского потока проходящего через кассы самообслуживания.

По выводам экспертов новые решения как кассы самообслуживания могут стать прорывом для ритейла, которая способна изменить к лучшему покупательского поведения, сопутствуя росту потребительскую лояльность и товарооборота.

Также имеется такое решение как применение системы мониторинга и видео аналитики. Суть этой системы заключается в автоматическом отслеживании и выявлении пустоты в товарной выкладке. Автоматическое отслеживание и выявление количественных изменений товаров и несоответствия ценников под ними, представленные на витринах магазина происходит с помощью камер наблюдения, зафиксированные над полками. При выявлении каких-то нарушений подается сигнал. Также на кассах на основе 3д-изображения системой проводится автоматическая оценка длины и подвижности очереди, количество покупателей, одновременно стоящих в очереди. Как правило при превышении установленного лимита, обычно 5 и более человека, стоящего в очереди, подается сигнал для перераспределения покупателей по свободным кассам. Использование видео аналитики способствует снижению очереди в кассах почти до 70%-ов.

С помощью видео аналитики ритейлеры наряду с отслеживанием пустоты на полках и решением проблем очереди в магазинах, также и решают целый ряд и других проблем. Торговые сети стали оснастить системы онлайн-мониторинга очереди и загруженности собственных торговых точек.

Такие решения основаны на подсчете чеков, пробиваемых в единицу времени, также на детакции кассовых очередей.

Оценочная (скоринговая) система проводит анализ оба источника перечисленной технологии и выявляет рейтинг загруженности всех магазинов в сети. Рейтинг также может рассчитываться для каждой кассы в отдельности.

Информация о загруженности магазинов вводится на сайте торговой компании, а также в мобильном приложении. С этой целью используется дополнительная интеграция в основном с картографическими сервисами Гугл Марс или Яндекс Карты.

На фоне современного развития механизма машинного обучения, а также улучшения аппаратных возможностей тех или других аппаратов, имеется тенденция переправки выполненных расчетов из облачных центров информации на конечные устройства. Из-за того, что часть работы перекладывается на смартфоны и видеокамеры происходит ускорение процесса получения результатов.

Технические возможности и достижения в области инженерной мысли позволяют торговым сетям, перекладывать расчеты на видеокамеры и получать существенную экономию трафика. Это освобождает от некоторых рутинных работ и сокращает временной лаг, на основании чего принимать решения можно буквально за микросекунды. Программы компьютерного зрения стали способными распознавать потенциальных, важных для компании клиентов (VIP-клиентов).

Используя такие устройства можно распознавать как пол, так и возраст клиентов. На основе этих информации покупателям предлагается товары, которые имеет особый популярность у этого сегмента. Разработаны также системы безопасности, которые способны автоматически определить нежеланных контингент клиентов. Эта система, распознавая «цифровой отпечаток» покупателей в реальном режиме времени, его сопоставляет с цифровым черным списком. Такие решения могут быть применены как в ритейле, так и в автобизнесе, также и в других сферах. Установленные видео камеры на входе в торговый зал будут выявлять тех клиентов (нежеланных и различных псевдоклиентов), обслуживание которых категорически запрещено.

Как выше отметили программы компьютерного зрения позволяет решать задачи, связанные, например, с соблюдением нормы социальной дистанции. Из-

вестная компания Амазон, оснастила своих складских помещений. Это технология определяет нарушения норм социального дистанцирования складских работников. Поток движения складских работников выводится на мониторы. А в случае нарушения норм дистанцирования, система автоматически помечает нарушителя.

Способ оплаты за товары сканированием собственного лица покупателя также является перспективным подходом, в внедрении которого заинтересованы как отечественные, так и зарубежные ритейлеры. Преимущества данной технологии заключается в том, что наряду с алгоритмов распознавания, и имеет в себе многоярусную защиту от мошенничества, при этом не позволяя злоумышленникам использовать чьи-то данные.

В компании Амазон тестируется также и способ оплаты с помощью сканирования отпечатки ладони. Разрабатывается кассовый терминал, который должен позволить оплачивать за покупку простым прикосновением ладони.

А компания Волмарт экспериментирует системы «self-checkouts» в своих торговых точках. С использованием этой программы, ожидается сокращения работников за счет перехода магазинов на без кассовой работы и снижения уровня издержек на персонал, также этим подходом достижения лучшего соблюдения социальной дистанции.

Эти новые технологии в перспективе позволят сокращать затраты времени на покупку, достичь уменьшение кассового потока и длины очередей.

Также проводится испытание интерактивных стен, зеркал и столов, которые при успешном проявлении себя ожидается массовое применения в торговых сетях. Применение этих технологий позволит информировать покупателей о потребительских свойствах продуктов (состав и калорийность и т.п.), о их происхождении, также и о рецептах приготовления.

Вовремя корона вирусной пандемии выросла потребность также и в разработчиках робототехники, которые специализируются на автоматизации складских работ и логистических операций. С применением складских роботов ожидается увеличение пропускной способности складского хозяйства и терминалов в разы. По различным прогнозам, к 2025-му году общее число роботов, применяемых в складских работах достигнет нескольких миллионов.

Как показало практика корона вирусная пандемия стимулировало развитие сервисов доставки и региональной логистической инфраструктуры. Чем больше количество складов, хабов, терминалов и объем работ, тем больше вероятность внедрение в них роботов выполняющие рутинные, тяжелые и порой опасные работы. Используя коллаборативных роботов (коботы), которые уже используются в торговых сетях в некоторые зарубежные страны. Например, GIANT являющиеся американской сетью супермаркетов использует робота-ассистента Марти, который занимается патрулированием в торговой зоне. Основными задачами робота-ассистента Марти являются выявление беспорядков, из-за пролитой жидкости, валяющиеся на полу овощи и фрукты до опустошения полок.

Коллаборативный робот, выявляя беспорядок, тут же уведомляет соответствующего ответственного человека магазина, подавая тревожный сигнал с фотографией и координатами происшествия. Коллаборативный робот может применяться наряду с выявлением беспорядков в торговых залах, и для выполнения мерчендайзинговых задач. Технология компьютерного зрения используются и для контроля соответствия текущей выкладки продуктов с плановой выкладкой.

На текущем этапе развития технологий, коботы не могут полностью заменить людей, когда требуется логическое и ситуативное мышление. Коллаборативные роботы могут самообучаться на механизмах нейронных сетей и выполнять сложные вспомогательные операции. Эти возможности коботов делает их полезными в ритейле и привлекательным в различных сферах бизнеса.



На современной стадии развития экономики и в области технологий, инновации в ритейле в основном направлены на усвоения достижений в области роботизации, также и искусственного интеллекта. Применяются новые материалы при изготовлении торгового оборудования. Оборудование используемое в торговле (холодильное, кассовое и др.) становясь более мобильным, компактным, модульным получают дополнительные режимы работы и легко трансформируется. Внедряются в торговых точках устройства, которые упрощают процесс совершения покупки и облегчают транспортировку продуктов.

Роботы, ультратонкие стеллажи и системы видео аналитики стали чаще применяться на практике. Все это конечно достигается благодаря человеческого разума.

На фоне корона вирусной пандемии ритейлеры вынуждены уделять больше внимания к развитию доставки, использованию в торговых точках технологий самообслуживания. Несмотря на достигнутого уровня совершенствования процесса обслуживания в торговле не представляется нам как может роботизация и автоматизация во всех сферах бизнеса на сто процентов заменит реальных продавцов. Человек же являясь социальным существом, часто посещает магазин не только ради покупок, а ради получения какой то человеческих эмоций. Особенно люди старшего поколения идут в магазин, как и для покупки так и для общения консультантом.

Разработка высокотехнологичных роботов и тенденции их применения во всех сферах ритейла становится неизбежными. Однако эти технологии не могут заменять человеческого общения и радости как в сфере услуг (туризм, торговля, культура, искусство и т. п.), так и в сфере производства. Однако крупные сетевые ритейлерам выгодно внедрение инновационных технологий. А вряд ли малый бизнес сможет оснастить торговую точку с коллаборативным роботом, так как у него нет таких средств или же расходы, связанные с роботизацией, долго не окупятся.



## ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Когда в деятельности субъекта предпринимателя имеет место, заинтересованность в поиске новых возможностей рынка для удовлетворения потребностей общества в товарах через планирование и организацию производственного, более благодатного процесса основываясь на предпринимательские решения, то тогда предпринимательство действует в качестве особой форме экономической активности.

Для организации эффективной инновационной деятельности предпринимателей необходимо разработать и проводить единую инновационную политику. При реализации такой политики предприятия наряду с ориентацией на научно-технической и ПХД выбирают пути повышения объёма наукоемкой продукции и услуг, как следствие, чего и происходит повышения конкурентоспособности, выпускаемой новых или усовершенствованных инновационной продукции и услуг в сфере торговли.

На основе изучаемого опыта крупнейших предпринимателей промышленно развитых стран можно сделать следующие выводы:

- эффективность организации и управления инновационного бизнеса может быть достигнуто с применением интегрированных систем менеджмента, под которой подразумевается развитие и совершенствования управления инновациями;

- корона вирусная пандемия на некоторое время приостановила инновационную деятельность бизнес структур, были сокращены расходы на НИР почти в три раза;

- развитие инновационного бизнеса влияет на всю структуру экономики. Кроме того, инновации выступают непосредственной причиной возникновения новых производств, отраслей и постепенного отмирания уже существующих;

- инновационный бизнес, особенно участия в этом малого бизнеса является необходимым компонентом политики государств и отдельных предприятий;

- не смотря на усилия правительства страны по сравнению с экономически развитыми странами мира масштабы участия малого бизнеса в экономике АР не столь значимы. Следствием этого является несовершенство механизмов стимулирования и регулирования деятельности малого бизнеса, неразвитость инфраструктуры, барьеры на пути более интенсивного вовлечения их в инновационный процесс.

Таким образом, с учетом подходов к инновациям в сфере функционирования бизнес-структур и воздействия этих изменений, предприниматели в посткризисный период должны быстро реагировать на них путем внедрения новых инноваций, которые обеспечивали бы движение и возможности к скоростному восстановлению их бизнеса. Необходимо вести исследовательские работы по нахождению новых и полезных вариантов по роботизации и автоматизации ритейла в условиях пандемии. Внедряемые новшества должны привести к снижению нагрузки на операции, повышению уровня безопасности, оптимизации расходов.

Как показывает опыт передовых новаторских предпринимателей при управлении деятельности инновационного бизнеса необходимо:

- с целью определения необходимости и потребности в инновациях провести исследования рынка и прогнозировать новых инноваций, необходимый для производства новых товаров и услуг, внедрения инновационных технологий;

- анализировать возможности материально-технического обеспечения необходимыми ресурсами инновационной деятельности, разработку и внедрения инноваций, и на основе оценки и анализа расходы и доходы выбирать наилучших вариантов нововведений;

- оценка эффективности инвестирования в той или другой инновационный проект, а также анализ и оценка ожидаемых рисков и определение методов и средств их минимизации;

- обеспечение возможности более эффективного взаимодействия с клиентами, переориентировка бизнес-процессов к наиболее эффективным, упрощение условий работы сотрудников провести процесса цифровизации бизнеса;

- наряду с цифровой трансформацией бизнеса необходимо разработать новые подходы к инновациям. При этом, самой сложной задачей современного бизнеса является создание необходимого условия для собственного роста.

Наряду с негативными действиями, корона вирусная пандемия способствовала формированию ряда положительных направлений для стартап-бизнеса. Как показывает практика, после глубоких кризисов появляются некоторые успешные субъекты инновационного бизнеса. Пандемия дает толчок деятельности стартапам.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

### На азербайджанском языке

1. Azərbaycan Respublikasının “Sahibkarlıq fəaliyyəti haqqında” Qanunu, Bakı. 1992, <https://e-qanun.az/framework/7920>
2. Azərbaycan Respublikasının Baş naziri Əli Əsədovun Nazirlər Kabinetinin 2020-ci ildə fəaliyyətinə dair məruzəsi, 16 Mart 2021, <https://nk.gov.az/az/article/1458/>
3. Əsas makroiqtisadi göstəricilər-2001, 2022, [https://www.stat.gov.az/source/system\\_nat\\_accounts/](https://www.stat.gov.az/source/system_nat_accounts/)
4. Hüseynova A.D. (2020), “Elm və innovasiya fəaliyyəti: ölçmə və qiymətləndirmə” Bakı, «TUNA», 374 səh.
5. “Kiçik və orta biznesin rəqabətqabiliyyətinə dair 2020-ci il üzrə icmal və iqtisadi azadlıq indeksi 2021”, 2021, Kiçik və orta biznesin inkişafı agentliyi, <https://smb.gov.az/storage/6064b6fa-2614-4bd8-9e69-7c8912ce7843.pdf>
6. Məmmədova N., “KOVİD-19-un Azərbaycanda Kiçik və Orta Biznesə ilkin təsiri: Birinci Fazada ədqiqatın Nəticələri”, 2020, <https://stm.az/az/news/328/kovid-19-un-azerbaycanda-kicik-ve-orta-biznese-kob-ilkin-tesiri-birinci-fazada-tedqiqatin-neticeleri>
7. “Pandemiya dövründə nağdsız ödəmələrin miqdarı artır”, 2021, <https://www.taxes.gov.az/az/post/1611>
8. “2020-ci il üzrə ticarət müəsisələrinin əsas göstəriciləri”, 2021, <https://www.stat.gov.az/source/trade/>

### На русском языке

1. Акмаева Р.И. (2012), «Инновационный менеджмент малого предприятия, работающего в научно-технической сфере». Ростов-на-Дону, «Феникс», 495 стр.

2. Антонова И.Г., Кубракова А.А., «Малый инновационный бизнес: особенности, проблемы и перспективы развития», И.Г. Антонова, А.А. Кубракова// Петербургский экономический журнал. - 2013. № 4. стр. 57-62
3. Ахундов Х., «Как государство поддержало пострадавший от пандемии бизнес?», 2021, <https://media.az/economy/1067825636/kak-gosudarstvo-podderzhalo-postradavshiy-ot-pandemii-biznes/>
4. Барышева А.В., Балдин К.В., Гладицкая С.Н. и др. (2007), «Инновации». М. «Дашков и Ко», 302 стр.
5. Буша В.В., «Инновационное развитие Японии», [http://www.rusnauka.com/25\\_DN\\_2008/Economics/29214.doc.htm](http://www.rusnauka.com/25_DN_2008/Economics/29214.doc.htm), 2008
6. Васильев С.В. (2011), «Управление инновационной деятельностью». Великий Новгород, 236 стр.
7. «В 2020-ом году объем международной торговли сократился на 9%», 2021, <https://news.un.org/ru/story/2021/02/1396462>
8. Гарифуллин Б.М., Зябриков В.В., «Цифровая трансформация бизнеса: модели и алгоритмы» Журнал «Креативная экономика», Изд-во, Креативная экономика. 2018, Том 12, Номер 9, стр. 1345-1358
9. Герасимов П.П. «К вопросу об экономической сущности и содержании предпринимательства» Журнал «Альманах современной науки и образования», 2013, № 8 (75), стр. 53-56
10. Гершанок Г.А., Молодчик Н.А., Попов В.Л., Палкин А.Ф. и др., (2012), «Основы инновационного предпринимательства», Под ред. Г.А. Гершанока. – Пермь: «Изд-во Перм. нац. исслед. политехн. ун-та», 167 стр.
11. Голубев А.А. (2012), «Экономика и управление инновационной деятельностью», СПб.: «СПбГУ ИТМО», 119 стр.
12. Даль В.И. (1980-1982), «Толковый словарь живого великорусского языка Владимира Даля», СПб.-М. 3-ий том, <https://runivers.ru/lib/book3178/>

13. Друкер П.Ф. (2007), «Бизнес и инновации», пер. с англ. М.: Вильямс, 423 стр., <file:///C:/Users/windows/Downloads/biznes-i-innovacii.pdf>
14. Дурсунзаде О., «Инновационные решения стартап-компаний в Азербайджане», 2020, <https://www.trend.az/business/3230895.html>
15. Дынкина А.А, Иванова Н.И. (2004), «Инновационная экономика», М.: ИЭПП, 352 стр.
16. «Европейская экономическая комиссия ООН Женева», Краткая информация и ключевые идеи Субрегиональный обзор инновационной политики 2020: Восточная Европа и Южный Кавказ», 2020, [http://scienceportal.org.by/upload/2020/Dec/IPO\\_pocket\\_book\\_RU.pdf](http://scienceportal.org.by/upload/2020/Dec/IPO_pocket_book_RU.pdf),
17. Зуева В., «Фундаментальные и прикладные науки. К прикладным наукам относятся какие науки?», 2015, [https://yandex.ru/turbo/syl.ru/s/article/203427/new\\_fundamentalnyie-i-prikladnyie-nauki-k-prikladnyim-naukam-otnosyatsya-kakie-nauki](https://yandex.ru/turbo/syl.ru/s/article/203427/new_fundamentalnyie-i-prikladnyie-nauki-k-prikladnyim-naukam-otnosyatsya-kakie-nauki)
18. Левченко Т. А., Левченко Д. М., «Анализ уровня и перспективы развития цифровой экономики: Российские и глобальные тенденции», Вестник АГТУ. Сер.: Экономика, 2020, № 4 стр. 25-34,
19. Магистерская диссертация - Халилов Э.Ш., (2017), «Венчурный бизнес как форма инвестирования», АГЭУ, магистерская диссертация, Баку, 83 стр.
20. Макконелл К.Р., Брю С.Л. (1999), «Экономикс: принципы, проблемы и политика», Пер. с англ.–ИНФРА-М, 974 стр. [https://www.studmed.ru/view/mak-konnell-kr-bryu-sl-ekonomiks-principy-problemy-i-politika\\_e998db8.html?page=3](https://www.studmed.ru/view/mak-konnell-kr-bryu-sl-ekonomiks-principy-problemy-i-politika_e998db8.html?page=3)
21. «Показатели Европа 2020 - R & D и инновации», 2020, <https://www.spbstu.ru/upload/inter/indicators-europe-2020-r-d-innovation.pdf>
22. Попова Е.В., Никифоров Д.И., «Процесс цифровизации производства. Использование технологии цифровых двойников в промышленности», «Экономика строительства», 2020, № 4, стр. 52-58



23. «Проблемы развития малых инновационных предприятий», 2021, [https://bstudy.net/716767/ekonomika/problemy\\_razvitiya\\_malyh\\_innovatsionnyh\\_predpriyatiy](https://bstudy.net/716767/ekonomika/problemy_razvitiya_malyh_innovatsionnyh_predpriyatiy)

24. Соловьева, Ю. Н., «Структура источников финансирования НИОКР в разных странах», Научные записки ТОГУ, 2017, Т. 8, № 4, стр. 296-301.

25. Султанов И.А., «НИР как начальный этап инновационного процесса», 2000, <http://projectimo.ru/innovatika/nauchno-issledovatel'skaya-rabota.html>,

26. Сысоева М. С. «Отечественный и зарубежный опыт внедрения эффективных инноваций», Азиатско-тихоокеанский регион: экономика, политика, право. 2021, № 1, стр. 27-37

27. Терешкина Н.Е. «Влияние пандемии на развитие инноваций в мире» Журнал, «Вопросы инновационной экономики». 2021, Том 11, № 4., <https://1economic.ru/lib/113800>

28. Шумпетер Й.А. (2008), «Теория экономического развития: монография». М.: Директмедиа Паблишинг. 400 стр.

29. Шумпетер Й.А. (1982), «Теория экономического развития (Исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры)» / пер. с англ. М.: Прогресс. 455 стр.

30. «Японские инновационные технологии: приоритеты и обзор рынка», 2021, <https://viafuture.ru/katalog-idej/tehnologii-yaponii#innovatsionnaya-politika-yaponii-2-3-4>,

### **На английском языке**

1. Gerald C. Kane, Doug P., “Strategi, not technology, drives digital transformation”, 2015, <https://sloanreview.mit.edu/projects/strategy-drives-digital-transformation/>

2. “Global innovation index”, “Explore the interactive database of GIИ 2021 indicators”, 2022, <https://www.globalinnovationindex.org/analysis-indicator>

3. “MIT Sloan Management Review, Strategy, Not Technology, Drives Digital Transformation – Becoming a Digitally Mature Enterprise”, 2015, <https://sloanreview.mit.edu/projects/strategy-drives-digital-transformation/>

4. Oslo Manual. “The measurement of scientific and technological activities proposed guidelines for collecting and interpreting technological innovation data. OECD Publications” P., 2005, <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/3859598/9718996/KS-01-18-852-EN-N.pdf/7817c566-ef37-498a-8786-a25c200318ae>

5. Charron I., Danner I. “Entrepreneurship and Innovation”, (2008), The Lester Center for Entrepreneurship and Innovation, Haas School of Business, UC. Berkeley,

## Список таблиц

<b>Таблица 1:</b> Количество функционирующие, ново созданные и ликвидированные субъекты микро -, малого и среднего предпринимательства, 2019-2020 гг. ....	37
<b>Таблица 2:</b> Количество наемных работников у субъектов микро -, малого и среднего предпринимательства, 2019-2020гг. ....	38
<b>Таблица 3:</b> Расходы на НИР субъектов микро -, малого и среднего предпринимательства по видам экономической деятельности, тыс. ман. ....	40
<b>Таблица 4:</b> Механизмы поддержки предпринимательства в Азербайджане в период коронавирусной пандемии .....	56
<b>Таблица 5:</b> Результаты опроса, проведенного среди субъектов МСП в период с 21 апреля по 2 июня 2020 года о влиянии пандемии.....	59
<b>Таблица 6:</b> Результаты опроса, проведенного среди субъектов МСП в период с 21 апреля по 2 июня 2020 года, о влиянии пандемии среди секторов экономики, % .....	60
<b>Таблица 7:</b> Респонденты по регионам страны, в %-ах .....	61
<b>Таблица 8:</b> Первоначальное влияние COVID-19 на МСП в Азербайджане .....	61
<b>Таблица 9:</b> Респонденты по сферам деятельности малого бизнеса, в %-ах .....	62
<b>Таблица 10:</b> Результаты внедрения цифровых технологий на фирме .....	67

## Список рисунков

<b>Рисунок 1:</b> Структура действующих субъектов микро -, малого и среднего предпринимательства.....	38
---	----