

Для Беларуси особенно актуальным становится вопрос адаптации малого предпринимательства к новым потребностям национального и региональных рынков в условиях пандемии и закрытия границ. Малый бизнес достаточно легко подстраивается под требования рынка, но при разрушении механизма функционирования мировой экономики, он бессилен. Поэтому требует поддержки, особенно в таких отраслях, как туризм, гостеприимство, фермерство и другие. Поддержка обеспечит положительные сдвиги в национальной экономике, в частности самозанятость, рост ВВП, решение проблем безработицы, сохранение экологии региона, пополнение государственного бюджета. В настоящее время реализуются ряд международных проектов, участие в реализации которых позволит обеспечить в перспективе малым предприятиям рост белорусского экспорта товаров.

Подводя итог исследования стоит подчеркнуть, что ведение малого бизнеса в Беларуси достаточно активно и имеет перспективы в будущем. Как оказалось, белорусская концепция малого предпринимательства и государственного регулирования данной сферы имеет ряд положительных и отрицательных факторов, что требует исследования и внедрения зарубежного прогрессивного опыта.

Литература

1. Рейтинг Doing Business Всемирного банка 2020 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.doingbusiness.org/en/rankings>. – Дата доступа: 02.10.2020.

2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/strukturnaja_statistika/. – Дата доступа: 17.10.2020.

И.В. Смирнов

Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники,
г. Минск, Республика Беларусь

I.V. Smirnov

Belarusian State University of Informatics and Radioelectronics,
Minsk, Republic of Belarus

ЦИФРОВАЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ЭКОСИСТЕМА: НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

DIGITAL ENTREPRENEURIAL ECOSYSTEM: DIRECTIONS FOR DEVELOPMENT IN THE DIGITAL ECONOMY

В процессе перехода к цифровой экономике предпринимательству отводится значительная роль. В статье рассматривается роль предпринимательства в предпринимательской экосистеме и цифровой экосистеме, рассмотрен механизм трансформации в цифровую предпринимательскую экосистему. Объединение этих двух экосистем помогает определить роль предпринимательства и участников этих систем в цифровой экономике

Entrepreneurship plays a significant role in the transition to the digital economy. The paper examines the role of entrepreneurship in the entrepreneurial ecosystem and the digital ecosystem, considers the mechanism of transformation into a digital entrepreneurial ecosystem. The combination of these two ecosystems helps define the role of entrepreneurship and participants in these systems in the digital economy.

Переход экономической системы к цифровой экономике требует новых подходов в управлении предприятием. Существует несколько основных подходов к пониманию сущности «цифровой экономики», которые основаны на двух различных переводах данного словосочетания с английского языка. Один вариант перевода словосочетания «digital economy» переводится как сектор реальной экономики, другой вариант перевода «digital economics» означает направление в науке, направленное на изучение экономических процессов [1]. Причем в обоих вариантах перевода под цифровизацией понимаются определенные свойства

информации в цифровом формате и их роль в экономике. Приведенное разночтение стало причиной появления различных трактовок определения цифровой экономики.

Введение в 1995 году Николасом Негропonte в научный оборот определения «цифровая экономика» обусловило динамичное развитие информационно-коммуникационных технологий и начало процесса информатизации второго поколения как основы формирующегося шестого технологического уклада [2]. Впоследствии оно использовалось и как обобщенный термин для описания ориентированных на работу с цифровыми технологиями рынков, и для обозначения экономической активности, основанной на использовании информационно-коммуникационных технологий [3].

На современном этапе используется два подхода к пониманию цифровой экономики, один из которых определяет ее как экономику, основанную на цифровых технологиях, характеризуемую исключительно как область, предлагающую электронные товары и услуги. Вторая трактовка согласно которой цифровая экономика является экономическим производством, использующим цифровые технологии [4].

Понятие цифровой экономики в последние годы активно стало использоваться и в стратегических документах Республики Беларусь. Так, в 2016 году постановлением Совета Министров утверждена «Государственная программа развития цифровой экономики и информационного общества на 2016–2020 годы» [5], в которой предусмотрено создание условий правового, технического, организационного и финансового характера для развития цифровой экономики в Республики Беларусь и ее интеграции в мировое цифровое экономическое пространство. В программе акцентировано внимание на вопросах развития отечественного компьютерного и телекоммуникационного оборудования.

В соответствии с докладом о мировом развитии Всемирного банка, цифровизация экономики представляет собой явление, глубоко трансформирующее всю экономическую систему и проявляющееся в расширении торговли, развитии конкуренции, росте количества рабочих мест, повышении качества услуг. Цифровая экономика рассматривается Всемирным банком как парадигма ускорения развития экономики при помощи цифровых технологий [6].

Основной задачей для успешного и быстрого перехода к высшим технологическим укладам является формирование благоприятной для этих укладов социально-экономической среды, которая обладает по отношению к помещенным в нее цифровым предприятиям свойствами экосистемы, способной сохранить и многократно ускорить их устойчивое развитие. Необходимо определить качества и свойства этой экосистемы, соответственно, какие совершенно новые социально-экономические институты надо создавать, какие из существующих элементов можно трансформировать.

Цифровая предпринимательская экосистема объединяет две существующие экосистемы: предпринимательскую экосистему, в основе которой лежит предпринимательская деятельность и элементы управления предпринимательской инфраструктурой, и цифровую экосистему, включающую цифровую инфраструктуру и пользователей цифровыми услугами. Существующая предпринимательская экосистема включает в себя большое число элементов, таких как инновации цифровые и нецифровые технологии, нет целесообразности в их использовании для функционирования цифровой предпринимательской экосистемы. Точно так же цифровая экосистема включает в себя множество технологий, которые составляют цифровую инфраструктуру: Интернет, широкополосная связь; языки программирования и операционные системы. На пересечении элементов предпринимательской экосистемы и цифровой экосистемы будет сформирована цифровая предпринимательская экосистема. На рисунке 1 приведена концептуальная структура предпринимательской экосистемы. Цифровая предпринимательская экосистема представляет собой взаимодействие цифровых пользователей, на цифровых торговых площадках приобретая услуги, создаваемые предпринимателями при координации элементами управления цифровой инфраструктурой [7].

Цифровые технологии на сегодняшнем этапе развития экономики более сфокусированы на услугах. Развитие цифровых технологий привело к формированию более сложной системы и цифровой инфраструктуры. Два основных элемента: цифровая торговая площадка и пользователи цифровыми продуктами находятся в ядре цифровых экосистем связанных с предпринимательством.

Концепция, направленная на формирование и развитие цифровой предпринимательской экосистемы, вносит значительный вклад в развитие предпринимательства. Концепция рассматривает в своей основе спрос со стороны покупателей, а именно, ориентируется на покупательские предпочтения. Традиционный бизнес в первую очередь производить продукт, а затем находить клиентов, готовых его купить, при ориентации на покупательские предпочтения поиск клиентов предшествует производству продукту.

Данное отличие становится очевидным при рассмотрении конкурентного рынка для предприятий, ориентированных на спрос, и предприятия, ориентированные на предложение. Ключевой фактор конкурентного преимущества для первых – ценность, а для последних – потребительская стоимость.

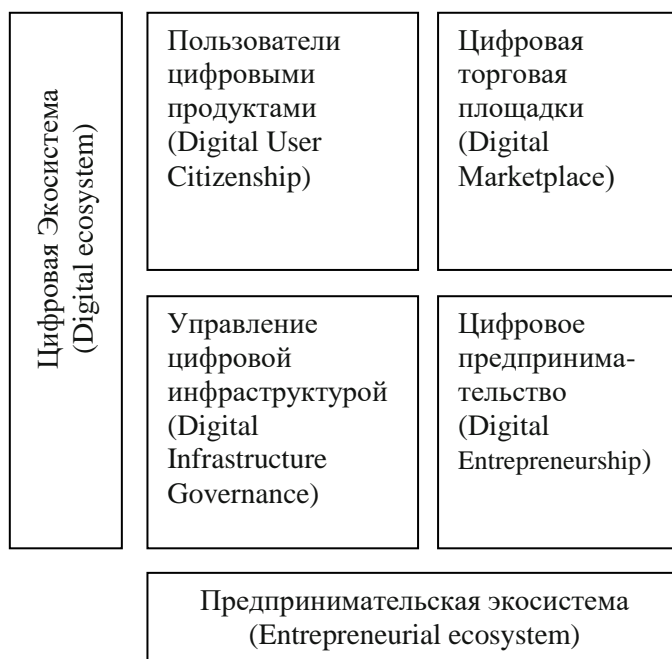


Рисунок 1 – Структура цифровой предпринимательской экосистемы [7]

Цифровая трансформация бизнеса послужила платформой для создания нового типа организаций, демонстрирующих взрывной рост (например, Uber). Такие организации получили название ExO. «Экспоненциальная организация (ExO) – это организация, которая обладает несоизмеримо высокой продуктивностью, по сравнению с аналогичными организациями, благодаря использованию новой организационной модели и быстроразвивающихся технологий» [8].

Например, Uber. У крупнейшей в мире компании такси нет транспортных средств. Facebook, самый популярный в мире владелец СМИ, не создает никакого контента. Alibaba, самый дорогой розничный торговец, не имеет собственной торговой сети. А Airbnb, крупнейший в мире поставщик жилья, не владеет недвижимостью. Фактически бизнес-стратегия сместилась с владением активов на оркестровке ресурсов.

В цифровой предпринимательской экосистеме нет четкого разграничения между пользователями и предпринимателями. Частично это связано с тем, что роль пользователей экосистемы значительно расширилась. Наличие у пользователей разнообразных знаний привело к резкому социальному и производительному росту создаваемого продукта, ориентированному на пользователей соответствующей платформы. Основной контент для социальных сетей, таких как Facebook или видеохостинга YouTube, почти полностью создается пользователями через различные форматы файлов, включая любую комбинацию текста, видео и изображений. Существует необходимость классификации, связанной с неоднородностью пользователей цифровых экосистем. Возможна классификация на пользователей, которые только потребляют цифровые продукты и пользователей, которые производят цифровые продукты. Необходимы подразделения предпринимательства, которое

относится к цифровой и нецифровой сфере. Предпринимательство в цифровой области включает в себя стартапы специализирующиеся на создание продуктов для цифровых экосистем, интернет-вещей, облачные платформы, решения для управления умный дом и аналогичные решения, использующие большие данные и искусственный интеллект. Цифровая торговая площадка фиксирует только взаимодействие с финансовыми транзакциями, но существует множество нефинансовых транзакций, которые труднее классифицировать по финансовой доходности, такие как социальные обмены, распространение цифровых знаний, инновационная деятельность. Под цифровой торговой площадкой целесообразно понимать платформу посредник, которая способствует различным операциям между пользователями.

Для более эффективного использования цифровой предпринимательской экосистемы в ее концепцию можно внести следующие изменения. В состав цифровых пользователей включать как потребителей, так и производителей, которые являются пользователями цифровой платформы. Под цифровым предпринимательством целесообразно понимать всех участников цифровой платформы, которые участвуют в создании потребительской ценности.

Ключевой вклад концепции цифровой предпринимательской экосистемы заключается в том, что увеличивается роль цифровых технологий применительно к предпринимательской экосистеме. Одним из возможных воздействий цифровых технологий на предпринимательскую экосистему может быть ее пространственное измерение. На нынешнем этапе глобализации реализуется переход от местной экономики к глобальной экономике, что является основным фактором экономического роста. Обмен знаниями и информацией не будет зависеть от местоположения пользователя цифровой предпринимательской экосистемы.

Традиционные предпринимательские экосистемы, которые используют преимущества внешнеэкономических связей мегаполисов, также в значительной степени являются локальными. В эпоху цифровых технологий эта глобальная связь организована цифровыми платформами без ограничения, вызванного географическим положением. Формирование и развитие цифровой предпринимательской экосистемы позволяет создавать прибыльные стартапы которые привлекают миллионы пользователей по всему миру.

Литература

1. Козырев, А.Н. Цифровая экономика и цифровизация в исторической ретроспективе [Электронный ресурс] / А.Н. Козырев // Цифровая экономика и цифровизация в исторической ретроспективе // Цифровая экономика (CEMI-RAS). – М.: ЦЭМИ РАН, ноябрь 2017. – № 11. – Режим доступа – <https://medium.com/cemi-ras>. – Дата доступа: 10.11.2020.
2. Negroponte, N. Being Digital / N. Negroponte. – NY : Knopf, 1995. – 256 p.
3. Надтока, Т.Б. Трансформация маркетинговой деятельности предприятий в условиях цифровой экономики / Т.Б.Надтока, Н.В. Матвеев. // Вестник института экономических исследований. – 2017. – № 4(8). – С.70-77.
4. Мещеряков, Р.В. Подходы к внедрению ERP-систем на крупных предприятиях / Р.В. Мещеряков, М.В. Савчук // Бизнес-информатика. – 2011. – № 2(16). – С.63-67.
5. Об утверждении Государственной программы развития цифровой экономики и информационного общества на 2016–2020 годы [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Республики Беларусь 23 марта 2016 г. № 235 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://www.pravo.by/document/?guid=12551&p0=C21600235&p1=1>. – Дата доступа: 10.11.2020.
6. Доклад о мировом развитии. 2016. Цифровые дивиденды. Обзор и оглавление [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://documents.worldbank.org/curated/en/224721467988878739/pdf/102724-WDR-WDR2016Overview-RUSSIAN-WebRes-Box-394840B-OOU-9.pdf>. Дата доступа: 11.11.2020.
7. Sussan, F., & Acs, Z. J. (2017). The digital entrepreneurial ecosystem. [Electronic resource] : Small Business Economics, 49(1), 55–73. - Mode of access: <https://doi.org/10.1007/s11187-017-9867-5>. – Date of access: 10.11.2020.
8. Исмаил, С. Экспоненциальные организации / Салим Исмаил, Юри ван Геест, М. Мэлоун / Альпина Паблшер. – 2017. – 394 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://wm-help.net/lib/b/book/461692708/6>. - Дата доступа: 10.12.2018.