

УДК 004.9:338.242.2

З.И. Лобанова,*канд. экон. наук,**доцент кафедры экономической теории**Хабаровского государственного университета экономики и права*

РАЗВИТИЕ ЦИФРОВОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ФИРМЫ

Анализируется взаимосвязь цифровой экономики и цифрового предпринимательства. Рассмотрено влияние цифрового предпринимательства на конкурентоспособность фирмы.

Ключевые слова: *цифровая экономика, цифровое предпринимательство, конкурентоспособность фирмы, цифровая среда, цифровизация, конкурентная среда.*

The interrelation of digital economy and digital entrepreneurship is analyzed. The influence of digital entrepreneurship on the competitiveness of the company is considered.

Keywords: *digital economy, digital entrepreneurship, company competitiveness, digital environment, digitalization, competitive environment.*

Цифровая экономика и цифровое предпринимательство – два взаимопереплетающихся явления современной жизни. Они обусловлены экономическим и технологическим прогрессом, внутренними и внешними факторами. Данные явления стремительно и противоречиво развиваются во всех странах, но разными темпами, влияя на микро- и макроэкономические процессы. Наиболее сильное воздействие они оказывают на конкурентоспособность фирм, отраслей и национальных экономик.

Рейтинг лучших стран для цифрового бизнеса демонстрирует, насколько законы облегчают или усложняют ведение предпринимательской деятельности. Россия в этом списке далеко не на первом месте. Список стран для цифрового предпринимательства составляется на основе множества критериев. Среди них эффективные варианты для защиты интеллектуальной собственности, легкость регистрации в процессе ведения бизнеса.

Многие предприниматели в сфере цифрового бизнеса задумываются над

тем, чтобы вести свой бизнес за рубежом. Для этого есть определенные причины. К ним относятся следующие:

- особенности налогового законодательства. В некоторых странах существует льготный режим для регистрации и налогообложения;

- проблемы с законодательным регулированием. Трудности у предпринимателей вызывает неурегулированность многих моментов, связанных с ИТ-бизнесом;

- клиенты и заказчики находятся за рубежом. Начинающим бизнесменам проще найти инвестиции в другой стране.

Лучшие страны для рейтинга были выбраны с учетом лояльности к бизнесу, доступности кредитов и политики налогообложения. К ним относятся Сингапур, Новая Зеландия, Дания, Южная Корея, Гонконг, Великобритания, США и Швеция. Есть и определенные страны, которые не подходят для цифрового предпринимательства. К ним относятся Уругвай, Эквадор, Перу, Аргентина и Коста-Рика.

В современном мире происходят гло-

бальные перемены, которые связаны с появлением новых цифровых инфраструктур, бурным развитием цифровых коммуникаций и усовершенствованием вычислительной техники. Для поддержания уровня конкурентоспособности представителям предпринимательства необходимо в ускоренном режиме внедрять и использовать цифровые технологии в своих компаниях.

Термины «цифровая экономика» и «цифровое предпринимательство» сегодня все чаще используются различными исследователями, представителями мирового бизнес-сообщества, политиками, журналистами. Однако их содержание до сих пор остаётся размытым.

Рассмотрим некоторые определения цифровой экономики. Согласно Стратегии развития информационного общества РФ на 2017–2030 гг., утверждённой в России 9 мая 2017 г., «цифровая экономика – хозяйственная деятельность, в которой ключевым фактором производства являются данные в цифровом виде, обработка больших объемов и использование результатов анализа которых по сравнению с традиционными формами хозяйствования позволяют существенно повысить эффективность различных видов производства, технологий, оборудования, хранения, продажи, доставки товаров и услуг» [1].

В глоссарии Евразийской экономической комиссии (ЕЭК) цифровая экономика определена так: «Экономическая деятельность, основанная на цифровых процессах, моделях, технологиях, цифровых товарах (сервисах), в том числе производимых электронным бизнесом» [2].

По мнению Р.В. Мещерякова, профессора РАН, к определению понятия «цифровая экономика» существует 2 подхода. Первый подход – классический, согласно которому «цифровая экономика – это

экономика, основанная на цифровых технологиях, при этом правильнее характеризовать исключительно область электронных товаров и услуг». Второй подход – расширенный, определяет цифровую экономику как «экономическое производство с использованием цифровых технологий» [5].

Таким образом, можно резюмировать, что цифровая экономика – это деятельность, которая непосредственно связана с развитием цифровых компьютерных технологий, включающая различные сервисы по предоставлению онлайн-услуг, краундфандинг, интернет-торговлю и электронные платежи и проч. Это понятие носит прагматический характер.

Цифровая экономика обуславливает цифровое преобразование всех сфер жизнедеятельности, предоставляя им значительный экономический и социальный эффекты, что, в свою очередь, открывает новые возможности для развития предпринимательства [3].

В теоретическом аспекте Томас Месенбург обосновал основные составляющие цифровой экономики. К ним относятся:

- 1) поддерживающая инфраструктура (аппаратное обеспечение, программное обеспечение, телекоммуникации, сети);
- 2) электронный бизнес (любые процессы, которые организация проводит через компьютерные сети);
- 3) электронная коммерция (передача товаров онлайн) [3].

Бурное развитие цифровых технологий, их проникновение в традиционный бизнес, появление новых видов цифровых продуктов и услуг, массовое использование онлайн-каналов приводят к перестройке бизнес-процессов, трансформации бизнес-моделей, систем управления маркетингом и изменению в поведении потребителей. Цифровое предпринимательство – это предпринимательство с

использованием новых цифровых технологий (особенно социальных сетей, больших объемов данных, решений для мобильных устройств или «облаков»). Основной целью здесь может быть совершенствование деловых операций, изобретение новых бизнес-моделей, улучшение интеллектуальных ресурсов предприятия или общение с потребителями и заинтересованными сторонами.

По словам профессора университета Сент-Галлена (Швейцария) Бреннера, «агрессивное использование данных трансформирует бизнес-модели, способствует появлению новых продуктов и услуг, создает новые процессы, генерирует большую полезность и внедряет новую культуру управления» [5]. Новые бизнес-модели (freemium, on-demand, crowdsourcing, crowdfunding) позволяют предпринимателям и компаниям осуществлять хозяйственную деятельность без собственной ИТ-инфраструктуры и программного обеспечения («облачный» бизнес, Интернет вещей), без собственных материальных активов (co-sharing), без складского хозяйства (dropshipping). Характерными чертами цифрового предпринимательства можно считать:

- деятельность на цифровых платформах (маркетплейсах), что обеспечивает непосредственные коммуникации между производителями и потребителями;
- сокращение транзакционных затрат при одновременном повышении производительности труда;
- глобальное присутствие за счет выхода на электронные рынки и глобальная гиперконкуренция;
- повышение потребительской ценности товаров и услуг вследствие их персонализации;
- омниканальность коммуникаций с потребителями и покупателями;

– сокращение жизненного цикла инноваций и продуктов;

– рост рисков и уровня неопределенности при принятии стратегических решений вследствие динамичных изменений технологий и конъюнктуры рынков.

Для верного осознания сущности ожидающих нас изменений важно учитывать неразрывную связь трех важнейших факторов развития современной экономики. Во-первых, в системе рыночного хозяйства одним из главных показателей эффективности современного предпринимательства является его конкурентоспособность, обеспечиваемая за счет обладания компании либо страны в целом теми или иными конкурентными преимуществами. Во-вторых, компания добивается конкурентного преимущества чаще всего за счет инноваций как в технологиях, так и в способах ведения дел. В-третьих, для инновационного бизнеса важно уметь превращать научно-технический инновационный потенциал в производственный, а затем – в коммерческий результат. Для этого необходима надежная правовая охрана интеллектуальной собственности, роль которой в обеспечении финансового успеха предприятия зачастую оказывается решающей.

Решение перечисленных проблем усложняется тем, что мир вступил в эпоху цифровой экономики. Тем не менее охарактеризованные выше составляющие инновационного процесса остаются, по нашему мнению, в своей основе неизменными и в современных условиях. Вместе с тем следует отметить, что цифровая экономика – это экономика, основанная на новых методах производства, обработки, хранения, передачи данных, а также на цифровых компьютерных технологиях. Отсюда вытекают фактически все особенности обеспечения конкурентоспо-

способности предпринимательства в экономических отношениях, основанных на цифровых технологиях [3].

В последнее время ученые стали отмечать, что новые технологии изменили динамику конкуренции по сравнению с тем, как мы ее привыкли понимать, создавая вместо нее более контрастную среду конкурентных рынков, находящихся под воздействием различных факторов.

Проявление конкурентоспособности носит двойственный характер. Действительно, с одной стороны, большие данные и аналитика с применением искусственного интеллекта дают предпринимательству чрезвычайно ценные преимущества, которые часто способствуют созданию обостренной конкурентной онлайн-среды. Это достигается за счет увеличения числа продавцов, доступности требуемой информации, повышения прозрачности рынка, снижения барьеров для входа в него и т.д.

Вместе с тем при изучении управляемой алгоритмом сложной среды можно наблюдать несовершенства, которые приводят к тому, что новые рыночные реалии менее конкурентоспособны, чем можно было бы ожидать. Это более сложная среда, в которой невидимая «оцифрованная рука» контролируется корпорациями и может управляться ими. Эта сила способна быть избирательной, создавать различные уровни конкурентного давления на игроков, что приводит к образованию среды, которая может работать с использованием разных правил, представленных в теоретических моделях. Например, большие данные, алгоритмы и искусственный интеллект могут быть использованы и для потенциального подрыва конкуренции, что нанесет ущерб потребителям.

В последние годы большое внимание было уделено растущей монополизации

онлайн-рынков, таких как поиск, веб-реклама, мобильные операционные системы и интернет-магазины. Компании «Гугл» («Google»), например, были предъявлены иски по трем антимонопольным делам в Европе, где она владеет 90 %-ной долей рынка в онлайн-поиске. Европейская комиссия обвинила «Гугл» в доминировании в мобильной связи и проведении поиска в ущерб аналогичным конкурирующим услугам [5].

Не свидетельствует ли это о фундаментальных и долгосрочных изменениях конкурентных отношений в цифровой экономике? В мире больших данных и искусственного интеллекта сетевые построения могут создавать барьеры для входа соперников в цифровую среду с применением прямого или негласного сговора и ценовой дискриминации в ущерб потребителям. В этой связи даже высказываются предложения о том, как повысить существующий ныне уровень рыночной конкуренции цифровой экономики, которая обычно представлялась инновационной и высококонкурентной, но, по мнению многих, не является таковой.

В прошлом многие соперники отлично знали друг друга, и каждая отрасль как бы имела свой собственный клуб, члены которого неплохо ориентировались в деятельности конкурентов. Сегодня все изменилось. Малоизвестные стартапы всего за несколько месяцев приобретают большие доли рынка, застигая врасплох своих соперников. При этом они на беспрецедентной скорости крадут клиентов у устоявшихся глобальных компаний.

Далее в конкурентную среду включаются мощные технологические структуры, такие как «Амазон» («Amazon») или «Гугл», которые вторгаются в новые отрасли промышленности, представляя тем самым серьезную угрозу для действующей

ших на новом рынке лиц. В основе их деятельности лежат инновации и цифровые технологии, к которым многие действующие на этом рынке компании еще только присматриваются.

Цифровизация снижает входные барьеры, в результате вековые границы между отраслями промышленности становятся преодолимыми. Это позволяет «пришельцам» из других отраслей, включая небольшие компании, вторгаться на новые рынки. Интеграция прорывных технологий, таких как Интернет вещей и искусственный интеллект, порождают новые бизнес-модели. Однако в этой связи следует учитывать, что за кажущимся миражом работает более хорошо «смазанная машина», которая может игнорировать свободные конкурентные силы, на которые мы полагаемся [5].

Среди новых средств удержания конкурентных преимуществ выделяется сетевой подход, базируясь на котором компании могут обеспечить цифровые преимущества посредством активного измерения цифровой среды и ценностного сопоставления в ней взаимосвязанных компаний.

Традиционные модели сосредоточиваются в основном на внутрифирменных процессах и ресурсах. В отличие от этого, создание стоимости в цифровой экономике происходит посредством сотрудничества нескольких экономических игроков. Для совместного создания стоимости организации приступили к раскрытию своих генерирующих стоимость структур и процессов посредством сотрудничества с другими организациями в различной форме. Ситуация складывается так, что фирмам приходится изменять свое поведение с конкуренции на кооперацию в соответствии с новыми социальными и технологическими условиями.

Сетевая структура с занимаемой в ней

позицией таит для компании как дополнительные возможности, так и ограничения. Поэтому, чтобы завладеть первым и избежать второго, связанные в сети компании должны играть в ней активную роль, стремиться занять преобладающие позиции, устанавливать выгодные связи для реализации деловых возможностей и завоевания конкурентных преимуществ.

В целом цифровая экономика может быть представлена как множество взаимозависимых и динамичных интерорганизационных сетей. В них фирмы конкурируют, сотрудничают и создают стоимость посредством формирования, преобразования и разрыва связей друг с другом. Действия фирм необходимо преобразовать в сетевую деятельность. Менеджеры должны принимать стратегические решения: где, когда и с кем они хотели бы создавать новую стоимость. Они обязаны также выбирать основные и вспомогательные цифровые платформы. Все эти решения воздействуют на структуру фирменной сети и, следовательно, на потенциальные конкурентные преимущества компании [5].

Есть основания полагать, что проблемы развития цифровой экономики и интеллектуальной собственности тесно взаимосвязаны. Содействию в успехе инноваций на рынке способствует много игроков. Эффективное использование инструментов интеллектуальной собственности в цифровой экономике играет особо важную роль в снижении риска при распределении между ними дохода от участия в инновационном процессе. Процессу внедрения инновационных технологий на рынке способствуют объекты интеллектуальной собственности, повышение конкурентоспособности предприятий. При этом на разных этапах инновационного цикла роль интеллектуальной собствен-

ности проявляется по-разному. На этапе исследований и разработок патентные документы по-прежнему представляют собой очень важный источник информации, который часто используется недостаточно. Патентные документы содержат полезную информацию, которая может привести к улучшению продукта, а также сократить сроки выхода нового продукта на рынок; избежать ненужных финансовых затрат и времени в процессе НИОКР. Своевременная подача заявки на патент облегчит определение даты приоритета и соблюдение требования об исключительных правах на выпуск продукта еще до выдачи патента (если по абсолютным или относительным основаниям патентное ведомство отказывается его предоставить).

На стадии выпуска новой продукции особо важную роль играют товарные знаки и промышленные образцы, которые позволяют потребителям идентифицировать продукт / услугу конкретной компании и отличать их от аналогичных продуктов другой компании. Товарный знак является полезным инструментом и при запуске обновленных или совершенно новых продуктов. Кроме того, товарные знаки могут быть очень эффективны при проникновении товара на новые рынки. Например, компания «Хонда» воспользовалась своей репутацией в области мотоциклетной техники для проникновения на американский автомобильный рынок.

Учитывая повышенное внимание, уделяемое потребителями внешнему виду приобретаемых товаров, прослеживается неуклонно возрастающая роль дизайнера как одного из ключевых методов обеспечения конкурентных преимуществ компании. Связь дизайнера, инноваций и конкурентоспособности проявляется в том, что дизайн служит как бы мостом между

наукой, технологией и потребителем, ставя его в центр инновационного процесса. Технологические инновации могут быть эффективно защищены, сочетая патент, промышленный образец и товарный знак. Стратегическое использование комбинации инструментов охраны интеллектуальной собственности в инновационном процессе (коммерческой тайны, патентов, товарных знаков, промышленных образцов и авторских прав), отдельно или совместно может в значительной степени способствовать получению более высокой прибыли и обеспечению устойчивых конкурентных преимуществ на правильно выбранном рынке. Поэтому в интересах охраны и использования новых или оригинальных конструкций следует своевременно регистрировать все названные объекты интеллектуальной собственности.

Интеллектуальная собственность также играет важную роль в безопасном преодолении «долины смерти» – самой сложной начальной стадии в функционировании стартапа, когда все издержки, инвестиции и прочие затраты сделаны, проект запущен, а прибыли нет, но отказаться от проекта уже поздно. Интеллектуальная собственность открывает доступ к финансированию, техническим средствам и, кроме того, обеспечивает прочную переговорную позицию, когда дело доходит до организации делового партнерства.

Немаловажную роль в координации взаимодействия цифрового предпринимательства и конкурентоспособности играет государство. Главная цель государственной политики заключается в обретении достойных конкурентных позиций на мировом рынке для национальной экономики или хотя бы ее отдельных отраслей. Это проявляется в способности выпуска товаров и услуг, которые успешно проти-

востоят конкурирующей с ними зарубежной продукции как на внутреннем, так и на внешнем рынке. Иначе говоря, на макроуровне понятие «конкурентоспособность» отражает благоприятные позиции национальной экономики в системе международных отношений, особенно в международной торговле.

Политика государства состоит в том, чтобы закладывать долговременные основы для повышения конкурентных преимуществ, присущих данной стране, и подталкивать производителей к наращиванию усилий в этом направлении. При необходимости подобные регулирующие воздействия на товарный рынок должны дополняться, как показывает опыт мировых лидеров, финансовыми, политическими и силовыми инструментами. Для принятия всех этих мер национальная информационно-аналитическая служба должна четко представлять патентную ситуацию на соответствующих рынках, действующих на них главных конкурентах и основных направлениях их активности, объеме имеющихся у них исключительных прав на патентные активы, а также о потоке поступающей на российский рынок конкурирующей продукции.

Подводя итог сказанному, следует отметить, что взаимосвязь цифрового предпринимательства и конкурентоспособности фирм не исчерпывается рассмотренным кругом проблем. Противоречивость развития цифрового предпринимательства и конкурентоспособности создает условия для совершенствования рассматриваемых явлений.

Список использованных источников

1 О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы : указ Президента РФ от

09.05.2017 г. № 203 [Электронный ресурс] // www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_216363/ (дата обращения 27.07.2019).

2 Глоссарий Евразийской экономической комиссии [Электронный ресурс] // www.eurasiancommission.org/ru/act/dmi/workgroup/Pages/glossary.aspx (дата обращения 27.07.2019).

3 Дудин М. Н. Цифровое предпринимательство в сфере услуг и торговом секторе : сущность, цели, задачи, оценка экономических выгод / М. Н. Дудин, З. К. Омарова // ma123.ru/ru/journal/ (дата обращения 27.07.2019).

4 Урманцева А. В. Цифровая экономика : как специалисты понимают этот термин / А. В. Урманцева // ria.ru/20170616/1496663946.html (дата обращения 27.07.2019).

5 www.patent-kravets.ru/about/teksty-moix-zhurnalnyx-statej-opublikovannyx-v-2010-2014-godax/intellektualnaya-sobstvennost-i-konkurenciya-2/ (дата обращения 27.07.2019).