

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Забайкальский государственный университет»

**Малое предпринимательство
и цифровая экономика:
перспективы и проблемы**

Монография

Под научной редакцией
В. Ю. Бурова, Г. Л. Багиева

Чита
Забайкальский государственный университет
2018

УДК 334.7
ББК 65.290.31
ББК У290.31
М 197

Рекомендовано к изданию Советом по научной и инновационной деятельности Забайкальского государственного университета

Рецензенты

С. А. Городкова, д-р экон. наук, доцент, директор, Забайкальский институт предпринимательства Сибирского университета потребительской кооперации, г. Чита

Д. Ю. Федотов, д-р экон. наук, доцент, профессор кафедры торгового и таможенного дела, Байкальский государственный университет, г. Иркутск

Авторский коллектив

В. Ю. Буров, Г. Л. Багиев, Е. Б. Дондокова, Н. Б. Кайбалина, Н. В. Капитонова, П. А. Кислоцаев, П. В. Масалов, А. У. Ортыков, С. Ю. Сапожников, Ж. Б. Тумунбаярова, Е. В. Фисун, Н. Н. Ханчук

М 197 **Малое предпринимательство и цифровая экономика: перспективы и проблемы** / В. Ю. Буров, Г. Л. Багиев, Е. Б. Дондокова [и др.] ; под науч. ред. В. Ю. Бурува, Г. Л. Багиева ; Забайкал. гос. ун-т. – Чита : ЗабГУ, 2018. – 221 с. ISBN 978-5-9293-2261-7

В монографии приводится анализ становления и развития малого предпринимательства в современной России. Рассмотрены теневая деятельность субъектов малого бизнеса и её место в обеспечении экономической безопасности субъекта хозяйствования. Определены подходы по повышению конкурентоспособности малых предпринимательских структур в условиях цифровой экономики. Особое внимание уделено вопросам формирования и совершенствования цифровой платформы организации и управления маркетинговой деятельностью фирм. Представлены результаты исследования государственной поддержки и государственного регулирования обеспечения развития цифровых технологий в деятельности субъектов малого предпринимательства и место российского малого предпринимательства в приоритетах конкурентной политики государства в условиях развития цифровой экономики.

Материалы издания будут полезны преподавателям, научным работникам, государственным служащим, специалистам организаций и учреждений, а также студентам, магистрантам и аспирантам.

УДК 334.7
ББК 65.290.31
ББК У290.31

ISBN 978-5-9293-2261-7

© Забайкальский государственный университет, 2018

Оглавление

Предисловие	4
Введение (Г. Л. Багиев)	7
Глава 1. Малое предпринимательство в России: от экономических реформ к современному этапу	9
1.1. Современное российское малое предпринимательство: зарождение и развитие (В. Ю. Буров, А. У. Ортыков, Е. В. Фисун)	9
1.2. Развитие цифровой экономики и малое предпринимательство (В. Ю. Буров, Н. В. Капитонова)	35
Глава 2. Обеспечение экономической безопасности в условиях рисков и угроз цифровой экономики	54
2.1. Риски и угрозы цифровой экономики: информатизация и информационная безопасность (П. В. Масалов, С. Ю. Сапожников)	54
2.2. Обеспечение экономической безопасности малых предприятий в условиях внедрения цифровых технологий (В. Ю. Буров, П. А. Кислюцаев)	74
Глава 3. Формирование новых подходов по повышению эффективности деятельности малых предприятий в условиях перехода к цифровой экономике	90
3.1. Роль институционализации бизнеса в повышении конкурентоспособности малых предприятий в условиях цифровой экономики (Е. Б. Дондокова, Ж. Б. Тумунбаярова, Н. Б. Кайбалина)	90
3.2. Место маркетинга в условиях развития цифровой экономики (Г. Л. Багиев)	104
Глава 4. Государственная поддержка малого предпринимательства в системе обеспечения его эффективного функционирования в условиях развития цифровой экономики	124
4.1. Российское малое предпринимательство в приоритетах конкурентной политики государства в условиях цифровой экономики (Н. Н. Ханчук)	125
4.2. Особенности государственной поддержки развития высокотехнологического малого предпринимательства (В. Ю. Буров).....	159
Заключение (В. Ю. Буров, Г. Л. Багиев)	171
Гlossарий	174
Библиографический список	182
Приложение	198
Сведения об авторах	217

Предисловие

Предлагаемая монография подготовлена в рамках реализуемой программы научно-практического сотрудничества и углубления сетевого взаимодействия Забайкальского государственного университета, Санкт-Петербургского государственного экономического университета, Восточно-Сибирского государственного университета технологий и управления, а также бизнес-сообщества. Издание является результатом разработки заявленной темы, требующей глубокого и всестороннего научного анализа, объективной оценки и разработки эффективной политики развития сектора малого предпринимательства с учётом перехода экономики на цифровые технологии.

Работа состоит из четырёх глав.

В первой главе рассмотрен генезис развития современного малого предпринимательства в России, показаны особенности процесса становления малого предпринимательства и его роль в экономике. Исследована экономическая деятельность субъектов малого предпринимательства в России, её формы проявления, тенденции и закономерности. Особое внимание уделено молодёжному предпринимательству: его сильным и слабым сторонам. Проанализирована роль и место малого предпринимательства в условиях развития цифровой экономики. Определена роль образования и компетентности в передаче знаний по цифровой экономике, при этом отмечено, что, начиная с вузов, необходимо создавать благоприятную среду для формирования нового типа (*Digital employer*) предпринимателей малого и среднего бизнеса, которые будут способны воспринимать задачи инновационного характера и ориентироваться на внедрение и использование цифровых технологий.

Во второй главе дан анализ рисков и угроз цифровой экономики. Впервые сделан акцент на том, что главной проблемой информационного общества является информационное неравенство, т. е. дифференциация пользователей по уровню доступа к информации. Особое внимание уделено обеспечению экономической безопасности малых предприятий в условиях применения цифровых технологий. Рассмотрены причины возникновения теневой экономики и последствия, которые она оказывает на экономику

и общество. Представлена система экономической безопасности и её принципы. Раскрыты основные направления поддержания экономической безопасности страны и пути решения по предотвращению угроз и рисков киберпреступлений.

Третья глава посвящена разработке новых подходов по повышению эффективности деятельности малых предприятий в условиях перехода к цифровой экономике и рассмотрена роль институтов в повышении их конкурентоспособности в этих условиях.

Особое внимание уделено вопросу формирования и совершенствования цифровой платформы организации и управления маркетинговой деятельностью фирмы и значимости цифровой трансформации экономики и технологии маркетинговой деятельности.

Исследовано влияние процессов цифровой трансформации: на маркетинговую деятельность; на организацию взаимодействия субъектов рынка в цифровой среде; на выявление сущности и направлений трансформации процесса управления маркетинговой деятельностью в цифровой экономике; на разработку путей создания инновационного инструментария маркетинга.

В четвёртой главе представлен материал, посвящённый особенностям государственной поддержки развития высокотехнологичного малого предпринимательства. Проанализировано место российского малого предпринимательства в приоритетах конкурентной политики государства в условиях цифровой экономики. На основе новейших исследований и источников как российских, так и зарубежных, а также с учётом условий действительно и стремительно меняющегося мира – технико-технологического, личностного, культурного и так далее – представлен материал, в котором:

– рассмотрено российское малое предпринимательство с позиций необходимости и важности его участия в достижении целей конкурентной политики государства в условиях развития цифровой экономики, которые выступают как приоритеты для бизнеса, общества и государства;

– уточнены позиции современного малого предпринимательства в приоритетных направлениях деятельности Российской Федерации и её регионов по содействию развитию конкуренции в стране;

– выявлено и оценено участие малого предпринимательства в поддержании конкурентных начал в экономике;

– рассмотрены условия развития цифровой экономики и оценено влияние цифровизации экономики на малое предпринимательство.

Изданию данной монографии предшествовала многолетняя работа в сфере фундаментальных исследований становления, развития малого предпринимательства и издание ряда трудов по данной теме в России, среди которых:

– Малое предпринимательство в России: становление и факторы развития. Обеспечение конкурентоспособности и эффективность. Государственная поддержка и экономическая безопасность / под науч. ред. Г. Л. Багиева, В. Ю. Булова. Чита: ЗабГУ, 2017. 242 с.

– Буров В. Ю., Багиев Г. Л. Теория и методология развития системы государственной поддержки малого предпринимательства. Чита: ЗабГУ, 2016. 242 с.

– Буров В. Ю. Теневая экономика и малое предпринимательство: теоретические и методологические основы исследования. Чита: ЗабГУ, 2014. 204 с.

– Буров В. Ю., Потаев В. С., Суходолов А. П. Малое предпринимательство в России и Байкальском регионе. Иркутск: Изд-во ИрГУ, 2011. 357 с.

– Буров В. Ю., Кручинина Н. А. Малое предпринимательство в Забайкальском крае. Чита: ЗабГУ, 2011. 138 с.

– Буров В. Ю. Теневая деятельность субъектов малого предпринимательства и пути её легализации. Чита: ЧитГУ, 2010. 215 с.

– Буров В. Ю., Помулев А. А. Влияние теневого сектора экономики на прогнозирование риска банкротства субъектов малого предпринимательства. Иркутск: Изд-во ИрГУ, 2010. 138 с.

Данная монография адресована не только студентам-экономистам, но и тем, кто интересуется вопросами предпринимательства или имеет свой бизнес. Рост интереса к состоянию экономики в России и её перспективам развития позволяет утверждать, что предлагаемое издание покажется интересным и коллегам, посвятившим себя таким общественным наукам, как юриспруденция, социология, антропология, политология и история.

В. Ю. Буров, д-р экон. наук, доцент

Введение

Для малого предпринимательства в настоящее время требуется переход в качественно новое состояние и поиск новых точек роста, что обусловлено бурным развитием информационных технологий, политикой импортозамещения, государственным курсом на построение цифровой экономики. В России, например среди учёных и специалистов, сфера цифровой экономики стала особенно популярна в последние годы. Основные публикации приходятся на период с 2014 по 2017 г., причём большинство исследований носят точечный характер и описывают отдельные случаи применения информационных технологий в различных отраслях. Так, А. Кунцман определяет цифровую экономику как «современный тип экономики, характеризующийся преобладающей ролью информации и знаний как определяющих ресурсов в сфере производства материальных продуктов и услуг, а также активным использованием цифровых технологий хранения, обработки и передачи информации». Р. К. Асанов полагает, что цифровая экономика основана на производстве электронных товаров и сервисов и дистрибуции их при помощи электронной коммерции. Б. Н. Паньшин утверждает, что цифровая экономика основана на сетевых сервисах. Однако при этом можно отметить небольшое количество работ, посвящённых роли малого бизнеса в становлении и развитии цифровой экономики.

Недостаточный уровень использования информационных технологий существенно ограничивает возможности расширения рынка товаров, услуг, развёртывания совместных инвестиционных проектов, реализации масштабных научно-исследовательских и инженерно-технических проектов. В ситуации ускорения процессов технологического развития, характерного для экономики знаний, низкий уровень информационно-коммуникативной связности фактически блокирует процессы технологического, экономического и социального развития. Например, для ускорения процессов социально-экономического развития Сибири и сибирских регионов необходимо преодолеть фактор низкой плотности предпринимательской деятельности, расширить возможности для онлайн-коммуникаций, создать условия для интенсификации

сотрудничества между всеми субъектами экономической, технологической, социальной и культурной жизни. А ключевым фактором, интегрирующим взаимодействие всех стейкхолдеров рыночной системы, здесь выступает малое предпринимательство.

Как известно, сходным пунктом научного анализа любой проблемы является определение методологических основ её исследования. Структура таких основ включает:

– *во-первых*, определение логики, т. е. последовательности исследования проблемы;

– *во-вторых*, формулирование методов, с помощью которых осуществляется анализ проблемы.

Логика исследования означает последовательное определение соответственно дизайна, объекта, предмета и цели исследования.

Цель данной работы – исследование и анализ теории и методологии развития современного малого предпринимательства в условиях цифровой экономики.

Объект исследования – процесс развития современного российского малого предпринимательства в условиях перехода к цифровой экономике.

Предмет исследования – экономические отношения, возникающие в процессе использования цифровых технологий между субъектами рыночных отношений.

Глава 1. Малое предпринимательство в России: от экономических реформ к современному этапу

Исследования показывают, что осуществляемый в современной России процесс последовательных социально-экономических преобразований делает особо актуальным интерес к институту малого предпринимательства как к одному из главных условий эффективного действия рыночного механизма. Переход российской экономики на путь устойчивого развития, в частности перевод её на инновационный путь, сегодня неотрывно связан с цифровой экономикой, и развитие малого предпринимательства становится важнейшей задачей, требующей проведения всесторонних научных исследований, в том числе и с целью определения исторических причин возникновения теневых экономических отношений [33, с. 159].

1.1. Современное российское малое предпринимательство: зарождение и развитие

В экономической литературе достаточно подробно исследованы общие характерные черты малого предпринимательства. Впервые понятие «предпринимательство» ввел в научный оборот Ричард Кантильон (конец XVII – начало XVIII в.) – французский экономист шотландского происхождения. В трудах А. Смита, Д. Рикардо, Ж. Сисмонди, Г. Шрудона, Г. Плеханова, А. Чаянова исследованы общие экономические и социальные основы зарождения и эволюции мелкого товарного производства.

Особое влияние на понимание природы современного малого предпринимательства оказали работы Р. Кантильона, Ж. Сэя, А. Маршалла, Й. Шумпетера, И. Киршнера, Ф. Хаека, Р. Коуза, Ф. Найта, О. Уильямсона, Э. Чемберлина, Дж. Гэлбрейта, И. Кирцнер, С. Шейн, У. Баумоль, Р. Стоун и др. Сущность предпринимательства анализировали в своих трудах Ф. фон Хайек, Р. Хизрич, А. Хоскинг и др.

Научные исследования состояния малого предпринимательства в СССР не получили признания и серьёзного осмысления по причине наличия доктрины о ликвидации частной собственности, т. е. частного предпринимательства, и их противоречия официальной политэкономике и социалистическому характе-

ру создающегося общества. Как указывала Л. А. Моисеева: «После октября 1917 г. и установления советской власти согласно марксистско-ленинскому методологическому наследию началось вытеснение предпринимательской тематики, хотя работы П. А. Берлина, П. П. Любомирова, А. П. Карелина и других свидетельствовали о её значимости» [98].

Значительный и существенный вклад в начале 1990-х гг. в разработку проблемы внесли работы Т. И. Корягиной. Она одна из первых в своих публикациях начала рассматривать историю кустарно-ремесленных промыслов, особенности государственной политики в их отношении, дала классификацию форм «теневой экономики», которую невозможно было игнорировать [82].

Российские учёные уделяют достаточное внимание вопросам развития малого предпринимательства. Так, работы А. Н. Асаула, А. О. Блинова, В. Ю. Булова, А. В. Бусыгина, Е. М. Бухвальда, О. Е. Вороновской, В. Ш. Каганова, Т. Е. Кузнецовой, Г. И. Лазарева, Н. Ю. Ивановой, М. Г. Лапуста, А. В. Орлова, В. Ю. Фадеева, А. Ю. Чепуренко и других авторов посвящены теории предпринимательства, в них рассмотрены и различные аспекты зарождения, развития на различных этапах малого предпринимательства в российской экономике. Истории зарождения и развития предпринимательства в России посвящены исследования М. С. Афанасьева, А. А. Бессолицына, М. А. Винокурова, А. А. Галаган, М. В. Конотопова, С. И. Сметанина, А. П. Суходолова, А. А. Тимофеевой, М. И. Туган-Барановского и др.

Некоторые отечественные учёные исследуют социальную роль малого предпринимательства (далее – МП) в экономике региона. По мнению Е. Н. Тумилевича: «Необходимость развития малого предпринимательства и проведения “специфичной” государственной политики в отношении данного сектора экономики аргументируется зачастую тем, что МП играет высокую социально-экономическую роль в развитии государства, защите населения, усилении конкуренции, ведущей к повышению качества товаров, качества жизни и т. п. При этом выявление роли малого предпринимательства в рамках Российской Федерации, по нашему мнению, следует производить с позиций социально-экономической эффективности» [142, с. 64].

Особенности становления и развития малого предпринимательства в современной России

Начало демократических и экономических преобразований (перестройка) напрямую связано с экономической ситуацией в стране (СССР), которая к концу 1986 г. вновь стала ухудшаться. Первые годы перестройки показали, что попытки в рамках старой системы провести преобразование экономики являются не эффективными, и это поставило задачу комплексной реформы общества. С началом экономических реформ ситуация стала меняться: России предстояло в исторически короткие сроки и в непростых экономических условиях радикально изменить отношение к данному сектору экономики. Исследования данного периода показали, что на этом этапе происходит возрождение российского предпринимательства. Так, Ю. Г. Чернышева считает, что главными предпосылками становления малого предпринимательства в России являются: появление различных форм частной собственности; либерализация цен; развитие маломасштабного производства; рост безработицы среди квалифицированных работников в результате падения объёмов производства на крупных и средних предприятиях; пропаганда нового экономического мышления в отношении предпринимательства, характеризующие особенности возникновения малого бизнеса в стране [155].

Середина 1990-х гг. в России характеризуется экономическим кризисом, отсутствие чёткой правовой базы, регламентирующей становление предпринимательства, всеобщей нарастающей коррумпированностью, психологической неготовностью самого населения жить и заниматься предпринимательской деятельностью в новых условиях, сама экономическая деятельность малых предпринимательских структур приобрела теневую направленность.

Особенности процесса становления малого предпринимательства на первом этапе были тесно связаны с такими ресурсными источниками формирования самих предпринимателей, как:

- бывшая партийная и комсомольская номенклатура;
- бывшая и действующая на тот момент государственная номенклатура;
- новая политическая элита;

- представители теневого сектора экономики СССР;
- действующий директорский сектор;
- представители, в основном, простого населения, начинавшие своё дело с нуля (отсутствие стартовых условий) [23, с. 28].

Развитию малого предпринимательства на данном этапе были присущи негативные тенденции. Наши собственные исследования показывают: «В условиях неадекватных экономических и правовых условий наблюдалась тенденция массового уклонения малых предприятий от учёта результатов своей деятельности и от контроля над своими доходами, включая заработную плату, использование рабочей силы без надлежащего документального оформления. Массовое нарушение законов в сочетании со слабостью государства вызвали масштабный криминальный экономический террор в отношении МП. Криминальные структуры стали исполнять функции налоговых органов, судей и судебных приставов, обеспечивать охрану собственности» [32]. Это отмечает и А. Виленский: «...Малые предприятия выполняли роль канала перекачки ресурсов командно-управляемых госпредприятий в теневую экономику, в пользу полукриминального и просто криминального псевдорыночного предпринимательства» [40].

С начала 1970-х гг. как самостоятельное направление формируется малое горное предпринимательство. В круг его интересов входили не только добыча различных видов полезных ископаемых из мелких по масштабам месторождений, но эксплуатация различного рода техногенных минеральных образований, не представляющих ни малейшего интереса для крупных горных компаний. По утверждению профессора В. В. Глотова, малое горное предпринимательство, при современном состоянии российской экономики, сопряжённое, прежде всего, с дефицитом инвестиций, может быть тем локомотивом, который сумеет оживить и придать существенный импульс к подъёму горнодобывающей промышленности страны [53, с. 105–106].

Основным экономическим противоречием, которое проявилось на этапе становления МП до 1997 г., явилось противоречие между интересами предпринимателей и государства по поводу масштабов присвоения и распределения доли создаваемых бизнесом в процессе производства продуктов и услуг и антисоци-

альными экономическими интересами коррумпированной части чиновников. Научные исследования, посвящённые данному периоду, позволяют выявить основные причины, негативно влияющие на развитие малого предпринимательства, и здесь мы поддерживаем следующие выводы А. В. Орлова: «...Основными причинами обострения негативных факторов и процессов в сфере малого бизнеса являются: неполнота законодательной базы; сложность налоговой системы; трудности с формированием первоначального капитала; давление криминальных структур; неразвитостью лизинга; высокая арендная плата и др.» [111].

Отметим основные тенденции в развитии сектора МП:

1. Процессы становления и функционирования малых предприятий характеризуются неравномерностью и асинхронностью: периоды относительно быстрого роста числа малых предприятий чередуются периодами стагнации, или упадка.

2. Деятельность малых предприятий развивается и усложняется в направлении от преобладания в сфере посредничества, торговли, топливно-энергетических и других отраслях к сфере перераспределения собственности, производства и финансов.

3. Развитие малого бизнеса в России характеризуется значительной межрегиональной дифференциацией. Наличие серьёзных диспропорций – следствие ряда факторов, ключевыми среди которых являются предпринимательская активность населения, предпринимательский климат, обеспеченность производственными ресурсами и человеческим капиталом, а также наличие рынков сбыта товаров и услуг [31, с. 41–42].

В современных условиях используются различные формы и виды государственного регулирования малого и среднего предпринимательства. Их классификация в зависимости от функционального назначения представлена в табл. 1. В соответствии с данными Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации, по состоянию на 1 января 2017 г. в России было зарегистрировано почти 2,7 млн малых предприятий – юридических лиц, включая 2,6 млн микропредприятий. Число средних предприятий составило 13,346 тыс. Количество индивидуальных предпринимателей – 2,557 млн. С 2008 по 2016 гг. число российских субъектов малого предпринимательства – юридических лиц

более чем удвоилось, увеличившись на 205,8%. Лидером стал Уральский федеральный округ (274,8%) и, особенно, входящая в него Свердловская область – 275,5% (см. табл. 1). Далее следует Республика Татарстан – 273,9% и город Москва – 237,3%. Хуже всего обстоят дела с ростом количества малых предприятий в Ставропольском крае – 115,8% и Северо-Кавказском федеральном округе в целом. Особо отметим, что рост наблюдался во всех федеральных округах и субъектах Российской Федерации.

Одной из причин роста количества субъектов малого предпринимательства следует считать увеличение доли микропредприятий в этой группе. Если в 2008 г. доля числа микропредприятий в общем числе малых предприятиях составляла 79,0%, то в 2010 г. – 86,1%, а в 2016 г. – 93,76%. Происходит уменьшение размеров предприятий при увеличении их числа. Это явление лежит в общем тренде уменьшения размеров экономической деятельности, причем не только в России, но и во всём мире [39].

Что касается зарегистрированных индивидуальных предпринимателей, то их количество с 2008 по конец 2016 г. по экспертным данным упало на 32,9%. Так, в Новосибирской области за восемь лет падение составило 57,4%, в Сибирском федеральном округе – 40,4%, в Южном федеральном округе – 40,5%. Прирост отмечен только в Москве – на 13,6% [39, с. 263].

Таблица 1

Классификация форм и видов государственного регулирования малого и среднего предпринимательства¹

<i>Вид регулирования</i>	<i>Форма регулирования</i>	
	<i>Прямая</i>	<i>Косвенная</i>
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
<i>Организационно-инфраструктурное</i>	Ведение реестра малых предприятий; упрощённый порядок регистрации; взимание минимальной платы за лицензирование деятельности и сертификацию продукции;	Стимулирование связей между крупными и малыми фирмами на основе механизмов франчайзинга, субподряда и лизинга (нормативно-правовое обеспечение, государственный

¹ Составлено автором по источнику [116].

	<p>упорядочение системы контроля и проверки малых предприятий; защита прав предпринимателей от бюрократического «рэкета»; обеспечение социальной безопасности (борьба с криминальным «рэкетом»)</p>	<p>заказ для крупных фирм с обязательным привлечением малых); информационно-маркетинговое обеспечение (создание центров по изучению внутреннего и внешнего рынков, организация ярмарок, выставок-продаж и т. п.); развёртывание консалтинга (налогового, экономического, юридического и др.) и аудита; обучение и переподготовка кадров; пропагандистская поддержка (создание положительного образа предпринимателя через СМИ и т. д.); организация работы с зарубежными донорскими структурами (МОТ, ЕБРР и др.)</p>
<i>Имущественное</i>	<p>Льготирование условий предоставления в аренду помещений и оборудования, находящихся в государственной собственности; формирование государственных лизинговых компаний; научно-технологическая поддержка</p>	<p>Льготирование лизинговых компаний, работающих с малыми предприятиями; предоставление гарантий по кредитам за счёт государственного имущества</p>
<i>Финансово-кредитное</i>	<p>Предоставление государственных гарантий под кредиты коммерческих банков</p>	<p>Льготное кредитование; субсидирование процентной ставки</p>
<i>Налогово-управленческое</i>	<p>Введение упрощённого порядка предоставления финансовой отчётности и ведения</p>	<p>Стимулирование банков и страховых компаний к кредитованию малых предприятий;</p>

1	2	3
	бухгалтерского учёта; использование ускоренной амортизации; введение льготного (специального) режима налогообложения; льготное кредитование высокоэффективных инвестиционных проектов, связанных с государственными (региональными, местными) интересами; обеспечение государственным заказом; применение льготных таможенных тарифов и других форм таможенной поддержки	предоставление дополнительных субвенций и дотаций регионам и муниципальным образованиям в качестве поощрения за высокий уровень развития малого предпринимательства

В 2018 г. система поддержки малого бизнеса регулируется федеральной программой. Она выражается в предоставлении малым предприятиям субсидий и льгот. Дополнительная поддержка малого бизнеса выражается в наличии специальных привилегий (см. табл. 2).

Таблица 2

Субсидии и льготы для малых предприятий в 2018 г.

<i>Вид льготы</i>	<i>Направление льготы</i>	<i>Примечание</i>
<i>Налоговые каникулы</i>	Физическим лицам, впервые зарегистрировавшим деятельность по определённым направлениям, предоставляется освобождение от уплаты налога на два года	Программа действует до 2020 г. Налоговые каникулы вводятся регионами отдельным законом. Необходимо: 1. Выбрать одну из форм налогообложения: упрощённую (УСН) или патентную (ПСН). 2. Выбрать одну из сфер деятельности: производственную, научную или социальную.

		3. Чтобы доходы от реализации произведённых товаров и услуг составляли не менее 70% от общего дохода
<i>Надзорные каникулы</i>	Снижается количество плановых и внеплановых проверок надзорными органами	В конце 2018 г. подобный вид помощи малому бизнесу от государства прекращает своё существование, но может быть восстановлен, если будет принято соответствующее решение
<i>Основные льготы</i>	К ним могут относиться: субсидирование процентной ставки по кредитам; предоставление недвижимости в аренду или пользование, возмещение затрат на производственные расходы	В каждом регионе проводится своя политика поддержки малого предпринимательства. Виды и формы помощи весьма разнообразны
<i>Другие льготы</i>	Можно рассчитывать на льготный срок оплаты закупленных материалов, помощь в приобретении лицензионного программного обеспечения для компьютеров и необходимой в работе техники	Многое, конечно, зависит от местной администрации и региональных программ. Финансирование малого бизнеса прекращается, если он переходит на ступень выше или выявляются нарушения в проводимой деятельности
<i>Гранты</i>	Предоставляются предпринимателям властями регионального уровня. Приоритетными категориями в получении этого вида безвозмездной помощи являются инвалиды, безработные, многодетные и молодые (до 32 лет) бизнесмены	Решение зависит от того, соблюдены ли требуемые условия регистрации СПД, является ли отрасль его деятельности приоритетной для региона. Сумма гранта варьируется и достигает 300 тыс. р.
<i>Гарантийные фонды</i>	Для упрощения процедуры получения банковских кредитов начинающим предпринимателям фонды дают своё поручительство	Гарантийный фонд в каждом отдельно взятом регионе формируется как из местного, так и из федерального бюджетов

Исследования развития сектора МП в современной России показали следующее:

- малые предприятия в своей деятельности ориентированы на сферу услуг, т. е. занимают те рыночные ниши, которые менее развиты в технологическом оснащении, требуют меньшей величины стартового капитала для начала нового бизнеса, менее подвержены монополизации и имеют меньше входных барьеров, обеспечивают более быстрый оборот капитала, пользуются относительно устойчивым спросом со стороны местного населения;

- в секторе МП доминирует микробизнес (микропредприятия), что доказано на примере анализа средней численности занятых на одном малом предприятии – 8–10 человек против утверждённого критерия – до 15 чел. включительно (микропредприятия);

- малое предпринимательство носит преимущественно региональный характер и отличается низким уровнем взаимодействия с крупным бизнесом, а также незначительным влиянием его на федеральном уровне;

- современное положение малого предпринимательства в России характеризуется значительным невостребованным потенциалом, что подтверждается его вкладом в ВВП, количеством рабочих мест, не реализованной способностью оказывать серьёзное влияние на экономический рост в условиях глобального экономического кризиса [32, с. 124].

Роль современного российского малого предпринимательства проявляется на макроуровне и микроуровне экономики, а также в социальном плане и в плане развития цифровой экономики (см. табл. 3):

- деятельность, осуществляемая в условиях неэффективной государственной поддержки развития сектора МП, подтверждается неадекватными экономическими, правовыми условиями и высоким уровнем коррупционных отношений, приобретает:

- специфические аспекты, выраженные в повышенном риске и одновременном увеличении значимости для предпринимателя роста прибыли, что является основополагающими моментами в ориентации предпринимателем своей деятельности в теневом секторе экономики с целью снижения риска и одновременного повышения роста прибыли [29]. Это подтверждается ранее прове-

дёнными нами исследованиями: «Проблемным остаётся вопрос государственного регулирования деятельности субъектов малого предпринимательства, в том числе в вопросе противодействия теневым отношениям. Методы, формы, пути и средства государственного противодействия теневой экономике малого бизнеса рассматриваются редко. Регулирование деятельности субъектов МП невозможно без ограничений, но неадекватные ограничения провоцируют предпринимателя на переориентацию своей деятельности в теневой сектор экономики» [22].

Роль малого предпринимательства в экономике²

<i>Направление</i>	<i>Характеристика</i>	<i>Дополнительные критерии</i>
<p><i>Макроровень экономики</i></p> <p>Роль и значение малого предпринимательства с точки зрения функционирования национальной экономической системы</p>	<p>Это доля:</p> <ul style="list-style-type: none"> – валового внутреннего продукта, создаваемого малыми предприятиями; – национального дохода, создаваемого в малом бизнесе; – малых предприятий в общем количестве предприятий; – трудоспособного населения, занятого в малом предпринимательстве; – о экспорта продукции и услуг, приходящаяся на малые предприятия; – налоговых поступлений от предприятий малого бизнеса; – основного капитала, функционирующего в сфере малого предпринимательства; – продукции и услуг, производимых малыми предприятиями, в их общей структуре в разрезе по отдельным видам. <p>Рост числа субъектов малого предпринимательства способствует повышению темпов роста экономики и, наоборот, чем выше темпы роста экономики, тем более высоким будет рост числа малых предприятий.</p> <p><i>Увеличение данных показателей в динамике свидетельствует об увеличении роли малого предпринимательства в экономике страны</i></p>	<p>Это доля:</p> <ul style="list-style-type: none"> – инновационных работ услуг, в том числе с применением цифровых технологий; – самозанятых в общем количестве малых предприятий и ИПФОЮЛ; – экспорта высокотехнологичной продукции и услуг, приходящаяся на малые предприятия; – высокотехнологичной продукции и услуг, приходящаяся на малые предприятия; – налоговых недопоступлений от предприятий малого бизнеса; – трудоспособного населения, занятого в малом предпринимательстве нелегально
<p><i>Микроуровень экономики</i></p> <p>Роль малого предпринимательства в народном хозяйстве</p>	<p>Это расширение охвата отдельных рынков и повышение степени удовлетворения населения в товарах и услугах.</p> <p>На создание и организацию работы малых предприятий не требуется крупных вложений, а также не требуется длительный срок вывода их на проектную мощность</p>	<p>Расширение охвата рынка высокотехнологической продукции и услуг в повышение степени удовлетворения населения.</p>

² По источнику [103]. Откорректировано и дополнено В. Ю. Буровым.

	<p>Развитие малого бизнеса способствует развитию конкуренции на отдельных рынках, где отсутствует целесообразность монопольного доминирования.</p> <p>Малые предприятия отличаются более простой структурой управления, т. к. не требуют сложных управленческих подходов, свойственных крупным предприятиям.</p> <p>Развитие малого бизнеса в определённой степени способствует снижению безработицы, т. к. малые предприятия создают новые рабочие места</p> <p>Малые предприятия более гибки и восприимчивы к конъюнктуре целевого рынка и в теории быстрее реагируют на изменения спроса по сравнению с крупными предприятиями</p>	<p>Интегрирующую роль МП – без малых фирм экономика имела бы «лоскутный» характер.</p> <p>Сектор МП аккумулирует в себе значительное число самозанятых: сама природа информационных технологий способствует тому, что работа «на дому» становится естественным процессом для значительной части самозанятых</p>
<p><i>Социальная роль малого предпринимательства в экономике</i></p>	<p>Повышение степени удовлетворения потребностей населения в товарах и услугах.</p> <p>Улучшение качества обслуживания.</p> <p>Повышение удовлетворённости населения в своём труде, как средстве самовыражения; повышение уровня жизни населения.</p> <p>Малое предпринимательство влияет на увеличение количества представителей среднего класса, мелких собственников, которые заинтересованы в стабильности экономической системы страны.</p> <p>Снижение социальной напряжённости в обществе</p>	<p>Обеспечение населения объектами просвещения, образования и культуры, искусства, спорта, транспортного обслуживания.</p> <p>Обеспечение товарами и услугами людей с низкими доходами и с уникальными потребностями. Ориентируясь на конкретного потребителя, малое предприятие способно проводить продуктивную политику, удовлетворяющую потребности определённого узкого круга клиентов</p>
<p><i>Цифровая экономика</i></p>	<p>Субъекты малого предпринимательства могут быстрее адаптироваться к изменениям условий хозяйствования, что особенно становится актуальным в условиях применения цифровых технологий</p>	<p>—</p>

Масштаб бюрократического (административного) влияния на ведение производственно-хозяйственной деятельности связан с исполнением огромного количеством нормативных документов, что можно рассмотреть на примере малого горного предпринимательства. Так, в области геологического изучения недр выпущены порядка 300 приказов, постановлений, протоколов, инструкций, писем, методических указаний, из которых около 200 являются действующими. В области недропользования действуют более 140 документов, начиная с законов и заканчивая всевозможными регламентами, письмами, приказами, методическими рекомендациями. Перечень разрешительной документации и её стоимость приведены в табл. 4.

Таблица 4

Разрешительная документация и стоимость работ и услуг на освоение маломасштабного месторождения³

<i>Наименование разрешительной документации</i>	<i>Денежные затраты, тыс. р.</i>
1. Участие в аукционе – разовый платёж	от 100 до 500
2. Сбор за участие в аукционе	48,9
3. Государственная экспертиза ТЭО кондиций и подсчёта запасов в ТКЗ	от 25 до 1000
4. Разработка технического проекта на эксплуатацию золотоносной россыпи	до 2000
5. Государственная экспертиза технического проекта или экспертиза промбезопасности	от 80 до 120
6. Разработка и согласование проектов предельно допустимых выбросов (ПДВ) и предельно допустимых сбросов (ПДС)	до 400
7. Разработка и согласование проекта на захоронение отходов горного производства	до 250
8. Разработка проекта горного отвода, согласование и получение в Ростехнадзоре «Акта горного отвода»	до 150
9. Разработка проекта земельного или горного отвода	до 100
<i>Итого</i>	<i>до 4500</i>

³ По источнику [52].

Ситуация складывается таким образом, что денежные затраты только на получение различных разрешительных документов, даже исключая затраты на освоение маломасштабного месторождения, могут значительно превысить стоимость добываемого полезного ископаемого [52].

Известный российский учёный А. Виленский связывает сектор МП с улучшением качества экономического пространства по параметрам его плотности, размещения и связанности: «В частности, такие параметры, как рост регионального продукта, распределения населения и экономической деятельности, интенсивность экономических связей, мобильность занятых и всего населения территории, а также мобильность товаров, услуг и капитала непосредственно влияют на определяемые развитием транспортных и коммуникационных сетей изменения внутри группы пространственной структуры каждого региона. Активную позитивную роль в улучшении вышеназванных параметров должно играть малое и среднее предпринимательство» [39, с. 265].

Сегодня МП является одним из главных факторов обеспечения экономической безопасности страны в целом и регионов в частности: «Малое предпринимательство оказывает сильнейшее воздействие на экономику, политику, социальную сферу и по накопленному в нём человеческому потенциалу, креативности и инновационности, по способности генерировать новые идеи, масштабам влияния на рынок призвано стать важнейшим фактором ускорения рыночных преобразований и обеспечения достойных условий жизни миллионов граждан. Это даёт основание говорить о том, что состояние, развитие и устойчивая динамика малого предпринимательства во многом определяют экономическую безопасность государства» [25, с. 164].

Современный этап развития МП характеризуется следующими противоречиями: в условиях трансформируемой экономики сущность предпринимательской деятельности субъектов малого бизнеса проявляется в несовпадении целей, которые идентифицируются с национальными интересами и интересами хозяйствующих субъектов малого бизнеса.

Развитие малого современного предпринимательства в России характеризуется:

- избыточным уровнем государственного вмешательства в хозяйственную деятельность малых предприятий и при этом декларативностью их государственной поддержки;
- большими масштабами теневизации деятельности малых предприятий;
- потерей предпринимателями социальной ответственности перед наёмными работниками;
- низким уровнем компетентности самих предпринимателей по вопросам применения цифровых технологий.

Трансформация сущности понятия малого предпринимательства на современном этапе связана с изменениями не только качественных и количественных его признаков (ориентацией на прибыль, применением наёмного труда, количеством работников), но, в основном, с изменением сущности его функций, что вызывает необходимость менять подход к рассмотрению функций малого предпринимательства и их значимости. Это демонстрирует *дуализм* такого феномена, как малое предпринимательство в современных реалиях: в условиях несовершенной институциональной среды, с одной стороны, оно является драйвером развития инновационной (цифровой экономики), с другой стороны – в случае непроизводительности влияет на этот процесс деструктивно. Деструктивность функций малого предприятия выражается в том, что непроизводительные субъекты сектора МП становятся тормозом развития экономики, т. к. не готовы осуществлять свою деятельность с применением цифровых технологий.

Проведённые исследования позволяют выделить наиболее актуальные направления государственного регулирования малых предприятий, среди которых – децентрализация государственной поддержки сектора МП с переносом полномочий и ответственности на муниципальный уровень. Это предусматривает и внедрение норм сбора всего объёма налогов, и неналоговых платежей именно на территории, где осуществляется их хозяйственная деятельность с условием направления половины собранных объёмов налогов на поддержку субъектов МП, а также разработку специальных мер поддержки малых предприятий производственного и высокотехнологического сектора экономики и создающих рабочие места.

Вызывает оптимизм процесс включения Забайкальского края и Республики Бурятия в Дальневосточный федеральный округ [108], т. к. реализация программ развития Дальнего Востока открывает перед регионами новые перспективы, давая стимулы инвестиционным проектам. Однако реализация концепции не предусматривает дополнительных расходов из федерального бюджета. И всё же нам видятся перспективы развития малого предпринимательства, и это связано с тем, что на федеральном уровне предполагается разработка механизмов реализации программ развития приграничных территорий в разрезе муниципальных образований, возмещение субъекту РФ затрат на создание объектов инфраструктуры, субсидирование строительства и реконструкции транспортной и инженерной инфраструктуры, подготовка кадров и обеспечение льготных кредитных лимитов в сфере развития туристической инфраструктуры.

Молодёжное предпринимательство и его роль в цифровой экономике

В общем подходе предпринимательство – это особый вид экономической активности, под которой иногда понимается целесообразная деятельность, направленная на извлечение прибыли, которая основана на самостоятельной инициативе, ответственности и инновационной предпринимательской идее. Экономическая активность предпринимателя представляет собой форму его участия в общественном производстве и способ получения им финансовых средств для обеспечения жизнедеятельности его самого и членов его семьи [115].

Молодёжное предпринимательство – это предпринимательская деятельность, осуществляемая гражданами РФ, возраст которых не превышает 35 лет и зарегистрированными в качестве индивидуальных предпринимателей, а также российскими коммерческими организациями, учредителями которых являются граждане РФ, возраст которых не превышает 35 лет, и в штате которых не менее 70% сотрудников являются гражданами РФ, не достигшими 35 лет [93].

В современном мире в международной практике молодежное предпринимательство является успешным инструментом решения социально-экономических проблем общества.

Развитие и поддержка молодёжного предпринимательства осуществляется путём: распространения знаний об основах ведения предпринимательской деятельности среди молодёжи; привлечения молодых людей для работы в области инноваций; формирования молодёжной предпринимательской среды в научно-технической сфере для студентов, выпускников высших учебных заведений; увеличения числа субъектов малого предпринимательства, создаваемых представителями молодёжи; поддержания конкурентоспособности.

Молодёжное предпринимательство – это особый вид предпринимательства. Оно, как и все другие разновидности предпринимательства, имеет свои определённые признаки, а также сильные и слабые стороны (см. табл. 5).

Таблица 5

Сильные и слабые стороны молодёжного предпринимательства⁴

<i>Молодёжное предпринимательство</i>	<i>Характеристика</i>
<i>Сильные стороны</i>	<ul style="list-style-type: none">– Высокая мобильность;– неординарное мышление;– гибкость подходов;– быстрота реакции по освоению новых рынков;– высокая инновационная активность;– предрасположенность молодёжи к риску;– возможность систематического обновления своих предпринимательских знаний и навыков в соответствии с изменяющимися требованиями производства и рынка;– потенциальная способность молодых людей выдерживать повышенные трудовые и нервные нагрузки, которые сопровождают предпринимательскую деятельность, особенно, на её стартовом этапе

⁴ По источнику: Статистическая оценка развития молодёжного предпринимательства России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.studbooks.net> (дата обращения: 10.10.2018).

<i>Слабые стороны</i>	<ul style="list-style-type: none"> – Отсутствие деловой репутации; – малое количество личных контактов в сфере бизнеса, а также во властно-управленческих структурах; – формирование стартового капитала является проблемой для молодёжного предпринимательства; – нет значительного социального опыта; – практические навыки применения экономических законов и механизмов очень незначительны; – незащищённость от воздействия бюрократических структур
-----------------------	---

Молодёжное предпринимательство является одной из актуальных сфер поддержки, как на региональном, так и на федеральном уровне. Главное противоречие предпринимательства как такового – с одной стороны, представители малого и среднего бизнеса в цивилизованном мире представляет основу среднего класса, основу стабильности общества, с другой – в нашем обществе ограничены условия и возможности для развития молодёжного предпринимательства. Проблематика предпринимательства молодёжи приобретает всё большую актуальность как на федеральном, так и на уровне регионов. Действующие предприниматели видят в молодёжи мощный и динамичный ресурс развития. Молодёжь крайне восприимчива к новым технологиям, активно ими пользуется и не видит рамок при взаимодействии с новыми ресурсами при их возникновении.

Мир информационных технологий, который сейчас активно проникает во все сферы жизни – это мир молодёжи и подрастающего поколения. Для реализации потенциала молодёжного предпринимательства следует следовать трём приоритетам:

- 1) вовлечение молодёжи в социальную практику, информирование о потенциальных возможностях развития;
- 2) развитие созидательной активности молодёжи;
- 3) интеграция молодых людей, оказавшихся в трудных жизненных ситуациях.

Важным эффективным механизмом реализации этих направлений является вовлечение молодых людей в предпринимательство как основной ресурс инновационного развития экономики

и общества при переходе от индустриального к постиндустриальному (информационному) этапу развития общества. Этой же позиции придерживается и Т. П. Крузе (Т. Р. Kruse): «...Стоит отметить, что на сегодняшний день огромные надежды возлагаются именно на молодых людей (поколение, которое растёт в эпоху развития цифровых технологий), более чувствительных к изменениям во внешней среде, гибко и быстро адаптирующихся к новым условиям и готовых применять в профессиональной деятельности инновационные технологии» [170].

Трудно представить, какой прорыв цифровых технологий произойдёт в последующие годы. С применением новейших цифровых технологий предстоит жить и работать. Поэтому привлечение молодёжи к передовым образцам развития цифровых технологий является наиболее актуальной задачей. «Научная проблематика данного направления (*прим. автора* – совершенствование технического образования молодёжи в условиях применения цифровых технологий) продиктована самой реальностью, всё более ориентирующейся на цифровой формат: исследование особенностей новой эпохи, формат художественного творчества, просветительства: новые медиа, создание цифровых библиотек, баз данных культурного наследия и музейных коллекций, цифровые реконструкции. Отмечается, что «такого рода задачи требуют не просто привлечения междисциплинарных команд, объединяющих совместные усилия гуманитариев и экспертов в области цифровых технологий, но универсальных специалистов, способных комплексно оценить ситуацию с учётом особенностей предметной области и предложить необходимые пути решения, в том числе и технические и технологические, а также осуществить их» [86].

Молодёжь привлекают в малом бизнесе те возможности, которые предоставляет рыночная экономика, новые пути самореализации и достижения жизненного успеха. У молодых людей больше шансов сделать карьеру в бизнесе, что связано с распространённой в молодёжной среде ориентацией на успех. На сегодняшний день присущи большинству молодых людей:

- инициативность;
- мобильность;
- склонность к риску;

- способность учиться и переучиваться;
- стремление к новизне и пр.

Результаты социологического опроса, проведённого среди студенческой и рабочей молодёжи, показали, что подавляющее число респондентов (56%) от числа опрошенных хотели бы занимается предпринимательской деятельностью [86]. Даже в тех регионах, которые являются стратегическими в плане освоения территорий, существует нереализованность потенциала как населения, так и территорий.

Согласно статистическим данным, количество зарегистрированных малых предприятия на территории Забайкальского края на 1 января 2017 г. составило – 15 959 по видам экономической деятельности (см. табл. 6) [140], а по состоянию на 1 ноября 2018 г. – 27 936⁵.

Таблица 6

Малые предприятия по видам деятельности

<i>Число предприятий и организаций (2017 г.)</i>	
Всего	15 959
<i>Из них по видам экономической деятельности:</i>	
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	894
Рыболовство, рыбоводство	10
Добыча полезных ископаемых	328
Обрабатывающие производства	807
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	241
Строительство	1609
Оптовая и розничная торговля, ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	3656
Гостиницы и рестораны	307
Транспорт и связь	1063
Финансовая деятельность	357

⁵ По источнику: Количество юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, сведения о которых содержатся в Едином реестре субъектов малого и среднего предпринимательства [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rmsp.nalog.ru> (дата обращения: 12.11.2018).

Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	2460
Государственное управление и обеспечение военной безопасности, социальное страхование	1201
Образование	1380
Здравоохранение и предоставление социальных услуг	392
Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг	1250

По данным ФНС, малых предприятий численностью сотрудников от 2 до 100 человек существует 5771, среди которых к молодёжным относится менее 1,5%.

Исходя из системных представлений, целесообразно рассмотреть задачу вовлечения молодёжи в предпринимательскую деятельность на нескольких уровнях (анализа):

- личность субъекта деятельности;
- мотивация субъекта деятельности;
- среда, в которой ему предстоит действовать.

Для ведения бизнеса необходимо совпадение трёх условий:

- 1) наличие у субъекта индивидуально-психологических свойств, личностных особенностей, способностей и т. д.;
- 2) мотивация субъекта;
- 3) наличие среды, которая характеризует определённый набор свойств, показателей и характеристик.

Именно свойства и особенности среды предприниматель использует для решения своих задач, в том числе и для «изобретения» нового бизнеса. Также стоит отметить, что в настоящее время существует ряд следующих показателей, определяющих степень благоприятности инновационной среды для предпринимательства:

- экономическая свобода;
- конкурентная среда;
- совокупность условий для развития малого бизнеса;
- правовые основы защиты интеллектуальной собственности;
- доступность венчурного капитала;
- отсутствие бюрократических барьеров;
- защищённость от криминала и коррупции;

- лояльное отношение общества к коммерческому успеху;
- механизмы исполнения контрактов.

В каждом конкретном случае получается своя совокупность этих условий и соответственно, свой эффект (в виде той или иной степени успеха). Наибольший результат как для самого предпринимателя, так и для его окружения (экономики, социума в целом) – обеспечить такое сочетание основных условий осуществления предпринимательской деятельности, когда они будут взаимодополняющими, благодаря чему усиливаются позитивные факторы и нейтрализуются негативные. В связи с тем, что далеко не каждый молодой человек изначально обладает набором всех этих свойств и качеств, необходимо проводить подготовку молодёжи, а именно:

1) в школах и высших учебных заведениях должно проводиться бизнес-обучение;

2) гарантированное поддержание таланта в школах, вузах, университетах;

3) организация встреч молодёжи с успешными бизнесменами.

В результате совокупности всех обучающих, воспитательных, развивающих и иных воздействий формируется личность предпринимателя с определённым набором личностных качеств. Эта модель способна обеспечить единство всего образовательного пространства – процессов создания, восприятия, оценки, освоения и практического применения знаний, когда инновационный процесс начинается с формирования предпринимательского мышления и сопровождается на некоторых его этапах производством и реализацией инновационной продукции.

С точки зрения партнёрских отношений между обществом, властью и бизнесом в модели государственно-частного партнёрства, на которое делается большая ставка, идёт развитие, однако, крайне медленно. Основной причиной является не заинтересованность регионов ускорено вводить показатели КРП (ключевые показатели эффективности) по внедрению государственно-частного партнёрства, а также целый ряд вопросов, которые встают из-за внедрения и декларативности уже принятых показателей и планов по ним:

- отсутствие в ряде регионов инвестиционных площадок, планов развития инвестиционной политики;
- несовершенство законодательной базы в области предпринимательства, государственно-частного партнёрства и инвестирования, а также в области молодёжного предпринимательства;
- декларативность мер поддержки и намерений к изменениям;
- апробация проводится лишь в части регионов, а опыт не ретранслируется;
- наличие административных барьеров;
- истории успеха молодых предпринимателей с государственной поддержкой более единичны, нежели системы, однако, активно продвигаются в СМИ и медиа;
- противоречия в региональных элитах.

Важнейшей особенностью малого и среднего бизнесов является освоение инвестиций, высокая скорость оборота средств, активная инициативная деятельность. Вместе с тем, им свойственны относительно низкая доходность, высокая интенсивность труда, сложность внедрения новых технологий, ограниченность собственных ресурсов и повышенный риск.

Анализ проблемы и предлагаемые пути решения. Серьёзной проблемой в развитии бизнеса, наряду с коррупцией, стала проблема преодоления так называемых административных барьеров, вмешательство органов местного самоуправления, высокие налоговые ставки, отсутствие целенаправленной государственной и региональной политики в отношении предпринимательства, отсутствие должного доступа малого и среднего предпринимательства к финансам. Данный вывод сделан из проведённого социологического исследования на территории Забайкальского края, членами Молодёжного парламента при Законодательном собрании Забайкальского края в рамках проведения кустовых семинаров в муниципальных районах края. Под барьерами понимаются специфические трудности развития бизнеса, обусловленные несовершенством государственного регулирования и контроля, либо сознательное ущемление со стороны отдельных органов или чиновников.

Можно сгруппировать существующие проблемы предпринимателей в пять основных видов:

1. Законодательный – связанный с недостаточностью финансовых ресурсов для развития бизнеса, инфляцией, сложностью получения кредита и его высокой процентной ставкой, высокой стоимостью аренды и оборудования.

2. Административный – наличие административных барьеров и коррупции.

3. Кадровый – сложность в подборе квалифицированных кадров для бизнеса, в самой подготовке предпринимателей, специалистов, органов государственной власти и местного самоуправления, взаимодействующих с предпринимателями по роду выполняемых функций.

4. Информационный – отсутствие или проблемы в получении информации о поддержке бизнеса, существующих программах, семинарах, правовой документации и т. п.

Решение основных проблем в сфере молодёжного предпринимательства можно выстроить таким образом, как представлено на рис. 1.



Рис. 1. Этапы решения основных проблем в сфере молодёжного предпринимательства

Молодым предпринимателям необходима финансовая, информационная и консультационная поддержка, но мало кто к ним прибегает, т. к. помощь, как показывает практика, чаще всего, выборочная и не системная. Это свидетельствует об отсутствии стратегии системности и комплексности поддержки, обеспечивающих пропорциональное развитие элементов внешней и внутренней предпринимательской среды.

Существуют такие предложения по развитию молодёжного предпринимательства:

- введение факультативных занятий с целью профориентации «Основы предпринимательской деятельности», «Профориентация и обзор рынка труда»;

- организация на базе образовательных учреждений учебно-деловых центров молодёжных инициатив, основной целью которых является формирование первоначальных знаний по основам предпринимательства и умение применять их на практике при организации нового бизнеса;

- организация регулярных встреч в учебных заведениях молодёжи с успешными бизнесменами региона;

- для создания и развития инфраструктуры начинающих предпринимателей на территории городов необходимо создавать советы молодых предпринимателей;

- посредством СМИ формировать «моду» на молодёжное эффективное предпринимательство.

Необходимо:

- отменить налогообложение для молодых предпринимателей сроком на 5 лет, но только в производственном секторе, а также увеличить доступность льготного кредитования на открытие бизнеса;

- расширить спектр объёма и доступность банковского кредитования, снизить банковские процентные ставки за счёт дальнейшего развития гарантийного механизма и субсидирования банковских процентных ставок;

- упростить процедуру получения микрозаймов малому и среднему бизнесу, развивать новые кредитные продукты, в том числе предоставлять беззалоговые займы;

- использовать механизмы кредитования под государственные и муниципальные заказы.

На территории РФ есть значительный потенциал для реализации молодёжи, проявляющей рыночную активность и желание заниматься предпринимательской деятельностью. Такую тенденцию и настроения можно проследить по количеству аудитории предпринимательских сообществ и их популярность. В среднем по результатам поиска в социальной сети «ВКонтакте» по поисковым запросам «миллионер», «бизнес-сообщество», «бизнес для молодёжи», «бизнес с нуля», «инвестиции», «бизнес-успех» аудитория превышает 1 млн человек на одну группу.

Роль государственной политики в отношении начинающих предпринимателей должна заключаться в том, что в рамках мер поддержки для открытия собственного бизнеса следует предусматривать взаимоувязку бизнес-обучения, бизнес-консультирования, предоставления льгот и кредитных гарантий. Молодёжное предпринимательство возможно воспринимать при грамотной поддержке, снятии административных барьеров, при создании оптимальных и удобных условий для ведения деятельности в производстве как будущему среднему классу, который принесёт государству гораздо больше со временем, чем сейчас.

1.2. Развитие цифровой экономики и малое предпринимательство

«Экономика России в результате радикальной трансформации, произошедшей, за последние годы, перестала быть закрытой и постепенно стала частью мировой экономики. Главная особенность будущего мира – проникновение цифровых технологий в жизнь человека. Это обусловлено прогрессом в областях информационных технологий, телекоммуникаций» [20].

Основная задача «Программы развития цифровой экономики в Российской Федерации до 2035 года» [125] – формирование системы мер поддержки и стимулирования, которая обеспечивает мотивацию субъектов экономической деятельности к цифровым инновациям и исследованиям в области цифровых технологий (см. прил.). Эта программа рассматривает повышение конкурентоспособности, развитие инновационного малого предпринимательства в сфере цифровой экономики при помощи такого инструмента, как внедрение и развитие цифровых технологий в работе.

Развитие цифровой экономики в странах мира определяется одним из показателей – глобальным индексом подключения (*GCI-Global Connectivity Index*). Это и инструмент, и отчёт, в котором оценивается место стран в области развития цифровой экономики, определяющееся инвестициями, внедрением, опытом и потенциалом в построении соответствующей ИКТ-инфраструктуры. Коммуникационная компания, которая находится и функционирует на территории Китая – *Huawei Technologies Co. Ltd* – проводит оценку GCI [84].

Исследование и оценка до сегодняшнего дня проводилась в 50 странах, с 2018 г. рассматриваются 79 стран мира, где применяются 40 индикаторов, которые делятся по следующим группам параметров:

- 1) параметры производительности;
- 2) технологические параметры обеспечения трансформации в цифровую экономику [168].

По исследованиям за последние пять лет по взаимосвязи между уровнем ИКТ-инфраструктуры и ростом ВВП, учитывая шкалы GCI 2018, установлено, что в тех странах, где очень активно развиваются и внедряются ИКТ-технологии, отмечается ярко выраженный прирост ВВП. В тех странах, где не инвестируют значительные средства в данную сферу, не удаётся добиваться хороших результатов. Такие рейтинги проводятся по шкале индекса GCI, по которому страны делятся на три категории [128]:

1. Страны-лидеры – индекс GCI по шкале имеет значение от 56 до 85, средний ВВП на душу населения составляет 54 100 долл. США. В этих странах самые развитые экономики (число пользователей цифровыми технологиями быстро растёт).

2. Догоняющие страны – рейтинг по шкале индекс GCI имеет значение от 35 до 55, средний ВВП на душу населения составляет 16 300 долл. США. В этих странах наблюдается максимальный рост ВВП на инвестиции в ИКТ-инфраструктуру.

3. Страны-новички – индекс GCI по шкале имеет значение от 20 до 34. Средний ВВП на душу населения составляет 3700 долл. США. Такие страны находятся на ранних стадиях масштабного развёртывания ИКТ-инфраструктуры. Их цель – расширить зоны сетевого взаимодействия и предоставить большему количеству новых пользователей доступ к цифровой экономике.

Из данного рейтинга видно, что лидирующее положение занимает США, т. к. рейтинг увеличился с 76 до 78 пунктов. В лидирующую пятёрку входят также Сингапур, Швеция, Швейцария, Великобритания. В первую тройку активных стран, где инвестиции приносят наибольшие дивиденды – Словения, Китай и Египет. Россия в 2018 г. осталась в категории развивающихся стран и прибавила всего один пункт, заняв 36-е место, по GCI имеет 46-е значение (см. табл. 7).

Исходя из рассмотренного рейтинга показателя глобального индекса подключения, можно сделать вывод, что Россия имеет низкий уровень развития цифровой экономики по сравнению странами-лидерами.

Далее подробно рассмотрим, какое влияние оказывает внедрение цифровых технологий на сферу малого и среднего инновационного предпринимательства в Российской Федерации и также, какие проблемы стоят на пути прогрессивного развития цифровой экономики и её распространения в рассматриваемой сфере бизнеса [171].

«...Исследования понятия “предпринимательство” показали отсутствие единства взглядов на этот экономический феномен и социальный феномен. Однако при всех имеющихся разночтениях можно выделить общие для всех подходы, которые позволяют дать определение предпринимательству. В частности, ни у кого не вызывают возражения такие положения, как:

а) предпринимательская деятельность осуществляется ради получения прибыли;

б) предпринимательская деятельность связана с риском;

в) предпринимательская деятельность полезна для общества;

г) по своей сущности предпринимательская деятельность является организаторской, самостоятельной, инициативной и инновационной» [29, с. 32].

Под предпринимательской деятельностью, в условиях развития цифровой экономики рассматривается организация деятельности в рамках компетенций самого предпринимателя, позволяющая получить максимальную прибыль при минимальных затратах, но только с помощью применения цифровых технологий возможно создать востребованные обществом высокотехнологические товары и услуги.

Оценка прогресса по странам в области перехода к цифровой экономике (2018 г.)

Страны-лидеры			«Догоняющие страны»			Страны-новички		
Место	Страны	GCI	Место	Страны	GCI	Место	Страны	GCI
1-е	США	78	28-е	Италия	50	55-е	Аргентина	38
2-е	Сингапур	75	29-е	Чехия	50	56-е	Перу	37
3-е	Швеция	73	30-е	Венгрия	49	57-е	Филиппины	35
4-е	Швейцария	71	31-е	Словакия	49	58-е	Иордания	34
5-е	Великобритания	70	32-е	Малайзия	48	59-е	Египет	34
6-е	Финляндия	68	33-е	Чили	48	60-е	Ливан	34
7-е	Дания	68	34-е	Греция	46	61-е	Вьетнам	34
8-е	Нидерланды	67	35-е	Хорватия	46	62-е	Венесуэла	33
9-е	Норвегия	65	36-е	Россия	46	63-е	Индия	33
10-е	Япония	65	37-е	Кувейт	45	64-е	Индонезия	33
11-е	Южная Корея	64	38-е	Польша	45	65-е	Марокко	33
12-е	Австралия	64	39-е	Румыния	45	66-е	Алжир	32
13-е	Люксембург	63	40-е	Бахрейн	45	67-е	Эквадор	31
14-е	Германия	63	41-е	Саудовская Аравия	44	68-е	Кения	29
15-е	Новая Зеландия	62	42-е	Беларусь	44	69-е	Гана	29
16-е	Ирландия	62	43-е	Болгария	44	70-е	Нигерия	29

17-е	Канада	62	44-е	Бразилия	43	71-е	Ботсвана	29
18-е	Бельгия	61	45-е	Казахстан	42	72-е	Намбия	29
19-е	Франция	61	46-е	ЮАР	42	73-е	Парагвай	26
20-е	Австрия	60	47-е	Оман	42	74-е	Танзания	25
21-е	Испания	55	48-е	Мексика	42	75-е	Уганда	25
22-е	Эстония	54	49-е	Уругвай	41	76-е	Боливия	25
23-е	ОАЭ	53	50-е	Украина	41	77-е	Пакистан	25
24-е	Литва	52	51-е	Таиланд	40	78-е	Бангладеш	24
25-е	Португалия	52	52-е	Турция	39	79-е	Эфиопия	23
26-е	Словения	51	53-е	Сербия	39			
27-е	Китай	51	54-е	Колумбия	39			

Предпринимательский риск – одна из проблем малого бизнеса. Он резко возрастает при использовании малыми предприятиями цифровых технологий в своей деятельности. Это, в первую очередь, связано с выпуском новой высокотехнологической продукции, а также с увеличением масштабов финансирования этого процесса. Существует множество отрицательных и положительных факторов, которые влияют на развитие малого предпринимательства.

В табл. 8 рассмотрены проблемы развития малого и среднего предпринимательства, среди которых можно отметить некомпетентность предпринимателей, отсутствие кадровой подготовки, а также и сложность внедрения новых технологий [20, с. 44–49].

Таблица 8

Проблемы развития малого и среднего предпринимательства

<i>Стартовый капитал</i>	Ограниченность привлечения заёмных финансовых средств. Предприниматель вынужден самостоятельно находить денежные средства
<i>Имущественная ответственность</i>	Полная имущественная ответственность за долги при банкротстве
<i>Отсутствие спроса и платёжеспособности населения</i>	Малому предприятию трудно производить товар/услуги за недорогую цену в больших количествах, в результате и спрос на продукцию небольшой
<i>Низкие доходы</i>	Продолжительный срок выхода на прибыльность, который напрямую зависит от вида деятельности
<i>Трудности в получении кредита</i>	Коммерческие банки не стремятся выделять средства для малого бизнеса, т. к. большие риски невыплаты кредитов, а коммерческие банки предоставляют кредиты с высокими процентными ставками и с короткими сроками. Из-за отсутствия залогового имущества банковские кредитные программы малодоступны для молодых предпринимателей
<i>Высокий уровень риска</i>	Высокая степень неустойчивости положения на рынке в связи с конкуренцией как следствие высокий уровень риска банкротства

<i>Несовершенная законодательная база государства</i>	В российском законодательстве регламентируются размеры предприятия, выручки и др. Малые предприятия обязаны проходить множество проверок и отчётов, что сдерживает их развитие
<i>Проблемы с налогообложением и заработной платой</i>	Негативное влияние на рентабельность компании оказывают значительные затраты на заработную плату и связанные с ней налоги (30–50%). Проще покрывать часть расходов за счёт фондов предприятия, при этом выплачивая минимальные заработные платы
<i>Сложность внедрения новейших технологий</i>	Нет возможности привлечения капитала от инвесторов. При внедрении новейших технологий необходимы финансовые средства, которых нет у малого предпринимательства
<i>Некомпетентность предпринимателей</i>	Слабое управление из-за отсутствия знаний, умений и навыков в области финансов, производства, менеджмента, маркетинга, а также недостаточность опыта в управлении и неспособность решения нестандартных задач
<i>Кадровая подготовка</i>	Отсутствие профессиональной переподготовки предпринимателя и сотрудников компании

Согласно опросам, в среде малого предпринимательства США главными причинами неэффективного развития бизнеса в аспекте профессиональной некомпетентности являются:

- некомпетентность руководителей данного бизнеса;
- недостаточный и несбалансированный опыт в управлении, производстве, финансах, поставках;
- неумение делового общения, т. е. поддержания деловых связей и контактов⁶.

Некомпетентность предпринимателя одна из главных проблем малого предпринимательств, которая выражается в отсутствии знаний в области менеджмента, производства, маркетинга, финансов, опыта в управлении, неспособности решения инновационных задач и т. п. Г. А. Хасанов предполагает, что «необходимы серьёзные инвестиции в развитии человеческого капитала в России», и в аспекте развития цифровой экономики актуальность этой позиции возрастает [148]

⁶ Цит. по: Burov V. Sushchnost's drills and the maintenance of small business: theoretical aspects // The bulletin of the Buryat State University. A series: Economy and the right. – 2013. – № 2. – P. 32.

Существует два подхода к понятию «цифровая экономика»: классический и расширенный. Цифровая экономика в классическом подходе рассматривается как экономика, осуществляемая с помощью цифровых технологий в области электронных товаров и услуг, примерами служат дистанционное обучение, продажа медиаконтента, телемедицина и т. п. Цифровая экономика по второму подходу – экономическое производство, использующее цифровые технологии.

С. Александров и Р. Искандаров считают, что «цифровая экономика (*Digital Economy*) – экономика, осуществляемая с помощью цифровых телекоммуникаций». Они выделили некоторые преимущества цифровой экономики, которые благоприятны для развития малого и среднего бизнеса. Информация является основным ресурсом, источником, которой не иссякает и используется множество раз, и это одно из основных преимуществ цифровой экономики [1].

В табл. 9 рассмотрены преимущества и недостатки цифровой экономики в развитии малого предпринимательства. Из её данных видно, что развитие цифровой экономики позволит улучшить деятельность малого предпринимательства, т. к. новые цифровые бизнес-модели, в первую очередь, направлены на снижение себестоимости и как следствие – получение дополнительной выручки от цифровых решений, а также на оптимизацию взаимодействия с клиентом и улучшение обслуживания клиентов за счёт изучения опыта их работы.

Таблица 9

**Преимущества и недостатки цифровой экономики
в развитии малого предпринимательства**

<i>Преимущества цифровой экономики</i>	
Основной ресурс – информация	От использования этот источник не иссякает
Торговые площадки в интернете	Не ограничены
Успешная конкуренция	Для малого и среднего предпринимательства
Физический ресурс	В предоставлении услуг используется множественное количество раз

Масштаб операционной деятельности	Ограничен только размерами интернета
Клиент	Это «божество»
<i>Недостатки цифровой экономики</i>	
Малочисленность подготовки кадров и недостаточное соответствие образовательных программ нуждам цифровой экономики	Дефицит кадров в образовательном процессе всех уровней образования

Перестраиваться крупному бизнесу намного сложнее, т. к. его бизнес-процессы долгое время не подвергались изменениям. Люди, системы и оборудование не подготовлены к работе в новой цифровой среде. Компании, занимающие когда-то большие доли рынка, теряют свои конкурентные преимущества, при этом подводят своих владельцев и руководителей к идее проведения масштабных преобразований для коренного изменения ситуации.

«Цифровая экономика (электронная) – совокупность общественных отношений, складывающихся при использовании электронных технологий, электронной инфраструктуры и услуг, технологий анализа больших объёмов данных и прогнозирования в целях оптимизации производства, распределения, обмена, потребления и повышения уровня социально-экономического развития государств»⁷.

Цифровая экономика представляет собой хозяйственную деятельность, ключевым фактором производства которой являются цифровые данные, она способна:

- 1) формировать информационное пространство, при этом учитываются потребности граждан и общества в качественных и достоверных сведениях;
- 2) развивать информационную инфраструктуру России, организацию и применение информационно-телекоммуникационных технологий страны;
- 3) создавать новые технологические основы для социальной и экономической сферы.

⁷ Программа «Цифровая экономика Российской Федерации»: утв. распоряжением Правительства Рос. Федерации от 28.07.20017 г. № 1632-р [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.static.government.ru/media> (дата обращения: 12.10.2018).

Цифровая экономика напрямую влияет на жизнь граждан и общества в целом и состоит из нескольких уровней, которые представлены на рис. 2 [125].

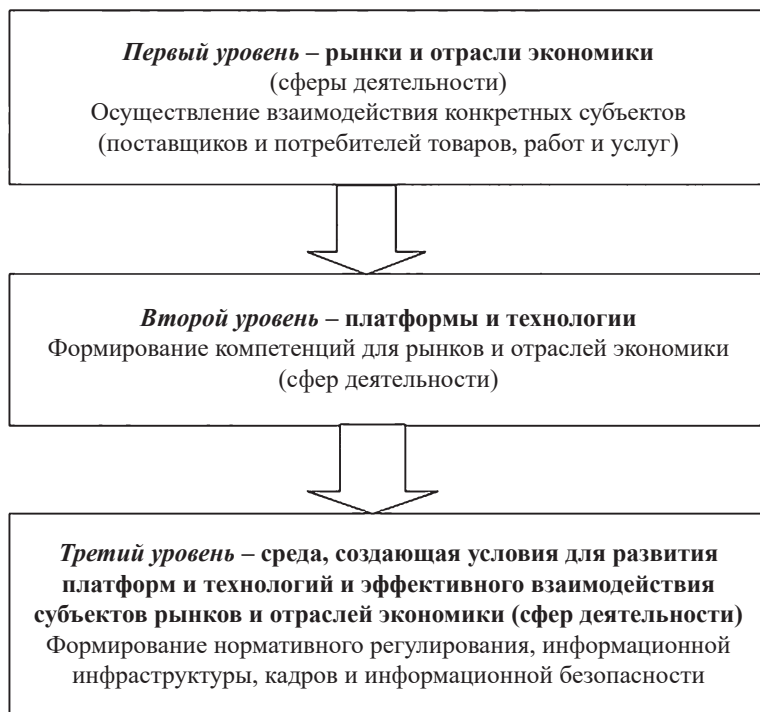


Рис. 2. Уровни развития цифровой экономики

В цифровой экономике выделяют пять основных отличительных черт [37]:

1. Экономическая деятельность сосредотачивается на *платформах цифровой экономики*, под которой понимается цифровая среда с набором функций и сервисов, обеспечивающая напрямую потребности как потребителей, так и производителей. Примером «Платформы» как бизнес – модели служит классический рынок, где производители и потребители находят друг друга.

2. Вторая отличительная черта – *персоналифицированные сервисные данные*. Развитие технологий в современном мире, таких

как Big Data и 3D-печать позволяет удовлетворять потребности не только среднестатистического потребителя, но и каждого конкретного клиента.

3. Цифровая экономика позволяет *непосредственно взаимодействовать производителям с потребителями* – это одна из особенностей экономики. Общение напрямую потребителей с производителями без многочисленной цепочки посредников позволяет развиваться коммуникационным технологиям.

4. *Распространение экономики совместного пользования* рассматривается по двум разделам: 1) совместное владение теми или иными товарами; 2) оплата за предоставленную информацию, например, если рассматривать нескольких семей, то владение автотранспортным средством будет более экономично, чем содержание одного личного автомобиля или применение услуг такси по отдельности.

5. Вклад отдельных людей в экономику страны более значителен, поэтому энтузиастам-одиночкам отводится особая роль в бизнес-процессах при развитии технологий (см. рис. 3).

В цифровой экономике выделяют два типа взаимодействия:

Первый тип – *Business-to-business – B2B, Business-to-customer/consumer – B2C, Business-to-government – B2G* – к нему относятся фрилансеры, выполняющие контрактные обязательства на аутсорсинге.

Второй тип – *Customer-to-business – C2B, Customer-to-customer – C2C Crowd Funding – C2F* – составляют стартапы.

Формирование соответствующей институциональной среды – одно из важных условий эффективного развития ведущих сфер человеческой деятельности в цифровой экономике. К одному из ключевых институтов важно отнести кадры и образование, в рамках которых создаются условия для успешного развития цифровой экономики.

«На сегодняшний день изменения в экономике стран прогнозирование её развития на перспективу, затрагивает все уровни сферы образования, начиная от начального, среднего, профессионального и до высшего – это напрямую связано с качеством знаний, получаемых обучающимися» [20].



Рис. 3. Основные отличительные черты цифровой экономики

На сегодняшний день система образования России расширяет применение цифровых технологий следующим образом:

1. В соответствии с государственными требованиями образовательные учреждения имеют выход в сеть Интернет, а также индивидуальные сайты.

2. В целях развития цифровой экономики программы общего образования проводится курс информатики и информационно-коммуникационных технологий, дополнительно осуществляется подготовка кадров по цифровой экономике.

В системе образования по применению цифровых технологий можно выделить следующие недостатки:

- 1) несоответствие образовательных программ нуждам цифровой экономики и малочисленность подготовки кадров;
- 2) дефицит кадров в самой системе образования на всех уровнях образовательного процесса в вопросах цифровой экономики;
- 3) недостаточное применение цифровых технологий в учебной деятельности, а также процедурах итоговой аттестации.⁸

Таким образом, начиная с вузов, необходимо создавать благоприятную среду формирования нового типа компетентных предпринимателей творческих и инициативных, владеющих необходимыми знаниями, умениями и навыками, легко адаптирующихся к быстро изменяющейся среде, лидеров по натуре, способных быстро ориентироваться на развитие цифровых технологий.

Базируясь на цифровых технологиях, цифровая экономика предполагает новый способ технологического производства, который требует новых специалистов и новых условий развития. Можно выделить ряд требований, которыми должен обладать специалист: IT-грамотность; языковая мобильность; желание учиться; трудовая миграция (см. рис. 4) [159].

Исходя из сказанного, в период перехода всех стран на цифровую экономику перед современными университетами и другими вузовскими организациями стоят следующие задачи: подготовка по направлениям бакалавров и магистров, специалистов, т. е. создание условий, разработка новых рабочих программ, по которым обучающиеся смогут сформировать компетенции: получить знания, умения, навыки, требуемые цифровой экономикой.

В табл. 10 показано формирование цифровых компетенций по пяти уровням цифровой подготовки, которые формируются в разных формах обучения: 1) аналитический; 2) профессиональный; 3) продвинутый; 4) базовый; 5) элементарный [127, с. 68]

⁸ Программа «Цифровая экономика Российской Федерации»: утв. распоряжением Правительства Рос. Федерации от 28.07.20017 г. № 1632-р [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.static.government.ru/media> (дата обращения: 12.10.2018).



Рис. 4. Требования к современным специалистам, ориентирующимся в цифровой среде

Таблица 10

Уровни формирования цифровых компетенций в обучении

<i>Уровень цифровой подготовки</i>	<i>Форма обучения</i>	<i>Навыки информационно-коммуникационных технологий (ИКТ)</i>
<i>Аналитический</i>	Аспирантура	Навыки поиска информации, способности получения доступа к ней. Анализ и обобщение, разработка практических рекомендаций для применения имеющегося опыта
<i>Профессиональный</i>	МВА (master of business administration). Переподготовка	В области ИКТ навыки работы с современными программными продуктами. Эксплуатация, управление, обслуживание, проектирование информационной архитектуры. Создание дизайна. Научные исследования и разработки
<i>Продвинутый</i>	Повышение квалификации. Магистратура (нетехнические специалисты)	Ориентация в развивающихся цифровых условиях: в программном обеспечении, аналитических технологиях и платформах отчётности. Развитие способности в применении на практике цифровых технологий. Знания и навыки в области этики применения ИКТ
<i>Базовый</i>	Бакалавриат. Колледж. Школа	Компоненты цифровой грамотности: доступ к сети, базовые навыки программирования и алгоритмизации, создание продуктов и коммуникационный обмен информацией в индивидуальной или коллективной работе,

<i>Уровень цифровой подготовки</i>	<i>Форма обучения</i>	<i>Навыки информационно-коммуникационных технологий (ИКТ)</i>
		владение компьютерными технологиями, умение пользоваться веб-средой
<i>Элементарный</i>	Население	Компьютерная грамотность: пользовательские навыки, необходимые для получения услуг в цифровой среде

Происходящие на сегодняшний день изменения в экономике заставляют традиционные вузы переходить на новые виды образования (онлайн-образование, подготовка, переподготовка кадров), разрабатывать новые стандарты, расширять нишу программ, где студенты могут развивать компетенции, требуемые цифровой экономикой. В таком переходном периоде эксперты выделяют новые модели университетов и их функции, на основе которых построены данные модели (см. табл. 11) [127].

Таблица 11

Новые модели университетов и их функции

<i>Типы и группы университетов</i>	<i>Характеристика университета и его функции</i>
<i>Глобально-исследовательские</i>	Реализующие вокруг себя сетку стартапов, которые создают благоприятную среду для новых бизнесов своих выпускников, для новых социальных инициатив. Функции: моделирования окружающего мира (<i>setting university</i>); максимизация: моделирования окружающего мира; ресурсов; создания новых
	стартапов (модель <i>rocket unicorn university</i>); идеологии (модель <i>singularity university</i>); мотивации; проявления таланта; накопленного научного капитала; конкурентных преимуществ экономики России; экосистемы; вызова (миссия – новый продукт, переворачивающий мир)

<i>Региональные центры интеллектуальной концентрации</i>	Главное – это ориентация на социальную функцию, т. е. «выращивание» местных бизнесов и разработка социальных проектов; функцию расширенного университета
<i>С онлайн-обучением</i>	Главная функция – обеспечить максимально широкий охват населения высшим образованием
<i>Корпоративные</i>	Подготовка и переподготовка кадров для корпораций и отраслей
<i>«Бывшие» колледжи</i>	Профессии людей, работающих руками (к 2030 г. по анализу экспертов будут дефицитными)

Внимание заслуживает созданный образовательный негосударственный университет «Университет НТИ 20.35», задача которого – профессиональное развитие человека в цифровой экономике, а ориентация – подготовка лидеров компаний, участников Национальных технологических инициатив (далее – НТИ), также специалистов, которые работают на глобальных рынках. Партнёром данного проекта выступает Российская венчурная компания (далее – РВК). Общая стоимость проекта за 2017–2018 гг. составляет 1,6 млрд р., 300 млн р. из них – в 2017 г., 1300 млн р. – в 2018 г. Эти средства выделяются в рамках финансирования НТИ отдельным постановлением правительства [144].

По окончании полугодовой программы у выпускников Университета НТИ формируется цифровой профиль компетенций, отражающий достижения. Особенность данной онлайн-платформы – «умный» подбор компетенций, которые необходимы конкретному студенту. Пока платформы нет, подбором траекторий обучения для учащихся будут заниматься сотрудники учебного заведения. Дипломы государственного образца выпускники не получают.

Первые курсы создаются по формированию двух типов компетенций:

– *softskills* (управление личной эффективностью, командой, управление новыми типами организаций, экономическая эффективность на глобальных рынках и др.);

– сквозные технологии (искусственный интеллект, дополненная и виртуальная реальности, киберфизические системы и др.). Образовательной лицензии программ высшего образова-

ния у проекта нет. Классическим образовательным организациям Университет не создаёт конкуренцию, т. к. ниша НТИ – это дополнительное образование – а собирает собственную индивидуальную программу, используя неограниченные возможности всего мира.

Таким образом, экономика России в конкурентной среде постоянно изменяется, что оказывает влияние на нестабильное развитие экономики и политики, малого предпринимательства, на систему образования.

По показателям глобального индекса подключения GCI, Россия имеет низкий рейтинг, а значит низкий уровень развития цифровой экономики в стране, что объясняется следующими факторами:

- уровень использования информационных технологий в сфере бизнеса по сравнению с более развитыми странами мира очень низкий, наблюдается это и в секторе малого и среднего инновационного предпринимательства;

- отсутствие надлежащей в России необходимой инфраструктуры для выхода уникальных отечественных информационных продуктов как на мировой рынок, так и для внедрения во внутренний рынок страны, что относится и к сектору малого и среднего инновационного предпринимательства;

- недооценка российских предпринимателей потенциала цифровой экономики, её воздействия на эффективность, продуктивность и увеличение роста бизнеса, на повышение его конкурентоспособности на рынке малого и среднего бизнеса [139].

Можно сделать следующий вывод: у предпринимателей не всегда есть возможность благополучной реализации своего дела с применением цифровых технологий.

По нашему исследованию, для малого и среднего предпринимательства, рассматриваемого в рамках цифровой экономики, конкурентными преимуществами являются высококвалифицированные сотрудники, своевременный доступ к информации, что предполагает наличие цифровых платформ, которые необходимы для ведения бизнеса или развития цифрового направления бизнеса. Для решения определившихся проблем необходимо реализовать государственные программы развития цифровой экономики, что предусматривает адаптацию новых технологий к потребно-

стям бизнеса в рамках государственно-частного партнёрства. Изменения в процессе образования необходимо начинать на всех уровнях, а именно необходимо:

- расширение применения цифровых технологий;
- создание соответствующих условий;
- изменение образовательных программ, т. е. формирование знаний, умений и навыков, востребованных цифровой экономикой, позволяющих в дальнейшем развитие благоприятной среды для формирования нового типа компетентных предпринимателей.

Для решения задач развития цифровой экономики, в том числе и в сфере малого и среднего инновационного предпринимательства России, российские учёные предлагают обеспечить:

- в сфере инновационного научно-технологического развития стран стабильное формирование функционирующей системы международного сотрудничества, и в частности в сфере цифровой экономики;

- организацию и внедрение системы стимулирования и использования цифровых и инновационных технологий предпринимателями, которые ведут как малый, так и средний бизнес [139];

- создание на государственном уровне условий обучения и повышения квалификации специалистов в сфере развития инновационных технологий и цифровой экономики. При этом, начиная с вузов необходимо создавать благоприятную среду для формирования нового типа предпринимателей малого и среднего бизнеса, которые будут способны решать задачи инновационного характера с ориентацией на цифровые технологии.

Таким образом, проблему внедрения и развития цифровой экономики в сфере малого предпринимательства в России возможно решать, в первую очередь, через развитие инфраструктуры для продвижения отечественных разработок и использование (внедрение) результатов инновационной деятельности отечественными предпринимателями.

Глава 2. Обеспечение экономической безопасности в условиях рисков и угроз цифровой экономики

Развитие современной экономики, основанной на использовании новейших цифровых технологий, создании новых материалов, анализе больших массивов данных, разработке новых систем управления, приводит к изменению принципов конкурентных отношений. Конкурентная борьба происходит не только за передел существующих рынков в «красном океане», но больше – за формирование новых рынков товаров, услуг, технологий в «голубом океане», конкуренция систем управления на базе новых цифровых платформ. В таких условиях цифровая экономика изменяет понимание и сущность экономической безопасности государства, бизнеса, домохозяйства, частных лиц, порождает новые угрозы и риски для участников экономических процессов и связей [95].

2.1. Риски и угрозы цифровой экономики: информатизация и информационная безопасность

В 2016 г. в своём ежегодном Послании к Федеральному Собранию Президент РФ Владимир Путин поручил Правительству Российской Федерации совместно с Администрацией Президента РФ разработать и утвердить новую программу «Цифровая экономика», предусматривающую меры по созданию правовых, организационных, технических и финансовых условий для развития цифровой экономики в Российской Федерации, для её интеграции в пространство цифровой экономики государств, являющихся членами Евразийского экономического союза [122]. Программа развития цифровой экономики в Российской Федерации до 2035 года была принята 28 июля 2018 г. [127] (см. прил.).

Таким образом, в настоящее время информационные технологии (ИТ-технологии) в нашей стране стали приобретать первостепенное значение как для развития экономики страны, так и для безопасности государства в целом. С развитием цифровой экономики и использованием новейших цифровых технологий начинает изменяться повседневная жизнь общества, производ-

ственные и экономические отношения, экономическая структура страны [161]. При этом автоматически возникают новые требования к коммуникационным и информационным системам, вычислительным мощностям, сервисам и т. д.

При функционировании и развитии цифровой экономики важным моментом является обеспечение информационной и экономической безопасности государства и бизнеса, защиты персональных данных и неприкосновенности частной жизни во всеобъемлющем цифровом пространстве. При этом ИТ-технологии, внедрение которых является возможным толчком для развития экономики страны, вносят определённые риски цифровой экономики. Далее рассмотрим возможности и риски цифровой экономики (см. рис. 5).

Открывающиеся перспективы создают широкое поле для роста новых рисков, которые не поддаются количественной оценке, характеризуются отсутствием достоверной информации о связях между причинами возникновения рисков и наступлением неблагоприятных последствий. Наличие гипотетических рисков, которые практически не рассчитываются и не анализируются, т. к. научные знания в соответствующей области отсутствуют⁹.

С развитием цифровой экономики возникает и ещё один риск – это риск, связанный с интернет-угрозами. В настоящее время как в мире, так и в России наблюдается стремительный рост киберпреступлений.

Киберпреступность – это совокупность преступлений, совершаемых в киберпространстве с помощью или посредством компьютерных систем или компьютерных сетей, а также иных средств доступа к киберпространству, в рамках компьютерных систем или сетей, и против компьютерных систем, компьютерных сетей и компьютерных данных [106].

Киберпреступность наряду с утечкой коммерческой информации наносит огромный ущерб, что побуждает государство и бизнес нести расходы на информационную безопасность.

⁹ Наука и образование [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.journal-nio.com> (дата обращения: 12.10.2018).

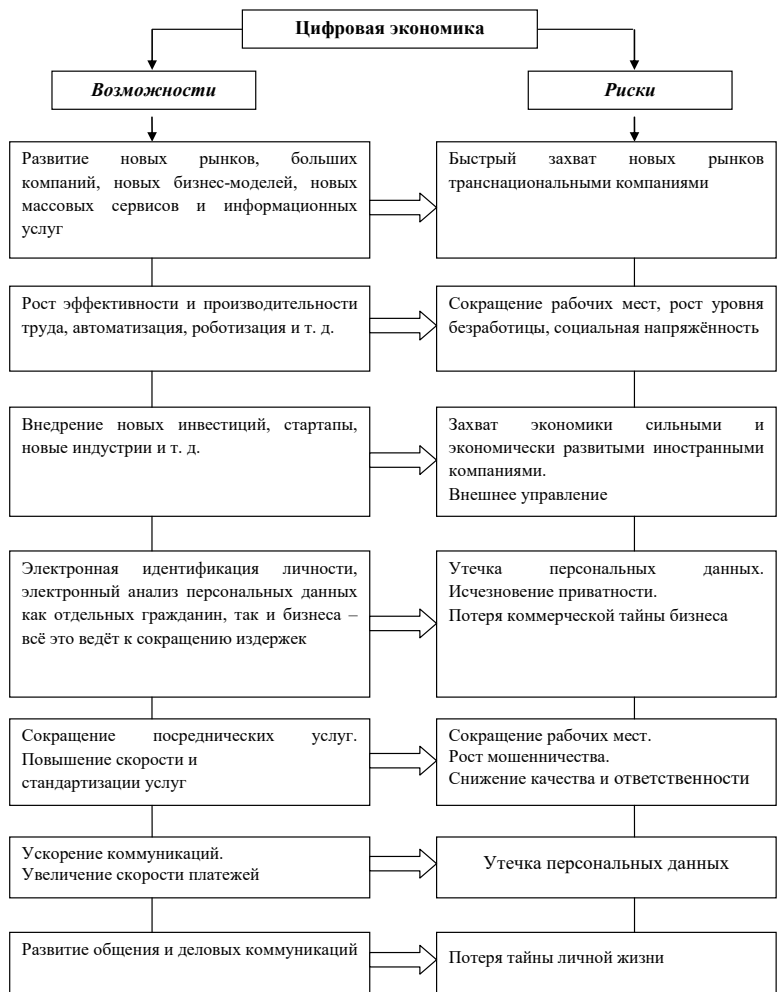


Рис. 5. Возможности и риски цифровой экономики

По данным исследования «Лаборатории Касперского»¹⁰, компании во всём мире всё чаще инвестируют в информационную безопасность. Так 63 % опрошенных намерены вкладывать в собственную кибербезопасность независимо от окупаемости этих вложений (56 % в 2016 г.). Доля расходов на информационную безопасность в IT-бюджетах составляет 23 %. В России этот показатель меньше, но наблюдается рост с 15 % в 2016 г. до 17 % в 2017 г. При этом средняя сумма IT-бюджета российской компании равна 400 млн р. для крупного бизнеса и 4,6 млн р. для среднего и малого [156].

Данные суммы объяснимы, ведь ущерб от киберинцидентов с каждым годом только возрастает. По данным «Лаборатории Касперского» в 2017 г. ликвидация последствий одного киберинцидента обошлась компаниям среднего и малого бизнеса в 87,8 тыс. долл. (для России – 1,6 млн р.). В 2016 г. этот показатель составлял 86,5 тыс. В случае с корпорациями данная цифра увеличилась ещё сильнее – с 861 тыс. до 992 тыс. долл. (в России – с 15 млн до 16,1 млн р.). Ощутимые потери несут как отдельные пользователи, так и целые компании с распространением вредоносных программ (программ-вымогателей), которые проникают в компьютер, шифруют важную информацию, а затем требуют выкуп за её восстановление.

Согласно отчёту той же компании «Лаборатория Касперского», в 2017 г. появилось 38 новых семейств программ-вымогателей, было обнаружено более 96 тыс. новых и известных программ-вымогателей, нападению подверглись около 950 тыс. уникальных пользователей, количество атак, нацеленных на компании и организации, возросло на 26,2 % по сравнению с 2016 г. При этом 4 % атакованных в 2017 г. компаний относятся к сегменту малого и среднего предпринимательства [169].

По данным ежегодного опроса по IT-безопасности, проводимого «Лабораторией Касперского»:

– 65 % компаний, которые пострадали от программ-вымогателей в 2017 г., сообщили, что потеряли доступ к значительному объёму или даже ко всем своим данным;

¹⁰ Исследование «Информационная безопасность бизнеса» проводилось «Лабораторией Касперского» совместно с компанией B2B International в 2017 г. В опросе принимали участие более 5200 IT-специалистов из 29 стран по всему миру, включая Россию.

- 29% организаций безвозвратно потеряли значительное количество файлов, хотя и смогли расшифровать свои данные;
- 34% компаниям потребовалось больше недели, чтобы полностью восстановить доступ к своим данным (32% в 2016 г.);
- 36% жертв заплатили выкуп, но 17% из них так и не смогли восстановить свои данные (19% в 2016 г.).

Если говорить про конкретные примеры, то в 2017 г. жертвами самой крупнейшей атаки вируса *WannaCry* стали более 300 тыс. пользователей в 150 странах мира. Данный вирус коснулся и крупнейших российских компаний – РЖД, Сбербанк, «Мегафон» и др.

Наряду с перечисленными рисками существуют и определённые угрозы для национальной информационной и экономической безопасности, связанные с цифровой экономикой. В ранее упомянутой Программе развития цифровой экономики Российской Федерации до 2035 г. перечислены следующие новые вызовы и угрозы:

- проблема обеспечения прав человека в цифровом мире, в том числе при идентификации (соотнесении человека с его цифровым образом), сохранности цифровых данных пользователя, а также проблема обеспечения доверия граждан к цифровой среде;
- угрозы личности, бизнесу и государству, связанные с тенденциями к построению сложных иерархических информационно-телекоммуникационных систем, широко использующих виртуализацию, удалённые (облачные) хранилища данных, а также разнородные технологии связи и оконечные устройства;
- наращивание возможностей внешнего информационно-технического воздействия на информационную инфраструктуру, в том числе на критическую информационную инфраструктуру;
- рост масштабов компьютерной преступности, в том числе международной;
- отставание от ведущих иностранных государств в развитии конкурентоспособных информационных технологий;
- зависимость социально-экономического развития от экспортной политики иностранных государств;
- недостаточная эффективность научных исследований, связанных с созданием перспективных информационных тех-

нологий, низкий уровень внедрения отечественных разработок, а также недостаточный уровень кадрового обеспечения в области информационной безопасности.

Угрозы цифровой экономики для суверенитета государства, общества, личности и нравственной составляющей жизни человека представлены на рис. 6.

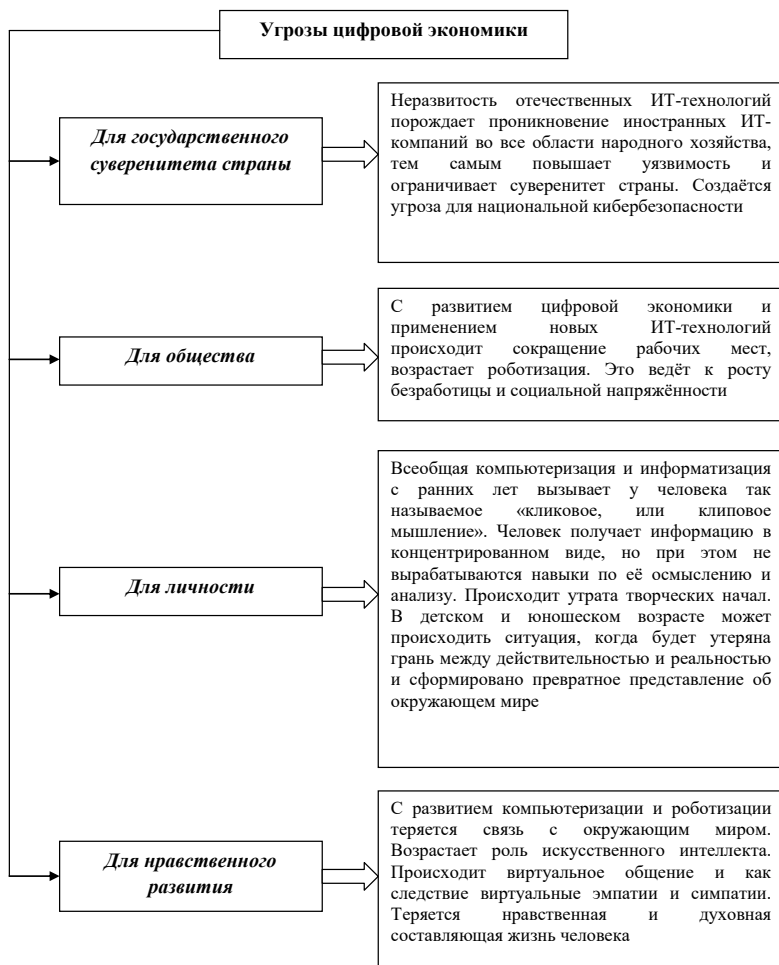


Рис. 6. Угрозы цифровой экономики

Итак, развитие цифровой экономики порождает определённые риски и угрозы как для отдельного гражданина страны и общества, так и для суверенитета государства в целом.

Вызывает тревогу проблема информационного неравенства и здесь можно согласиться с позицией В. В. Иванова и Г. Г. Малинецкого: «Главной проблемой информационного общества является информационное неравенство, т. е. дифференциация пользователей по уровню доступа к информации. Это обусловлено политическими, экономическими, технологическими, субъективными и криминогенными факторами. Так, например, на политическом уровне дифференциация информации необходима для решения политических задач, задач государственного управления и т. п. Но бесконтрольная централизация информации, её дифференциация может привести к такой ситуации, когда информационный оператор сможет оказывать прямое несанкционированное воздействие на определённые слои населения (например, электорат)» [151, с. 10].

Одной из угроз, порождаемой цифровой экономикой, является трансформация рынка труда и связана с проблемой колоссального высвобождения работников. Повсеместная автоматизация производственных процессов в совокупности со стандартизацией базовых операций позволяет успешно заменять труд работников робототехникой, что приводит впоследствии к существенному высвобождению работников ряда специальностей, таких как кассиры, операционисты, делопроизводители, кладовщики, фасовщики, бухгалтеры начального уровня [79].

Нельзя не остановиться и на угрозах для развития самой цифровой экономики. И в данном аспекте глобальным вызовом для цифровой экономики является состояние микроэлектроники в России, а это чипы, процессоры, датчики, которые в нашей стране практически не производятся в объёмах, необходимых для стремительного развития цифровых технологий. Решение данной проблемы вызывает потребность в огромных инвестициях, которых так же нет.

«Президент РФ в марте 2018 г. на совещании, посвящённом микроэлектронике, заявлял, что для развития этой отрасли необходима комплексная стратегия, предусматривающая конкретные

мероприятия по укреплению существующих и созданию новых производств, а также более активное внедрение российской продукции как на отечественном, так и на внешнем рынке. Кроме того, по мнению главы государства, необходимо создать национальный центр компетенций для развития этой отрасли»¹¹.

Главная цель информационной безопасности государства с развитием цифровой экономики должна заключаться в достижении состояния защищённости личности, общества и государства от внутренних и внешних информационных угроз. Это должно способствовать сохранению прав и свобод личности, повышению качества и уровня жизни, сохранению суверенитета страны и устойчивому социально-экономическому развитию.

Для этого необходимо:

- обеспечивать безопасность информационно-телекоммуникационной инфраструктуры страны на всех её уровнях;

- создать условия, чтобы Россия стала одной из ведущих стран по экспорту услуг и технологий информационной безопасности;

- учитывать национальные интересы в международном взаимодействии по вопросам информационной безопасности;

- обеспечивать организационную и правовую защиту личности, бизнеса и государства при взаимодействии в условиях цифровой экономики;

- использовать отечественные технологии обеспечения целостности, конфиденциальности, аутентификации и доступности передаваемой информации и процессов её обработки;

- использовать отечественное программное обеспечение (далее – ПО) и оборудование, а также технологии защиты информации.

Таким образом, возникает проблема экспертизы новых цифровых технологий уже на стадии их создания с целью выявления рисков и угроз цифровой экономики с целью минимизации возможных негативных последствий.

Важным остаётся вопрос выбора метода управления риском (воздействия на риск), для этого предварительно необходимо провести идентификацию, оценить вероятность и послед-

¹¹ РИА Новости [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ria.ru/economy> (дата обращения: 22.10.2018).

ствия каждого вида риска, что позволит выработать систему мер, не допускающих, предотвращающих или снижающих возможный ущерб.

Информатизация и информационная безопасность

Россия стоит на прогрессивном этапе развития современной цивилизации, который характеризуется доминированием знаний, науки, технологий и информации во всех сферах жизнедеятельности. Исходя из событий внешней политики и общемировых тенденций, перед Россией стоит вопрос глобальной конкурентоспособности и национальной безопасности, и не малую роль в решении данного вопроса играет развитие цифровой экономики в стране [133].

Цифровая экономика как внедрение цифровых инструментов в экономическую деятельность напрямую зависит от информатизации страны и информационной грамотности её граждан.

В своей работе И. С. Машурян выделяет три фактора, влияющих на развитие человечества: 1) увеличение информационной базы; 2) расширение информационного пространства; 3) степень информатизации общества [96].

Информатизация, по мнению академика А. П. Ершова – это комплекс мер, направленных на обеспечение полного использования достоверного, исчерпывающего и своевременного знания во всех общественно значимых видах человеческой деятельности [67].

О. Ю. Лазарева связывает понятие информатизации с таким явлением как социальные коммуникации [87] и выделяет несколько основных разновидностей социальных медиа:

1. Коллаборативные проекты, такие как, например, Википедия.
2. Социальные сети, к которым относятся *Facebook*, *MySpace*, *LinkedIn*, ВКонтакте, Одноклассники и др.
3. Блоги и микроблоги – это *LiveJournal*, *Blogger*, *Twitter*.
4. Форумы.
5. Сайты отзывов, например, *Otzyv.ru*.
6. Фото- и видеохостинги, такие как *YouTube*.

7. Виртуальные игровые миры, ярким примером, которых является *World of Warcraft*.

Представленные социальные коммуникации помогают саморазвитию и самообразованию всех участников этого процесса. Благодаря этому происходит и информатизация всего общества, но необходимо отметить, что не все слои общества, не все категории информатизационного процесса способны на самообразование. Чтобы не произошёл в обществе разрыв по уровню образованности, чтобы все члены нашего общества могли стать равными участниками цифровой экономики, необходимо процесс информатизации организовывать и, в первую очередь, в школах.

Однако цифровая экономика требует от системы образования не просто «оцифровки» отдельных процессов, а комплексного подхода, который ставил бы новые цели, менял структуру и содержание образовательного процесса. Для этого, пожалуй, сами лидеры образования должны научиться «не бояться» уже наступившего будущего¹².

На чём строится процесс информатизации в школе? Здесь можно выделить несколько следующих направлений:

- научная и экспериментально-педагогическая работа и прежде всего, в области информатики;
- разработка методики подготовки учителей к информационной деятельности;
- написание учебно-методических пособий, обеспечивающих реализационную сторону школьной информатики;
- оснащение школ персональными компьютерами и программным обеспечением;
- внедрение прикладных программ, обслуживающих учебный процесс;
- создание инфраструктуры школьной информатики (вычислительных кабинетов, отдельных автоматизированных рабочих мест, локальных сетей, организация занятий с использованием ЭВМ, кадровое обеспечение);

¹² Образование в условиях цифровой экономики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.newtonew.com/tech/nelzya-prosto-vzyat-i-ocifrovat> (дата обращения: 22.11.2018).

– создание системы, инфраструктуры внешкольного (от района и выше) управления образованием и делами школьной информатики;

– подготовка специалистов, которые бы обладали необходимыми знаниями, умениями и навыками в области информатики и вычислительной техники;

– повышение квалификации вышеуказанных специалистов, а также их формирование путём переподготовки кадров смежных специальностей;

– привлечение к школьной информатике кадров из сферы высшего образования [67].

Алексей Пашков – участник круглого стола «На пути диалога» – отвечая на вопрос «Что бизнес и власть ждут друг от друга в вопросах развития цифровой экономики?» сказал, что мы находимся в самом начале этого пути, и в цифровое пространство удалось перевести только отчётность, да и то результат пока оставляет желать лучшего: «Цифровые технологии пока не управляют бизнесом, и проблемы не в отсутствии инструментов, а в человеческом факторе, в том, что люди сами не готовы использовать имеющиеся инструменты»¹³.

Цифровая грамотность – это способность создавать и использовать контент с помощью цифровых технологий, включая навыки компьютерного программирования, поиск и обмен информацией, коммуникацию с другими людьми. Она должна включать в себя умение работать с компьютером как «железом» (т. е. должны понимать, как происходит взаимодействие человека и цифровой техники), понимание особенностей устройства и распространения цифровой информации (например, умение работать с программным обеспечением), понимание устройства сетевого сообщества и особенностей социальных медиа¹⁴.

Как мы видим, не всё так гладко, как хотелось бы. Внедрение информационно-коммуникационных технологий сформировало новую тенденцию: рост неравенства в заработной плате внутри разной профессиональной деятельности. Одной из причин этого

¹³ Континент Сибирь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ksonline.ru/297397/na-puti-dialoga-2> (дата обращения: 12.11.2018).

¹⁴ Образование в условиях цифровой экономики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.newtonew.com> (дата обращения: 22.11.2018).

явления оказывается отставание образования от новых достижений науки и технологий [146].

О. В. Якименко отмечает низкий уровень квалификации многих учителей информатики, что не способствует качественному освоению предмета [160].

Эта же проблема характерна и для высших учебных заведений. Студенты даже первого курса показывают иногда (не редко) более высокие знания в сфере компьютеризации и информатизации, чем ведущие преподаватели вузов [106].

Тем не менее, информатизация общества приносит свои плоды. Благодаря ей мы плавно входим в процесс цифровизации экономики страны. Руководители российских банков осознают необходимость и целесообразность внедрения интернет-технологий, которые способны оказывать положительное влияние на конкурентоспособность банков¹⁵.

Онлайн-технологии в обучении – самое обсуждаемое явление в образовательном мире. Библиотеки полезных онлайн-ресурсов, онлайн-курсы – всё это помогает учиться, эффективно работать с документами, красочно презентовать материал, работать с аудиторией в режиме реального времени, планировать встречи и реализовать любые свои задумки. В то же время, развитие сетевого коммуникативного пространства оказывается для общества не только благом. Разрастание коммуникативных структур становится причиной других серьёзных проблем, связанных с безопасностью личности, общества и государства. Благодаря сетевым коммуникациям сегодня генерируются самые различные деструкции для личности, общества и государства. Угрозы, исходящие от сетевого коммуникативного пространства, требуют обеспечения информационной безопасности.

Безопасность коммуникаций – это состояние защищённости коммуникаций, основанное на реализации совокупности мер, предотвращающих неправомерный доступ к коммуникациям, а также исключающих неправомерное использование в них циркулирующей информации. Она включает защиту средств передачи данных и защиту передаваемых данных, в том числе криптозащиту [57].

¹⁵ Банковские интернет-технологии [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://www.spravochnick.ru/bankovskoe_delo (дата обращения: 12.11.2018).

Информационная безопасность в её техническом и правовом аспектах включает в себя:

1) защиту конфиденциальности (обеспечение доступа к информации только авторизированным пользователям);

2) целостность информации (обеспечение достоверности и полноты информации и методов её обработки);

3) доступность информации (обеспечение доступа к информации и связанным с ней активам авторизированных пользователей по мере необходимости).

Однако существующая защищённость информационных ресурсов не гарантирует субъекту его информационной безопасности.

Не так давно для того, чтобы обезопасить свой компьютер, пользователю достаточно было отключить его от глобальной сети. К сожалению, больше такой метод защиты не срабатывает.

Последние новости шокируют. Исследователи из Института связи Фраунгофера создали компьютерный вирус, который может заразить компьютер через его динамики и микрофон. Таким способом преступники могут воровать ценные сведения из предприятий, пересылая их просто «по воздуху», и помочь тут сможет только скорая компьютерная помощь [105]. Создатели этой вредоносной программы Майкл Гаспач и Майкл Гетц продемонстрировали её работу на пяти компьютерах. Они были объединены в скрытую акустическую сеть, используя для связи подключённые динамики и микрофоны. Информация передавалась последовательно от компьютера к компьютеру до тех пор, пока не достигала ПК, подключённого к глобальной сети.

По сообщениям американской компании *Hold Security*, русские хакеры осуществили самую большую кражу личных данных пользователей интернета: взломано около 500 млн электронных адресов и похищено 1,2 млрд логинов с паролями. Впервые эта информация была опубликована в *The New York Times*, а позднее её подтвердили эксперты по информационной безопасности.

Все потенциальные угрозы безопасности информации в компьютерных системах делятся на два типа: 1) случайные угрозы; 2) преднамеренные угрозы. Случайные угрозы могут вызвать уничтожение, нарушение целостности и доступности информации, к ним относят:

- 1) стихийные бедствия и аварии;
- 2) сбои и отказы технических средств;
- 3) ошибки при проектировании и разработке информационных систем;

- 4) алгоритмические и программные ошибки;
- 5) ошибки пользователей и обслуживающего персонала.

Преднамеренные угрозы связаны со злоумышленными действиями людей, к ним относятся:

- 1) традиционный или универсальный шпионаж и диверсии;
- 2) несанкционированный доступ к информации;
- 3) электромагнитные излучения и наводки;
- 4) несанкционированная модификация структур;
- 5) вредительские программы.

К методам шпионажа и диверсий в компьютерной сфере относятся:

- 1) подслушивание и визуальное наблюдение;
- 2) хищение документов и носителей информации;
- 3) хищение программ и атрибутов систем защиты.

Несанкционированный доступ к информации – это нарушение правил разграничения доступа с использованием штатных средств вычислительной техники или автоматизированных систем [91, с. 92]. Он доступ возможен:

- при отсутствии системы разграничения доступа;
- сбое или отказе в компьютерных системах;
- ошибочных действиях пользователей или обслуживающего персонала компьютерных систем;
- ошибках в системе распределения доступа;
- фальсификации полномочий.

Способы защиты информации предполагают использование определённого набора средств [112]:

1. Физические – средства защиты, реализуемые в виде автономных устройств и систем:

- обеспечение безопасности помещений (пожароохранные системы, системы от сбоев электросети);
- средства обеспечения контроля и управления доступом (СКУД).

2. Аппаратные (технические) средства или встроенные устройства, которые используются для обработки информации (схемы контроля информации по чётности, схемы защиты полей памяти по ключу и т. д.).

3. Программные средства, представляющие собой программное обеспечение для выполнения функций защиты информации:

- регистрация и анализ событий, происходящих в системе;
- контроль целостности ресурсов системы в целях обнаружения иных модификаций;
- шифрование информации;
- защита от внешних вторжений;
- защита от вредоносного программного обеспечения;
- резервное копирование и восстановление данных.

4. Организационные средства, осуществляемые в процессе создания и эксплуатации специального ПО и аппаратных устройств и включающие:

- организационно-технические мероприятия;
- организационно-правовые мероприятия.

5. Законодательные средства (правовые) – комплекс нормативно-правовых актов, регулирующих деятельность людей, имеющих доступ к охраняемым сведениям и определяющих меру ответственности за утрату или кражу секретной информации.

6. Морально-этические (психологические средства) – комплекс мер для создания личной заинтересованности работников в сохранности и подлинности информации.

Таким образом, на пути цифровизации экономики страны, на наш взгляд, выявляются две серьёзные проблемы, которые должны решаться не каждым участником этого процесса, а централизованно. К этим проблемам относятся разрыв между образованностью в области информатики и информационных технологий и самими информационными технологиями, которые сегодня развиваются в «геометрической прогрессии». Решением этой проблемы может быть всеобщее повышение грамотности в этой области, включая учителей школ и преподавателей вузов, от компетентности которых зависит всё дальнейшее образование.

Другой проблемой является криминальная направленность использования достижений информатизации и компьютерных

технологий. Чем быстрее развиваются информационные технологии, тем больше инструментов у тех, кто их использует не на благо общества. Как показывает практика, каждый в отдельности не сможет защитить себя от внешних воздействий в киберпространстве, поэтому решать такие проблемы необходимо на законодательном уровне, не забывая о технических и технологических приемах в защите информации.

Особенности использования информационных технологий на предприятиях малого бизнеса¹⁶

Важнейшим фактором, повышающим эффективность деятельности предприятий малого бизнеса, является внедрение современных информационных технологий, которые помогают наиболее эффективно анализировать, прогнозировать и принимать управленческие решения в сфере малого бизнеса.

Потребности малого бизнеса стимулируют производителей ИТ-систем на создание различных специализированных продуктов, которые учитывают своеобразие деятельности и особенности их использования различными субъектами экономики.

К популярным программам, используемым большинством предприятий малого бизнеса, можно отнести пакет *Microsoft Office*, который по праву назван самой используемой программой в современном предпринимательстве. Выполнение огромного количества самых разнообразных функций теперь происходит с помощью интернета и интернет-программ, и мы рассмотрим такой аспект информационных технологий, как интернет-сети.

Ни один современный бизнес невозможно представить без доступа к интернету [55]. Для современных предприятий сферы общественного питания создана многофункциональная программа «Айка» (*Iiko*). Она достаточно проста и понятна в использовании как для персонала, так и для управляющего. В программу можно ввести абсолютно всё, начиная от расписания работы конкретного сотрудника, заканчивая встроенной системой бухгалтерских счетов. «Айка» прекрасно подходит для глобального использования, а также для связи между всеми объектами.

¹⁶ Цит. по: Мачкасова А. В., Горбунова О. Н., Лоскутова М. В. Особенности использования информационных технологий на предприятиях малого бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.cyberleninka.ru/article> (дата обращения: 20.10.2018).

Отдельно в софте для введения бизнеса стоит продукт «1С Предприятие». Гибкость этой системы позволяет применять её в самых различных сферах ведения бизнеса, таких как:

- автоматизация малых предприятий любых сфер деятельности;
- оперативность управления организацией;
- автоматическое ведение хозяйственной деятельности предприятия;
- возможность использования нескольких планов счетов одновременно;
- произвольное измерение учёта;
- создание и автозаполнение регламентированной отчётности;
- обширные возможности для управленческого учёта;
- предоставление анализа всех сфер деятельности предприятия;
- возможность ведения мультивалютного учёта;
- расчёт заработной платы и управление персоналом.

Следует отметить, что конкурентов у платформы 1С немного, но они есть. Существует как российские, так и зарубежные аналоги этого продукта. Среди российских можно выделить такие системы, как «Галактика» и «Парус», а из зарубежных – одну из самых мощных и дорогостоящих систем – *SAP* и *Microsoft Axapta*.

«Галактика» – это альтернатива приложения «1С Предприятие», продаваемая на рынке уже более 25 лет. Данная программа имеет широкое распространение и качественную работу. Она закрепились как полный аналог системы 1С. Основной её минус – это то, что её толком нельзя изменять, все изменения и модификации можно только сделать через специалистов, лично разработавших эту систему, что, конечно, очень дорого и в целом не всегда возможно. Если рассматривать систему в целом, то она отлична по функционалу и поддерживает интеграцию внешними средствами. Сам дизайн программы приятный, простой и отдалённо напоминает офисные пакеты *Microsoft*, что делает её простой в работе и легко узнаваемой.

SAP – это приложение, которое является ERP-системой. Программа была разработана в Германии. Эта система является очень функциональной и самой стабильной из ERP-систем. Её

можно рассматривать как альтернативу 1С. Главные минусы данной системы – это огромная цена лицензий и трудоёмкость работы. Весь интерфейс SAP не переведён на русский язык, также программа сама не имеет никакой русификации, что даёт возможность работать с ней только людям, знающим английский язык. Также несмотря на потрясающую гибкость и возможность модификации системы, она дорогостояща.

Отчёт налоговой, а точнее, электронная отчётность – функция, помогающая отчитаться в контролируемые органы, не вставая с рабочего места, тем самым существенно сэкономив рабочее время. Для этого существует много программ (например, СБИС – электронный документооборот), помогающих осуществлять сдачу отчётности через интернет. В них заложены возможности ещё большего упрощения пользования: автозаполнение, оценка налоговых рисков, налоговый календарь. Любой документ или отчёт, который существует на бумажном носителе, теперь можно заменить электронным и, не вставая со стула, передать его, в контролирующие органы или своим партнёрам по бизнесу.

СБИС – это защищённая сеть обмена электронными документами между компаниями и внутри них. Её основные возможности:

- предоставление отчётности и ведение переписки со всеми государственными органами (Инспекция Федеральной налоговой службы, Пенсионный Фонд России, Росстат и др.);
- заключение договоров и обмен подписанными первичными документами с любыми организациями и контрагентами;
- принятие, увольнение и перевод сотрудников, оформление и согласование авансовых отчётов и больничных, т. е. вести весь внутренний документооборот компании в электронном виде.

Рассмотрим, как IT-технологии упростили все банковские операции. Платёжные поручения через банк по безналичному расчёту – это ещё один момент, помогающий облегчить работу в ведении малого бизнеса. Любые покупки и продажи основных и оборотных средств производится путём перевода денежных средств на счёт контрагента. Это удобный способ, на который затрачивается малое количество сил, и всё потому, что оплата идёт через банк по интернету при помощи специальных банковских программ.

Своевременное владение качественной информацией способствует благоприятному существованию малого бизнеса. Оперативная информация о рынках и контрагентах позволяет получить преимущество над конкурентами. Намного сложнее, когда работа предприятия организована на нескольких рынках, находящихся на разных территориях. В связи с этим, информации и источников её получения будет существовать намного больше чем обычно [17].

Опыт развития российского предпринимательства показывает, что кроме финансовой поддержки малых предпринимателей возникает необходимость поддержки качественными информационными ресурсами для дальнейшего развития и ведения малого бизнеса на достаточно высоком уровне. Решение данного вопроса заключается в создании комплексной системы распространения информации: правовой; управленческой; экономической; информационной. Такая система должна содержать всевозможные элементы поддержки малого предпринимательства и различные информационные ресурсы.

Для организации информационной поддержки малого предпринимательства в Российской Федерации необходимо решение следующих задач:

- улучшение существующей информационной инфраструктуры;
- создание на основе информационной инфраструктуры единого информационного поля для малого бизнеса;
- увеличение сферы использования современных ИТ-технологий в повседневной деятельности малых предприятий;
- использование возможностей компьютерных сетей для извлечения различной информации, которая необходима для развития малого бизнеса.

Для выполнения этих задач необходимы определённые условия, а именно: существование административной и ресурсной поддержки; создание действенного взаимодействия с предприятиями, организациями и фирмами, которые работают на информационном рынке; использование современных информационных технологий.

Проведя анализ практики развития информационной поддержки малого предпринимательства, можно структурировать

данные, которые представляют наивысший интерес для начинающих бизнесменов [119].

Высоким спросом у предпринимателей пользуются различные виды информационных ресурсов:

- нормативно-правовые документы;
- мониторинг состояния рынков товаров и услуг;
- состояние основных экономических показателей;
- государственные системы поддержки малого бизнеса;
- внешнеэкономическая информация;
- деловые новости.

Анализируя действующую сейчас в Российской Федерации систему информационного обеспечения малого предпринимательства, можно говорить о том, что для реализации поддержки малых предпринимателей существуют, а также создаются новые различные сети и системы, обеспечивающие главные потребности бизнесменов в получении различной необходимой информации. В существующей системе плохо реализован единый комплексный подход к формированию информационных ресурсов и организации информационного обеспечения предпринимателей [119]. При изучении информационных потребностей малого бизнеса появилась потребность в существенном увеличении комплекса информационных ресурсов, которые должны быть доступны предпринимателям. Для формирования общественного мнения в сторону обязательств государства по развитию малых предприятий необходимо проведение развёрнутых рекламных компаний.

Стоит заметить, что внедрение IT-технологий в малый бизнес существенно способствует процессу его развития. Для результативного использования информационных систем необходимо внедрение IT-систем во все сферы деятельности предприятия. Это очень сложный процесс, который требует больших затрат и много времени. Однако такой подход создаёт фундамент для успешного дальнейшего развития малого бизнеса. Поддержка малого предпринимательства государством – это, прежде всего, его информационная поддержка, сопровождение бизнеса со стороны государственных органов, консалтинг, регулярный поиск контрагентов и рынков сбыта, наряду с финансовой и имущественной поддержкой.

2.2. Обеспечение экономической безопасности малых предприятий в условиях внедрения цифровых технологий

В условиях рыночной среды предприятия различных форм собственности подвергаются риску, как и в любой другой деятельности, сопряжённой с неопределённостью и выбором возможностей. В ситуации деформированных экономических отношений, когда возникает теневая деятельность, нет однозначного понятия, каким образом данное явление влияет на риски бизнеса и как учитывать сглаживающую функцию теневой экономики, если по своей второй сущности она содержит негативный потенциал [21, с. 33].

Как было показано ранее, процесс становления и развития сектора малого предпринимательства в России происходит в условиях доминирования теневых экономических отношений, что напрямую влияет на обеспечение как экономической, так и цифровой безопасности малых предприятий.

Современная теневая экономика возникла не только в результате попыток ограничить свободу рынка, но и в силу природы самих рыночных отношений, которые базируются на стремлении индивидуума:

а) к неадекватному обогащению;

б) к защите своих социальных благ, необходимых для элементарного физиологического и духовного выживания [21].

Опираясь на собственные исследования [22; 27] и работы отечественных и зарубежных авторов, в том числе В. А. Гамзы [49], А. Н. Герасина [51], Ю. В. Латова [88], Д. Р. Песковой [117], С. А. Потокиной [124] и других авторов, назовём основные негативные последствия теневых экономических отношений:

– влияние на рыночный механизм, оказывающее деструктивное воздействие на режим конкуренции и проявляющееся в злоупотреблении доминирующим положением на товарных и финансовых рынках, в незаконном использовании авторских прав, интеллектуальной собственности, в установлении монопольного контроля над рынками и сферами деятельности;

– деформирование налоговой системы через сокрытие доходов, приводящее к увеличению налоговых отчислений у законопослушных налогоплательщиков и стимулирующее сокрытие

доходов от налогообложения, при этом усиливается дифференциация доходов, и всё большее количество населения вовлекается в теневые отношения;

- вытеснение официально работающих из легальной экономики в теневую сферу, что способствует развитию теневого рынка труда;

- отрицательное влияние на состояние государственных финансов, на формирование доходных и расходных статей местного, регионального и федерального бюджетов;

- воздействие на денежно-кредитную систему страны, приводящее к деформации денежно-кредитной системы, искажению структуры платёжного оборота, стимулированию инфляционных процессов;

- значительное влияние на макроэкономическую политику государства, проявляющееся при макроэкономическом регулировании экономики;

- деформация инвестиционных процессов, которая проявляется в замедлении экономического роста и связана в том числе и с оттоком капитала за границу, что порождает процесс деиндустриализации страны;

- значительные деформации социальной сферы, проявляющиеся и в деформации структуры потребления, связанные с несправедливым перераспределением доходов (концентрация доходов общества у спекулятивно-посреднической прослойки), что приводит к неэффективной приватизации государственной собственности и резкому снижению покупательной способности основной массы населения, расширению рынков нелегально производимых товаров и услуг;

- отрицательное воздействие на условия воспроизводства необходимой рабочей силы в легальной экономике (предприятия теневой сферы за счёт повышенной заработной платы могут привлекать более квалифицированную рабочую силу и не заботиться о её воспроизводстве);

- отрицательное влияние на характер международных экономических отношений с бизнес-сообществом многих стран мира;

- ухудшение морально-нравственного состояния населения России: происходит полная смена фундаментальных ценностей

и ориентиров, теневой образ жизни становится привычным явлением, авторитет государства в глазах всего общества значительно подрывается;

– сращивание деструктивных интересов государства и крупного капитала: сформировались олигархические структуры, контролирующие ведущие сырьевые отрасли российской экономики и имеющие возможность влиять на деятельность законодательных, исполнительных и судебных органов в нашей стране;

– сильные искажения важнейших стоимостных показателей на макро- и микроуровнях экономики.

Сгруппированные по видам факторов, выявленные негативные и позитивные последствия от теневой экономики, проявляющиеся в том числе в их деструктивном характере, которые приводят к деформированию социальных и экономических институтов и нравственно-моральных устоев общества, представлены в табл. 12.

Таблица 12

Группировка последствий в аспекте факторов теневых экономических отношений

Факторы	Последствия	
	Негативные	Позитивные
<i>Экономические</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Негативное влияние на рыночный механизм, что оказывает деструктивное влияние на режим конкуренции. 2. Деформация инвестиционных процессов. 3. Негативное воздействие на денежно-кредитную систему страны, что приводит к её деформации, искажению структуры платёжного оборота, стимулированию инфляционных процессов. 4. Деформирование налоговой системы через сокрытие доходов 	Сглаживание перепадов в экономической конъюнктуре при помощи перераспределения ресурсов между легальной и теневой экономикой

<i>Социальные</i>	<p>1. Деформация структуры потребления, связанная как следствие несправедливого перераспределения доходов, приватизации государственной собственности.</p> <p>2. Вытеснение официально работающих из легальной экономики в теневую сферу, что способствует развитию теневого рынка труда</p>	<p>Смягчение нежелательных социальных противоречий (в частности, неформальная занятость облегчает материальное положение малоимущих)</p>
<i>Институциональные</i>	<p>Развитие государственной коррупции</p>	<p>Смягчение неадекватных институциональных противоречий</p>
<i>Политические</i>	<p>1. Сращивание деструктивных интересов государства и крупного капитала – сформировались олигархические структуры, контролирующие ведущие сырьевые отрасли российской экономики и имеющие возможность влиять на деятельность законодательных, исполнительных и судебных органов в нашей стране.</p> <p>2. Значительное влияние на макроэкономическую политику государства, проявляющееся при макроэкономическом регулировании экономики.</p> <p>3. Угроза национальной и экономической безопасности государства.</p> <p>4. Снижение эффективности системы управления экономикой</p>	<p>Укрепление среднего класса как фактор политической стабильности государства</p>

<i>Международные</i>	1. Негативное влияние на характер международных экономических отношений с бизнес-сообществом многих стран мира. 2. Снижение инвестиционной привлекательности	Положительный пример европейских стран по индексу восприятия коррупции (ИВК)
<i>Духовно-культурологические</i>	Полная смена фундаментальных ценностей и ориентиров – теневой образ жизни стал привычным явлением	Позитивные последствия отсутствуют

Необходимо отметить: «Малое предпринимательство выполняет не только экономические функции, оно теснейшим образом связано со всеми сферами жизнедеятельности общества. Знание состояния и тенденций развития сектора малого предпринимательства, выявление его связей и зависимостей с другими секторами экономики, позволяет более чётко и конкретно видеть основные проблемы на пути развития цифровой экономики в России» [28, с. 14]. Данный тезис позволит более объективно определить угрозы, способствующие снижению уровня экономической безопасности.

Актуальность рассматриваемой проблемы определяется и тем, что с научных позиций вопросы обеспечения экономической безопасности деятельности субъектов МП, в условиях перехода к цифровым технологиям исследовалась недостаточно.

Экономическая безопасность нами рассматривается как важнейшая качественная характеристика экономической системы, способная обеспечивать нормальные условия жизнедеятельности населения, устойчивое социально-экономическое развитие территорий и поддержку национально-государственных и геополитических интересов страны [30]. Важнейшим фактором, влияющим на решение этих задач, является создание безопасных условий для хозяйственной деятельности субъектов малого предпринимательства. В исследуемом контексте необходимо отметить двойственную роль сферы малого предпринимательства в решении проблемы обеспечения экономической безопасности хозяйствующих субъектов регионов. Она заключается в том, что субъектам

МП, с одной стороны, необходимо обеспечивать собственную экономическую безопасность, а, с другой стороны, содействовать экономически безопасному функционированию региональных социально-экономических систем, способствующих развитию экономики и социума регионов. Эту позицию подтверждают исследования профессора В. В. Черновой, которая считает, что «... экономическая безопасность страны зависит от внутренней сбалансированности экономических интересов хозяйствующих субъектов всех уровней» [154].

В связи с изложенным, особую значимость приобретает совершенствование подходов к обеспечению экономической безопасности субъектов МП как на микроуровне (на уровне малых предприятий), так и на уровне внешней среды, которые обусловлены результатами реализации государственной политики по поддержке малого, среднего и индивидуального предпринимательства [18]. Особенно это становится актуальным в условиях развития цифровой экономики. Отсюда основными внешними проблемами обеспечения экономической безопасности субъектов хозяйственной деятельности в аспекте становления и развития малого предпринимательства являются:

1. Неадекватные экономические, правовые и институциональные условия деятельности субъектов МП, что заставляет переориентировать их свою деятельность в теневой сектор экономики и приводит к росту масштабов теневой экономической деятельности.

2. Существующие неравномерность и противоречия в развитии сектора малого предпринимательства как основной подсистемы рыночной экономики.

3. Деформированность экономических отношений в аспекте монополизации отдельных отраслей экономики и высокого уровня коррупции.

4. Неэффективные подходы к управлению рисками как на микроуровне – уровне хозяйствующих субъектов – так и в результате реализации государственной политики по поддержке малого и среднего предпринимательства в России [11].

Учёные и специалисты отмечают: резкую дифференциацию развития по регионам (Л. В. Гуляева [61]); низкую инвестиционную активность регионов (А. П. Суходолов [138]); неэффективный механизм самофинансирования и высокий уровень коррупционных отношений (А. Ф. Шуплецов [158]).

К внутренним факторам, влияющим на безопасность предпринимательской деятельности субъектов малого бизнеса и представляющим угрозу безопасности их деятельности, относят:

- недостаточную развитость и устойчивость объектов инфраструктуры;
- низкую инвестиционную активность и низкий инновационный потенциал;
- несовершенство правового законодательства, регламентирующего деятельность малого предпринимательства;
- высокий риск при осуществлении предпринимательской деятельности;
- слабую компетентность самих предпринимателей в вопросах ведения бизнеса;
- теневизацию и криминализацию экономики, коррупцию в области управления экономикой и предпринимательской деятельностью [90].

Обеспечение эффективности системы экономической безопасности предприятия основывается на определённых принципах, изложенных в табл. 13.

Таблица 13

Система экономической безопасности и её принципы¹⁷

<i>Принцип</i>	<i>Сущность принципа</i>
<i>Комплексность или системность</i>	Гарантирование защищённости имущества, информации, персонала и прочих сфер деятельности от возможных опасностей и угроз
<i>Своевременность</i>	Своевременное обнаружение на ранних стадиях деструктивные обстоятельства, принятие мер по их предотвращению
<i>Непрерывность</i>	Непрерывность действия по защите экономических интересов предприятия

¹⁷ По источнику [89].

<i>Законность</i>	Мероприятия, проводимые в целях сохранения экономической безопасности, должны не противоречить действующему законодательству
<i>Плановость</i>	Функционирование по обеспечению экономической безопасности формируется на базе единого плана, изложенного в комплексной программе по отдельным направлениям безопасности, призывая всех к логически последовательным действиям со строгим выполнением стоящих пред ним задач
<i>Экономность</i>	Затраты на обеспечение деятельности системы экономической безопасности должны быть экономически целесообразны и оптимальны, т. к. превышение этого уровня показывает несостоятельность самой системы
<i>Взаимодействие</i>	Для гарантирования безопасности в области экономики, необходимо обеспечить скоординированность всех действий подразделений и лиц, работающих там. Данный принцип также обуславливает необходимость взаимодействия с внешними организациями, которые могут предоставить или обеспечить содействие в различных вопросах экономической безопасности
<i>Сочетание гласности и конфиденциальности</i>	Комплексная программа мер по обеспечению экономической безопасности должна быть четко известна всем сотрудникам предприятия, с непрерывным условием соблюдения всех требований. Одновременно с этим, некоторые мероприятия и способы обеспечения безопасности должны быть известны узкому профессиональному кругу специалистов. Таким образом, появляется возможность выявлять внутренние, а иногда и внешние угрозы и вовремя реагировать с целью предотвращения нанесения ущерба
<i>Компетентность</i>	Системой экономической безопасности необходимо заниматься профессионалам, имеющим опыт в современной оценке ситуации и верном принятии решения. <i>Данный принцип особо актуален в условиях цифровой экономики</i>

Наиболее важными принципами, по нашему мнению, в условиях цифровой экономики, являются: комплексность или системность, своевременность (или скорость обнаружения угрозы),

экономность (в условиях применения цифровых технологий, издержки по обеспечению экономической и в том числе цифровой безопасности резко возрастают), компетентность.

Обеспечение экономической безопасности малых предприятий в условиях цифровых технологий напрямую связано с обеспечением цифровой безопасности. Этот тезис подтверждают и отечественные учёные. В. Ю. Буров считает, что «кардинальные технологические изменения, связанные с экономикой знания, происходившие в мировом сообществе в последней трети XX века и особенно в XXI веке привели к существенному повышению роли инновационных процессов и человеческого капитала, возрастанию неопределённости и предпринимательских рисков, что напрямую связано с цифровой безопасностью» [28, с. 16].

По мнению О. А. Луговкиной и В. Д. Козлова: «Экономическая безопасность предприятия всегда играла немаловажную роль в деятельности предприятия в целях достижения поставленных целей. Однако на данном этапе развития экономики необходимо дополнительно обратить внимание на такую составляющую системы экономической безопасности как информационная безопасность. С внедрением в жизнь цифровой экономики, меняется приоритетная составляющая экономической безопасности предприятия в сфере информационной безопасности. Она выходит не то что на первый план в составе экономической безопасности предприятия, но и может стать самостоятельным элементом безопасности предприятия, т. к. именно этой составляющей экономической безопасности посвящена часть программы «Цифровая экономика»». Обнаружение угроз, вскрытие опасностей, разоблачение мошенничества и так далее, не только в материальной сфере, но и в нематериальной (кибератаки по отношению к данным, сведениям, информации) создаёт условия для достижения целей финансово-хозяйственной деятельности организации, гарантирует устойчивое развитие предприятия, его экономической безопасности, а также информационной безопасности, что имеет первоочередное значение в условиях цифровой экономики [89].

Малое предпринимательство в условиях современной российской экономики, с её цикличностью неравномерного развития, шоками от международных санкций, плавающего совокупного

спроса на нефть и газ активно реагирует на все изменения, придавая экономической системе определённый вектор адаптации к угрозам, с одной стороны, и стремительному развитию новых технологий, с другой, внося дополнительный вклад в развитие современной экономики.

Можно полностью согласиться с А. В. Кешелава в том, что «человечество вступило в эпоху глобальных перемен. В ближайшее время получат новую форму и содержание основные сферы его жизнедеятельности – экономика и управление, наука и безопасность. Человек станет другим, что повлечёт за собой трансформацию социальных отношений. Дальнейшее проникновение цифровых технологий в жизнь – одна из характерных особенностей будущего мира. Это обусловлено прогрессом в областях микроэлектроники, информационных технологий и телекоммуникаций. Таким образом, цифровизация – процесс объективный, неизбежный и остановить его невозможно» [37].

Мы попытаемся показать возможность развития малого инновационного предпринимательства и ответить на вопрос «Станет ли МП базой развития цифровых технологий, и какие возникают при этом проблемы обеспечения экономической безопасности?».

По мнению отдельных специалистов (учёных и практиков), за последние семь лет экономика России переживает настоящую инновационную революцию, связанную с переходом на цифровые технологии. Изменение классических отраслей производства и сферы услуг, грамотное создание логистических цепей, модернизация структуры спроса в системе развития цифровых технологий ведёт к созданию новых рынков и условий их развития. Внедрение больших цифровых банков данных становится приоритетным направлением в развитии индивида, общества, бизнеса и государства в целом [127].

«Прозрачность» цифровой экономики даёт возможность для получения любой информации многим экономическим агентам, в том числе и теневым, что остро ставит вопрос об обеспечении экономической и информационной безопасности.

Применение технологий цифровой экономики, являясь фактором развития экономики и совершенствования функционирова-

ния общественных и государственных институтов, одновременно порождает новые информационные угрозы. Открытость субъектов экономики ведёт к тому, что сегмент национальной экономики становится более уязвимым для отрицательного воздействия лиц со стороны «теневиков-хозяйственников» и может привести к всё большему развитию теневой экономики в целом. Возрастают масштабы компьютерной преступности, прежде всего, в кредитно-финансовой сфере, увеличивается число преступлений, связанных с нарушением конституционных прав и свобод человека и гражданина, в том числе в части, касающейся неприкосновенности частной жизни, личной и семейной тайны, при обработке персональных данных с использованием цифровых технологий. При этом методы, способы и средства совершения таких преступлений становятся всё изощрённее. Вследствие развития цифровых технологий человек становится полностью открыт для глобальных платформ, через которые можно получать любую информацию о нём, а это нарушение права человека на свободу [127].

Организация экономического сотрудничества и развития (далее – ОЭСР) опубликовала исследование «Перспективы цифровой экономики ОЭСР 2017» (*OECD Digital Economy Outlook 2017*), в котором отмечается, что на фоне растущей интенсивности использования информационных и коммуникационных технологий (ИКТ) предприятия и люди сталкиваются с ростом риска в области цифровой безопасности и защиты личной информации. Многие страны реагируют на этот рост, принимая национальные стратегии цифровой безопасности, но в немногих из них существует национальная стратегия защиты личной информации. Тем временем, риски конфиденциальности личных данных добавляются к обеспокоенности потребителей проблемами онлайн-мошенничества, механизмами восстановления нарушенных прав, а также качеством онлайн-продукции, что ограничивает доверие и может замедлить рост электронной торговли в режиме от предприятия к потребителю [166].

Острой угрозой, которой сопутствует развитие цифровой экономики, может стать всё большее разрастание безработицы средних и низших профессий. Это может привести к снижению жизненного уровня среднего класса, т. к. эти рабочие места под-

вергнутся автоматизации, роботизации производства. Большая часть образованного экономически активного населения повысит уровень структурной безработицы. Это в свою очередь повысит уровень естественной безработицы, что чревато социальными конфликтами и бедствиями.

К основным причинам, влияющим на обеспечение должного уровня экономической безопасности в секторе малого предпринимательства в условиях развития цифровых технологий необходимо отнести теневую экономическую деятельность, обеспечение безопасности хозяйственной деятельности самого малого предприятия, низкую компетентность предпринимателей и специалистов в данном вопросе.

Высокий уровень ненаблюдаемой экономики, коррупции и низкий уровень экономической безопасности субъектов МП представляют угрозу для реализации привлечения инвестиций, внедрения инноваций в экономику и экономическую безопасность государства в целом [26].

Основой развития цифровых технологий является инновационная экономика, где основным субъектом деятельности выступает малое предприятие. При этом в России инновационное малое предпринимательство считается не развитым. Статистическое измерение инновационной деятельности малых предприятий осуществляется в России уже более 20 лет, и можно говорить о том, что интенсивность инновационных процессов в сфере малого бизнеса остаётся невысокой [74].

До 2005 г. удельный вес малых предприятий промышленного производства, осуществлявших цифровые технологии, не превышал 1,5–1,6%, в 2007 г. данный показатель увеличился до 4,3%, что, в первую очередь, связано с изменением состава обследуемой совокупности. Максимальное значение показателя приходится на 2011 г. (5,1%). В настоящее время наблюдается тенденция к его сокращению – величина показателя снизилась до 4,5% в 2015 г. (см. табл. 14).

Таблица 14

**Динамика инновационной деятельности малых предприятий
промышленного производства в РФ**

<i>Показатель</i>	<i>2005 г.</i>	<i>2007 г.</i>	<i>2009 г.</i>	<i>2011 г.</i>	<i>2013 г.</i>	<i>2015 г.</i>
Всего объём отгруженных инновационных товаров, млн р.	3103,2	12644,3	10215,7	16389,7	27126,6	31270,9
Затраты на цифровые технологии, млн р.	1932,7	10608,2	6793,5	9479,3	13510,5	12151,8
Количество малых предприятий, осуществляющих цифровые технологии, ед.	919	996	924	1276	1274	1189
Удельный вес малых предприятий, осуществляющих цифровые технологии, в общем числе обследованных малых предприятий, %	1,6	4,3	4,1	5,1	4,8	4,5

Выбор деятельности малых инновационных предприятий, направленных на промышленное производство последнее время не меняется и не отличается от деятельности средних и крупных организаций: фирмы ориентированы на инвестирование в оборотный капитал и НИОКР. Применение инноваций в НИОКР, необходимых для повышения уровня технологического уклада производства, подразумевает применение основного и оборотного капитала, а также лицензионных программ, связанных с реализацией цифровых технологий. В 2015 г. их приобретали соответственно 51,3 и 24,2% малых предприятий, осуществлявших инновации технохарактера (в 2013 г. – 55,7 и 24,5%). Количество МП, приобретавших цифровые технологии, невелика – 10,5%, в том числе патентные лицензии и патентные права – 7,3%.

Одной из проблем развития инновационного предпринимательства является недостаточный приток инвестиций, а если говорить о секторе цифровой экономики, то экономике региона необходимо большее количество инвестиций в основной капитал для реализации и развития механизмов государственно – частного партнёрства. Это подтверждают исследования О. Н. Владимировой [41–43], О. А. Романенко [129] и А. Г. Волкова: «Всё это говорит о возможности внедрения в регионах новой модели экономического роста, применения аккумулированного потенциала в человеческом капитале и технотроструктуре для проведения интенсивного экономического пути развития основных производств и привлечения инвестиций» [45].

Переход от инновационной экономики к цифровой видится в развитии цифровых технологий, к которым относятся внедрение новых или значительно улучшенных продуктов информационных и коммуникационных технологий (товара или услуги), т. е. новых товаров и услуг в области цифровых технологий, создание продукта, не имеющего субститута: инновационных услуг в синтезе с информационно-коммуникационными технологиями.

Из основных механизмов развития регионального сектора цифровой экономики можно предложить следующие:

- развитие новых НИОКР на коммерциализации инноваций в экономике с целью развития цифровых технологий;
- развитие государственно-частного партнёрства через взаимодействие государства и бизнеса при финансировании исследований и разработок цифровых технологий;
- субсидирование затрат на развитие региональных центров поддержки инноваций и технологий в сфере правовой охраны, экономической безопасности и использования результатов интеллектуальной деятельности, человеческого капитала и проведения патентных исследований;
- пропаганда для населения «культуры цифровой экономики» через средства массовой информации и интернет;
- привлечение и закрепление в научной деятельности молодых специалистов, введение системы индивидуальных грантов для молодых учёных, предоставление займов и венчурное финансирование реализации собственных разработок по цифровым технологиям;

– формирование региональной системы информационного обеспечения (специализированных средств интерактивной коммуникации, развитие и поддержка вузовской инновационной инфраструктуры, многоуровневой системы кадрового обеспечения деятельности) с целью развития цифровых технологий.

По мнению Д. В. Удалова: «В эпоху быстрого развития цифровых технологий основные направления поддержания экономической безопасности страны и пути решения по предотвращению угроз и рисков киберпреступлений состоят в следующем:

– постоянный обмен информацией об информационных инцидентах и технологиях защиты между компаниями и общественными организациями на международном уровне, внедрение на объектах центров круглосуточного реагирования на киберинциденты (CERT) для выявления, анализа и предотвращения киберугроз;

– международное сотрудничество российских организаций с Европолом и Интерполом по совершенствованию процедур информирования, взаимопомощи и совместных мер противодействия киберпреступникам;

– повышение компетенций в информационной безопасности ИТ-специалистов, всех служб компаний и госструктур, организация взаимодействия бизнес-подразделений, «айтишников» и отделов экономической безопасности;

– организация мер безопасности и защиты не только основных объектов экономики, но и критической инфраструктуры, дальнейшая работа центра кибербезопасности ЦБ РФ (*FinCERT*) по повышению безопасности банковской и платёжных систем;

– постоянное освещение в средствах массовой информации результатов борьбы с киберпреступностью, публикация решений судов по преступлениям в информационной среде, действий силовых структур по уничтожению организованной киберпреступности;

– распространение цифровой «гигиены» со школьной скамьи, организация школьных программ, уроков киберграмотности и осведомлённости в вопросах информационной безопасности;

– повышение технического обеспечения информационной безопасности систем, постоянное обновление антивирусов, уста-

новка межсетевых экранов, средств защиты от утечек (DLP), использование телеметрических сервисов и маршрутизаторов, защита автоматизированных систем управления технологическими процессами от вредоносного программного обеспечения, установка выключателей для программируемых логических контроллеров;

- законодательное регулирование киберпространства, использования криптовалют и блокчейн-технологий;

- финансирование программ киберразведки по поиску киберпреступников и уничтожению преступного бизнеса;

- скорейшая доработка и реализация программы «Цифровая экономика России», запланированных мероприятий её дорожных карт, применение технологии блокчейна в электронном гражданском обороте;

- запуск новых продуктов и программ страхования от киберугроз;

- инициирование РФ действий по принятию ООН моратория на использование кибероружия» [143].

В условиях постоянного совершенствования производственных процессов, развития цифровых технологий хозяйствующие субъекты (малые предприятия) не смогут самостоятельно решить задачу «цифровой революции». И только при поддержке государства путём интенсивной консолидации всех заинтересованных сторон (бизнеса, населения, государства, учёных, высшего и среднего образования) по созданию или укреплению соответствующих структур, приращению теоретических и эмпирических знаний можно говорить о реальности повышения конкурентоспособности российской экономики в цифровом пространстве. Претворение в жизнь предложенных механизмов позволит создать в регионе модель интенсивного экономического роста, которая снизит проблему теневой экономики, повысит уровень экономической безопасности и инвестиционно-инновационного развития на территории всей страны.

Глава 3. Формирование новых подходов по повышению эффективности деятельности малых предприятий в условиях перехода к цифровой экономике

«Вместе с тем, опыт постсоветского развития показывает, что основная проблема кроется не в идеях, а в их реализации. За последние четверть века в стране принималось много новаторских и смелых решений (от создания особых экономических зон до трансформации РАН), которые, по замыслу авторов, должны были обеспечить и переход на инновационный путь развития, и развитие экономики, и повышение качества жизни. Однако на практике такие решения не всегда давали ожидаемый эффект. По нашему мнению, такая ситуация во многом обусловлена реализацией подхода, который формулируется как “инновации без науки”, поскольку большинство подобных решений принималось на основании весьма общих соображений без достаточной экспертной научной оценки» [151].

3.1. Роль институционализации бизнеса в повышении конкурентоспособности малых предприятий в условиях цифровой экономики

Ни для кого не секрет, что повышение конкурентоспособности субъектов малого предпринимательства зависит от слаженной работы триады – государство (власть), общество и бизнес-сообщество. Для получения положительного результата необходимо наличие инициативы всех сторон триады, так и готовности этой триады реализовывать эти инициативы. Если скорость реагирования одного из элементов системы будет отличаться, то эффект от преобразований будет негативный. Каждый этап развития малого предпринимательства предполагает подобные реакции. В настоящее время мы говорим о развитии в условиях цифровизации, где полностью меняется способ производства на информационно-технологический, знаниеёмкий. Данный способ производства предполагает усиление роли креативности человека.

Термин «цифровая экономика» в экономической науке по своему содержанию схож с терминами «информационная экономика», «экономика, основанная на знаниях».

Информационная экономика является сложным комплексным явлением, которое связано с процессом информатизации социально-экономических институтов общества и их трансформацией на всех уровнях, а именно на уровне индивида, микро- и макроуровне [64, с. 53].

Экономика, основанная на знаниях – это такой тип хозяйствования, в котором знания становятся главным стратегическим ресурсом, креативные способности человека – непосредственной производительной силой, а инновационные процессы – производством, приобретение и внедрение знаний – главным источником производительности [64, с. 64]

В Докладе Всемирного банка (2016) дано такое определение цифровой экономике – это система экономических, социальных и культурных отношений, основанных на использовании цифровых информационно-коммуникационных технологий.

Определение цифровой экономики в «Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы» (далее – Стратегия) – это хозяйственная деятельность, в которой ключевым фактором производства являются данные в цифровом виде, обработка больших объёмов, использование результатов анализа которых по сравнению с традиционными формами хозяйствования позволяет существенно повысить эффективность различных видов производства, технологий, оборудования, хранения, продажи, доставки товаров и услуг.

В представленных выше определениях фигурируют такие понятия как «данные», «информация», «знания». При сопоставлении этих понятий нам близка следующая позиция: они представляют собой факты, которые существуют объективно вне зависимости от познающего субъекта, но становятся таковыми только тогда, когда есть целенаправленно собирающий их субъект. Информация возникает в результате обработки данных, а знание получается путём восприятия и анализа информации, и в этом смысле оно ещё более умозрительно, чем информация.

Если отталкиваться от определения цифровой экономики, данного в Стратегии, то, на наш взгляд, субъекты малого предпринимательства в России могут стать как потребителями результатов цифровой экономики, так и инициаторами этих результатов.

По исследованиям компании McKinsey «Цифровая Россия: новая реальность. 2017» Россия может получить прирост ВВП к 2025 г. за счёт определённых источников, которые представлены в табл. 15. Исходя из её данных, можно сделать вывод, что ожидаются весьма прорывные изменения, и возникает вопрос «Готова ли триада “цифровая власть – цифровой бизнес – цифровые граждане” к этим изменениям?».

Таблица 15

Источники прироста ВВП к 2025 г. за счёт цифровизации

<i>Направление</i>	<i>Результаты</i>
Оптимизация производственных и логистических операций	<ul style="list-style-type: none"> • Мониторинг производственных линий в режиме реального времени. • Оптимизация логистических маршрутов и определение порядка приоритетности отправок
Повышение эффективности рынка труда	<ul style="list-style-type: none"> • Эффективный и быстрый поиск работы и заполнение вакансий. • Возможности удалённой работы. • Новые профессии и рабочие места
Повышение производительности оборудования	<ul style="list-style-type: none"> • Сокращение простоев оборудования и расходов на ремонты. • Повышение загрузки оборудования
Повышение эффективности НИОКР и разработки продуктов	<ul style="list-style-type: none"> • Быстрое прототипирование и контроль качества. • Анализ больших массивов данных при разработке и совершенствовании продуктов
Снижение расхода ресурсов и производственных потерь	<ul style="list-style-type: none"> • Снижение расхода электроэнергии и топлива. • Сокращение производственных потерь сырья

Безусловно, со стороны власти предприняты попытки выхода на платформы (Электронное правительство, Электронный бюджет, порталы государственных услуг, порталы с информацией о государственных и муниципальных учреждениях, Портал государственных закупок и т. д.), которые должны повысить эффективность в сфере государственного управления, а в дополнении

повысить прозрачность этой сферы. Хотя вопрос повышения бюджетных отношений в нашей стране стоит достаточно остро до сих пор. По результатам различных рейтингов бюджетная система Российской Федерации считается одной из самых прозрачных, но, если вникнуть в данный вопрос, т. е. изучить официальные сайты муниципальных образований, ситуация выглядит не в лучшем свете. Повышение прозрачности этой сферы напрямую влияет на желание и активность вовлечения бизнес-сообщества и граждан в цифровое поле. Открытость и доступность информации о денежных потоках в бюджетной системе страны даёт мотивацию к выходу из тени налогоплательщиков.

На сайте Корпорации малого и среднего предпринимательства (далее – МСП) приводится интересная статья на тему применения субъектами малого бизнеса цифровых технологий. Утверждается, что большинство владельцев малых предприятий пользуются онлайн-технологиями и онлайн-платформами. Для удобства и экономии владельцев бизнеса разрабатываются такие технологические платформы как «Поток», на которой они могут самостоятельно разработать или улучшить свой сайт, но эта платформа доступна только для зарегистрированных в системе «Бизнес-навигатор МСП». Что такое «Бизнес-навигатор МСП»? Это ресурс для предпринимателей, которые хотят открыть или расширить свой бизнес. Создатели навигатора говорят, что он помогает работать честно, легально, платить все налоги и отчисления, зарабатывая на своё будущее и будущее своих детей [94]. Читая такие тексты, возникает вопрос: желает ли малый бизнес выходить на эти платформы? Желает ли он честно, легально платить все налоги?

В современной России бизнесу свойственно стремление показать наименьшую прибыль с целью минимизации транзакционных издержек в виде налогов, что полностью соответствует классической теории рынка. Государство в ответ на уклонение фирм от исполнения своих налоговых обязательств предпринимает действия по принуждению их (в рамках действующих «правил игры» – условий ведения бизнеса в стране) к соблюдению принятых ранее условий. Между фирмами и государством возникает «трение», которое из-за неполной осведомлённости контрагенты

контролировать не могут. Полная осведомлённость невозможна вследствие высоких затрат, поэтому и контроль не может быть совершенным. Любые процедуры контроля – это всегда компромисс между издержками и экономической выгодой. Таким образом, минимизация транзакционных издержек фирм компенсируется увеличением транзакционных издержек государства. И эта компенсация не всегда в пользу государства. Чтобы получить стопроцентно достоверную информацию о налогооблагаемой базе всех субъектов, государству потребуется взять все предприятия под своё управление, что, разумеется, повлечёт за собой другие издержки. Соккрытие фирмами информации о прибыли, с одной стороны, не позволяет государству осуществить функцию перераспределения дохода и негативно сказывается на благосостоянии в стране. С другой – позволяет фирме перераспределить прибыль поставщикам факторов производства, что благоприятно сказывается на благосостоянии их владельцев. В экономической литературе доминируют мнения о необходимости снижения налогового бремени. Предполагается, что это создаст условия для пересмотра фирмами своего отношения к расходам и доходам, что, в свою очередь, увеличит налогооблагаемую базу и принесёт государству доход. Данное предположение часто аргументируется эффектом кривой Лаффера, согласно которому достижение оптимальной ставки налога (которая будет ниже существующей) позволит максимизировать государственные доходы. Однако расчёты и опыт зарубежных стран показывают, что в России в настоящее время ставки налогообложения ниже или близки к оптимальному уровню. Это позволяет сделать вывод о том, что на нежелание фирм платить налоги влияет в большей степени не размер ставки, а само отношение к налогу как к императивному и безвозмездному платежу одного агента другому, обусловленное «природной» склонностью людей к сокрытию и искажению информации [12].

В противовес желанию уклониться от уплаты установленных налогов эксперты приводят следующий довод о том, что вне интернет-пространства вести бизнес практически невозможно. Потребители и контрагенты в первую очередь начнут искать информацию о бизнесе в интернете, и именно в интернет-пространстве они получают первую информацию, по которой создаст-

ся впечатление о том или ином бизнесе. Опасностью для малого бизнеса, при условии развития цифровых платформ, может стать потеря такого преимущества как индивидуальный и гибкий подход к потребителю. Крупные компании, используя площадки своих интернет-магазинов, начинают внедрять технологии, которые полностью заменяют продавцов-консультантов и реагируют практически на все запросы своих покупателей. Отсюда, бизнесу стоит задуматься, каким образом ему придётся находить баланс между получением дохода и уплатой налогов.

Нас интересует и такой феномен, как «цифровые граждане». Из-за исторически сложившейся структуры народного хозяйства и территориальной особенности в России существует неравенство субъектов экономики перед лицом проводимой политики перехода к цифровой экономике. Так, в некоторых территориальных единицах отсутствуют возможности использования цифровых технологий (нет электроэнергии, нет интернета), но это малая часть населения и предприятий.

Определённо, вовлечённость населения в интернет-пространство очень высокая. Существует множество рейтингов по данному запросу. Вопрос в следующем: насколько высокий уровень навыков в области информационно-коммуникационных технологий у пользователей? Насколько они подготовлены к такому объёму данных? Простой пример: покупатели интернет-магазинов одежды. В настоящее время только одна из этих платформ предлагает тысячи наименований товара, из которых необходимо выбрать пару вещей. Здесь могут прийти на помощь такие предпринимательские единицы, как стилисты или установленное на самом сайте достаточное количество параметров, указав которые, можно подобрать идеальный товар.

На наш взгляд, в основе всего вышеизложенного лежит идея не цифровой экономики, а информационной экономики и экономики, основанной на знаниях. Информационно-коммуникационные технологии вовлекаются во все сферы деятельности человека: в быту, на работе, при получении государственных и муниципальных услуг и т. д. Для наиболее органичного существования в такой среде индивиду жизненно необходимо осваивать все новшества, которые предлагает рынок. Так, в современных условиях

общество меняет своё отношение к институту образования. Если раньше высшее образование получалось один раз и на всю жизнь, то сейчас модель «обучение в течение всей жизни» очень популярна. Расходы, связанные с получением образования, теперь все рассматривают как «вечные инвестиции». Развитие искусственного интеллекта приводит к замещению человека в сфере физического и монотонного труда. В новой системе экономических отношений человек ценится за свою способность к креативному и критичному мышлению. Безусловно, переход на цифровые технологии даёт возможность (в виде времени, информации) развивать в себе именно такие качества. То есть для того чтобы быть качественным потребителем товаров, работ, услуг, производимых в условиях цифровизации, недостаточно просто иметь выход в интернет и девайсы, необходимо постоянно обучаться.

Подытоживая, можно сказать, что ответственность за результаты масштабных трансформаций лежит на всех участниках триады (власть, бизнес, общество), но государство, определенно, должно задавать или корректировать траекторию развития. Это может осуществляться через совершенно стандартные рычаги – нормативно-правовые акты, инфраструктура, усиление сетевого взаимодействия и отношение к предпринимателям.

Конкурентоспособность малых предприятий и цифровая экономика

Конкурентоспособность субъектов малого предпринимательства является основным направлением отечественной экономики, поскольку динамично развивающиеся предприятия становятся единственными субъектами, которые, согласно современному социально-экономическому развитию, могут удовлетворять дифференцированный спрос, определяющий тенденцию экономического роста и инновационного развития.

Теоретическая сущность категории «конкуренция»

Начало развитию представлений о сущности конкуренции и конкурентных отношений положили представители классической школы политической экономии (Д. Рикардо, А. Смит, Ф. Энгельс, К. Маркс, Дж. Милль и др.). В рамках современной

экономической науки целесообразно выделить структурный (С. Брю, К. Макконелл, Дж. Робинсон, Э. Чемберлин, Ф. Эджуорт и др.), функциональный (Р. Колз, Д. Улл и др.), институциональный (В. Бусыгин, В. Ойген, Ф. Хайек и др.) подходы к анализу конкуренции и конкурентоспособности. Конкурентные стратегии развития субъектов хозяйствования исследованы в трудах Г. Азоева, И. Ансоффа, М. Портера, А. Стрикленда, А. Томпсона, А. Юданова и др. В рамках российской экономической науки проблемы конкурентоспособности предприятий анализировались в работах Г. Г. Азгальдова, П. С. Завьялова, Д. С. Львова, Н. З. Сафиуллина, Р. А. Фатхутдинова, А. Ш. Хасановой, Л. Я. Шухгалиера, Н. С. Яшина и др. Методические подходы к оценке уровня конкурентоспособности товара, предприятия, территориального образования сформулированы в работах Ю. Ю. Александрова, В. Г. Белкина, Н. И. Комкова, А. В. Короткова, А. В. Лазарева, А. А. Миграняна, М. Ю. Носовой, И. М. Романовой, Ю. Д. Шмидта и др.

В настоящее время зарубежных работ по данной теме достаточно, но все они, так или иначе, основываются на методологии, заложенной вышеупомянутыми авторами. В современном мире конкурентоспособность стала одним из ключевых понятий, определяющих успешность хозяйствующего субъекта на внешнем рынке, однако, современная мировая экономическая наука до сих пор не дала как единой общепринятой трактовки содержания категории «конкурентоспособность», так и единого общепринятого подхода к методам ее оценки и формирования.

С. И. Ожегов в «Толковом словаре русского языка» термин конкурентоспособность трактует как способность выдерживать конкуренцию, противостоять конкурентам.

Р. А. Фатхутдинов даёт следующее определение конкурентоспособности – это способность объекта выдерживать конкуренцию в сравнении с аналогичными объектами на данном рынке.

Конкурентоспособность предприятия – интегральная числовая характеристика, с помощью которой оцениваются достигнутые предприятием конечные результаты его деятельности в течение определённого периода. Это система элементов, каждый из которых предназначен для отражения числовой (например, балльной)

оценки определённого вида потенциала. Конкурентоспособность предприятия обеспечивается за счёт приобретаемых им разного рода преимуществ по сравнению с основными конкурентами, а именно: экономических, финансовых, инвестиционных, кадровых, имиджевых и т. п.

Конкурентоспособность предприятия – это его свойство, характеризующееся степенью реального или потенциально-го удовлетворения им конкретной потребности по сравнению с аналогичными объектами, представленными на данном рынке. Конкурентоспособность определяет способность выдерживать конкуренцию в сравнении с аналогичными объектами на данном рынке, считает Филип Котлер.

Конкурентоспособность предпринимательских структур малого и среднего бизнеса можно определить как способность предпринимательских структур проявлять гибкость, адаптивность к постоянным изменениям внешней среды с целью увеличения, уменьшения либо сохранения занимаемой доли рынка в зависимости от стратегии предприятия [85].

Факторы, влияющие на уровень конкуренции

Факторы конкурентоспособности организации подразделяются на внешние, проявление которых в малой степени зависит от организации, и внутренние, почти целиком определяемые руководством организации.

Внешние факторы:

- государственная политика в отношении экспорта и импорта;
- уровень экономического развития страны;
- государственная экономическая политика в странах-экспортёрах и импортёрах товаров;
- эффективность функционирования рынков капитала и качество финансовых услуг;
- уровень развития инфраструктуры в стране;
- развитие научно-технологического потенциала;
- наличие и уровень квалификации трудовых ресурсов;
- амортизационная налоговая и финансово-кредитная политика, включая различные государственные и межгосударственные дотации и субсидии;

- таможенная политика и связанные с ней импортные пошлины, квоты;
- система государственного страхования;
- участие в международном разделении труда, разработке финансирования национальных программ по обеспечению конкурентоспособности предприятия;
- государственная система стандартизации и сертификации продукции и систем её создания;
- государственный надзор и контроль соблюдения: обязательных требований стандартов, правил обязательной сертификации продукции и систем, метрологический контроль;
- правовая защита интересов потребителя;
- основные характеристики рынка: его тип и ёмкость; наличие и возможности конкурентов;
- деятельность общественных и негосударственных институтов.

Внутренние факторы:

- производственная и организационная структура предприятия;
- технологии;
- учёт и регулирование производственных процессов;
- уровень квалификации персонала;
- качество менеджмента;
- информационная и нормативно-методическая база управления;
- оборудование;
- функционирование системы менеджмента качества;
- уровень стратегического управления;
- масштабы применения аутсорсинга;
- развитость сбытовой (дилерской) сети;
- степень защищённости конфиденциальной информации (безопасность системы информационного обеспечения);
- масштабы применения современных информационных технологий;
- использование сети Интернет для продажи продукции;
- ориентация на экономику, основанную на использовании знаний (экономика знаний);

- регулярность привлечения инвестиций в развитие производства;
- размеры сформированной постоянной и лояльной клиентской базы;
- масштабы использования достижений НТП;
- репутация (гудвилл) предприятия;
- мотивация персонала на повышение качества товара;
- наиболее существенные стратегические конкурентные преимущества;
- эффективная конкурентная стратегия;
- своевременность проведения реструктуризации (слияние, поглощение, разделение);
- стоимость предприятия (бизнеса), отражающая его инвестиционную привлекательность.

Майкл Портер напрямую связывает факторы конкурентоспособности с факторами производства. Все факторы, определяющие конкурентные преимущества предприятия и отрасли, он представляет в виде больших групп.

Людские ресурсы – количество, квалификация и стоимость рабочей силы.

Физические ресурсы – количество, качество, доступность и стоимость участков, воды, полезных ископаемых, лесных ресурсов, источников гидроэлектроэнергии, рыболовных угодий: климатические условия и географическое положение страны базирования предприятия.

Ресурс знаний – сумма научной, технической и рыночной информации, влияющей на конкурентоспособность товаров и услуг и сосредоточенной в академических университетах, государственных отраслевых НИИ, частных исследовательских лабораториях, банках данных об исследованиях рынка и других источниках.

Денежные ресурсы – количество и стоимость капитала, который может быть использован на финансирование промышленности и отдельного предприятия. Естественно, капитал неоднороден. Он имеет такие формы, как необеспеченная задолженность, обеспеченный долг, акции, венчурный капитал, спекулятивные ценные бумаги. У каждой из этих форм свои условия функционирования. С учётом различных условий их движения в разных

странах они будут в значительной степени определять специфику экономической деятельности субъектов в разных странах.

Инфраструктура – тип, качество имеющейся инфраструктуры и плата за пользование ею, влияющие на характер конкуренции: транспортная система страны, система связи, почтовые услуги, перевод платежей и средств из банка в банк внутри и за пределы страны, система здравоохранения и культуры, жилищный фонд и его привлекательность с точки зрения проживания и работы.

Если рассматривать малое предпринимательство, то ему, как любому предприятию, свойственны те же самые факторы конкурентоспособности, но малое предприятие имеет существенно меньший запас прочности, нежели крупные коммерческие структуры. Десять лет назад на государственном уровне была озвучена цель – к 2020 г. увеличить долю малого и среднего бизнеса в ВВП страны с 12 до 50%. Сегодня можно уверенно констатировать, что цель не достигнута. В 2017 г. на Международном экономическом форуме президентом РФ было заявлено, что в ближайшей перспективе драйвером роста экономики должна стать цифровизация – внедрение информационных технологий во все сферы жизни граждан России.

Ключевым признаком современного общества, называемого постиндустриальным, является растущая глобализация экономики. В этой новой экономике развитие цифровых технологий на основе информационной революции поставило цифровизацию в ряд основных конкурентных преимуществ для малых предприятий. В процессе хозяйствования информация становится знанием, а социально-экономические отношения переносятся в виртуальное пространство, в интернет. Растут возможности бизнеса: с одной стороны, посредством оптимизации затрат за счёт электронного банкинга, интернет-рекламы, автоматизации процессов, с другой – возможностью расширения рынка за счёт использования сетевых ресурсов.

Для малого предпринимательства развитие цифровой культуры, присутствие в интернет-пространстве, использование цифровых технологий в процессе производства товара или услуги – весомый фактор повышения конкурентоспособности. Повышение конкурентоспособности на внутреннем и внешнем рынках требу-

ет развития экономики инноваций, что предполагает наличие наукоёмких производств, рост знаний, компетенций и технологий. Но уровень инновационного развития малого предпринимательства не отвечает запросу на развитие новой экономики инновационного типа. Чтобы увеличить инновационную активность предпринимательства необходимо внедрение «цифры» в деятельность малого бизнеса [5].

По прогнозам компании McKinsey потенциальный экономический эффект от цифровизации экономики в России может составить к 2025 г. от 4 до 9 трлн р., что составит от 20 до более 30% общего ожидаемого роста ВВП. Однако аналитики компании также считают, что без наличия стратегического планирования, разработки цифровой стратегии в организации невозможно преодолеть инерцию развития бизнеса. Игнорирование требований нового времени может лишить даже успешную компанию конкурентных преимуществ. У руководителей и владельцев организаций нет чёткого понимания – что такое «цифровая» стратегия. Они недооценивают потенциально негативного или, наоборот, позитивного влияния цифровых технологий на экономические основы их бизнеса, игнорируют скорость, с которой цифровые экосистемы размыывают границы отрасли и смещают конкурентный баланс [150]. Учитывая институциональную слабость малого предпринимательства в России, оно в большей степени и с большей скоростью может потерять свои позиции, если не включится максимально быстро в инновационное цифровое поле, используя максимально предоставляемые «цифрой» возможности для развития и повышения собственной конкурентоспособности.

В сфере малого и среднего бизнеса есть проблемы, не позволяющие ему развиваться, мешающие созданию новых малых предприятий. Необходим комплексный подход к решению проблемы, но ситуация складывается таким образом, что, с одной стороны, есть малодоступная поддержка, а с другой – постоянно изменяющиеся нормы законодательства, зачастую невыполнимые требования, которые затрагивают всех предпринимателей.

Развитие цифровой экономики в России должно повысить качество жизни населения, обеспечить конкурентоспособность страны, её национальную безопасность.

Для успешной реализации программы развития цифровой экономики в России необходимо подготовить кадровый резерв, способный сделать качественный технологический прорыв. Требуется ликвидировать цифровое невежество руководителей и владельцев малого и среднего бизнеса, обеспечить стратегическое планирование цифровизации в малом предпринимательстве. В России объективно мало программистов, на их подготовку нужно несколько лет, ежегодно вузы выпускают порядка 25 тыс. ИТ-специалистов. Всего на российском рынке работает около 400 тыс. программистов, а в США их на порядок больше – 4 млн в Индии – 3 млн и в Китае – 2 млн. Дефицит кадров не даёт возможности малому бизнесу привлечь необходимых специалистов.

Кроме того, политический вес и влияние на власть имеет крупный бизнес, малый может влиять только посредством общественности. Необходима действенная государственная поддержка МП, создание правового поля, понятных правил, возможности защиты прав и интересов малых предпринимателей и в сфере цифровой экономики в том числе. Тогда малый и средний бизнес сможет выйти на качественно новый этап развития, в том числе и через создание стартапов в инновационных технологиях, повысить конкурентоспособность посредством разработки стратегии цифровизации, внедрения и использования цифровых технологий.

Малому бизнесу следует постоянно вести поиск инновационных решений и бизнес-моделей, основанных на цифровых технологиях. Разработка продуктов должна стать более гибкой. Необходимо экспериментировать с новыми бизнес-моделями, продуктами, идеями и технологиями. Пассивная позиция может привести к потере конкурентоспособности [5].

В заключение добавим, что развитие и внедрение цифровой экономики применительно к малому и среднему бизнесу может значительно повысить его конкурентоспособность. В настоящее время этому не способствуют: инерция мышления владельцев бизнеса; недооценка ими скорости распространения цифровых технологий; отсутствие стратегий развития цифровизации собственного бизнеса; отсутствие общественных площадок для обсуждения проблем малого предпринимательства; недостаток внимания и поддержки государства; определённая декларативность и труднодоступность мер поддержки.

3.2. Место маркетинга в условиях развития цифровой экономики

*Содержание маркетинга, его цели и задачи*¹⁸

Содержание и терминология маркетинга постоянно обновляются, но изначально они увязываются с процессом обмена, появлением товарно-денежных отношений, развитием форм сбыта и взаимодействием продуцентов с потребителями продукции, товаров и услуг.

Маркетинг, рассматриваемый как философия и инструментарий предпринимательской деятельности, является результатом теории и практики различных школ. Он развивался в ходе коллективного творчества предпринимателей, менеджеров, учёных разных стран, действовавших в конкретных политических и социально-экономических условиях.

Философия маркетинга требует, чтобы предпринимательская деятельность концентрировалась вокруг потребителя. Это означает, что должны производиться и поставляться на рынок товары, которые будут безусловно куплены, на которые обязательно будет спрос. Только признание рынком этой продукции является показателем эффективности деятельности фирмы, наиболее успешным вознаграждением для каждого предпринимателя.

Современный маркетинг – это сложное социально-экономическое явление, которое наиболее правильно рассматривать как совокупность четырёх факторов деятельности, постоянно меняющихся параметров поведения в условиях рынка:

- 1) маркетинг как философия взаимодействия и координации предпринимательской деятельности;
- 2) маркетинг как концепция управления;
- 3) маркетинг как средство обеспечения преимуществ в конкурентной среде;
- 4) маркетинг как метод поиска решений.

Главное назначение маркетинга – формирование и постоянное развитие процесса обмена, чтобы сделать этот обмен взаимовыгодным для участвующих в нём партнёров.

Цели маркетинга. Любая деятельность, предпринимательская или маркетинговая, осуществляется с целью достижения

¹⁸ По источнику [9].

определенного результата. Цели маркетинговой деятельности тесно связаны с целями предприятия и способствуют достижению последних. К основным целям предприятия можно отнести: завоевание рынка; рентабельность, финансовую устойчивость; обеспечение социальных факторов производства; создание и укрепление позиций на рынке и престижа предприятия (см. табл. 16).

Таблица 16

Основные цели предприятия

<i>Иерархия целей</i>	<i>Подцели, показатели</i>
<i>Завоевание рынка</i>	Доля рынка. Оборот, роль и значимость товара. Охват новых рынков
<i>Рентабельность</i>	Прибыль, рентабельность оборота. Рентабельность собственного капитала. Рентабельность общего капитала
<i>Финансовая устойчивость</i>	Кредитоспособность, ликвидность, уровень самофинансирования, структура капитала
<i>Социальные цели</i>	Удовлетворённость работой. Уровень дохода и социальной защиты. Социальная интеграция. Развитие личности
<i>Престиж и позиция на рынке</i>	Независимость. Имидж. Отношение к политическому климату. Общественное признание

Маркетинговые цели имеют определённую иерархию и структуру, которая в общем может включать экономические и психографические цели. Первая группа целей тесно связана с генеральными целями организации (прибыль, рентабельность, надёжность и др.), а вторая группа целей ориентирована на достижение результата воздействия маркетинговых мероприятий на менталитет и покупательское поведение потребителя, т. е. мотивацию, формирование представлений и оценку имиджа покупателя при готовности совершить покупку, что позволяет определить вероятность приобретения товара.

В идеале целью маркетинга должно быть обеспечение оптимальной скорости согласования спроса и предложения, т. е. такой

скорости, при которой сочетались бы наиболее выгодные темпы появления идей, их воплощения в товар, его производства, распределения, реализации и оборачиваемости, при минимальных затратах на всех стадиях продвижения товара от производителя к потребителю, с учётом своевременного удовлетворения покупательского спроса.

Задачи маркетинга. Выделяют, как правило, три взаимосвязанных комплекса задач маркетинга, относящихся:

- 1) к деятельности на рынке, т. е. связанных с регулированием спроса;
- 2) к сфере предпринимательской деятельности;
- 3) к окружающей среде и общественным образованиям.

Задачи маркетинга формируются в рамках иерархии целей, времени и вида спроса в тесном согласовании с целями организации. Исходя из конъюнктуры спроса, задачи маркетинга, относящиеся к сфере рынка, могут быть такими, как в табл. 17.

Таблица 17

Задачи маркетинга в аспекте конъюнктуры спроса

<i>Конъюнктура спроса</i>	<i>Задача маркетинга</i>
Полный спрос	Поддерживать удовлетворение потребности
Падающий спрос	Создать потребность
Скрытый спрос	Развить потребность
Приостанавливающийся спрос	Оживить потребность
Колеблющийся спрос	Синхронизировать спрос
Чрезмерный спрос	Отрегулировать спрос

К сфере предпринимательской деятельности относятся задачи маркетинга, связанные с координацией и интеграцией интересов политики предпринимателя. К таким задачам маркетинга относят согласование стратегий исследования и развития, производства и хранения товаров, а также мероприятия по продаже и финансированию. Кроме того, сюда же включают задачи по согласованию использования инструментария маркетинга во внутренней системе организации сбыта предприятия.

Задачами маркетинга этого уровня являются и организационные задачи, связанные с интеграцией маркетинга при формулировании главных направлений политики предприятия, т. е. задачи, относящиеся к институционализации маркетинга в организационную структуру организации.

Третий комплекс задач маркетинга, относящийся к сфере окружающей среды и общественных образований, связан в основном с задачами обеспечения социальной ответственности маркетинга перед обществом и окружающей средой. Это задачи: по недопущению искусственных методов и способов создания нужды в каких-либо продуктах, исходя только из цели достижения прибыли; по борьбе с манипуляцией рекламными средствами; по снижению чрезмерных затрат в рыночные коммуникации; по устранению ненадёжных товаров; по внедрению упаковки товаров, которая соответствовала бы экологическим требованиям.

Наряду с перечисленными нельзя терять из поля зрения и такие задачи маркетинга, как создание маркетинговой информации и выбор необходимых инструментов маркетинга-микса для достижения поставленных целей.

По мере интеграции концепции маркетинга в сферу производства, в систему управления предприятием происходит трансформация целей и соответственно задач, решение которых будет способствовать достижению поставленных целей. Главные задачи маркетинга заключаются в том, чтобы выявить, количественно оценить и реализовать существующие и потенциальные возможности предприятия и рынка с целью сбалансирования спроса и предложения. В рамках задач маркетинга формируются и постоянно упорядочиваются функции маркетинга применительно ко всем этапам процесса маркетинга.

К вопросу формирования и совершенствования цифровой платформы организации и управления маркетинговой деятельностью фирмы: проблемы и задачи¹⁹

Исходной точкой, осуществляемой в российской экономике трансформации системы организации и управления производством и функциональными услугами, стала ориентация большин-

¹⁹ По источнику [6].

ства бизнес-структур на завоевание возможно большего числа новых покупателей и краткосрочную максимизацию ценности каждой единичной сделки. Долгое время имело место разворачивание маркетинговой деятельности на арене анонимных массовых сделок, когда в центре внимания находились не покупатели, а собственные товары и услуги. Однако тенденции изменения научно-технического прогресса и, в частности, развитие информационных технологий и средств мультимедийного сектора привели к принципиальному изменению понимания процесса маркетинговой деятельности в связи с формированием новой парадигмы маркетинга: маркетинга взаимодействия и маркетинга взаимоотношений. В рамках этой парадигмы возникло множество концепций, ставящих во главу угла создание и поддержание долгосрочных деловых отношений, опираясь на показатели долгосрочного успеха, на ценность жизненного цикла покупателя. Одновременно появление нового технологического уклада в экономике, подкреплённого развитием и внедрением не просто информационных, а цифровых технологий способствует повышению эффективности экономики благодаря росту скорости принятия решений и качества управления бизнес-процессами.

Настало время развития «индивидуально адаптированного маркетинга», что укрепляется новыми средствами и формами мультимедийных коммуникаций: интернет, call-центры, мобильные телефоны, интерактивное телевидение и тому подобными, которые позволяют с большей скоростью и с меньшими затратами устанавливать индивидуальные контакты с покупателями и проводить длительное послепродажное обслуживание. Здесь следует особо выделить ряд тенденций развития рынка информационных (коммуникационных) и коммуникативных технологий (ИКТ) и, особенно, форсайт-технологий маркетинга [10; 101].

1. Возрастание роли и влияния интернета на экономические процессы.

2. Упор компаний на покупку готовых IT-средств и решений.

3. Более востребованными становятся конвергентные решения, когда интернет связывается с мобильными устройствами и IP-телефонией.

4. Развитие и применение облачных технологий.

5. Организация отечественными компаниями DATA-центров.
6. Появление высокоскоростных технологий связи и доступа к интернету.
7. Индивидуализация удовлетворения потребностей и персонализация обслуживания потребителей.
8. Рост рынка интернета вещей.
9. «Ядерный» рост количества социальных сетей, включая сети специалистов и профессионалов.

Таким образом, на интернет возложены информационная, коммуникационная, коммуникативная и коммерческая функции. В чём же суть внедрения цифровых технологий в экономику, её функциональных структур и системы? Конечно, это переход к оцифровке всех алгоритмов формирования процессов и принятия решений. Означает ли это отказ от аналоговых технологий?! Очевидно, нет. Поэтому необходима совместная жизнь цифровой и аналоговой технологий, фактически, путём использования гибридных технологий.

Особую значимость в цифровой трансформации экономики и технологии маркетинговой деятельности приобретает институциональное моделирование маркетинговых стратегий в системе взаимодействия сетевых организаций. Это влияние специфического ресурса маркетинга на ресурсные характеристики сетевых межфирменных взаимодействий [121]. По сути дела, мы подходим к необходимости построения «Системы индексации сетевой готовности предприятий» по уровню цифрового маркетингового потенциала. При этом сеть следует рассматривать не как совокупность взаимодействующих индивидов, а как совокупность позиций, когда предметом анализа выступают отношения между позициями. А связи между позициями характеризуют потоки ресурсов. И в этом контексте можно говорить о гибридных стратегиях маркетинга и, конечно, об экономике маркетинга гибридных сетевых организаций.

Представляется, что внедрение цифровых технологий в маркетинговую деятельность, а не «цифровой маркетинг, или диджитал-маркетинг», будет главным образом способствовать переходу в общении с клиентом от его впечатлений к созданию постоянной его вовлечённости в деятельность фирмы. То есть принцип: от потребителей – зрителей, наблюдателей к потребителям – активным

участникам процесса сотворчества в создании потребительских ценностей. В этой связи следует поддержать тезис о том, что маркетологи должны не просто добавить в свои традиционные маркетинговые схемы и модели отдельные цифровые медиа, они должны фундаментально перестроить свою деятельность, поставив на первый план использование новых медиа и инструментов, базирующихся на цифровых технологиях.

При этом основные принципы маркетинга – позиционирование, сегментирование и другие – остаются неизменными. Эффект создаётся каналами и средствами цифровых технологий благодаря новым способам привлечения потребителей и увеличения скорости общения с ними, т. е. ускорения удовлетворённости от получения и использования ими заявленной потребности. При этом следует обратить внимание на следующие моменты постановки и решения задач цифровой трансформации процесса маркетинговой деятельности:

1. Потребители и клиенты – активные участники создания и использования ценностей.

2. Изменить формы охвата и частоты работы с клиентами, а значит более грамотно осуществлять планирование нужного предложения.

3. Планировать и оптимизировать набор цифровых каналов и средств для удовлетворения потребностей клиентов, а это адаптация готовности цифрового обеспечения клиента и фирмы с учётом пространственных характеристик, времени и места.

4. Умение формировать и находить релевантный, качественный контент.

5. Стимулирование и поощрение создания контента потребителем в соответствии со стратегической политикой брендинга фирмы.

6. Поддержка участия работы клиентов в социальных сетях.

7. Уметь формировать и моделировать набор вариантов новых медиа с учётом системы показателей оплаты за результат их использования.

8. Учитывать скорость освоения цифровых технологий клиентом при организации общения с ним, для защиты своей точки зрения.

9. Консолидация с потребителем и организация индивидуальной практики работы с ним.

10. Накапливать информацию и данные об использовании цифровых каналов и медиа.

11. Использовать принцип «шаг – вперёд, два шага – назад» для анализа статистической аналитики в реальном времени и осуществления оптимизации.

12. Измерять – чтобы управлять. Переход от не объективного ROI к объективным цифровым критериям и показателям маркетинговой метрики.

Дизайн и контент формирования и развития цифровой платформы организации и управления маркетинговой деятельностью фирмы. В условиях глобализации и ужесточения конкуренции одним из ключевых направлений инновационного развития в маркетинге становится активное использование цифровых технологий. Интернет, мобильная связь, искусственный интеллект, системы сбора, обработки хранения информации на основе *Big Data*, облачных вычислений, интернет-вещей оказывают всё большее влияние на развитие экономики и бизнес-процессов. Ниже рассматривается воззрение авторов на формирование цифровой платформы организации и управления маркетинговой деятельностью.

В Докладе Всемирного банка о мировом развитии «Цифровые дивиденды» [153] показано, как цифровые технологии помогают компаниям повышать производительность, людям – находить работу и расширять возможности, а правительствам – оказывать гражданам более качественные государственные услуги. Благодаря сокращению информационных затрат, цифровые технологии значительно снижают стоимость экономических и социальных транзакций для фирм, физических лиц и государственного сектора. В докладе делается вывод о том, что страны смогут получить максимальную отдачу от преобразований в информационно-коммуникационной сфере лишь при том условии, что они будут непрерывно улучшать деловой климат, вкладывать средства в образование и охрану здоровья граждан и способствовать надлежащему управлению. В странах, где этого не происходит, цифровые технологии не обеспечили ни подъёма производительности, ни уменьшения неравенства.

В «Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации» [137] подчёркнуто, что в ближайшие годы одним из приоритетов будет переход к передовым цифровым, интеллектуальным производственным технологиям, создание систем обработки больших объёмов данных, машинного обучения и искусственного интеллекта, интеллектуальных транспортных и телекоммуникационных систем. Особую актуальность приобретают исследования изменений экономических отношений, вызванных различными аспектами технологического развития.

Цифровые технологии позволяют расширить доступ к информационным ресурсам, снизить издержки на передачу, хранение и обработку маркетинговой информации, создать принципиально новые информационные товары и услуги.

На уровне предприятий цифровые технологии позволяют добиться сокращения расходов; увеличения продаж при сокращении операционных издержек; мгновенного охвата глобальных рынков, лучшего понимания потребностей клиентов за счёт постоянных прямых контактов и личных отношений с ними.

Эффективность применения ИКТ наглядно демонстрируется в случаях, когда они позволяют сократить издержки в результате автоматизации бизнес-процессов. В ритейле, особенно в гипермаркетах, крупных торговых сетях видеоаналитика позволяет анализировать движение и активность покупателей, оптимизировать загруженность касс, увеличить производительность труда персонала. Системы бизнес-аналитики на основе *Big Data* позволяют выявить закономерности, необходимые для прогнозирования спроса и определения факторов, влияющих на рыночную ситуацию.

В процессе приобретения товаров и услуг потребители и предприятия взаимодействуют в цифровой среде, используют инновационные технологии. На смену личным контактам приходит взаимодействие с использованием или под управлением цифровых систем, что создаёт новые возможности и проблемы в маркетинговой деятельности.

В маркетинге и логистике сокращение издержек достигается за счёт автоматизации основных бизнес-процессов – построения оптимальных моделей управления запасами и закупками, взаимо-

действия с клиентами, оптимизации логистических маршрутов и т. п.

Вместе с тем, несмотря на большое количество примеров эффективности цифровой трансформации, влияния цифровых технологий на рост конкурентоспособности, улучшения взаимоотношений с клиентами, выход на новые рынки и так далее, теоретические аспекты трансформации процесса управления маркетинговой деятельностью в цифровой экономике изучены недостаточно.

Актуальными остаются задачи исследования влияния процессов цифровой трансформации на маркетинговую деятельность, организации взаимодействия субъектов рынка в цифровой среде, выявления сущности и направлений трансформации процесса управления маркетинговой деятельностью в цифровой экономике, разработки путей создания инновационного инструментария маркетинга.

В исследованиях последних лет, проводимых различными организациями и компаниями, приводится большое количество определений цифровой трансформации (*Digital Transformation*). Цифровая трансформация может рассматриваться как процесс преобразования, перевода процесса той или иной деятельности на более высокую производительность благодаря освоению, внедрению и использованию инструментария, методов и форм управления, построенных на цифровых технологиях. Она предполагает изменения в стиле руководства, мышления, поощрении инноваций; принятие новых оцифрованных бизнес-моделей и технологий для улучшения взаимодействия сотрудников организации, её клиентов, поставщиков и партнеров.

Говоря о цифровой трансформации, целесообразно различать несколько уровней:

– уровень экономики в целом, когда исследуется влияние цифровых технологий на глобальные и региональные рынки, социально-экономические процессы, выявляются отрасли, наиболее успешно проводящие цифровую трансформацию;

– уровень предприятий при изучении наиболее успешных практик применения инновационных технологий для повышения конкурентоспособности, эффективности, выхода на новые рынки;

– уровень бизнес-процессов, когда описывается применение цифровых систем и технологий для управления производством, логистикой, маркетингом, взаимоотношениями с клиентами, документооборотом и т. п.

В ряде исследований предпринимаются попытки установить связь цифровой трансформации с показателями экономической эффективности, условиями и перспективами экономического роста. Так, например, компанией *IDC* приводятся данные, что глобальные затраты на технологии цифровой трансформации будут ежегодно расти на 16,8% и в 2019 г. достигнут 2,1 трлн долл. Согласно данным компании *Accenture*, использование цифровых технологий может в 2020 г. добавить 1,36 трлн долл. к ВВП ведущих мировых экономик.

Сегодня всё чаще возникает ситуация, когда цифровые технологии, запуская инновации бизнес-процессов, задают направления, по которым впоследствии идёт большинство компаний. Ключевая задача владельцев бизнеса, маркетинговых служб – распознать технологии, определяющие развитие рынка. Поэтому находиться на переднем крае цифровых инноваций очень важно для обеспечения конкурентоспособности.

С точки зрения стратегического планирования маркетинговой деятельности цифровую трансформацию целесообразно рассматривать как явление, комплексно воздействующее на практически все факторы внешней и внутренней среды компании, заставляющее пересмотреть теоретико-методологические подходы к маркетинговой деятельности с точки зрения реакции на изменения в настроениях и желаниях потребителей.

Исходя из теории и практики маркетинга, изложенной в ряде исследований [10; 101], можно выделить следующие основные направления формирования цифровой платформы трансформации маркетинговой деятельности (см. рис. 7):

- 1) совершенствование цифровых методов сбора, обработки, анализа маркетинговой информации;
- 2) организация взаимодействия с потребителями в цифровой среде;
- 3) автоматизация планирования и реализации маркетинговых мероприятий.



Рис. 7. Формирование дизайна цифровой платформы трансформации маркетинговой деятельности

Первое направление – совершенствование методов сбора, обработки, анализа маркетинговой информации – направлено, прежде всего, на создание систем маркетинговой аналитики, специализированного инструментария анализа маркетинговых данных. В качестве примера можно отметить системы веб-аналитики, видеоаналитики, аналитики Wi-Fi, платформы управления данными и расширенной аналитики.

Основной задачей веб-аналитики (*Web analytics*) является мониторинг посещаемости веб-сайтов, на основании данных которого определяется аудитория сайта и изучается поведение посетителей для принятия решений по развитию и расширению функциональных возможностей веб-ресурса. Система веб-аналитики представляет собой комплекс программных средств измерения, сбора, анализа, представления и интерпретации информации о посетителях веб-сайтов с целью их улучшения и оптимизации, оптимизации бюджета на онлайн-продвижение [38].

На основе объединения возможностей веб-приложений для проведения опросов и программ для обработки результатов маркетинговых исследований созданы EFM-системы (*Enterprise Feedback Management*), позволяющие планировать, согласовывать и публиковать результаты исследований в единой программной среде.

Для рекламодателей, агентств, издателей разработана *Data Management Platform (DMP)* – многофункциональная система, позволяющая хранить и систематизировать имеющиеся данные, оптимизировать закупки и планирование рекламных кампаний [163]. Платформа расширенной аналитики (*Advanced Analytics Platform – AAP*) позволяет создавать различные шаблоны аналитических решений, например, при проведении маркетинговых кампаний, прогнозировании транспортных потоков [88].

Вторым направлением цифровой трансформации маркетинга является совершенствование организации взаимодействия с потребителями в цифровой среде.

По данным Международного союза электросвязи (МСЭ) от 22 июля 2016 г., количество пользователей интернета в мире составляет 3,5 млрд человек, т. е. почти половине населения Земли [120]. Как сообщает *eMarketer*, общее количество смартфонов в 2016 г. превысило 2 млрд а в 2017 г. достигнет 3,4 млрд. При этом около 80% пользователей смартфонов проверяют свой телефон в течение 15 минут после пробуждения, делая это затем 150 раз в день [167].

Значение цифровых каналов велико: они представляют собой постоянно растущий источник социального взаимодействия, новостей, покупок, развлечений, взаимодействия со СМИ, друзьями, родственниками, коллегами, и люди склонны им доверять. Поэтому развитие маркетинговой деятельности в условиях оцифровки маркетинговых функций предполагает наряду с такими традиционными каналами, как интернет-реклама, прямые почтовые рассылки, мобильная связь и так далее, использование социальных медиа, социальных сетей (*Facebook, Instagram*, Профессионалы, Одноклассники и др.), цифровых платформ взаимодействия потребителей и поставщиков (*Booking, Momondo, Airbnb, Uber*), различных сервисов (Яндекс.Пробки, Яндекс.Деньги и т. п.).

Цифровые технологии позволяют лучше узнать своих клиентов, общаться с ними, когда они наиболее восприимчивы к сообщению. Чтобы сделать это, необходимо консолидированное представление предпочтений и ожиданий клиента по всем каналам. Собирая и анализируя поступающую информацию, маркетологи могут использовать её для создания предложений, персонализированных с учётом потребностей, предпочтений, местоположения клиента. Чем глубже понимание поведения клиента и предпочтений, тем больше вероятность вовлечь его в прибыльные взаимодействия.

Выделение в качестве третьего направления автоматизации планирования и реализации маркетинговых мероприятий, а также развития систем электронной коммерции и маркетингового управления обусловлено тем, что наряду с широко применяемыми на практике и уже описанными в маркетинговой литературе электронными торговыми площадками, интернет-магазинами, мобильными приложениями, CRM-системами, появляются новые системы автоматизации маркетинговой деятельности, такие как *Integrated Marketing Management*, *Marketing Resource Management*.

Integrated Marketing Management представляет собой специализированное программное обеспечение для руководителей и специалистов в области маркетинга. Оно используется для автоматизации маркетинговых процессов компании, начиная от сбора и анализа информации о клиентах, и заканчивая составлением планов, бюджетов, управлением маркетинговыми ресурсами, производством и анализом маркетинговой эффективности.

MRM-системы (*Marketing Resource Management*) предназначены для автоматизации административных задач маркетинга, связанных с бюджетированием, планированием, созданием заказов на рекламную продукцию, ведением единой базы данных по продуктам и услугам и т. д. Они также позволяют вести подготовку отчётности по ключевым показателям эффективности (*KPI*) маркетинговых служб.

Важно отметить, что приведённое ранее выделение направлений цифровой трансформации маркетинговой деятельности носит условный, иллюстративный характер, позволяющий подчеркнуть связь теории маркетинга с практикой использования

цифровых технологий в решении маркетинговых задач. В реальных условиях постоянно наблюдается процесс интеграции разнообразных компьютерных и программных продуктов, направленный на создание платформ и систем непрерывного взаимодействия потребителей и поставщиков. При этом традиционный цикл маркетинговой деятельности, включающий проведение маркетинговых исследований, планирование и воплощение маркетинговых мероприятий, реализуется в виде программных продуктов, обеспечивающих мгновенную реакцию системы на изменяющиеся запросы клиентов.

Говоря о направлениях трансформации процесса управления маркетинговой деятельностью в цифровой экономике, следует уточнить ряд основных положений теории маркетинга. В частности, элементы комплекса маркетинга (см. рис. 8) будут иметь ряд особенностей, характеризующих возможности взаимодействия в цифровой среде.



Рис. 8. Особенности комплекса маркетинга в цифровой экономике

Применяя технологии *Big Data*, виртуальной и дополненной реальности телекоммуникационные компании, ритейлеры, финансовые организации на основе персонального профиля потребите-

ля могут осуществлять подбор или модификацию товара, формируя персонализированные предложения для своих клиентов.

Создание «умных товаров» на основе интернета вещей предполагает оснащение товара встроенными технологиями взаимодействия с другими товарами и/или внешней средой и позволяет придать ему новые свойства и характеристики, представляющие ценность для потребителя.

Как показано в работах М. Б. Яненко и М. Е. Яненко²⁰, при формировании маркетинговых стратегий интернет-вещей следует рассматривать как инновационное направление в товарной политике, ориентированное, прежде всего:

- на создание новых «умных» товаров и услуг;
- придание новых характеристик традиционным товарам за счёт добавления функций взаимодействия «товар – товар, товар – внешняя среда, товар – человек»;
- на формирование новых рынков устройств, оборудования, систем взаимодействия различных объектов.

Сервисы совместного потребления, реализуемые на базе платформ взаимодействия потребителей и поставщиков, позволяют, не приобретая товар в личную собственность, использовать его для удовлетворения своих потребностей. Например, *Booking*, *Airbnb* реализуют взаимодействие арендаторов и владельцев недвижимости, а *Uber* – взаимодействие клиентов и водителей для организации поездок.

Цифровые технологии позволяют существенно сократить затраты потребителей за счёт использования разнообразных способов оплаты в системах электронных платежей, а также адаптивного ценообразования на основе ценностных предпочтений потребителя и предложений конкурентов. Так, например, платформы взаимодействия потребителей и поставщиков (*Booking*, *Momondo*, *Airbnb*, *Uber*), электронные торговые площадки, интернет-магазины позволяют в процессе диалога с покупателем подбирать наиболее выгодные предложения с учётом предоставляемых скидок и бонусов.

²⁰ Яненко М. Б., Яненко М. Е. Концептуальные основы формирования инновационных маркетинговых стратегий / науч. ред. Г. Л. Багиев. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2015. – 179 с. Яненко М. Б., Яненко М. Е. Мобильные технологии в маркетинге услуг: новые возможности и проблемы // Проблемы современной экономики. – 2014. – № 2. – С. 227–230.

Элемент комплекса маркетинга «Место» фактически становится киберпространством, в котором представлены электронные торговые площадки, интернет-магазины, платформы и другие средства взаимодействия потребителей и поставщиков, обеспечивающие доступность полной информации о товаре в любое время и в любом месте. Технологии виртуальной и дополненной реальности позволяют, например, в режиме диалога с покупателем подобрать товар по размеру, цвету, фасону.

Благодаря возможностям персонализированного взаимодействия в цифровой среде в любое время и в любом месте коренным образом меняются стратегии продвижения товаров и услуг. При этом для повышения лояльности клиентов всё чаще применяются различные ИКТ-системы взаимодействия в традиционном торговом пространстве.

Например, цифровые вывески (*Digital Signage*) представляют собой аудиовизуальные комплексы, позволяющие в сети торговых центров централизованно выводить информацию на сотни дисплеев, автоматически обновляя контент, в режиме реального времени.

Мультиканальные контакт-центры с технологиями интерактивного речевого взаимодействия, голосовой биометрией позволяют предоставить покупателю в торговом зале необходимую информацию о товаре и сопутствующих услугах.

Внедрение бесплатного Wi-Fi в многолюдных местах может не только повысить клиентоориентированность, но и получить дополнительный доход за счёт размещения рекламы расположенных рядом ресторанов, магазинов, туристических компаний, а также городских мероприятий и других интересных событий.

Приведённые соображения показывают, что трансформация процесса управления маркетинговой деятельностью в цифровой экономике носит комплексный характер и требует углублённого анализа практики применения цифровых технологий, переосмысления ряда ключевых теоретических положений маркетинга. В связи с этим нельзя признать обоснованным использование в публикациях последних лет термина «цифровой маркетинг» (*Digital Marketing*). Он включает разнообразный набор маркетинговых инструментов и технологий по продвижению товаров, услуг и брендов в цифровых каналах.

Наибольшее распространение получили поисковый маркетинг (*SEM*), контент-маркетинг, маркетинг влияния (*influencer marketing*), поисковая оптимизация (*SEO*), автоматизация создания контента, маркетинг в электронной коммерции, маркетинг социальных медиа (*SMM*), прямые рассылки, контекстная реклама, реклама в электронных книгах, программах, играх и других формах цифровой продукции, SMS- и MMS-рассылки на мобильные телефоны и т. п. [152].

Несмотря на растущую популярность использования данного термина, следует отметить, что цифровые технологии маркетинга представляет собой не новое направление маркетинга, а набор инструментов и технологий взаимодействия с субъектами рынка, использующими современные системы и устройства, работающих на цифровых, а не аналоговых принципах. По нашему мнению, более корректно говорить об использовании цифровых технологий в маркетинге, а не о цифровом маркетинге. Уместно говорить и о маркетинге цифровых технологий, как системе их продвижения на рынок.

Чтобы обеспечить успешное применение цифрового инструментария в маркетинге необходимо на основе теории маркетинга:

- уметь управлять сложными взаимоотношениями с клиентами через различные каналы, как цифровые, так и традиционные;
- реагировать на запросы и инициировать динамическое взаимодействие с клиентами в реальном времени;
- извлекать из больших объемов данных сведения, необходимые для оперативного принятия обоснованных маркетинговых решений.

При этом основными задачами маркетинга остаются: анализ конкурентной ситуации; проведение сегментации рынков и позиционирования брендов, мониторинг цен; мероприятия по продвижению товаров и услуг в виртуальной среде; презентации товаров и услуг покупателям; стремление вовлечь потребителя во взаимодействие, в процесс выявления и удовлетворения его потребностей [10].

К основным проблемам трансформации процесса управления маркетинговой деятельностью в цифровой экономике следует отнести:

- изучение процесса стремительного развития цифровых технологий. Компьютерные технологии растут и изменяются бы-

стрее, чем бизнес может к ним адаптироваться. Для взаимодействия потребители всё чаще применяют различные устройства, использующие различные цифровые каналы, протоколы, спецификации и интерфейсы. Особое значение здесь имеет динамика уровня адаптации оцифровки потребителя и коммерческой структуры, уровень которой должен опережать уровень потребителя;

– взрывной рост объёмов данных. Потребители оставляют огромные объёмы данных в цифровых каналах. Их чрезвычайно трудно обработать, чтобы найти данные, которые могут помочь принять правильные решения. Развитие теории маркетинга, инновационного маркетингового инструментария, основанного на цифровых технологиях, отстаёт от потребностей бизнеса;

– усиление конкуренции. По сравнению с традиционными средствами управления маркетинговой деятельностью цифровые системы становятся относительно дешёвыми и доступными для бизнеса практически любого размера. В результате предприятия малого и среднего бизнеса получают возможность выхода на новые рынки, активизации взаимодействия с различными целевыми аудиториями.

Сложность формирования стратегий развития в условиях цифровой трансформации создаёт потребность в так называемых менеджерах – специалистах, способных обеспечивать лидирующие позиции компании в цифровой трансформации бизнеса. Такой специалист, компетентный в цифровых технологиях, должен уметь на основе анализа запросов бизнеса и рынка ИКТ-систем выбрать и эффективно внедрить технологии и методы цифрового взаимодействия, обеспечивающие рост конкурентоспособности компании. Отсутствие таких специалистов говорит о том, что в условиях цифровой трансформации, развития технологий необходимо коренным образом менять подходы к подготовке специалистов-маркетологов. Их профессиональная деятельность в цифровой экономике предполагает непрерывные инновационные изменения, постоянное обучение, совершенствование навыков. При этом должны использоваться всё новые возможности обучения в цифровой среде – видеоблоги; видеоконференции; общение на сайтах профессиональных сообществ; видео-курсы; обучающие платформы, тренинги и игровые контент.

Развивающиеся компании должны стимулировать самостоятельное обучение в процессе реализации маркетинговых меро-

приятий. В практической деятельности должна использоваться модель «тестируй и изучай», она предполагает, что при появлении новых технологических возможностей и новых маркетинговых инструментов руководством принимается решение о выделении небольших средств на их тестирование и изучение, чтобы понять насколько они подходят для улучшения работы компании. При этом даже отрицательный результат рассматривается как составная часть процесса обучения [131].

Таким образом, с позиции маркетинга, цифровая трансформация – это не разовое мероприятие, а одно из ключевых направлений маркетинговой стратегии развития бизнеса, непрерывный процесс, позволяющий отслеживать изменения окружающей среды и использовать цифровые технологии для укрепления конкурентных позиций в цифровом экономическом пространстве. Сущность трансформации процесса управления маркетинговой деятельностью состоит в ускоренном применении стремительно развивающихся цифровых технологий для решения ключевых маркетинговых задач, таких как: анализ конкурентной ситуации; мониторинг цен; мероприятия по продвижению товаров и услуг в виртуальной среде; презентации товаров и услуг покупателям; стремлении вовлечь потребителя во взаимодействие, т. е. в процесс выявления и удовлетворения его потребностей.

Нежелание использовать или отставание фирм в переводе деятельности её функциональных и технологических подразделений на цифровые технологии может приводить к дополнительным затратам, связанным с потерей потребителей, со снижением объёма продаж товара или оказываемых услуг, с потерей поставщиков и партнёров по бизнесу, с потерей имиджа и снижением уровня влияния существующего бренда на потребителей и т. д.

Для экономической оценки трансформации экономики на основе цифровых технологий, необходима разработка маркетинговой метрики показателей и критериев оценки эффективности использования инновационных цифровых коммуникационных и коммуникативных средств.

Глава 4. Государственная поддержка малого предпринимательства в системе обеспечения его эффективного функционирования в условиях развития цифровой экономики

Развитие информационных технологий существенно изменило экономический ландшафт. Кроме появления и распространения цифровых (виртуальных) предприятий как таковых, ведущих свою деятельность исключительно в электронной сфере, существенные изменения происходят и на предприятиях традиционного уклада. В связи с развитием современных технологий меняются основные факторы воспроизводства на предприятии. И меняются, соответственно, ключевые задачи экономики предприятия и управления бизнесом²¹.

Исследование малого предпринимательства (МП) как одного из важнейших институтов и ключевого элемента российской рыночной экономики, не теряет своей актуальности. Интерес к исследованию МП в России объективирован в силу того, что «Россия страна мирового значения и огромного внутреннего разнообразия...» [164]. Важность и значимость исследования заявленной темы возрастает в связи с необходимостью участия МП в достижении целей реализации основных направлений государственной конкурентной политики в условиях развития цифровой экономики, которые выступают как приоритеты для бизнеса, общества и государства.

Беглый контент-анализ научной литературы по заявленной теме убеждает в том, что она представлена достаточно большим авторским, тематическим и временным разнообразием. В данной работе не представляется возможным назвать хотя бы ключевые положения основных публикаций, это предмет отдельного исследования. Но, всё же отметим, что теоретические и практические аспекты названной проблематики обсуждаются в России на разных уровнях и мероприятиях [17; 56; 157].

Цель исследования. В условиях стремительно меняющегося мира – технично-технологического, личностного, культурного – пред-

²¹ Бойко И. П., Евневич М. А., Колышкин А. В. Экономика предприятия в цифровую эпоху // Российское предпринимательство. – 2017. – Т. 18, № 7. – С. 1127.

ставляется полезным при изучении результатов новейших исследований и источников рассмотреть российское малое предпринимательство в достижении целей конкурентной политики государства в условиях развития цифровой экономики для того, чтобы уточнить позиции современного малого предпринимательства в приоритетных направлениях деятельности Российской Федерации, её регионов по содействию развитию конкуренции в стране, выявить и оценить участие МП в поддержании конкурентных начал в экономике, рассмотреть условия развития цифровой экономики и оценить влияние цифровизации экономики на МП.

4.1. Российское малое предпринимательство в приоритетах конкурентной политики государства в условиях цифровой экономики

Прежде чем определиться с тем, что есть российское малое предпринимательство, следует выявить, что представляет собой предпринимательство, каково его экономическое содержание. При множестве различных подходов и определений предпринимательства, мы придерживаемся позиции, что с экономической точки зрения предпринимательство может быть рассмотрено как экономическая категория, метод хозяйствования, тип экономического мышления [147].

Для характеристики предпринимательства как экономической категории центральной проблемой является установление его субъектов и объектов. Субъектами могут быть частные лица, группа лиц, которые связаны между собой договорными отношениями и экономическими интересами, что определяет всю совокупность субъектных экономических отношений. Объектом предпринимательства выступает наиболее эффективная комбинация факторов производства для максимизации дохода.

Для предпринимательства как метода ведения хозяйства первым и главным условием является самостоятельность и независимость хозяйствующих субъектов. Второе условие предпринимательства – ответственность за принимаемые решения, их последствия и связанный с этим риск. Третье условие предпринимательства – ориентация на достижение коммерческого успеха, стремление к увеличению прибыли.

Предпринимательство как особый тип экономического мышления характеризуется совокупностью оригинальных взглядов и подходов к принятию решений, которые реализуются в практической деятельности. Центральную роль здесь играет личность предпринимателя. Предпринимательство – не род занятий, а склад ума и свойство природы [147, с. 128].

Представляет интерес подход к предпринимательству (предприятию) и его роли в институциональном процессе. В литературе различные исследователи высказывали свои суждения. В частности, заслуживает внимания «двойкий угол зрения» Г. Б. Клейнера, который считает, что предприятия должны рассматриваться «с одной стороны – в качестве условно неделимых и автономных агентов микроэкономического уровня, поведение которых определяется в значительной мере внешней институциональной средой, а также (в совокупности с поведением других таких же агентов) способствует или препятствует изменениям этой среды; с другой стороны – в качестве систем, обладающих богатой внутренней институциональной структурой, которая активно взаимодействует с внешней аналогичной структурой [77]. Он уточняет, что «в ходе взаимодействия микро-, мезо- и макроинституциональных структур предприятия адаптируют, корректируют и распространяют институциональные изменения». Таким образом, важно, что предприятие (предпринимательство) играет «фундаментальную роль в системе порождения, распространения и функционирования институтов» [77, с. 86].

Обращаясь к современному пониманию малого предпринимательства в отечественной литературе, считаем вполне приемлемой точку зрения, что малое предпринимательство в первую очередь следует воспринимать «как экономическое явление, обладающее рядом черт, характерных для предпринимательства вообще, и специфическим набором свойств, позволяющих рассматривать его в качестве самостоятельного объекта изучения» [24].

В XX в. (1970-е гг.) в исследованиях сущности малого предпринимательства появились новые подходы, которые признавали роль малого предпринимательства в экономическом развитии общества. В 1971 г. была опубликована статья П. Килби (P. Kilby) «Предпринимательство и экономическое развитие». Ссылаясь

на полученные результаты, он подтвердил роль малого бизнеса в процессе развития²². К такому же выводу приходит в своей работе «Небольшое может быть красивым», опубликованной в 1974 году, Е. Шумахер, который доказал, что только в малом бизнесе частная собственность является естественной, плодотворной и справедливой [31].

При этом во избежание разночтения авторы оговариваются, что «следует различать малое предпринимательство как определенное социально-экономическое явление, малое предпринимательство как объект статистического учёта и малое предпринимательство как объект государственного воздействия (регулирующего, фискального). Если во втором и третьем случае критериями вычленения структур малого предпринимательства из всей совокупности экономических структур являются прежде всего чёткие количественные критерии, то при рассмотрении малого предпринимательства в качестве социально-экономического явления на передний план выходит качественные аспекты» [24, с. 16].

В. Ю. Бурувым была выдвинута и обоснована гипотеза о сложившейся и саморазвивающейся системе МП как субъекте пространственного развития, обладающем многофункциональностью и, вместе с тем, характеризующимся двойственностью процесса создания потребительской ценности, которая может не только способствовать обеспечению экономической безопасности деятельности субъектов МП, но и создавать угрозу эффективного развития экономики страны. Как автором было показано [31].

Становится вполне понятным, что такое кажущееся простым понимание малого предпринимательства предстает в различных интерпретациях исследователей, экспертов и иных лиц как довольно сложный конструкт, неоднозначный в своем сущностном понимании. Любой начинающий и уже состоявшийся предприниматель в России для практических целей пользуется Конституцией Российской Федерации, Гражданским кодексом Российской Федерации и другими актами и нормами права.

Конституционное закрепление основ предпринимательской деятельности в Российской Федерации непосредственно связано

²² Kilby P. Entrepreneurship and Economic Development. – New York: Free Press, 1971. – 366 p.

с наделением граждан России неотчуждаемыми, признаваемыми от рождения правами, связанными со свободой, равенством и независимостью. Конституционные принципы, закреплённые в Основном законе, образуют основу правовой инфраструктуры современной экономики и способствуют эффективной защите участниками предпринимательской деятельности своих прав и свобод.

Конституция Российской Федерации формирует концепцию развития социальной рыночной экономики, закрепляя такие основные права и свободы гражданина, как право на свободное использование своих способностей и имущества для предпринимательской и иной не запрещённой законом экономической деятельности (ст. 34), частной собственности (ст. 35, 36), свободно распоряжаться своими способностями к труду (ст. 37), на свободное передвижение и выбор места жительства (ст. 27), на свободное перемещение товаров, услуг и финансовых средств (ст. 8), на интеллектуальную собственность (ст. 44), на возмещение государством вреда (ст. 53) [81].

Базовой статьёй Конституции Российской Федерации для понимания российского предпринимательства выступает ст. 34, которая гласит:

«1. Каждый имеет право на свободное использование своих способностей и имущества для предпринимательской и иной, не запрещённой законом экономической деятельности.

2. Не допускается экономическая деятельность, направленная на монополизацию и недобросовестную конкуренцию» [81].

Конституционные положения, касающиеся статуса субъекта предпринимательской деятельности, конкретизируются значительным количеством законодательных актов, в том числе особо детализируются в Гражданском кодексе Российской Федерации (далее – ГК РФ), получая развитие в общих началах ГК РФ (п. 1 ст. 1), закрепляющих равенство форм собственности, свободу перемещения товаров, услуг и финансовых средств на всей территории Российской Федерации, недопустимость произвольного вмешательства кого-либо в частные дела, судебную защиту нарушенных гражданских прав [58].

В литературе высказывалось мнение о рассмотрении права на предпринимательство как одного из равноценных правомочий

конституционного статуса личности, как предметную форму конкретизации понятия экономической свободы. Особенностью данного права – по отношению к другим статусным элементам – является его органическая связь с правом частной собственности, в значительной мере определяющим специфику предпринимательских правомочий.

Статья 2 ГК РФ определяет как предпринимательскую такую деятельность, которая является самостоятельной, осуществляемой на свой риск деятельностью, направленной на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке [58].

Статья 23 ГК РФ в развитие ст. 2 ГК РФ устанавливает, что гражданин вправе заниматься предпринимательской деятельностью без образования юридического лица с момента государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя [58]. Необходимо подчеркнуть, что к предпринимательской деятельности граждан, осуществляемой без образования юридического лица, соответственно применяются правила ГК РФ, которые регулируют деятельность юридических лиц, являющихся коммерческими организациями, если иное не вытекает из закона, иных правовых актов или существа правоотношения.

Таким образом, можно резюмировать характерные черты предпринимательской деятельности, это:

- самостоятельность (условно выделяют имущественную и организационную);

- наличие риска (потенциальной возможности события, повлекшего неблагоприятные имущественные последствия для деятельности предпринимателя);

- систематическое извлечение прибыли (от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг, т. е. перечень закрыт);

- осуществляется лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке (формальный признак, легализующий эту деятельность, его отсутствие не приводит к утрате деятельностью качества предпринимательской, однако, делает её незаконной).

Родовым признаком предпринимательской деятельности, которая представляет собой разновидность экономической хозяйственной деятельности, выступает направленность на получение прибыли. Конечно, прибыль является важным целевым компонентом предпринимательства. «Выше прибыли только честь» – встречаемся с таким девизом, который исповедовали и российские до-революционные купцы, и некоторые лондонские биржевики²³. Предпринимательство без прибыли – это, действительно, «пустые хлопоты», поскольку предприниматель не может существовать без прибыли, а соответствующая отрасль (сфера деятельности) – без минимального уровня рентабельности.

В исследованиях выделяются ещё некоторые важные смысловые составляющие предпринимательства и предпринимателя²⁴. Действительно важны социальная ответственность предпринимателя, его инновативная составляющая и профессионализм²⁵.

В контексте рассматриваемой темы наибольший интерес для нас представляет понимание предпринимателя как инноватора, создающего новые ниши, предлагающего новые продукты и услуги, но, вместе с тем, развивающего конкуренцию. Для развития рыночной экономики, для придания национальной экономике и рынкам устойчивости, несомненно, важна связь предпринимательства и конкуренции.

К субъектам малого и среднего предпринимательства, с точки зрения правовой, относятся хозяйственные общества, хозяйственные партнёрства, производственные кооперативы, потребительские кооперативы, крестьянские (фермерские) хозяйства и индивидуальные предприниматели, зарегистрированные в соответствии с законодательством Российской Федерации [58] и отвечающие ряду требований к организационной форме, среднесписочной численности сотрудников и выручке (максимальной) (см. табл. 18). Кроме того,

²³ Выше прибыли только честь (6 июня 2016 г.) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.radiovesti.ru/brand> (дата обращения: 22.11.2018).

²⁴ Борисов С. Р. Принципы и направления конкурентной политики в сфере малого и среднего предпринимательства [Электронный ресурс // Современная конкуренция. 2011. – Режим доступа: <https://www.cyberleninka.ru/article/n> (дата обращения: 12.11.2018).

²⁵ Рубин Ю. Б. Дискуссионные вопросы современной теории конкуренции [Электронный ресурс] // Современная конкуренция. – 2010. – № 3. – Режим доступа: <http://moderncompetition.ru/r/free> (дата обращения: 12.11.2018).

законодательством Российской Федерации установлено: юридические лица не могут обладать общей долей участия субъектов РФ, зарубежных фирм, религиозных благотворительных, общественных объединений свыше 25%. Также компанией не могут владеть иные компании, не являющиеся субъектами МСБ, в сумме свыше 49%.

Таблица 18

Основные признаки малого и среднего бизнеса²⁶

<i>Вид предприятия</i>	<i>Микро</i>	<i>Малое</i>	<i>Среднее</i>
Численность сотрудников	До 15 (включая ИП)	От 16 до 100	От 101 до 250
Предельный доход (млн р.)	120	800	2000
Численность субъектов по состоянию на 10.09.2018 г.	5 648 480	253 780	19 019
Организационно-правовая форма	ИП, хозяйственные партнёрства или общества, крестьянские хозяйства, потребительские кооперативы		

Сведения обо всех микро-, малых и средних предпринимательских субъектах представлены Федеральной налоговой службой РФ в онлайн-режиме в Едином реестре субъектов малого и среднего предпринимательства²⁷.

Динамика количества малых и микропредприятий РФ весьма подвижна и изменчива. Данные свидетельствуют, что в течение 2011–2014 гг. заметного прироста малых и микропредприятий в РФ не наблюдалось. Незначительный прирост был в 2015 г., но заметное движение и прирост малых и микропредприятий в РФ обнаруживается в 2016–2017 гг. В 2017 г. в сравнении с 2011 г. рост малых и микро-предприятий в России составил 2,28 раза [62, с. 323].

Российская статистика свидетельствует, что в субъектах Российской Федерации в 2016 г. насчитывалось 2770,6 тыс. малых предприятий, включая микропредприятия, со средней

²⁶ По: Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ofd.nalog.ru/index.html> (дата обращения: 22.11.2018).

²⁷ Там же.

численностью работников – 11040,1 тыс. человек и оборотом – 38 877 млрд р. Наибольшее число МП наблюдалось в Центральном федеральном округе – 939,1 тыс. ед., в Сибирском федеральном округе – 322,5 тыс. ед., в Забайкальском крае – 8,1 тыс. ед. [130, с. 323].

По данным Забайкалстата, на 1 января 2017 г. в Забайкальском крае были зарегистрированы 15 959 организаций и 23 811 индивидуальных предпринимателя [135].

Данные по малым предприятиям, без микропредприятий, за 2017 г. по субъектам Байкальского региона выглядят следующим образом: Иркутская область насчитывала 3819 ед. со средней численностью работников 111489 человек, Забайкальский край соответственно – 998 ед. и 33 798 человек, Республика Бурятия – 969 ед. и 27 209 человек [114].

Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства ФНС РФ приводит развёрнутые данные по МСП Байкальского региона на 10 октября 2018 г., представленные в табл. 19.

Таблица 19

Субъекты МСП Байкальского региона²⁸

<i>Субъекты МСП, ед.</i>	<i>Забайкальский край</i>	<i>Республика Бурятия</i>	<i>Иркутская область</i>	<i>Всего</i>
Всего	26 064	28 270	88 801	143 135
ЮЛ Микро	6918	10 465	35 134	52 517
ЮЛ Малое	837	667	3 145	4 649
ЮЛ Среднее	49	37	227	313
ИП Микро	18 011	16 854	49 798	84 663
ИП Малое	243	243	495	981
ИП Среднее	6	4	2	12
Работников МСП, чел.	71 360	62 089	232 072	365 521
Продукции МСП ²	0	0	23	23

²⁸ По: Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ofd.nalog.ru/index.html> (дата обращения: 22.11.2018).

Добавим, что доля МСП в Валовом региональном продукте (ВРП) Забайкальского края составляет 20,1 %. По оценкам экспертов, она должна составлять 35–40% ВРП.

Дополняя приведённые данные, отметим, что по состоянию на 10 марта 2018 г., согласно данным ФНС России, малый и средний бизнес в России – это 6,1 млн хозяйствующих субъектов, в то время как на 10 января 2017 г. количество субъектов МСП составляло 5,8 млн²⁹.

В секторе МСП работает около 25% от общей численности занятого населения России. Малые предприятия сосредоточены в основном в сферах торговли и предоставления услуг населению. Средние предприятия в большей степени представлены в сферах с более высокой добавленной стоимостью: в обрабатывающей промышленности, строительстве, сельском хозяйстве. Вклад сектора МСП (без учёта индивидуальных предпринимателей) в ВВП страны, по данным Росстата, находится на уровне 20%, а доля в общем объёме оборота продукции и услуг, производимых в стране, составляет 26,4%³⁰.

Количество субъектов малого и среднего предпринимательства к 2030 г., согласно разработанному Минэкономразвития России «Прогнозу долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2030 года», должно вырасти в 1,3 раза до 7,7 млн субъектов, в том числе до 5,4 млн индивидуальных предпринимателей³¹. Такой прирост предполагается обеспечить системной поддержкой малого и среднего предпринимательства со стороны государства, развитием инфраструктуры, включая особые внедренческие и инновационные зоны [113].

Согласно «Стратегии развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации до 2030 года», утвер-

²⁹ Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ofd.nalog.ru/index.html> (дата обращения: 22.11.2018).

³⁰ Доклад о приоритетных направлениях деятельности субъектов Российской Федерации по содействию развитию конкуренции в Российской Федерации: Гос. Совет Рос. Федерации (Москва, 2018) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.fas.gov.ru/documents> (дата обращения: 20.11.2018).

³¹ Прогноз долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2030 года: разработан Минэкономразвития России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/document> (дата обращения: 20.11.2018).

дённой распоряжением Правительства Российской Федерации от 2 июня 2016 г. № 1083-р (далее – Стратегия развития МСП), ориентиром данного документа является увеличение доли малых и средних предприятий в валовом внутреннем продукте в 2 раза (с 20 до 40 %).

Необходимо подчеркнуть, что малое предпринимательство в России имеет ярко выраженный региональный характер, это означает, что малое предпринимательство – это стратегический ресурс развития территории, реализации региональных (муниципальных) программ при финансовой поддержке федерального центра в первую очередь призвано способствовать достижению поставленных целей [113].

Обращает на себя внимание настораживающая тенденция, связанная с открытием и закрытием ИП, в том числе и особенно ИП. В цифрах в 2017–2018 гг. эта тенденция выглядит так: закрылось ИП в среднем 9,1 тыс., открылось ИП в среднем 7 тыс.³² В Забайкальском крае уменьшение в 2016 г. составило организаций – на 3,8 %, ИП – на 5 %³³.

В целом вполне понятно, что малое предпринимательство менее устойчиво в экономическом отношении, чем крупный и средний бизнес. Темп его роста в России остаётся медленным: вклад данного сектора экономики в ВВП в 2015 г. не превышал 21 % [6]. Поэтому вопрос устойчивого развития малого и среднего предпринимательства, действительно, имеет особое экономическое и социальное значение [44].

Причины колебаний и неустойчивости малого предпринимательства многообразны. В первую очередь можно говорить о гораздо меньших ресурсных возможностях и прежде всего – финансовых ресурсах. По мнению эксперта И. Матвеевой из агентства *Magram Market Research*, которое в мае 2018 г. провело исследование с участием владельцев и руководителей 2,5 тыс. компаний малого и среднего бизнеса из 24 регионов России, самым важным для малого бизнеса является желание «получить живые деньги здесь

³² Сколько было закрыто ИП в 2018 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ipexperts.ru/biznes/razvitie> (дата обращения: 12.11.2018).

³³ Доклад о состоянии и развитии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг Забайкальского края в 2016 г. – Режим доступа: <http://www.минэконом.зabayкальскийкрай.рф/action> (дата обращения: 12.11.2018).

и сейчас, а не в отложенной перспективе». Правда, И. Матвеева добавляет, что для развития малого бизнеса, безусловно, нужны и консультации, и участие в образовательных программах, и прочая интеллектуальная помощь, но всё же в первую очередь ему нужны деньги, которые можно вложить в дальнейший рост» [104]. По мнению же самих предпринимателей, более всего сектор МСП нуждается в предоставлении налоговых вычетов (45 %) и в создании инфраструктуры для бизнеса (31 %).

Стоит обратиться к оценкам Всемирного банка, в частности представляют интерес проводимые им исследования и рассчитываемые соответствующие рейтинги *Doing Business* [176]. Российской Федерации удалось «подтянуть» отдельные показатели *Doing Business*, например, время регистрации предприятия, и подняться за несколько лет с 123-го до 35-го места. Конечно, это достаточно крупное достижение. Российские эксперты, правда, относятся к этому достижению весьма скептически: открыть бизнес легко, работать трудно [162].

Приоритеты конкурентной политики государства

Подчёркивая несомненную связь предпринимательства и конкуренции, необходимо определить, что есть современная конкуренция, а также – какие приоритеты и цели определяет государство, формируя и развивая конкурентную политику.

Отметим, что теоретические и практические аспекты проблематики по российской конкуренции находят своё подтверждение в публикациях, диссертациях, обсуждаются на разных уровнях [35; 59; 60; 132; 136].

В настоящее время интерес к исследованию конкуренции возрастает в силу масштабности задач, стоящих перед Российской Федерацией в современных условиях и требующих максимально эффективного включения в их решение не только органов власти, но и гражданского общества, и бизнеса, а также усилий всех российских субъектов.

Конкуренцию, как нам представляется, можно рассматривать как экономический, весьма подвижный и изменчивый процесс борьбы (состоятельности, соревновательности), а также взаимодействия и взаимосвязи множества экономических субъектов

рыночной экономики, объективно обусловленный их экономическими интересами, движимый ими и выступающий как желаемые, выгодные для достижения цели деятельности. Именно в ходе конкурентной борьбы в рыночной экономике решаются вопросы: что производить, как и для кого производить [174, с. 78].

Рыночные экономические отношения являются своеобразной «средой обитания», в которой способно осуществляться право на свободное использование своих способностей и имущества для предпринимательской и иной, не запрещённой законом, экономической деятельности. Конкуренция – одно из неперемennых условий рыночной экономики. Государство, с одной стороны, ставит перед собой цель постоянного поддержания и развития конкуренции на рынке, а с другой – должно стремиться к тому, чтобы конкуренция протекала в цивилизованных формах, носила добросовестный характер [81].

Сущность конкуренции состоит в том, чтобы привлечь клиентов другого хозяйствующего субъекта или которых только пытаются привлечь. Никто не имеет права на неприкосновенность своего положения на рынке (ст. 34 Конституции РФ) [81].

Как отмечается в литературе, некоторые подходы к конкуренции теряют своё значение в современных условиях. Речь в частности идёт о классическом подходе к конкуренции как борьбе, считается, что он в «значительной степени утратил свою актуальность» [94]. Безусловно, те изменения, что наблюдаются в экономической действительности, вызывают необходимость серьёзной актуализации сложившихся в экономической науке подходов к конкуренции. В частности инфраструктурные барьеры для бизнеса, нерациональная либерализация рынков естественных монополий, недостаточное количество хозяйствующих субъектов в отрасли – всё это, согласно исследованию Г. Ю. Гуляева [60], позволило ввести в научный оборот новое понятие «конкуренция с нулевым эффектом». Эта конкуренция представляет собой такую ситуацию на рынке, когда несмотря на увеличение количества предприятий (потенциальных конкурентов) в отрасли, цена и качество продукта ухудшаются с точки зрения потребительских запросов или остаются на прежнем уровне. Потребитель не может испытать на себе позитивные эффекты конкуренции, выраженные

в сокращении цен и улучшении качественных характеристик товаров и услуг в виду того, что механизм конкуренции не работает [60, с. 7]. В России, по оценке Г. Ю. Гуляева, конкуренция с нулевым эффектом проявилась на рынке грузовых перевозок железнодорожным транспортом, в банковском секторе, строительстве, здравоохранении.

Сетевая и наступающая «цифровая» экономика заставляют и теоретиков, и практиков (предпринимателей, органы власти и управления и т. п.) не только осмысливать современную конкуренцию, но и искать, предлагать и использовать новации, развивающие конкуренцию и её защиту в российской экономике, что находит своё обновлённое отражение в государственной конкурентной политике.

Российское государство провозгласило весьма простые и понятные цели совершенствования своей политики развития конкуренции. Они направлены:

- *во-первых*, на повышение удовлетворённости потребителей, что должно достигаться за счёт расширения ассортимента товаров, работ, услуг, повышения их качества и снижения цен;

- *во-вторых*, на повышение экономической эффективности и конкурентоспособности хозяйствующих субъектов, в том числе за счёт обеспечения равного доступа к товарам и услугам субъектов естественных монополий и государственным услугам, что, безусловно, необходимо для ведения предпринимательской деятельности, стимулирования инновационной активности хозяйствующих субъектов, повышения доли наукоёмких товаров и услуг в структуре производства, развития рынков высокотехнологичной продукции;

- *в-третьих*, на стабильный рост и развитие многоукладной экономики, развитие технологий, снижение издержек в масштабе национальной экономики, снижение социальной напряжённости в обществе, обеспечение национальной безопасности [110].

Таким образом, определённые государством приоритеты конкурентной политики адресованы всем без исключения участникам экономических отношений: потребителям, производителям, государственным и общественным институтам. Однако при всей правильности утверждаемых государством приоритетов конку-

рентной политики нельзя сбрасывать со счетов продолжающиеся исследовательские суждения об «избыточном» или «внутриительном» присутствии государства в экономике. Хотя признаётся, что оценить масштаб такого присутствия или вмешательства государства в экономику сложно, поскольку государственная статистика не отражает доли производства государственных предприятий в ВВП³⁴.

Стоит ответить на интересный вопрос: а как государство участвует в создании условий для развития конкуренции? Нельзя не согласиться с оценкой ВБ: «Внутриительное присутствие государства в экономической деятельности также может создавать неравные условия для конкуренции»³⁵. Тем не менее, в России создан несмотря на проблемы и реально функционирует правовой и институциональный механизм регулирования конкуренции. В 1990-е и 2000-е гг. были приняты следующие программные документы:

– Постановление Правительства РФ от 09.03.1994 г. № 191 «О Государственной программе демонополизации экономики и развития конкуренции на рынках Российской Федерации (основные направления и первоочередные меры)».

– Распоряжение Правительства РФ от 19.05.2009 г. № 691-р. «Об утверждении Программы развития конкуренции в Российской Федерации (вместе с Планом мероприятий по реализации программы развития конкуренции в Российской Федерации на 2009–2012 годы)».

– Распоряжение Правительства РФ от 28.12.2012 г. № 2579-р. «Об утверждении плана мероприятий (дорожной карты) Развитие конкуренции и совершенствование антимонопольной политики».

Правовое регулирование, по оценке Госсовета по развитию конкуренции (5 апреля 2018 г.), в целом соответствует мировым стандартам [136].

Чтобы механизм регулирования в РФ стал более эффективным в повышении конкуренции, Организация экономического

³⁴ Пути достижения всеобъемлющего экономического роста: Российская Федерация. Комплексное диагностическое исследование экономики [Электронный ресурс] / Группа Всемирного банка. 2016. Режим доступа: <http://www.ru.investinrussia.com/data> (дата обращения: 12.11.2018).

³⁵ Там же.

сотрудничества и развития (далее – ОЭСР) ещё в 2013 г. считала, что было бы целесообразно улучшить положение дел по ряду направлений: усилить экономический анализ, необходимый для правоприменения в сфере конкуренции, выявлять и предотвращать наиболее вредные антиконкурентные практики (особенно откровенные картели), анализировать слияния, злоупотребления доминирующим положением, пересматривать федеральные нормативные документы с учётом их воздействия на конкуренцию, а также внедрять конкурентные принципы в более широкие стратегии федеральных и региональных органов власти³⁶.

Всемирный банк правомерно полагает, что в равной степени важны и другие, связанные с конкуренцией меры: «1) отстаивание принципов конкурентной объективности по отношению к государственным предприятиям (ГП) и частному; 2) обеспечение прозрачности помощи со стороны государства для сведения к минимуму нарушений правил конкуренции. Политика в защиту конкуренции в ключевых отраслях услуг (транспорт, строительство, профессиональные услуги) повысит уровень конкуренции, будет способствовать выходу на рынок новых предприятий и снижению цен на услуги»³⁷.

Подчеркнём, что Федеральная антимонопольная служба России (далее – ФАС) тоже видит ряд серьёзных проблем, сдерживающих и препятствующих конкуренции в Российской Федерации. В частности, правомерны и справедливы утверждения ФАС о том, что: законодательно сдерживается переход естественных монополий в конкурентное состояние; отсутствует или недостаточно развито частное предпринимательство во многих потенциально конкурентных сферах, а существенно важно для российского МСП; идёт препятствие развитию конкуренции со стороны ГУП и МУП [4]. Кроме того, российское антимонопольное ведомство считает, что в условиях внешних и внутренних вызовов резервы конкурен-

³⁶ Пути достижения всеобъемлющего экономического роста: Российская Федерация. Комплексное диагностическое исследование экономики [Электронный ресурс] / Группа Всемирного банка. 2016. Режим доступа: <http://www.ru.investinrussia.com/data> (дата обращения: 12.11.2018)

³⁷ Пути достижения всеобъемлющего экономического роста: Российская Федерация. Комплексное диагностическое исследование экономики [Электронный ресурс] / Группа Всемирного банка. 2016. Режим доступа: <http://www.ru.investinrussia.com/data> (дата обращения: 12.11.2018).

ции задействованы недостаточно. Поэтому и у органов государственной власти и управления, и у предпринимателей и общества должно присутствовать понимание того, что государственная политика по развитию конкуренции на самом деле является ключевой основой государственной политики регулирования рыночной экономики. В целях развития и защиты конкуренции ФАС считает необходимым обеспечить синергию:

- законодательной, исполнительной и судебной власти;
- федеральных, региональных и муниципальных властей;
- институтов гражданского общества.

Позиции современного МП в приоритетных направлениях деятельности Российской Федерации, её регионов по содействию развитию конкуренции в стране

Исследуя приоритеты конкурентной политики государства на долгосрочную перспективу, невозможно абстрагироваться и рассматривать их обособленно от развития малого предпринимательства. Мы уже подчеркнули, что малое предпринимательство имеет ярко выраженный региональный характер. В литературе отмечается территориальная траектория конкуренции в экономическом пространстве [36]. Территориальная конкуренция, как и конкуренция в целом, весьма подвижна и изменчива. При этом стоит отметить, что этот процесс не всегда идёт в желаемом направлении – к оптимизации экономики и росту социально-экономических результатов.

Одной из главных проблем, сдерживающих развитие МСП, является острая конкуренция. Конечно, правы исследователи, что «конкуренция – это не “мёд” для бизнеса и не “рай для развития территорий, однако, справедливо и то, что без конкурентной борьбы за квалифицированные кадры, федеральные и иностранные инвестиции, рынки и сферы влияния социально-экономический прогресс вряд ли возможен» [36].

Результаты проведённого в 2015 г. исследования проблем, сдерживающих развитие бизнеса, показали, что в ряду перечня проблем (их было выделено пять) острая конкуренция лидировала в оценках и была представлена 41,40%, в то время как высокое налоговое бремя составляет 37,40%, недоступность кредитов

и иных источников финансов – 35,20%, административные барьеры, коррупция и криминал – 19,70%, слабое развитие инфраструктуры региона – 16,20% [145].

В 2017 г. на Гайдаровском форуме прозвучало, что «... у нас хорошее законодательство, хорошо работает ФАС, а с конкуренцией всё равно проблемы»³⁸. По мнению И. Шувалова, проблемы с развитием конкуренции в России зачастую лежат на региональных и муниципальных властях, которые редко прибегают к процедуре тендеров и зачастую заключают соглашения с теми, «кого давно и хорошо знают»³⁹.

Предпринимаемые государством меры по развитию конкурентной среды в отдельных отраслях (сферах) и, чаще всего, в секторах экономики имели положительные результаты, однако, они не привели к системным улучшениям в состоянии конкурентной среды в масштабе страны.

Важным этапом определения вектора развития экономической политики в Российской Федерации стало утверждение Президентом Российской Федерации Указа от 21 декабря 2017 г. № 618 «Об основных направлениях государственной политики по развитию конкуренции» (далее – Указ Президента РФ № 618), которым в качестве приоритетного направления деятельности Президента Российской Федерации, Федерального Собрания Российской Федерации, Правительства Российской Федерации, Центрального банка Российской Федерации, федеральных органов исполнительной власти, законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления предусмотрено активное содействие развитию конкуренции в Российской Федерации. Данным указом также утверждён «Национальный план развития конкуренции в Российской Федерации на 2018–2020 годы» (далее – Национальный план развития конкуренции), предусматривающий первоочередные мероприятия, направленные на достижение ключевых показателей по развитию конкуренции.

³⁸ Бизнес и государство: модели партнёрства в цифровую эпоху: Гайдаровский форум [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.iep.ru> (дата обращения: 22.11.2018).

³⁹ Там же.

Стандартом развития конкуренции в субъектах Российской Федерации, утверждённым распоряжением Правительства Российской Федерации от 5 сентября 2015 г. № 1738-р (далее – Стандарт развития конкуренции в субъектах Российской Федерации), выстроена система деятельности органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления и территориальных органов федеральных органов исполнительной власти по развитию конкуренции при содействии субъектам Российской Федерации со стороны Федеральной антимонопольной службы, Министерства экономического развития Российской Федерации, автономной некоммерческой организации «Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов», автономной некоммерческой организации «Аналитический центр при Правительстве Российской Федерации».

Для возможности осуществления деятельности по развитию конкуренции на системной основе необходимо было создать единую для всех субъектов Российской Федерации инфраструктуру, с понятными правилами и алгоритмом функционирования, которая ранее отсутствовала. Данная задача была реализована в рамках Стандарта развития конкуренции, чьи составляющие являются основой указанной инфраструктуры.

Сформированная в субъектах Российской Федерации структура органов, ответственных за реализацию Стандарта развития конкуренции в субъектах Российской Федерации, и система взаимодействия органов власти всех уровней в целях содействия развитию конкуренции должны быть встроены в общую единую систему государственной политики по развитию конкуренции, идеологические основы которой заложены в Указе Президента РФ № 618.

Реализация задач, направленных на обеспечение эффективности функционирования российской экономики на основе здоровой конкуренции, особенно в условиях экономических санкций, возможна только при консолидированном участии в данном процессе органов власти всех уровней, российского бизнес-сообщества и институтов гражданского общества.

Указом Президента РФ № 618 создана единая система государственной политики, определяющая направления совместной

деятельности по развитию конкуренции на федеральном, региональном и муниципальном уровнях.

Предполагается, что федеральные министерства и ведомства, ответственные за реализацию государственной политики в отраслях (сферах) экономики, на основе анализа реализованной на региональном и муниципальном уровне деятельности по содействию развитию конкуренции с определённой периодичностью будут обновлять федеральный план развития конкуренции («дорожную карту») в отраслях (сферах) экономики, одновременно задавая темп и цели развития для всей страны, с соответствующей актуализацией Стандарта развития конкуренции в субъектах Российской Федерации для деятельности по содействию развитию конкуренции на региональном и муниципальном уровне.

В Национальном плане развития конкуренции в РФ в соответствии с Указом Президента РФ от 21 декабря 2017 г. «Об основных направлениях государственной политики по развитию конкуренции» для реализации целей государственной политики – повышения удовлетворённости потребителей, повышения экономической эффективности и конкурентоспособности, стабильного роста и развития многоукладной экономики – определены ключевые показатели до 2020 года:

- снижение количества нарушений антимонопольного законодательства со стороны органов власти не менее чем в два раза;
- увеличение доли госзакупок, участниками которых являются не только субъекты малого предпринимательства и социально ориентированные некоммерческие организации, не менее чем в два раза по сравнению с 2017 г.;
- обеспечение во всех отраслях экономики, за исключением сфер естественных монополий, присутствия не менее трёх хозяйствующих субъектов, не менее чем одно из которых относится к частному бизнесу [110].

Представляет интерес региональная практика в развитии конкуренции. При обращении к деятельности субъектов РФ невольно возникают вопросы: «По силам ли конкуренция в региональной экономике?», «Какой должна быть конкурентная политика в регионе?», «Какие факторы оказывают влияние на экономику региона?».

В 2015 г. в Хабаровске состоялась научно-практическая конференция «Конкурентная политика в регионе: состояние и перспективы». Интересные суждения на конференции высказал директор ДальНИИ рынка, доктор экономических наук, профессор В. Заусаев. По его оценке: «Дальний Восток “работает” в условиях воздействия шести фундаментальных факторов, определяющих, с одной стороны, особенности деятельности хозяйствующих субъектов, с другой – “поле” конкурентоспособности товаров и услуг. Это удалённость от материнской стороны, окраинность, приграничность, северность, пионерность освоения и узконаправленная (сырьевая) востребованность сопредельными государствами. Они несут в себе не только геостратегические риски, но и повышенную затратность регионального хозяйства. Именно последнее и формировало сырьевую (рентную) специализацию. Попытки выйти на внешний рынок с продукцией переработки даже при тотальном госрегулировании наталкивались на её низкую конкурентоспособность» [70]. Полагаем, что такая оценка вполне может быть адресована регионам Восточной Сибири, в том числе и Забайкальскому краю.

В. Заусаев прав, утверждая, что в рыночный период сырьевая специализация приобрела гипертрофированные масштабы. Дальний Восток 95 % продукции лесной отрасли поставлял на экспорт, а в ней почти 100 % был «кругляк» [70]. Подобное, видимо, происходило и в других регионах, в том числе и в Восточной Сибири.

Справедливости ради, стоит привести мнение В. Заусаева и об успешных практиках некоторых субъектов Дальнего Востока, которые сумели свести к минимуму малоэффективные отрасли. Например, «на сельское хозяйство в 2012 г. в Чукотском автономном округе приходилось 1,5 % валовой добавленной стоимости, обрабатывающие производства – 0,2 %, в то время как в Еврейской автономной области – 8,9 и 4,8 %. По добыче полезных ископаемых картина обратная: 35,2 и 0,5 %. В результате в 2014 г. индекс промышленного производства к 2013 г. составил соответственно 134,2 и 115,6 %. Сальдированный финансовый результат деятельности организаций за 2010–2013 гг. в Чукотском автономном округе положительный (прибыль – 43,4 млрд р.), а в Еврейской ав-

тономной области отрицательный (убыток – 1,7 млрд р.). Во многом такое преимущество достигается за счёт усиления сырьевой специализации и перехода на вахтовые методы организации производства. Последнее позволяет сократить постоянное население и снизить затраты на воспроизводство человека. В конечном итоге, это концессионный сценарий развития Дальнего Востока со всеми вытекающими геостратегическими рисками [70].

Несмотря на трудности на Дальнем Востоке сформировались успешные высокотехнологичные конкурентоспособные предприятия, причём как в сырьевом, так и перерабатывающем секторах. Они максимально реализовали свои преимущества в период становления рыночных отношений. Это «Тернейлес» в Приморском крае, который использует благоприятную рыночную конъюнктуру на круглые лесоматериалы и построил несколько деревообрабатывающих заводов. Преобразование в совместное с японским бизнесом предприятие позволило стабильно поставлять сырьё и продукцию переработки на японский рынок. Конструктивный собственник-менеджер обеспечил эффективное использование ренты для технического перевооружения предприятия и подготовки квалифицированных кадров [70].

Это и Комсомольский-на-Амуре авиационный завод КнААПО (ныне КнААЗ), который также сумел «вписаться» в рыночные условия, используя уникальность своего положения. Во-первых, его продукция была востребована на внешнем рынке. Во-вторых, выпускаемые военные самолёты содержали интеллектуальную ренту. В-третьих, собственник и менеджмент направили прибыль на техническое перевооружение производства. Всё это позволило сохранить высококвалифицированный трудовой коллектив. Поэтому, когда встал вопрос, где выпускать боевые самолёты пятого поколения Т-50 и на базе чего создавать филиал ЗАО «ГСС» для сборки нового среднемагистрального гражданского самолета «Суперджет-100», выбор был сделан в пользу Комсомольского авиационного⁴⁰.

Необходимо обратить внимание на региональный протекционизм, сформированный у российских регионов, что существенно

⁴⁰ По силам ли нам конкуренция в экономике [Электронный ресурс] // Тихоокеанская звезда. – Режим доступа: https://www.toz.su/newspaper/ekonomicheskij_sovet (дата обращения: 25.11.2018).

сдерживает конкуренцию. Стоит согласиться с тем, что тенденции к развитию регионального протекционизма, наблюдаемые даже у «передовых» регионов, следует воспринимать как «абсолютно недопустимые» [136].

Региональные преференции можно и нужно использовать для поддержки бизнеса, повышения занятости и доходов жителей, пополнения бюджета. Льготы должны быть равнодоступны всем, недопустимо намеренно создавать дискриминационные ограничения для предпринимателей из других регионов или вводить запреты на ввоз товаров. Это противоречит принципу единства экономического пространства страны.

О конкуренции в Забайкальском крае

Забайкальский край, как и другие российские регионы, в 2015–2017 гг. принимал участие в реализации комплекса системных мер по содействию развитию конкуренции. В целях развития конкурентной среды были проведены мероприятия, направленные на устранение избыточного государственного и муниципального регулирования, а также снижение административных барьеров, включая оптимизацию процесса предоставления государственных услуг. Этому в определённой степени способствовало создание и развитие на территории Забайкальского края филиальной сети КГАУ «Многофункциональный центр предоставления государственных и муниципальных услуг населению Забайкальского края» (далее – МФЦ) [63; 135].

Данные показывают, что в Забайкальском крае по состоянию на 31 декабря 2017 г. государственные и муниципальные услуги по принципу «одного окна» предоставляли 25 филиалов и 92 территориально обособленных структурных подразделения МФЦ. Кроме того, в Центре развития бизнеса Читинского отделения № 8600 ОАО «Сбербанк России» стало функционировать дополнительное окно МФЦ для обслуживания юридических лиц и индивидуальных предпринимателей. Всего на базе МФЦ предоставлялись 939 услуг, в том числе 76 федеральных, 79 региональных, 740 муниципальных и 44 дополнительных услуг [135].

Стоит добавить, что ежегодно увеличивалось количество заявителей в многофункциональных центрах предоставления

государственных и муниципальных услуг: в 2015 г. были приняты 362 916 обращений, в 2016 г. – 615 368 обращений, в 2017 г. – 899 574 обращений. Дополняет общую картину значение показателя «доля граждан, имеющих доступ к получению государственных и муниципальных услуг по принципу “одного окна” по месту пребывания, в том числе в многофункциональных центрах предоставления государственных услуг» в Забайкальском крае составила по состоянию на 1 января 2017 г. 90,89% [135].

Развитие конкуренции невозможно без наличия прозрачной системы государственных закупок. В крае полностью обеспечена интеграция информационной системы АИС «Государственные закупки Забайкальского края» с официальным сайтом Единой информационной системы в сфере закупок. С 2017 г. осуществлялся мониторинг нормативных правовых актов, принятых в Забайкальском крае по вопросам в сфере закупок. С начала года в рамках Федерального закона от 5 апреля 2013 г. № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» принято шесть нормативных правовых актов, касающихся закупок для государственных нужд. Кроме того, разработаны типовые контракты товаров, работ, услуг и инструкция по заполнению заявки на участие поставщика [135].

Важным направлением деятельности Министерства экономического развития Забайкальского края было проведение выездных обучающих семинаров для глав и специалистов муниципальных образований Забайкальского края, на которых рассматривались актуальные вопросы, касающиеся развития контрактной системы в сфере закупок Забайкальского края, единства правоприменительной практики реализации Федерального закона 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» государственными и муниципальными заказчиками. Систематически осуществлялось информационно-методологическое сопровождение государственных и муниципальных заказчиков путём осуществления устных консультаций, а также направления информационных писем.

Современные рынки, вполне понятно, отличаются от тех, которые существовали 15–20 лет назад: они становятся цифровыми.

Так торговля, финансовый сектор, транспортные услуги, сферы ЖКХ, строительства, медицины, ТЭК, машиностроение, добыча сырья и природных ресурсов – все эти отрасли (сферы) сегодня, в той или иной степени, функционируют с использованием цифровых технологий⁴¹.

Новые вызовы для российской экономики связаны с глобальной цифровизацией экономики. С появлением новых способов взаимодействия участников рынка через информационные технологии, которые не требуют личного взаимодействия, российская экономика переходит в другую, более высокую категорию риска нарушений антимонопольного законодательства и необходимости предоставления участникам рынка иных, дополнительных инструментов защиты, в том числе защиту конкуренции как основы рыночной экономики.

Цифровая экономика и условия её развития

Всемирный банк ещё в 2016 г. в опубликованном докладе «Цифровые дивиденды» признал переживаемую «величайшую информационно-коммуникационную революцию в истории человечества». Признание подтверждается вполне убедительными фактами: «Более 40% населения планеты имеет доступ к интернету, и каждый день в сеть выходят новые пользователи. Среди беднейших 20% домохозяйств мобильный телефон есть почти в каждом 7 из 10. Число беднейших домохозяйств, располагающих мобильным телефоном, выше, чем имеющих доступ к туалету или чистой питьевой воде» [164].

Признано в РФ, что в макроэкономическом аспекте цифровые технологии предоставляют возможности для экономического роста. В послании Федеральному собранию 2016 г. В. Путин отвёл ключевую роль цифровым технологиям в инновационном развитии государства. Считается, что в Послании Федеральному собранию Президент впервые сформулировал новый стратегический термин – «цифровая экономика».

⁴¹ Доклад о приоритетных направлениях деятельности субъектов Российской Федерации по содействию развитию конкуренции в Российской Федерации: Гос. Совет Рос. Федерации (Москва, 2018) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.fas.gov.ru/documents> (дата обращения: 20.11.2018).

В литературе накапливается терминологический тезаурус по цифровой экономике. Под цифровой экономикой, как считают некоторые авторы, принято понимать «новое качество экономической жизни, вызванное масштабной цифровизацией и иной технологизацией производственных отношений» [3].

Авторы доклада Всемирного банка о развитии цифровой экономики в России «Конкуренция в цифровую эпоху: стратегические вызовы для Российской Федерации» [80] считают: «Цифровая экономика – экономика, основанная на развитии и использовании цифровых технологий – строится на фундаменте, обеспечивающем экономические и социальные преобразования. Этот фундамент состоит:

- из нецифровых факторов, включающих в себя политику и стратегическое планирование, лидерство и институты, законодательство, человеческий капитал, инновации, деловую среду, доверие и безопасность, и обеспечивающих создание благоприятной среды, в которой может происходить цифровая трансформация;

- цифровых факторов, включающих в себя цифровую инфраструктуру, совместно используемые цифровые платформы и нарождающиеся цифровые технологии;

- цифрового сектора экономики, включающего в себя сектор информационно-коммуникационных технологий (ИКТ-сектор), а также сектор контента и средств массовой информации (СМИ)» [80].

Конечно, цифровая экономика оказывает воздействие на государственный и частный секторы, а также на общество в целом. Поэтому, безусловно, важно оценивать: цифровую трансформацию государственного сектора с включённостью цифровых и нецифровых факторов, с использованием традиционных и нарождающихся цифровых технологий в государственном секторе; цифровую трансформацию частного сектора с включённостью цифровых и нецифровых факторов, с использованием традиционных и нарождающихся цифровых технологий в частном секторе; цифровых граждан и потребителей с доступом граждан к цифровым технологиям и использованием цифровых технологий в социально-экономической деятельности, в том числе для работы,

покупки товаров и услуг, получения образования, общения в социальных сетях, участия в политической жизни и т. д.

Конечно, процессы, связанные с развитием цифровой экономики, требуют осмысления, в том числе с философско-хозяйственных и иных позиций. Этот процесс осмысления в перспективе будет продолжаться.

Важно, что в середине 2017 г. Правительством России была утверждена Программа «Цифровая экономика Российской Федерации»⁴².

В январе 2018 г. Министерство финансов РФ заявило, что опробует цифру на малом бизнесе с целью совершенствования электронных закупок, которым практически не будет предела [97]. Обсуждение госзакупок и закупок госкомпаний на Гайдаровском форуме 2018 г. показало, что сфера будет адаптироваться к цифровизации весь 2018 г., а локомотивом изменений станет малый и средний бизнес. Глава Корпорации МСП А. Браверман предложил не спешить с наращиванием его доли в закупках, а сначала оценить полученные результаты. В первой половине 2018 г. Минфин сосредотачивается на работе над электронным каталогом товаров, работ и услуг, запуске электронных магазинов госзаказа и выпуске подзаконных актов, а во второй – на практике их применения.

Значительное событие – это состоявшийся в 2018 г. Гайдаровский форум, организаторами которого выступили Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, Институт экономической политики им. Е. Т. Гайдара и Ассоциация инновационных регионов России (АИРР). Во второй день работы форума прошла панельная дискуссия «Бизнес и государство: модели партнёрства в цифровую эпоху». Разговор шёл о цифровых трансформациях, которые охватывают весь мир, изменяя модели бизнеса и его взаимоотношений с государством, а также повседневную жизнь и системы коммуникаций между простыми гражданами. Ключевые вопросы дискуссии – какими будут технологические тренды в ближайшие 2–3 года, как в связи с этим будет меняться государственная по-

⁴² Программа «Цифровая экономика Российской Федерации»: утв. распоряжением Правительства Рос. Федерации от 28.07.2017 г. № 1632-р [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.static.government.ru/media> (дата обращения: 12.10.2018).

вестка в части отношений с бизнесом; как определить модели поведения и перспективы российских компаний на глобальном технологическом рынке⁴³.

Участник дискуссии вице-президент по глобальным инновациям Cisco Гай Дидрих привёл впечатляющие данные: сегодня цифровые инструменты объединяют порядка 70 млрд людей и предметов, а к концу цифровой эры на рубеже 2020–2030 гг. эта система объединит уже 500 млрд субъектов. «С этой точки зрения важным трендом и одновременно вызовом, сопутствующим технологическому прогрессу, будет оставаться проблематика кибербезопасности»⁴⁴.

К трендам Г. Грефом также была отнесена растущая доступность технологий искусственного интеллекта не только для крупных корпораций, но и для средних и малых компаний. Наверное, в его словах есть правда: крайне важной для бизнеса выступает задача не потеряться в многообразии трендов, грамотно расставить приоритеты и сконцентрировать усилия, приведя в качестве иллюстрации цитату создателя *General Electric* Джека Уэлча о том, что «бессмысленно отслеживать все изменения, потому что мы за ними не успеваем».

В ближайшие год-два важными трендами в российской экономике, по мнению министра экономического развития РФ М. Орешкина, станут удалённая идентификация, сокращение числа этапов в сложных процессах при помощи автоматизации и искусственного интеллекта, а также внедрение платформенных решений, сокращающих дистанцию между производителем/поставщиком и потребителем товаров и услуг, что особенно важно для МСП⁴⁵.

Как всегда встал вопрос о роли государства в процессе цифровой трансформации. Эксперты при поиске ответа на этот вопрос признают важность выработки гибкой регулятивной модели и системы взаимоотношений «государство – бизнес». По мнению министра экономического развития РФ М. Орешкина, «государство не должно утягивать экономику в прошлое». Генеральный

⁴³ Бизнес и государство: модели партнёрства в цифровую эпоху: Гайдаровский форум [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.iep.ru> (дата обращения: 22.11.2018).

⁴⁴ Там же.

⁴⁵ Там же.

директор Ассоциации «ФинТех» С. Солонин обратил внимание на то, что регуляторике тяжело успевать за изменениями, вследствие чего уровень приоритизации IT-сферы со стороны государства недостаточен⁴⁶.

Тезис об обязанности государства выработать «понимание цифровой повестки» и смотреть на неё в стратегической плоскости, создавая образовательную и рабочую среду для достижений будущих поколений специалистов, добавил Г. Дидрих⁴⁷.

Понимаем, что в ближайшее время многие тренды в большей степени проявятся в российской экономике. Поэтому понадобится углублённый подход в исследовании практик цифровизации российского бизнеса, включая МСП, возникающих новых проблем и трудностей. Очевидно, что была бы не только желательна, но и крайне необходима включённость учёных в области экономической теории в разработку экономической теории цифровой экономики.

Малое предпринимательство и цифровизация: влияние и взаимодействие

Цифровая экономика стала одной из ключевых тем последнего времени. В России стремительно набирают обороты специальные сетевые инструменты для бизнеса, такие как «Поток» и «Бизнес-навигатор МСП». Эксперты говорят, что цифровая революция в малом и среднем бизнесе, по сути, уже началась.

Многие владельцы небольших компаний уже пользуются онлайн-технологиями для развития собственного бизнеса. А. Браверман, руководитель корпорации по развитию малого и среднего предпринимательства говорит о том, что «большинство предпринимателей сегодня делают ставку на цифровые технологии. Это приносит им много бонусов: партнёры быстрее находят о них информацию, бизнес-процессы компании ускоряются» [94]. По его словам, при этом есть бизнесмены, которым сложно развивать свой бизнес через интернет. Для них в России существует специализированная технологическая платформа «Поток», кото-

⁴⁶ Бизнес и государство: модели партнёрства в цифровую эпоху: Гайдаровский форум [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.iep.ru> (дата обращения: 22.11.2018)..

⁴⁷ Там же.

рая создана группой компаний *Rambler & Co* и Федеральной корпорацией по развитию малого и среднего предпринимательства (МСП). Платформа позволяет на начальных этапах обеспечить присутствие компании в интернете. «Поток» позволяет создать собственный сайт. Клиент получает инструменты для его продвижения, систему аналитики и отслеживания эффективности. Чтобы работать с платформой, не надо быть программистом, все просто и доступно.

Сервис призван помочь предпринимателям, которые решили открыть или расширить своё дело, которым необходимо привлекать клиентов и развивать бизнес. Большинство рыночных инструментов довольно сложны и требуют нанимать специалистов и оплачивать их труд. Для малого бизнеса такие затраты обременительны, поэтому и был создан данный сервис. Он позволяет предпринимателю, не обладая какими-то специальными знаниями, быстро пройти подготовительный путь и создать стартовую платформу для своего бизнеса. Сначала создаётся так называемая витрина, затем привлекаются новые клиенты.

На портале корпорации МСП отмечается, что предложенный сервис доступен только для предпринимателей, зарегистрированных в системе «Бизнес-навигатор МСП». «Бизнес-навигатор МСП» – это ресурс для предпринимателей, которые хотят открыть или расширить свой бизнес. Создатели навигатора говорят, что он помогает работать честно, легально, платить все налоги и отчисления, зарабатывая на своё будущее и будущее своих детей. Система создана по принципу «одного окна». Начинаящий коммерсант может выбрать бизнес, рассчитать примерный бизнес-план, найти подходящее финансовое учреждение. Кроме того, сервис позволяет узнать об актуальных мерах господдержки малого и среднего бизнеса, подобрать в аренду помещение и знать планы закупок крупнейших заказчиков. Доступ к бизнес-навигации бесплатный. Подключиться и открыть своё дело может любой желающий.

Недавно были введены новые онлайн-кассы. Предприниматели получили дополнительные возможности: они могут контролировать все продажи продавцов через кассу, подсчитывать итоговую выручку – всё это в режиме онлайн.

В настоящее время утверждается, что интернет – это залог успеха. Эксперты говорят, что без интернета бизнес в настоящее время практически не возможен. Любой контрагент обязательно будет искать информацию о вашей компании в интернете и делать выводы. Именно в цифровую эпоху составляется первоначальное впечатление о благонадёжности партнёра и прозрачности его бизнеса. В выигрыше окажутся те представители малого и среднего бизнеса, которые вовремя поймут, что будущее российского предпринимательства именно за цифровыми технологиями. Поэтому эксперты советуют начинающим бизнесменам не игнорировать технологии и пользоваться всеми полезными электронными сервисами [94].

Следует подчеркнуть, что крупные российские госкорпорации выдвинулись в авангард цифровой экономики и подтягивают средний и малый бизнес, в целом оказывает существенное влияние на многие отрасли (сферы) российской промышленности. В частности, это относится к госкорпорации «Ростех», которая не первый раз продвигает свои разработки и способствует переходу российской промышленности на цифровую экономику. У компании есть целый комплекс решений, причём многие из них обладают высоким потенциалом для экспорта, и, само собой, планируется их массовое внедрение в России. Это ключевые экосистемные российские проекты, за которыми будущее [94].

Начинающим бизнесменам полезно ознакомиться с передовыми разработками. К примеру, это такие элементы, как «Светлый город» (установка светодиодного освещения с интеллектуальным управлением) и «Экомониторинг» (установка датчиков и сенсоров, а также средств передачи данных, формирование и организация работы парка беспилотных летательных аппаратов (БЛА) и коптеров) [94].

Для малого бизнеса, специализирующегося на туризме, будет полезно узнать о системе «Развитие туризма». Это ИТ-система, агрегирующая информацию о достопримечательностях региона, в которую входит разработка и внедрение в эксплуатацию единой туристической смарт-карты с транспортным приложением) [94].

«Есть ли место для малого бизнеса в цифровой экономике», так был сформулирован центральный вопрос круглого стола, кото-

рый провело Общероссийское объединение работодателей «Союз производственных компаний и предпринимателей России» на полях юбилейного форума «Опоры России» «15 лет вместе!» [68].

Одним из итогов реализации программы «Цифровая экономика» должно стать создание 500 высокотехнологичных малых и средних предприятий. Поэтому важно, чтобы предприниматели в публичном поле обсудили, как им видится цифровая экономика и какое место занимает в ней малый бизнес. Участники круглого стола обсудили перспективы малого бизнеса в условиях цифровой парадигмы и будущее цифровой экономики, какие практические шаги делаются (сделаны) на пути к цифровизации экономики.

О. Фомичев, статс-секретарь, заместитель Министра экономического развития России, подчеркнув, что цель российского правительства – выстроить экосистему, в которой будут создаваться высокотехнологичные цифровые компании, остановился на пяти направлениях программы: 1) правовое регулирование; 2) кадры и образование; 3) исследования и разработки; 4) информационная инфраструктура; 5) безопасность [68].

Кроме того, О. Фомичев сказал, что сейчас реализуется целый ряд инициатив, которые позволили бы традиционному малому бизнесу воспользоваться плодами цифровизации, и чтобы новый инновационный бизнес создавался в тех условиях, которые позволяют расти и развиваться [68].

Участники поделились своим видением и рассказали про применение цифровых технологий в отраслевых сферах. Так, член Правления Союза производственных компаний и предпринимателей России, глава промышленного комитета «Опоры России» Н. Дунаев привёл примеры применения цифровых технологий в своей компании: цифровизация данных, использование системы CRM для снижения транзакционных издержек при продаже, учёт и анализ этих данных [68].

«Нет больших проблем – есть большие возможности» – так озаглавил своё выступление К. Варламов, директор Фонда развития интернет-инициатив (далее – ФРИИ). По его словам за счёт цифровизации у малого бизнеса появился шанс с помощью платформ встраиваться в глобальные технологические цепочки и выходить на новые рынки. «Новый цифровой мир позволяет

расширить зону охвата, выходить на новые категории клиентов, модифицировать свой продукт. Как результат – в разы, кратно менять эффективность бизнеса, менять модель. Чтобы стать цифровым предприятием нужно искать конкурентные преимущества, встраиваться в глобальные технологические цепочки, использовать венчурное финансирование», – таков, по его мнению, рецепт успеха. ФРИИ, как было акцентировано, выступает не только в качестве венчурной платформы, но и в роли института развития. В рамках программы акселерации специалисты ФРИИ помогают тестировать бизнес-идеи [68].

На круглом столе прозвучала оценка члена Правления Союза производственных компаний и предпринимателей России А. Наумова: как цифровизация может позитивно повлиять на поддержку предпринимательства в России и увеличить эффективность господдержки в десятки раз [68].

Г. Киндер, вице-президент «Опоры России», председатель Комитета по транспорту презентовал разработки организации совместно с отраслевым сообществом в области новых цифровых решений на рынке грузоперевозок. Он подчеркнул, что около 80% грузовых автомобильных перевозок внутри городов и между регионами выполняются малыми предпринимателями, которые часто сталкиваются со сложностями во взаимодействии с государственными органами и заказчиками. Разрабатываемые электронные сервисы в перспективе сформируют единое информационное пространство для работы перевозчиков, грузоотправителей и регуляторов отрасли. Ключевой принцип заключается в переходе от бумажного документооборота к цифровому. Это существенно ускорит бизнес-процессы и снизит издержки [68].

Для упрощения развития малого предпринимательства в сегменте автомобильного транспорта и дорожного сервиса Росавтодор предложил продолжить развивать дорожную IT-инфраструктуру и оцифровывать ведомственные функции. Об этом заявил Г. Прокуронов, заместитель руководителя Федерального дорожного агентства. Статистика выдачи спецразрешений показывает востребованность безбумажных операций [68].

Практически все участники круглого стола отмечали, что малый бизнес уверенно движется в сторону дигитализации.

Но при этом важно понимать, что цифровая экономика для бизнеса – это не только открывающиеся возможности, но и ряд угроз. Председателем Камчатского регионального отделения «Опоры России» Д. Меркушевым была высказана следующая мысль: «В цифровой экономике для бизнеса, даже микробизнеса, место есть. Вопрос в том, какое место даст нам государство и что оно нам разрешит» [68].

Цифровая экономика открывает перед производственным бизнесом новые возможности. Чтобы выживать и развиваться в новых условиях, компаниям следует инвестировать в модернизацию оборудования, кардинально перестраивать бизнес-процессы. И только те предприниматели, которые будут «бежать вдвое быстрее», смогут побороться за лидерство – таково резюме круглого стола [68].

Поскольку данная монография посвящена российскому малому предпринимательству в конкурентных и цифровых условиях, то для нас представляют интерес в этой части оценки Всемирного банка (далее – ВБ).

В целом российский бизнес, считает ВБ, отстаёт в использовании цифровых технологий. К примеру, на промышленный сектор в РФ приходится почти 40% ВВП и занятость трети рабочей силы, но особых успехов в цифровом прорыве здесь пока не наблюдается. По мнению ВБ: «Несмотря на усилия по оказанию поддержки различным отраслям в целях повышения международной конкурентоспособности российской промышленности, её высокотехнологичные и перерабатывающие отрасли по-прежнему отстают в мировом масштабе. Это усугубляется относительной зависимостью российской экономики от изменчивости цен на нефть и газ» [80].

Как следует из доклада о развитии цифровой экономики в России [80], около 65% компаний производственного сектора в РФ не используют возможности для цифровизации, полагаясь на устаревшие системы. «К примеру, количество промышленных роботов на одного рабочего в обрабатывающей промышленности в России в 20 раз меньше, чем в Китае».

Экономисты ВБ обратили внимание на отсутствие цифровой культуры в российской промышленности, что также усугубляет

эффект непривлекательности компаний для соответствующих специалистов. «Не имея возможности привлечь талантливые кадры в цифровой сфере, компании просто не могут разрабатывать необходимые цифровые инструменты, продукты и услуги. Это негативно отражается на конкурентных позициях российской промышленности» [80].

Доля цифровой экономики в российском ВВП также довольно скромная: в 2015 г. она составляла 3,9%. Для сравнения: у Евросоюза – 8,2%, у Китая – 10% и почти 11% у США. Эксперты прогнозируют, что доля цифровой экономики в ВВП России к 2021 г. увеличится до 5,6% ВВП. По мнению ВБ: «Недостаточно благоприятный деловой климат в РФ продолжает препятствовать получению цифровых дивидендов. А учитывая зависимость российской экономики от нефти и газа, на экономический рост сильно влияют колебания мировых цен на нефть, которые могут затмить показатели объема цифровой экономики» [80].

Всемирный банк весьма оптимистично отметил в докладе, что «Технологический прорыв в России будет связан с цифровым прорывом, который обеспечит экспоненциальный экономический рост» [80]. Но чтобы этот прорыв произошёл, изменения должны произойти очень быстро (т. е. речь о скорости) в следующих областях:

1. Российское правительство преуспело в цифровом преобразовании своего клиентского интерфейса, и теперь необходимо сосредоточиться на трансформации основных процессов, которые должны проводиться с использованием цифровых технологий.

2. Основные направления: создание подхода государство как платформа (GAAP) и разработки национальной стратегии данных для целей – преобразования деятельности правительства и повышения уровня вовлечения граждан, а также качества образования и здравоохранения.

Российский бизнес, особенно традиционный сектор, по оценке ВБ, трансформируется слишком медленно. В исследовании ВБ было подчеркнуто: цифровые инновации и предпринимательство – это ключ к устойчивому технологическому лидерству; крайне важны тесные горизонтальные связи между правительством, бизнесом и научными кругами в инновационной

экосистеме. Также крайне важно обеспечить: доступ к капиталу; спрос на инновации; новые навыки, необходимые в цифровую эпоху изменения культуры от командной, иерархичной, основанной на боязни инвестирования в рисковые проекты, на культуру, построенную на горизонтальных, открытых коммуникациях, терпимости к риску и обучению посредством проб и ошибок [80].

По оценке Всемирного банка, препятствием получению цифровых дивидендов – недостаточно благоприятный деловой климат. С учётом зависимости российской экономики от нефти и газа, на экономический рост сильно влияют колебания мировых цен на нефть, «которые могут затмить показатели объема цифровой экономики» [80].

4.2. Особенности государственной поддержки развития высокотехнологического малого предпринимательства

О роли государства в регулировании деятельности малого предпринимательства⁴⁸

Важность государства как субъекта регулирования деятельности малых предприятий объясняется несколькими причинами. Во-первых, трудностью разграничения экономических, политических и социальных функций государства. Так, принятие государством политических решений немедленно сказывается на деятельности малых предприятий и приводит к определённым экономическим и социальным результатам.

Во-вторых, понимание сферы малого предпринимательства как сложной системы отношений обуславливает наличие противоречий между интересами отдельных субъектов отношений, между интересами субъектов и самим государством. Это приводит к объективной потребности в централизации усилий для поддержки функционирования малых предприятий и повышения их конкурентоспособности.

В этом отношении государственная поддержка деятельности малых предприятий может осуществляться в нескольких направлениях. Это изменения:

- системы законодательства;

⁴⁸ Использован материал источника [65].

- политики органов власти по отношению к субъектам малого предпринимательства;
- наличия и «высоты» административных барьеров;
- наличия инфраструктуры поддержки и сопровождения субъектов малого предпринимательства.

Остановимся на последнем направлении государственных усилий – создании инфраструктуры поддержки и сопровождения субъектов малого предпринимательства. В первую очередь речь идёт об институтах развития. По определению В. В. Бирюкова, Е. В. Романенко, это организационно-экономические структуры, содействующие перераспределению общественных средств в ключевые сегменты экономики, а также проекты, в наибольшей степени реализующие потенциал устойчивого экономического роста [13]. По мнению этих исследователей, институты развития нацелены на преодоление «провалов» рынка. Они выступают катализаторами частных инвестиций в приоритетных отраслях экономики, создавая условия для формирования инфраструктуры малого предпринимательства. Институты развития расширяют институциональную среду малого предпринимательства, открывая новые возможности для более эффективного использования финансовых ресурсов (см. табл. 20).

Таблица 20

Институты развития малого предпринимательства⁴⁹

<i>Признак классификации</i>	<i>Тип института развития</i>	<i>Характеристика</i>
<i>Функциональный признак</i>	«Финансовые доноры»	Оказывают финансовую поддержку (в основном на возвратной основе) хозяйствующим субъектам для реализации инновационно-инвестиционных проектов в приоритетных отраслях национальной экономики, науки и техники (региональные венчурные фонды, гарантийные фонды, фонды прямых инвестиций)

⁴⁹ По источнику [13].

	<p>Субъекты производства – нефинансовые корпорации производственного назначения</p>	<p>Созданы непосредственно государством или при его активном участии путём консолидации разрозненных производственных активов и формирования больших отраслевых или межотраслевых вертикально-интегрированных компаний или холдингов в приоритетных сферах, призванные осуществлять разработку, производство и продвижение на рынок перспективной инновационной продукции (государственные корпорации)</p>
	<p>Субъекты инфраструктуры – нефинансовые корпорации инфраструктурного назначения, субъекты инфраструктурной поддержки предпринимательской деятельности</p>	<p>Предоставляют специализированные информационные, научно-исследовательские, консультационные, посреднические услуги субъектам малого и среднего бизнеса, когда эти услуги отсутствуют или слабо развиты в стране (технопарки, промышленные парки, бизнес-инкубаторы, технико-внедренческие и промышленно-производственные зоны, центры трансфера технологий, субконтракта-ции, развития дизайна и т. д.)</p>
	<p>Особые экономические зоны (площадки развития)</p>	<p>Территории со специальными благоприятными условиями для привлечения частных инвестиций и организации производства согласно приоритетам и задачам развития (технико-внедренческие, промышленно-производственные, туристско-рекреационные, торговые)</p>

<i>Признак классификации</i>	<i>Тип института развития</i>	<i>Характеристика</i>
<i>Тип субъектов бизнеса, взаимодействующих с институтами развития</i>	Общэкономические	Предполагают равноправное участие разных предпринимательских структур
	Смешанные	Создают особые условия для малого предпринимательства (в том числе квоты)
	Специальные	Взаимодействуют только с малыми предприятиями
<i>Вид оказываемых услуг</i>	Финансовые	Привлекают инвестиции в форме государственно-частного партнёрства, льготного кредитования приоритетных отраслей национального хозяйства, вложений в форме прямого инвестирования и предоставляющие гарантии по кредитам (банки, международные финансовые организации, венчурные фонды, фонды прямых инвестиций, гарантийные фонды, государственно-частное партнёрство)
	Бизнес-услуги	Предоставляют объекты инфраструктуры и извлекают пользу для клиентов от внешних эффектов и от концентрации предприятий (бизнес-инкубаторы, технопарки, промышленные парки)
	Услуги по продвижению товаров на рынках	Оказывают маркетинговую, информационную, юридическую и технологическую поддержку экспортных агентств

	Информационно-образовательные	Дают рыночную информацию о деятельности субъектов в новых секторах национальной экономики и обучают навыкам работы в новых сферах бизнеса (образовательные институты и университеты)
	Экспертно-аналитические	Осуществляют аналитическое обоснование и экспертную оценку стратегий развития (центры экономических исследований)
	Координационные	Координируют действия и коммуникацию между основными экономическими агентами (бизнесом и государством): советы, ассоциации, союзы
<i>Объём услуг, предоставляемых субъектам бизнеса</i>	Универсальные	Деятельность не сфокусирована на определённой отрасли или решении одной задачи
	Специализированные	Концентрируются на решении отдельных задач
<i>Отраслевой признак</i>	Отраслевые	Специализируются на поддержке отдельных отраслей национального хозяйства: нефтегазовые, сельскохозяйственные, торговые и т. д.
<i>Территория действия</i>	Территориальные (локальные)	Действуют на определённой территории; национальные, действующие на всей территории страны
<i>Организационно-правовая форма</i>	Государственные корпорации, фонды, бизнес-инкубаторы, технопарки, промышленные парки, агентства, институты, ассоциации, союзы и т. д.	—

Одной из форм институционального взаимодействия государственных структур с малым бизнесом является частно-государственное партнёрство. Среди его основных признаков обычно выделяют следующие: участниками являются государство и частный бизнес; отношения закрепляются на юридической основе и имеют общественную направленность; в процессе реализации проектов объединяются и консолидируются все имеющиеся ресурсы; финансовые риски, затраты и результаты распределяются между сторонами в заранее определенных пропорциях [2].

Роль государства в развитии высокотехнологического малого предпринимательства

Высокотехнологичный сектор – это экспортно-ориентированные предприятия, предприятия в сферах обрабатывающего производства и предоставления услуг, быстрорастущие предприятия, которые обеспечивают внедрение инноваций и решают задачи по диверсификации экономики и повышению её конкурентоспособности.

Государственная поддержка развития высокотехнологического малого предпринимательства является частью общей системы государственного регулирования сектора МП, которая характеризуется следующими основными функциями:

- формирование субъектов современного предпринимательства;
- создание режима наибольшего благоприятствования для использования потенциала предпринимателей;
- формирование конкурентной среды;
- создание условий для устойчивого развивающегося предложения товаров и услуг;
- стимулирование и формирования спроса;
- формирование организационной и рыночной инфраструктуры предпринимательства;
- социальной ориентации процесса формирования и развития предпринимательства [22].

Учитывая большую актуальность развития сектора высокотехнологического малого предпринимательства, его поддержка

должна в приоритетном порядке осуществляться в следующих сферах:

1. Финансовая сфера: прямое финансирование, а также развитие льготного кредитования и финансирования субъектов малого предпринимательства, создание различного рода венчурных фондов, предоставление государственных гарантий, льготное налогообложение.

2. Сфера материально-технического обеспечения и снабжения: обеспечение льготного доступа к средствам производства (включая здания и сооружения, производственное и экспериментальное оборудование), транспорта, вспомогательной техники и так далее, а также создание технопарков и бизнес-инкубаторов.

3. Сфера информационного обеспечения: льготный доступ к библиотекам и базам данных, обеспечение доступности информационных сетей.

4. Сфера консультационного обеспечения: предоставление бесплатного или льготного доступа к услугам специалистов в области цифровых технологий, налогообложения, планирования, рыночного позиционирования, подготовки отчетности и т. д.

Государственное регулирование развития цифровой экономики на сегодняшний день целиком основано на принятой программе «Цифровая экономика в Российской Федерации» (далее – Программа), основными целями которой являются:

– создание необходимых и достаточных условий институционального и инфраструктурного характера, устранение имеющихся препятствий и ограничений для создания и (или) развития высокотехнологических бизнесов и недопущение появления новых препятствий и ограничений как в традиционных отраслях экономики, так и в новых отраслях и высокотехнологичных рынках;

– повышение конкурентоспособности на глобальном рынке как отдельных отраслей экономики Российской Федерации, так и экономики в целом⁵⁰.

Для российского механизма государственной поддержки высокотехнологичных МП актуальна схема «инвестиционного лифта» в рамках сотрудничества корпорации по развитию малого

⁵⁰ Программа «Цифровая экономика Российской Федерации»: утв. распоряжением Правительства Рос. Федерации от 28.07.20017 г. № 1632-р [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.static.government.ru/media> (дата обращения: 12.10.2018).

и среднего предпринимательства с Российским экспортным центром (далее – РЭЦ), Фондом развития промышленности (далее – ФРП) и Российским фондом прямых инвестиций (далее – РФПИ).

Высокотехнологичным субъектам МСП предлагается (ст. 4 ФЗ № 209) [109]:

- финансовая поддержка: кредитно-гарантийная и страховая поддержка, финансирование экспортных операций со стороны РЭЦ, участие РФПИ в акционерном капитале субъектов, в частности, посредством предоставления мезонинного финансирования;

- нефинансовая поддержка, которая заключается в участии РФПИ в формировании стратегии, расширении базы контрагентов и возможностей выхода на международные рынки через взаимодействие с портфельными компаниями РФПИ, а также анализ внешних рынков, международное патентование и сертификация отечественной продукции за рубежом, логистическое и таможенное сопровождение экспорта со стороны РЭЦ, правовая и консультационная поддержка.

Большую роль при развитии малого бизнеса играют налоговые льготы. И если для стандартных (обычных) малых предприятий существует много публикаций в которых рассматривается данный вопрос, например работы Е. С. Вылковой [46–48], то в аспекте отношения государства к этому можно отметить «Финансовые льготы для малого бизнеса в 2018 году». Здесь речь идёт уже не об улучшении условий для ведения бизнеса, а о льготах предприятиям малого бизнеса и индивидуальным предпринимателям в виде прямой финансовой поддержки, например, *субсидий*:

- на возмещение части затрат по договорам лизинга;

- на возмещение части затрат на уплату процентов по кредитам и займам;

- на возмещение части затрат, связанных с участием в конгрессно-выставочных мероприятиях;

- для начинающих предпринимателей (до 500 тыс. р.).

Безвозмездные субсидии и гранты предоставляются малому бизнесу в рамках Федеральной программы, действующей до 2020 г.

Мы собрали базу субсидий по субъектам РФ, каждый регион предлагает свои льготы для малого бизнеса. Ближе к высокотехнологическому сектору относятся IT-компании, аккредитованные при Минкомсвязи, которые платят пониженный страховой взнос – 14% вместо 30% от фонда заработной платы. По данным на 31 декабря 2015 г., таких компаний в России было 5604. Ранее власти планировали постепенно отменять льготу: в 2018 г. ставка по взносам для IT-компаний повысилась бы до 21%, в 2019 г. – до 28%, а с 2020 г. вернулась бы к 30%.

Президент РФ В. В. Путин продлил льготы на выплату страховых взносов для российских IT-компаний на шесть лет, до 2023 г. (Федеральный закон от 07.06.2017 г. № 114-ФЗ)⁵¹.

Несмотря на широкий инструментарий поддержки высокотехнологичных МСП, можно отметить несколько спорный характер его эффективности: например, специалисты отмечают недостаточную пространственную проработку стратегической декларации, исходя из высокой межрегиональной дифференциации в данной сфере, предполагающей исключительно глубокий анализ специфических характеристик региональных МСП, с одной стороны, и необходимость структурного объединения высокотехнологичных МСП – с другой [34].

Зарубежный опыт стимулирования высокотехнологичных малых предприятий промышленно развитых стран⁵²

Стимулирование высокотехнологичных малых предприятий промышленно развитых стран основывается на увеличении роли кластеров в стимулировании инновационной деятельности малого и среднего предпринимательства. Такая форма участия малого и среднего бизнеса в развитии высокотехнологичного сегмента обуславливает их взаимодействие и выстраивание производственно-технологических, научно-технических и коммерческих связей, в том числе, это актуально для предприятий смежных областей. Выступая своеобразными точками экономического роста, класте-

⁵¹ О внесении изменения в статью 33 Федерального закона «Об обязательном пенсионном страховании в Российской Федерации»: федер.закон от 07.06.2017 г. № 114-ФЗ. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/document> (дата обращения: 22.01.2018).

⁵² По: Буров В. Ю. Основы предпринимательства: учеб. пособие: в 3 ч. Ч. 3. Практика малого бизнеса. – Чита: ЗабГУ, 2018. – С. 42–45.

ры становятся объектами крупного инвестирования, в том числе и для государственных структур. В данном случае субъект МСП получает возможность инновационного развития и доступа к инфраструктуре экосистемы кластера, что позволяет ему не только повышать уровень использования знаний или формирования новых сетей сотрудничества в рамках кластеров, но также увеличить конкурентоспособность и получить возможность освоения новых рыночных ниш [50].

Широко продвинулся в реализации программ финансовой и технологической поддержки инновационных МСП и Китай, где ещё в 1982 г. была утверждена программа социально-экономических инноваций на базе организации научных парков. Позднее, в 1986 г. Правительство утвердило «Программу 863» (или «План развития высоких технологий»), где в качестве приоритетных направлений развития высокотехнологичных отраслей были определены: информатика и микроэлектроника; авиакосмическая промышленность; оптоволоконная связь; биотехнология и геновая инженерия; новейшие энергосберегающие технологии; экологическое оборудование и природоохранная техника; медицинское оборудование. На следующем этапе, в 1988 г. в Пекине была создана экспериментальная зона высоких технологий, которая на сегодня является самым крупным технопарком страны. На сегодняшний день в Китае технопарки получили своё развитие повсеместно, в них занято свыше 16 тыс. компаний, связанных с внедренческой и исследовательской деятельностью. Технопарки, фактически, организационно и территориально корреспондируются со специальными экономическими зонами, и это позволяет достаточно эффективно принимать участие в международном обмене технологиями [76].

В 2002 г. китайские власти приняли закон «О стимулировании развития малых и средних предприятий». Закон дал этим предприятиям равные права с крупными компаниями, в том числе в доступе к современным технологиям, рыночной информации и финансированию.

В Германии в середине 1980-х гг. все силы были направлены на создание стратегии развития промышленности среднего уровня. На тот момент основной целью стало быстрое и широкое ис-

пользование улучшенных производственных технологий, а также программного обеспечения. Основное внимание в этой стратегии принадлежало крупной индустрии, поэтому доля её финансирования составила более 2/3 всех затрат на развитие и исследование. Формирующая роль до начала 1990 г. в осуществлении политики технологий и инноваций была под контролем Федерального фонда. В 2006 г. в Германии приняли стратегию инновационного и технологического развития: определили новые приоритеты страны с учётом мировых направлений развития техники, науки и технологий. В документе были изложены 17 ключевых секторов, которые имели для национального хозяйства важнейшее значение. Для них была сформирована программа долгосрочного развития, которая успешно реализуется.

Новым инструментом в проведении инновационной и научно-исследовательской политики стало создание инновационных альянсов и стратегических партнёрств. В настоящее время образовано шесть альянсов в сфере биомедицины, электроники, энергетики, оптики. Это стало ценным механизмом поддержания инновационной активности промышленности Германии [78].

В Японии по решению правительства создавались технопарки. В 1980-е гг. руководство начало глобальную программу производства технополисов как сбалансированного, органичного сочетания высокотехнологичной промышленности, науки и просторных зон проживания. Фирмам, которые действовали в отраслях высоких технологий, разрешалось списывать в первый год до 30% стоимости оборудования и до 15% стоимости зданий и сооружений, а государство оплачивало 1/3 расходов на проведение научных исследований малыми фирмами и лабораториями. Многообразие и гибкость политики льгот для участников производственных образований на рассмотренном примере является основным инструментом механизма улучшения инновационной деятельности в стране [78].

Зарубежная практика свидетельствует о том, что создание крупных корпораций, лидеров в тех или иных отраслях в мировом масштабе крайне редко происходит без привлечения государственной поддержки, и в настоящее время наблюдается повышение внимания к теме активного стимулирования уско-

ренного развития быстрорастущих технологических и инновационно-ориентированных субъектов среднего бизнеса. Поэтому в рамках идентификации наиболее эффективных субъектов рынка высоких технологий с 2016 г. реализована государственная программа отбора частных высокотехнологичных компаний (в том числе, попадающих под критерии малого и среднего бизнеса), лидирующих по своим темпам развития, с последующим выстраиванием на их основе транснациональных компаний российского базирования [50].

Напрашивается вывод о важности использования возможностей сектора малого наукоемкого предпринимательства для развития цифровой экономики с созданием новых и обновлением существующих производств на базе применения цифровых технологий.

Одной из основных экономических функций малых предприятий является обслуживание крупного бизнеса. И это вызывает необходимость ускорить создание специализированной инфраструктуры поддержки для высокотехнологического малого предпринимательства, призванной повысить уровень технологической готовности малых предприятий к участию в производственных цепочках крупного бизнеса, использующего современные цифровые технологии.

Развитие высокотехнологического малого предпринимательства во многом зависит от активного стимулирования ускоренного развития быстрорастущих технологических и инновационно-ориентированных субъектов МП. Но учитывая неэффективную государственную поддержку всего сектора малого предпринимательства в вопросах финансовой обеспеченности, развития инфраструктуры, снижения административных барьеров, можно предположить, что заявленное государством приоритетное развитие высокотехнологического малого предпринимательства окажется только желанием, а не реальностью.

Заключение

Разработка темы «Малое предпринимательство в условиях развития цифровой экономики» приобретает всё большую актуальность с учётом того, что в стране формируется новое экономическое мышление и происходит переориентация экономического вектора в результате стремительного развития цифровых технологий.

Цель предлагаемого исследования – обоснование места малого предпринимательства в условиях применения цифровых технологий и раскрытие его сущности в современных условиях.

Авторами выявлено, что становление и развитие современного российского малого предпринимательства имело свои специфические особенности, связанные с наличием ряда негативных факторов и процессов в сфере малого предпринимательства.

Впервые обосновывается сущность двойственности субъектов малого предпринимательства: в условиях несовершенной институциональной среды, с одной стороны, оно является драйвером развития инновационной (цифровой экономики), с другой стороны, в случае производственного МП влияет на этот процесс деструктивно.

Сгруппированы по видам факторов выявленные негативные и позитивные последствия от теневой экономики, проявляющиеся в их деструктивном характере. В связи с этим определены принципы системы экономической безопасности, наиболее важными из которых являются комплексность (системность), своевременность и экономность.

Предлагаются такие основные механизмы развития регионального сектора цифровой экономики, как внедрение новых НИОКР на коммерциализации инноваций в экономике; государственно-частное партнёрство; субсидирование затрат на развитие региональных центров поддержки инноваций; пропаганда для населения культуры цифровой экономики через средства массовой информации и интернет; привлечение и закрепление в научной деятельности молодых специалистов (введение системы индивидуальных грантов); формирование региональной системы информационного обеспечения с целью развития цифровых технологий.

Отмечено, что развитие и внедрение цифровой экономики применительно к малому и среднему бизнесу может значительно повысить его конкурентоспособность. В настоящее время этому

не способствуют инерция мышления владельцев бизнеса, недооценка ими скорости распространения цифровых технологий, отсутствие стратегий развития цифровизации собственного бизнеса.

Выявлены и обоснованы особенности маркетинга в условиях формирования цифровой экономики, связанные с формированием дизайна цифровой платформы трансформации маркетинговой деятельности. Отмечено, что для экономической оценки трансформации экономики на основе цифровых технологий необходима разработка маркетинговой метрики показателей и критериев оценки эффективности использования инновационных цифровых коммуникационных и коммуникативных.

Показано повышение важности одной из основных экономических функций малых предприятий – обслуживание крупного бизнеса, что вызывает необходимость ускорения создания специализированной инфраструктуры поддержки для высокотехнологического малого предпринимательства, призванной повысить уровень технологической готовности малых предприятий к участию в производственных цепочках крупного бизнеса, использующего современные цифровые технологии.

Выявлены и оцененыстораживающие тенденции развития малого предпринимательства: его неустойчивость и значительные колебания в экономическом отношении, медленный темп его роста в России, невозрастающий вклад данного сектора экономики в ВВП.

Проведённое исследование подтверждает, что в Российской Федерации создан и реально функционирует правовой и институциональный механизм регулирования конкуренции, который в целом соответствует мировым стандартам. Механизм регулирования развития конкуренции в России, тем не менее, нуждается в большей эффективности, а именно целесообразно: улучшить положение дел в направлениях усиления экономического анализа, необходимого для правоприменения в сфере конкуренции; выявление и предотвращение наиболее вредных антиконкурентных практик (особенно откровенного картелирования); проанализировать слияния, злоупотребления доминирующим положением; пересмотреть федеральные нормативные документы с учётом их воздействия на конкуренцию; внедрить конкурентные принципы в более широкие стратегии федеральных и региональных органов власти.

Отмечено, что новые вызовы для российской экономики связаны с глобальной цифровизацией экономики. С появлением новых способов взаимодействия участников рынка через информационные технологии, которые не требуют личного взаимодействия, российская экономика переходит в другую, более высокую категорию риска нарушений антимонопольного законодательства и необходимости предоставления участникам рынка иных, дополнительных инструментов защиты, в том числе защиты конкуренции как основы рыночной экономики.

Показано, что в настоящее время в литературе идёт накопление нового терминологического тезауруса по цифровой экономике. Исследования подтверждают, что в Российской Федерации государственный и частный секторы, общество в целом испытывают влияние цифровых технологий. Российский малый бизнес уверенно движется в сторону диджитализации. При этом важно понимать, что цифровая экономика для бизнеса – это не только открывающиеся возможности, но и ряд угроз. Поэтому необходимо верно оценивать цифровую трансформацию государственного и частного сектора, а также цифровых граждан и потребителей.

Возникает необходимость создания соответствующих моделей и механизмов для реализации и комплексного решения обозначенных проблем. Одной из таких моделей может, например, стать система эффективного взаимодействия на основе сбалансированности экономических интересов в территориальной сфере следующих трёх компонентов: территориальных органов власти, системы среднего и высшего образования и бизнес-сообщества.

Полагаем, что рассмотрение российского малого предпринимательства в приоритетах конкурентной политики государства в условиях развития цифровой экономики носит в данном материале, в известной степени, постановочный и обзорный характер. Но привлечённый и изложенный материал показывает, что эта проблематика актуальна и многомерна. Тем не менее, в целом считаем, что заявленная цель исследования по данной проблематике достигнута.

Глоссарий

Административные барьеры – проблемы препятствующие осуществлению предпринимательской деятельности в результате действий (решений) органов власти и управления.

Безопасность коммуникаций – это состояние защищённости коммуникаций, основанное на реализации совокупности мер, предотвращающих неправомерный доступ к коммуникациям, а также исключающий неправомерное использование циркулирующей в них информации.

Внутренняя предпринимательская среда – совокупность ситуационных факторов внутри самой фирмы. Она является в основном результатом управленческих решений. К ней относят: цели, структуру, технологию и людей.

Внешняя предпринимательская среда – совокупность условий и факторов, возникающих в окружающей среде, независимо от деятельности конкретной фирмы, но оказывающих или могущих оказать на неё значительное влияние и поэтому требующих управленческих решений.

Глобальный индекс подключения (GCI – Global Connectivity Index) – это инструмент и отчёт, который даёт оценку месту стран в области развития цифровой экономики, определяемому инвестициями, внедрением, опытом и потенциалом в построении соответствующей ИКТ-инфраструктуры.

Государственно-частное партнёрство (ГЧП) – совокупность форм средне- и долгосрочного взаимодействия государства и бизнеса для решения общественно значимых задач на взаимовыгодных условиях.

Государственное регулирование предпринимательства – система мер законодательного, исполнительного и контролирующего характера, направленных на снижение риска и роста стабильности предпринимательской деятельности.

Государственная поддержка предпринимательства – система мер законодательного, исполнительного и контролирующего характера, направленных на увеличение конкурентоспособности предпринимательской деятельности. Меры *Г. п. п.* направлены на стимулирование активности хозяйствующих субъектов рынка

и на оказание им содействия в хозяйственной деятельности. К таким мерам относят льготы, предоставление кредитов, обеспечение госзаказами и т. д.

Институты – нормы, правила поведения (формальные и неформальные), регулирующие предпринимательскую деятельность.

Инфраструктура поддержки малого предпринимательства – это совокупность государственных, негосударственных, общественных, образовательных и коммерческих организаций, осуществляющих регулирование деятельности предприятий, оказывающих образовательные, консалтинговые и другие услуги, необходимые для развития бизнеса и обеспечивающие среду и условия для производства товаров и услуг.

Информатизация – это комплекс мер, направленных на обеспечение полного использования достоверного, исчерпывающего и своевременного знания во всех общественно значимых видах человеческой деятельности.

Информационная безопасность – безопасность, которая в техническом и правовом аспектах включает в себя защиту конфиденциальности (обеспечение доступа к информации только авторизованным пользователям), целостность информации (обеспечение достоверности и полноты информации и методов её обработки) и доступность информации (обеспечение доступа к информации и связанным с ней активам авторизованных пользователей по мере необходимости).

Киберпреступность – это совокупность преступлений, совершаемых в киберпространстве с помощью или посредством компьютерных систем или компьютерных сетей, а также иных средств доступа к киберпространству, в рамках компьютерных систем или сетей, и против компьютерных систем, компьютерных сетей и компьютерных данных.

Конкуренция – это экономический, весьма подвижный и изменчивый процесс борьбы (сопоставительности, соревновательности), а также взаимодействия и взаимосвязи множества экономических субъектов рыночной экономики, объективно обусловленный их экономическими интересами, движимый ими и выступающий как желаемые, выгодные для достижения цели деятельности.

Конкурентоспособность предприятия – интегральная числовая характеристика, с помощью которой оцениваются достигнутые предприятием конечные результаты его деятельности в течение определённого периода.

Конкурентоспособность предпринимательских структур малого и среднего бизнеса – это способность предпринимательских структур проявлять гибкость, адаптивность к постоянным изменениям внешней среды с целью увеличения, уменьшения либо сохранения занимаемой доли рынка в зависимости от стратегии предприятия.

Коррупция – использование должностным лицом своих властных полномочий и доверенных ему прав, возможностей, связей в целях личной выгоды, противоречащее законодательству и моральным установкам. *К.* называют также подкуп должностных лиц, их продажность, что типично для сильно коррумпированных государств. *К.* – неотъемлемая часть теневой экономической деятельности.

Культура предпринимательства – это определённая сложившаяся совокупность принципов, приёмов, методов осуществления предпринимательской деятельности субъектами в соответствии с действующими в стране (обществе) правовыми нормами (законами, нормативными актами), обычаями делового оборота, этическими и нравственными правилами, нормами поведения при осуществлении цивилизованного бизнеса.

Льготное кредитование субъектов малого предпринимательства – кредитование, осуществляющееся на льготных условиях с компенсацией соответствующей разницы кредитным организациям за счёт средств фондов поддержки малого предпринимательства.

Малое предпринимательство – это такой вид деятельности в различных отраслях экономики, который осуществляется физическими лицами, зарегистрированными в качестве предпринимателей, а также предприятия любой организационно-правовой формы, определяемой устойчивыми количественными и качественными показателями.

Малое предпринимательство – экономическое явление, обладающее рядом черт, характерных для предпринимательства

вообще, и специфическим набором свойств, позволяющих рассматривать его в качестве самостоятельного объекта изучения.

Малое предпринимательство – это сложившаяся и развивающаяся система, субъект пространственного развития, обладающий многофункциональностью и, вместе с тем, характеризующийся двойственностью процесса создания потребительской ценности, которая может не только способствовать обеспечению экономической безопасности деятельности субъектов МП, но и создавать угрозу эффективного развития экономики страны.

Метрики – список мер (характеристик, показателей, оценок), характеризующих с помощью постоянно повторяющихся, непротиворечивых измерений степень достижения цели.

Молодёжное предпринимательство – это предпринимательская деятельность, осуществляемая гражданами РФ, возраст которых не превышает 35 лет, зарегистрированными в качестве индивидуальных предпринимателей, а также российскими коммерческими организациями, учредителями которых являются граждане РФ, возраст которых не превышает 35 лет, и в штате которых не менее 70% сотрудников, являющимися гражданами РФ, не достигшими 35 лет.

Мониторинг – наблюдение, анализ, оценка и прогноз качественных изменений. Целью *М.* состояния сектора МП является возможность в режиме реального времени производить независимую оценку тенденций развития, получать информацию о состоянии, динамике текущих и возможных изменений, оперативно проводить анализ причин теневой экономической деятельности.

Платформы цифровой экономики – это цифровая среда с набором функций и сервисов, обеспечивающая напрямую потребности как потребителей, так и производителей.

Предприниматель – это инноватор, создающий новые ниши, предлагающий новые продукты и услуги, но вместе с тем развивающий конкуренцию.

Предпринимательство – это инициативная экономическая деятельность, осуществляемая за счёт собственных или заёмных средств на свой риск и под свою ответственность, ставящая своими целями получение прибыли и развитие собственного дела.

Предпринимательская среда – это совокупность внешних и внутренних факторов, оказывающих влияние на функционирование фирмы и требующих принятия решений, направленных либо на их устранение, либо на приспособление к ним.

Предпринимательский риск – опасность возникновения непредвиденных потерь ожидаемой прибыли в связи со случайным изменением условий экономической деятельности, неблагоприятными обстоятельствами. Измеряется частотой, вероятностью возникновения того или иного уровня потерь, превосходящих величину ожидаемой прибыли.

Прибыль – конечный финансовый результат предпринимательской деятельности предприятий. *П.* служит для предпринимателя индикатором, показывающим успешность его бизнеса.

Пространственная экономика – это экономические отношения (причинно-следственные связи), пространственные трансформации как в территориальных общностях с уже сложившимися, фиксированными (в том числе и в правовом отношении) границами (республика, край, область, округ, муниципальное образование и др.), так и в территориально-экономических образованиях с неустоявшимися, многофункциональными, чётко не определёнными границами (зоны влияния крупных городов, зоны нового освоения, трансграничные территории, территории с экстремальными природно-климатическими и иными условиями).

Рентабельность – прибыльность бизнеса. Рассчитывается как отношение прибыли к выручке (производственный бизнес и бизнес в сфере услуг), отношение прибыли к обороту (коммерческий бизнес и бизнес в сфере услуг), отношение прибыли к собственному капиталу (для финансового бизнеса).

Свобода предпринимательства – право частных предприятий использовать экономические ресурсы для производства товаров по собственному выбору и продавать произведённые товары на выбранных рынках.

Социально-экономические механизмы государственного противодействия теневой экономической деятельности – организационно-хозяйственные и социальные инструменты и факторы, используемые при взаимодействии соответствующих структур и регуляторов в условиях рынка, которые в совокупности

обеспечивают противодействие теневой экономической деятельности с одновременной поддержкой официальной экономической деятельности.

Страхование – механизм распределения рисков между теми, кто хотел бы обезопасить себя от возможных последствий возникновения пагубных ситуаций.

Теневая экономическая деятельность (ТЭД) – специфическая форма трансформации экономической деятельности хозяйственных субъектов, которая характеризуется дуализмом: влияния (негативным и позитивным); законная, но осуществляется без регистрации, не учитывается, не контролируется и не регулируется государством. Направлена на минимизацию трансакционных издержек субъектов малого предпринимательства с целью удовлетворения текущих потребностей общества и получения дополнительного предпринимательского дохода.

Факторы цифровой экономики (нецифровые) – это политика и стратегическое планирование, лидерство и институты, законодательство, человеческий капитал, инновации, деловая среда, доверие и безопасность, и обеспечивающие создание благоприятной среды, в которой может происходить цифровая трансформация.

Факторы цифровой экономики (цифровые) – цифровая инфраструктура, совместно используемые цифровые платформы и нарождающиеся цифровые технологии.

Цифровая грамотность – это способность создавать и использовать контент с помощью цифровых технологий, включая навыки компьютерного программирования, поиск и обмен информацией, коммуникацию с другими людьми. Должна включать в себя умение работать с компьютером, понимание взаимодействия человека и цифровой техники, её устройства и распространения, а также сетевого сообщества и особенностей социальных медиа.

Цифровой сектор экономики – сектор информационно-коммуникационных технологий (ИКТ-сектор), а также сектор контента и средств массовой информации (СМИ).

Цифровые технологии – технологии, основанные на представлении сигналов дискретными полосами аналоговых уровней, а не в виде непрерывного спектра.

Цифровая экономика (электронная) – совокупность общественных отношений, складывающихся при использовании электронных технологий, электронной инфраструктуры и услуг, технологий анализа больших объёмов данных и прогнозирования в целях оптимизации производства, распределения, обмена, потребления и повышения уровня социально-экономического развития государств.

Цифровая экономика – экономика, основанная на развитии и использовании цифровых технологий, которая строится на фундаменте нецифровых, цифровых факторов и цифрового сектора экономики, обеспечивающем экономические и социальные преобразования (согласно ВБ).

Экономическая активность предпринимателя – это форма участия предпринимателя в общественном производстве и способ получения им финансовых средств для обеспечения жизнедеятельности его самого и членов его семьи.

Экономическая безопасность – состояние, характеризующееся наличием защищённости своей собственности, инвестиций, стабильного дохода и других ресурсов, которые позволяют поддержать предпринимательскую деятельность, что предполагает такое состояние экономики, которое поддерживает достаточный уровень неувязимости и независимости её экономических интересов по отношению к возможным внешним и внутренним угрозам и воздействиям.

Экономическая деятельность – форма активного участия человека или предприятия в общественном производстве. Выделяют такие формы экономической деятельности, как собственник, предприниматель, бизнесмен, наёмный рабочий, менеджер.

Эффективность совершенствования системы государственного противодействия теневой экономической деятельности (ТЭД) – система мер, направленная на снижение негативного влияния ТЭД на экономику региона и характеризующаяся изменениями метрики в динамике: объём продукции (товаров, работ, услуг), выполненных малыми предприятиями в официальном секторе экономики; объём продукции (товаров, работ, услуг), выполненных для государственных и муниципальных нужд; объём

ём экспортируемой продукции; масштабы уклонения от уплаты налогов малых предприятий; численность занятых в теневом секторе экономики в сфере МП; среднегодовой (месячный) теневой доход (скрытой заработной платы) и др.

Библиографический список

1. Александров, С. Цифровая экономика (Digital Economy) – экономика, осуществляемая с помощью цифровых телекоммуникаций [Электронный ресурс] / С. Александров, Р. Искандаров // Технологии и средства связи. – 2009. – № 5. – Режим доступа: <http://www.lib.tssonline.ru> (дата обращения: 22.11.2018).
2. Амунц, Д. М. Государственно-частное партнёрство. Концессионная модель совместного участия государства и частного сектора в реализации финансовоёмких проектов / Д. М. Амунц // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2005. – № 12. – С. 17.
3. Антимонопольное регулирование в цифровую эпоху: как защищать конкуренцию в условиях глобализации и четвёртой промышленной революции / под ред. А. Ю. Цариковского, А. Ю. Иванова, Е. А. Войниканис. – Москва: Изд. дом Высшей школы экономики, 2018. – 311 с.
4. Артемьев, И. Ю. О мерах по реализации Национального плана развития конкуренции в Российской Федерации. 2018. [Электронный ресурс] / И. Ю. Артемьев. – Режим доступа: <https://www.fas.gov.ru/presentations> (дата обращения: 20.11.2018).
5. Бабкин, А. В. Цифровая экономика и её влияние на конкурентоспособность предпринимательских структур / А. В. Бабкин, О. В. Чистякова // Российское предпринимательство. – 2017. – Т. 18, № 24. – С. 11–21.
6. Багиев, Г.Л. К вопросу формирования и совершенствования цифровой платформы организации и управления маркетинговой деятельностью фирмы: проблемы и задачи / Г. Л. Багиев, М. Б. Яненко, М. Е. Яненко // Проблемы современной экономики. – 2017. – № 2. – С. 127–132.
7. Багиев, Г. Л. Концептуальные основы формирования инновационных маркетинговых стратегий / Г. Л. Багиев, М. Б. Яненко, М. Е. Яненко. – Санкт-Петербург: Изд-во СПбГУЭФ, 2015. – 179 с.
8. Багиев, Г. Л. Маркетинг взаимодействия. Концепции. Стратегии. Эффективность / Г. Л. Багиев; науч. ред. Х. Мефферт. – Санкт-Петербург: Изд-во СПбГУЭФ, 2009. – 671 с.
9. Багиев, Г. Л. Организация предпринимательской деятельности: учеб. пособие / Г. Л. Багиев. – Санкт-Петербург: Изд-во СПбГУЭФ, 2001. – 231 с.

10. Багиев, Г. Л. Форсайт-технологии маркетинга. Маркетинг взаимодействия. Системно-рефлексивный маркетинг. Бенчмаркинг. Управление компетентностью. Измерение и оценка ценности / Г. Л. Багиев, А. А. Длигач, Ю. Н. Соловьева. – Санкт-Петербург: Астерион, 2016. – 400 с.

11. Багиев, Г. Л. Экономическая безопасность: проблемы, перспективы, тенденции развития / Г. Л. Багиев, В. Ю. Буров // Проблемы обеспечения экономической безопасности субъектов малого предпринимательства в условиях теневой экономической деятельности. – Пермь: Пермский гос. нац. исследовательский ун-т, 2016. – Ч. 1. – С. 13–14.

12. Баранова, О. А. Институциональные проблемы взаимодействия фирмы и государства / О. А. Баранова, Ж. Б. Тумунбаярова // Вестник ВСГУТУ. – 2014. – № 1. – С. 110–113.

13. Бирюков, В. В. Взаимодействие государства с субъектами малого и среднего предпринимательства в условиях модернизации экономики России: учеб. пособие / В. В. Бирюков, Е. В. Романенко. – Омск: СИБАДИ, 2014. – 112 с.

14. Бодрунов, С. Д. Российская экономическая система: будущее высокотехнологичного материального производства / С. Д. Бодрунов // Экономическая система современной России: анатомия настоящего и альтернативы будущего / под ред. С. Д. Бодрунова, А. А. Пороховского. – Изд. 2-е, перераб. и доп. – Москва: ЛЕНАНД, 2015. – С. 18.

15. Бойко, И. П. Экономика предприятия в цифровую эпоху / И. П. Бойко, М. А. Евневич, А. В. Колышкин // Российское предпринимательство. – 2017. – Т. 18, № 7. – С. 1127–1136.

16. Борох, О. Н. Интерпретация китайской традиции с позиций современной экономической теории / О. Н. Борох // Проблемы Дальнего Востока. – 1998. – № 2. – С. 90–98.

17. Булгакова, М. В. Информационное обеспечение малого бизнеса в современных условиях / М. В. Булгакова // Вестник ЮУрГУ. Сер. Компьютерные технологии, управление, радиоэлектроника. – 2015. – Т. 15, № 4. – С. 154–159.

18. Буров, В. Ю. Проблемы обеспечения экономической безопасности субъектов малого предпринимательства / В. Ю. Буров, В. П. Бауэр // Вестник Бурятского государственного университета. Экономика и менеджмент. – 2014. – № 4. – С. 19–28.

19. Буров, В. Ю. Теневая экономика и малое предпринимательство: теоретические и методологические основы исследования / В. Ю. Буров. – Чита: ЗабГУ, 2014. – 204 с
20. Буров, В.Ю. О роли малого предпринимательства и образования в развитии цифровой экономики / В. Ю. Буров, Н. В. Капитонова, Н. Б. Кайбалина // Фундаментальные исследования. – 2018. – № 4 – С. 44–49.
21. Буров, В. Ю. Влияние теневого сектора экономики на прогнозирование риска банкротства субъектов малого предпринимательства / В. Ю. Буров, А. А. Помулев. – Иркутск: Изд-во Иркутского гос. ун-та, 2010. – 138 с.
22. Буров, В. Ю. Государственное управление системой противодействия теневой экономике субъектов малого предпринимательства [Электронный ресурс] / В. Ю. Буров // Известия ИГЭА. – 2011. – № 1. – Режим доступа: <https://www.docplayer.ru> (дата обращения: 12.10.2018).
23. Буров, В. Ю. Малое предпринимательство в Забайкальском крае / В. Ю. Буров, Н. А. Кручинина. – Чита: ЧитГУ, 2011. – 200 с.
24. Буров, В. Ю. Малое предпринимательство в России и Байкальском регионе / В. Ю. Буров, В. С. Потаев, А. П. Суходолов. – Иркутск: Изд-во ИрГУ, 2011. – 357 с.
25. Буров, В. Ю. Малое предпринимательство в системе обеспечения экономической безопасности / В. Ю. Буров // Известия ИГЭА. – 2014. – № 5. – С. 101–108.
26. Буров, В. Ю. Обеспечение экономической безопасности малых предприятий как фактор, способствующий развитию инновационной деятельности / В. Ю. Буров, П. А. Кислощев // Фундаментальные исследования. – 2017. – № 3. – С. 105.
27. Буров, В. Ю. Определение масштабов теневой экономики / В. Ю. Буров // Вестник-экономист ЗабГУ. – 2012. – № 4. – С. 1–17.
28. Буров, В. Ю. Основы предпринимательства: учеб. пособие / В. Ю. Буров. – в 3 ч. Ч. 3 – изд. 2-е, доп. и перераб. – Чита: ЗабГУ, 2018. – 284 с.
29. Буров, В. Ю. Сущность и содержания малого предпринимательства: теоретические аспекты / В. Ю. Буров // Вестник Бурятского государственного университета. Сер. Экономика и право. – 2013. – № 2. – С. 31–34.
30. Буров, В. Ю. Теоретические основы исследования категории «экономическая безопасность / В. Ю. Буров, П. А. Кислощев //

Вестник Читинского государственного университета. – Чита: ЧитГУ, 2011. – № 10. – С. 3–7.

31. Буров, В. Ю. Теория и методология развития системы государственного противодействия теневой экономической деятельности субъектов малого предпринимательства: дис. ... д-ра экон. наук: 08.00.05 / В. Ю. Буров. – Чита: ЗабГУ, 2015. – 267 с.

32. Буров, В. Ю. Уклонение от уплаты налогов как фактор снижения экономической безопасности малого предпринимательства / В. Ю. Буров, Л. А. Бурова, В. Н. Гонин. – Чита: ЗабГУ, 2014. – 137 с.

33. Буров, В. Ю. Этапы развития предпринимательства в дореволюционной России / В. Ю. Буров // Российское предпринимательство. – 2013. – № 22. – С. 159–168.

34. Бухвальд, Е. М. Стратегия развития малого и среднего предпринимательства в России до 2030 года: амбиции и реалии / Е. М. Бухвальд // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. – 2016. – № 1. – С. 66–80.

35. Быкова, О. Н. Особенности недобросовестной конкуренции в Российской Федерации и за рубежом / О. Н. Быкова, М. О. Ольховская, А. А. Сысоева // Научные исследования и разработки. Экономика фирмы. – 2017. – № 1. – С. 6–12.

36. Важенин, С. Г. Траектория территориальной конкуренции в экономическом пространстве / С. Г. Важенин, И. С. Важенина // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2014. – № 2. – С. 12–19.

37. Введение в «Цифровую» экономику / под общ. ред. А. В. Кешелева. – Москва: ВНИИгеосистем, 2017. – С. 4–5, 13–14.

38. Веб-аналитика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ru.wikipedia.org/wiki> (дата обращения: 16.02.2018).

39. Виленский, А. В. Пространственная и отраслевая динамика развития российского не крупного предпринимательства с 2008 года / А. В. Виленский // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2018. – Т. 8, № 3. – С. 257–267.

40. Виленский, А. В. Этапы развития малого предпринимательства в России / А. В. Виленский // Вопросы экономики. – 1996. – № 7. – С. 32.

41. Владимирова, О. Н. Проблемы сбалансированного развития инновационной и инвестиционной деятельности региональной экономической системы / О. Н. Владимирова, Г. С. Гаврильченко // Научное обозрение. – 2014. – № 9. – С. 562–568.

42. Владимирова, О. Н. Проблемы формирования и реализации финансовой политики в сфере инноваций: институциональный аспект / О. Н. Владимирова // Вестник Алтайской науки. – 2013. – № 3 – С. 222–224.

43. Владимирова, О. Н. Управление инновационной восприимчивостью региона (методология и инструментарий): автореф. дис. ... д-ра экон. наук: 08.00.05 / О. Н. Владимирова. – Красноярск, 2011. – 382 с.

44. Волкова, И. А. Современные проблемы малого и среднего бизнеса в России [Электронный ресурс] / И. А. Волкова, А. Ю. Попова // Концепт. 2016. – Режим доступа: <http://www.e-koncept.ru/2016/76051.htm> (дата обращения: 22.11.2018).

45. Волкова, А. Г. Система инвестиционного обеспечения устойчивого сбалансированного регионального развития / А. Г. Волкова, Л. Н. Чудинова, В. Б. Артеменко // Регион: системы, экономика, управление. – 2016. – № 3. – С. 8–12.

46. Вылкова, Е. С. Нивелирование дисбаланса интересов участников управления налогообложением при его осуществлении на уровне коммерческой организации / Е. С. Вылкова, Е. А. Киселева. – Санкт-Петербург: КультИнформПресс, 2016–181 с.

47. Вылкова, Е. С. Налоговое планирование в системе управления финансами хозяйствующих субъектов: дис. ... д-ра экон. наук: 08.00.10 / Е. С. Вылкова. – Санкт-Петербург: СПбГЭУ, 2002. – 345 с.

48. Вылкова, Е. С. Энциклопедия управления налогообложением экономических субъектов. Т. 2. Путеводитель по публикациям, посвящённым вопросам налогового планирования и управления налогообложением / Е. С. Вылкова, А. Л. Тарасевич. – Санкт-Петербург: СПбГЭУ, 2017. – 324 с.

49. Гамза, В. А. Что такое российская теневая экономика и как с ней бороться / В. А. Гамза // Государственная политика противодействия коррупции и теневой экономике: материалы Всерос. науч. конф. – Москва: Научный эксперт, 2007. – 760 с.

50. Ганин, А. Н. Участие предприятий малого и среднего бизнеса в области высокотехнологического производства / А. Н. Ганин // Актуальные вопросы экономики, менеджмента и финансов в современных условиях: сб. науч. тр. по итогам Междунар. науч.-практ. конф. – Санкт-Петербург: Инновационный центр развития образования и науки, 2017. – 199 с.

51. Герасин, А. Н. Теневые экономические отношения и их воспроизводство в рыночной системе хозяйства: дис. ... д-ра экон. наук: 08.00.01 / А. Н. Герасин. – Москва, 2006. – 350 с.
52. Глотов, В. В. Малое горное предпринимательство / В. В. Глотов, М. А. Латышева, О. В. Постникова. – Чита: ЗабГУ, 2017. – 362 с.
53. Глотов, В. В. Экономический потенциал мелких месторождений на рынке минерального сырья / В. В. Глотов // Записки горного института. – 2005. – № 161. – С. 105–109.
54. Горбунова, О. Н. Использование информационных технологий в малом бизнесе / О. Н. Горбунова, Т. И. Соловьева, Т. А. Черкасова // Проблемы социально-экономического развития России на современном этапе: материалы IX Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием. – Тамбов: ТГТУ, 2016. – 110 с.
55. Горбунова, Ю. И. Информационное обеспечение экономической деятельности на современном этапе социально-экономического развития / Ю. И. Горбунова, А. В. Гладышева, О. Н. Горбунова // Социально-экономические явления и процессы. – 2014. – № 2. – С. 22–27.
56. Государственная конкурентная политика и стимулирование конкуренции в Российской Федерации: материалы Всерос. науч.-практ. конф. (Москва, 10 апреля 2007 г.). – Москва: Научный эксперт, 2007. – 344 с.
57. Гражданская защита // Энциклопедия: в 4 т. Т. 1: А–И / под общ. ред. С. К. Шойгу. – Москва: Московская типография № 2, 2006. – 774 с.
58. Гражданский кодекс Российской Федерации: ФЗ-№ 51 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/cons> (дата обращения: 05.11.2018).
59. Гуляев, Г. Ю. Особенности развития конкуренции в современной экономике России: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.01 / Г. Ю. Гуляев. – Ярославль, 2014. – 21 с.
60. Гуляев, Г. Ю. Проблемы и пути развития конкуренции в России / Г. Ю. Гуляев // Экономика и социум. – 2015. – № 2. – С. 1–21.
61. Гуляева, Л. В. Тенденции развития малого и среднего предпринимательства в докризисный и кризисный периоды / Л. В. Гуляева // Известия ИГЭА. – 2010. – № 5. – С. 228–237.

62. Динамика количества малых и микропредприятий в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.mbfinance.ru> (дата обращения: 20.11.2018).

63. Доклады о состоянии и развитии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг Забайкальского края в 2017 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.минэконом.зabayкальскийкрай.рф/action> (дата обращения: 22.11.2018).

64. Дондокова, Е. Б. Информационная экономика: теория и практика / Е. Б. Дондокова, О. В. Будаева. – Улан-Удэ: Изд-во ВСГУТУ, 2007. – 240 с.

65. Дондокова, Е. Б. Институциональная среда малого предпринимательства: особенности трансформации в России / Е. Б. Дондокова, Ж. Б. Тумунбаярова. – Улан-Удэ: Изд-во ВСГУТУ, 2014. – 147 с.

66. Ежегодный доклад [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.минэконом.зabayкальскийкрай.рф/action> (дата обращения: 07.11.2018).

67. Ершов, А. П. Информатизация: от компьютерной грамотности учащихся к информационной культуре общества / А. П. Ершов // Коммунист. – 1988. – № 2. – С. 82–92.

68. Есть ли место для малого бизнеса в цифровой экономике: материалы круглого стола [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.spkpr.ru> (дата обращения: 17.11.2018).

69. Заседание Госсовета по вопросу развития конкуренции [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/events/president/transcripts> (дата обращения: 07.11.2018).

70. Заусаев, В. По силам ли нам конкуренция в экономике [Электронный ресурс] / В. Засуев. – Режим доступа: <https://www.toz.su/newspaper> (дата обращения: 27.11.2018).

71. Иванов, В. В. Перспективный технологический клад: возможности, риски, угрозы / В. В. Иванов // Экономические стратегии. – 2013. – № 4. – С. 2–5.

72. Иванов, В. В. Технологическое пространство и экология технологий / В. В. Иванов // Вестник РАН. – 2011. – Т. 81, № 5. – С. 414–418.

73. Изучаем платформу расширенной аналитики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ibm.com/developerworks/ru/library> (дата обращения: 16.02.2018).

74. Инновационная деятельность в Российской Федерации. – Москва: ФГБНУ НИИ РИНКЦЭ, 2016. – С. 56–63.

75. Кирдина, С. Г. Позволяют ли новые институциональные теории понять и объяснить процессы преобразований в современной России? [Электронный ресурс] / С. Г. Кирдина. – Режим доступа: <http://www.ecsocman.hse.ru/socis> (дата обращения: 26.02.2018).

76. Кириллов, А. В. Международный опыт развития малого и среднего инновационного предпринимательства и возможности его применения в российской экономике: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.14 / А. В. Кириллов. – Москва, 2015. – 170 с.

77. Клейнер, Г. Б. Эволюция институциональных систем / Г. Б. Клейнер. – Москва: Наука, 2004. – 240 с.

78. Климова, Н. В. Зарубежный опыт стимулирования инновационной деятельности в промышленном секторе / Н. В. Климова, Н. В. Ларина // *Fundamental Research*. – 2014. – № 6. – С. 1442–1446.

79. Колодняя, Г. Цифровая экономика: особенности развития в России / Г. Колодняя // *Экономист*. – 2018. – № 4. – С. 63–69.

80. Конкуренция в цифровую эпоху: стратегические вызовы для Российской Федерации. Всемирный банк. 2018 год: доклад о развитии цифровой экономики в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.documents.worldbank.org/curated> (дата обращения: 12.11.2018).

81. Конституция Российской Федерации (с учётом поправок, внесённых Законами Российской Федерации о поправках к Конституции Российской Федерации от 30.12.2008 г. № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 г. № 7-ФКЗ, от 05.02.2014 г. № 2-ФКЗ, от 21.07.2014 г. № 11-ФКЗ) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/document> (дата обращения: 22.01.2018).

82. Корягина, Т. И. Индивидуальный труд в сфере услуг / Т. И. Корягина. – Москва: Легпромбытиздат, 1989. – 104 с.

83. Корягина, Т. И. Платные услуги в СССР / Т. И. Корягина. – Москва: Легпромбытиздат, 1990. – 159 с.

84. Костин, К. Б. Роль цифровых технологий в продвижении товаров и услуг на глобальных рынках / К. Б. Костин // *Российское предпринимательство*. – 2017. – Т. 18, № 17. – С. 2451–2460.

85. Кузьминич, Г. Г. Конкурентоспособность предпринимательских структур малого и среднего бизнеса России / Г. Г. Кузьминич // *Экономика, управление, финансы: материалы II Междунар. науч. конф.* (Пермь, декабрь 2012 г.). – Пермь: Меркурий, 2012. – С. 21–24.

86. Лаборатория гуманитарных проблем информатики [Электронный ресурс] // Томский государственный универси-

тет. – Режим доступа: <http://www.huminf.tsu.ru> (дата обращения: 15.03.2018).

87. Лазарева, О. Ю. Информатизация социальных коммуникаций: конспект лекций / О. Ю. Лазарева. – Москва: МГУП им. И. Федорова, 2015. – С. 6–9.

88. Латов, Ю. В. Экономика вне закона [Электронный ресурс] / Ю. В. Латов // Очерки по теории и истории теневой экономики. – Режим доступа: <http://www.krugosvet.ru/articles> (дата обращения: 17.11.2018).

89. Луговкина, О. А. Экономическая безопасность предприятия в условиях цифровой экономики / О. А. Луговкина, В. Д. Козлов // Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2017. – Т. 6, № 4. – С. 163.

90. Лянной, Г. Г. Административные аспекты обеспечения безопасности предпринимательской деятельности / Г. Г. Лянной // Вестник Восточно-Сибирского института МВД России. – 2009. – № 3. – С. 51–52.

91. Мазуров, В. А. Уголовно-правовые аспекты информационной безопасности / В. А. Мазуров. – Барнаул: Изд-во Алтайского ун-та, 2004. – С. 92.

92. Малый бизнес поставлен на цифровой «Поток» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.corpmpr.ru> (дата обращения: 07.11.2018).

93. Малый бизнес формирует цифровую экономику [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.spkpr.ru> (дата обращения: 20.01.2018).

94. Мальцева, О. В. Анализ проблем и оценка уровня развития конкуренции в России [Электронный ресурс] / О. В. Мальцева // Вопросы регулирования экономики. – 2014. – Т. 5, № 1. – Режим доступа: <https://www.cyberleninka.ru/article> (дата обращения: 20.01.2018).

95. Мамаева, Л. Н. Характерные проблемы информационной безопасности в современной экономике / Л. Н. Мамаева // Информационная безопасность регионов. – 2016. – № 1. – С. 21–24.

96. Машурян, И. С. Информатизация как основополагающий фактор развития общества / И. С. Машурян // Молодой учёный. – 2012. – № 8. – С. 270–273.

97. Минфин опробует цифру на малом бизнесе. Совершенствованию электронных закупок не будет предела

[Электронный ресурс] // Коммерсантъ. – 2018. – 19 янв. – Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc> (дата обращения: 20.11.2018).

98. Моисеева, Л. А. История формирования предпринимательства на Дальнем Востоке России в 1985–2000 гг.: дис. ... д-ра ист. наук: 07.00.02 / Л. А. Моисеева. – Владивосток, 2004. – 536 с.

99. Молодёжное предпринимательство: презентация [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.900igr.net/prezentacija/ekonomika> (дата обращения: 10.10.2018).

100. На пути диалога [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ksonline.ru> (дата обращения: 20.01.2018).

101. Наумов, В. Н. Рынки информационно-коммуникационных технологий и организация продаж: учебник / В. Н. Наумов. – Москва: ИНФРА-М, 2017. – 404 с.

102. Нельзя просто взять и оцифровать [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.newtonew.com/tech> (дата обращения: 20.01.2018).

103. Нестеров, А. К. Малое предпринимательство в России, проблемы и перспективы [Электронный ресурс] / А. К. Нестеров // ODiplom.ru: образовательная энциклопедия. – Режим доступа: <http://www.odiplom.ru/lab> (дата обращения: 20.11.2018).

104. Николаева, Д. Малому бизнесу деньги нужны больше советов [Электронный ресурс] / Д. Николаева // Мониторинг делового климата. – Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc> (дата обращения: 04.06.2018).

105. Новый вирус ворует пароли на слух [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.supreme2.ru> (дата обращения: 07.11.2018).

106. Номоконов, В. А. Киберпреступность как новая криминальная угроза / В. А. Номоконов, Т. Л. Тропина // Криминология: вчера, сегодня, завтра. – 2012. – № 1. – С. 44–45.

107. Норт, Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики / Д. Норт. – Москва: Начала, 1997. – С. 56.

108. О внесении изменений в перечень федеральных округов, утверждённый Указом Президента Российской Федерации от 13 мая 2000 г. № 849: указ Президента Рос. Федерации от 03.11.2018 г. № 632 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc> (дата обращения: 22.01.2018).

109. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации: закон Рос. Федерации от 24.07.2007 г. ФЗ-209

(ред. от 03.08.2018 г.) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/document> (дата обращения: 20.01.2018).

110. Об основных направлениях государственной политики по развитию конкуренции: указ Президента Рос. Федерации от 21.12.2017 г. № 618 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/acts/bank> (дата обращения: 08.11.2018).

111. Орлов, А. В. Малое и среднее предпринимательство: время кризиса и поисков / А. В. Орлов. – Москва: ИНЭК, 2009. – С. 44.

112. Ортыков, А. У. Обеспечение информационной безопасности предприятия от несанкционированного доступа / А. У. Ортыков // Технические науки: традиции и инновации: материалы III Междунар. науч. конф. – Казань: Молодой учёный, 2018. – С. 22–24.

113. Основные направления государственной поддержки малого и среднего предпринимательства на 2015–2030 годы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/document> (дата обращения: 18.11.2018).

114. Основные показатели деятельности малых предприятий (без микропредприятий) [Электронный ресурс] // Федеральный портал малого и среднего предпринимательства. – Режим доступа: <http://www.oldsmb.economy.gov.ru> (дата обращения: 08.10.2018).

115. Основы предпринимательства: учеб. пособие / под ред. В. И. Бруновой. – Санкт-Петербург: СПбГАСУ, 2010. – 106 с.

116. Основы предпринимательства: учеб. пособие: в 3 ч. Ч. 2. Организация и управление малым предпринимательством / Г. Л. Багиев [и др.]; под науч. ред. Г. Л. Багиева. – Изд. 2-е. – Чита: ЗабГУ, 2017. – 257 с.

117. Пескова, Д. Р. Теневая экономика и экономический рост – определение направлений взаимовлияния / Д. Р. Пескова // Государственная политика противодействия коррупции и теневой экономике: материалы Всерос. науч. конф. – Москва: Научный эксперт, 2007. – 760 с.

118. Подповетная, Ю. В. Анализ коммерческой деятельности крупных розничных сетей магазинов бытовой техники / Ю. В. Подповетная // Управление в современных системах. – 2014. – Т. 4. – С. 55–59.

119. Подповетная, Ю. В. Проблемы и перспективы экономического развития страны в результате интеграции новых субъектов / Ю. В. Подповетная // Вестник Южно-Уральского профессионального института. – 2014. – Т. 14. – С. 73–85.

120. Пользователи интернета в мире [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.bizhit.ru/index> (дата обращения 16.02.2018).

121. Попов, Е. В. Эволюция институтов миниэкономики / Е. В. Попов. – Москва: Наука, 2007. – 534 с.

122. Послание Президента Федеральному Собранию. 1 декабря 2016 г. Москва. Кремль [Электронный ресурс] // Официальный сайт Президента России. – Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/events/president> (дата обращения: 05.11.2018).

123. Послание Президента Федеральному Собранию. 3 декабря 2015 г. Москва. Кремль [Электронный ресурс] // Официальный сайт Президента России. – Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/events/president> (дата обращения: 05.11.2018).

124. Потокина, С. А. Институциональные формы и методы нейтрализации «теневой» экономики в России: дис. ... канд. экон. наук: 09.00.01 / С. А. Потокина. – Тамбов, 2003. – 166 с.

125. Программа развития цифровой экономики в Российской Федерации до 2035 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.static.government.ru/media/files> (дата обращения: 20.10.2018).

126. Производительное бессилие [Электронный ресурс] // Огонёк. – 2018. – № 38. – Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/ogoniok> (дата обращения: 20.11.2018).

127. Развитие цифровой экономики в России как ключевой фактор экономического роста и повышения качества жизни населения. – Нижний Новгород: Профессиональная наука, 2018. – 131 с.

128. Результаты исследования GCI 2018 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.huawei.com/minisite/russia> (дата обращения: 22.11.2018).

129. Романенко, О. А. Финансовые аспекты интеграции хозяйствующих субъектов / О. А. Романенко. – Саратов: Саратовский гос. соц.-экон. ун-т, 2010. – 180 с.

130. Российский статистический ежегодник. 2017. – Москва: Росстат, 2017. – С. 323, 324.

131. Роулз Дэниел. Послание о digital-маркетинге 2016 [Электронный ресурс] / Дэниел Роулз. – Режим доступа: <http://www.marketingone.ru/knowledge/marketing> (дата обращения: 12.11.2018).

132. Рыночные институты и конкуренция в современной экономике России: сб. ст. Всерос. науч.-практ. конф. / под общ. ред.

Т. Н. Гоголевой, В. Г. Ключищевой. – Воронеж: Научная книга, 2012. – 218 с.

133. Сагынбекова, А. С. Цифровая экономика: понятие, перспективы, тенденции развития в России [Электронный ресурс] / А. С. Сагынбекова // Теория. Практика. Инновации. – Режим доступа: <http://www.trinauka.ru> (дата обращения: 22.11.2018).

134. Сапожников, С. Ю. Проблемы повышения эффективности менеджмента в компаниях в аспекте роста производительности труда [Электронный ресурс] / С. Ю. Сапожников // Вестник-экономист ЗабГУ. – 2017. – Вып. 15. – Режим доступа: <http://www.vseup.ru/static/articles> (дата обращения: 12.11.2018).

135. Состояние и развитие конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг Забайкальского в 2016 году: доклад: утв. протоколом заседания Совета по содействию развитию конкуренции в Забайкальском крае от 09.03.2017 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.минэконом.забайкальскийкрай.рф/action> (дата обращения: 12.11.2018).

136. Стенографический отчёт о заседании Государственного совета по вопросу приоритетных направлений деятельности субъектов Российской Федерации по содействию развитию конкуренции в стране [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/events> (дата обращения: 02.11.2018).

137. Стратегия научно-технологического развития Российской Федерации: утв. указом Президента РФ от 01.12.2016 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc> (дата обращения 16.02.2018).

138. Суходолов, А. П. Общие закономерности и особенности развития экономических отношений в сфере малого предпринимательства России и Монголии / А. П. Суходолов, А. Даавасурэн // Известия ИГЭА. – 2012. – № 5. – С. 85.

139. Таланцев, В. И. Цифровая экономика и её роль в развитии малого и среднего инновационного предпринимательства в России / В. И. Таланцев, А. К. Равнянский // Региональные проблемы образования экономики. – 2018. – № 2. – С. 83.

140. Территориальный орган Федеральной государственной статистики по Забайкальскому краю [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.chita.gks.ru/wps/wcm/connect> (дата обращения: 10.10.2018).

141. Траектория территориальной конкуренции в экономическом пространстве [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.cyberleninka.ru> (дата обращения: 07.11.2018).

142. Тумилевич, Е. Н. Социальная роль малого предпринимательства в регионе / Е. Н. Тумилевич // Региональные проблемы преобразования экономики. – 2014. – № 9. – С. 64–69.

143. Удалов, Д. В. Угрозы и вызовы цифровой экономики / Д. В. Удалов // Экономическая безопасность и качество. – 2018. – № 1. – С. 17.

144. Университет НТИ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vk.com/university2035> (дата обращения: 27.11.2018).

145. Финансовое состояние и ожидания малого и среднего бизнеса в 2015 году [Электронный ресурс] // Российский Банк поддержки малого и среднего предпринимательства. – Режим доступа: <http://www.msrbank.ru/usefules> (дата обращения: 12.11.2018).

146. Фомина, В. С. Информационно-коммуникационные технологии: инновации, производительность, занятость / В. С. Фомина // Проблемы современной экономики. – 2015. – Вып. 4. – С. 56.

147. Ханчук, Н. Н. Экономика / Н. Н. Ханчук. – Владивосток: Изд-во ДГУ, 2001. – 240 с.

148. Хасанова, Г. А. Проблемы развития человеческого капитала в России / Г. А. Хасанова, А. А. Рабцевич // Международный научно-исследовательский журнал. – 2013. – № 5/2. – С. 71.

149. Ходжсон, Дж. Что такое институты / Дж. Ходжсон // Вопросы экономики. – 2008. – № 8. – С. 28–48.

150. Цифровая стратегия: в четырёх боях вы должны победить. McKinsey [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mckinsey.com> (дата обращения: 11.11.2018).

151. Цифровая экономика: мифы, реальность, возможности / сост. В. В. Иванов, Г. Г. Малинецкий. – Москва: РАН, 2017. – 64 с.

152. Цифровой маркетинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ru.wikipedia.org/wiki> (дата обращения: 16.02.2018).

153. Цифровые дивиденды: доклад о мировом развитии. 2016 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.openknowledge.worldbank.org/bitstream> (дата обращения: 12.11.2018).

154. Чернова, В. В. Многополярная модель реализации экономических интересов регионов – концепт экономической безопасности национального хозяйства: автореф. ... д-ра экон. наук: 08.00.01 / В. В. Чернова. – Тамбов: Изд-во ТГУ им. Г. Державина, 2009. – 44 с.

155. Чернышева, Ю. Г. Государственная поддержка малого предпринимательства в контексте экономических противоречий: теория и практика: автореф. дис. ... д-ра экон. наук: 08.00.05 / Ю. Г. Чернышева. – Ростов-на-Дону, 2009. – 45 с.

156. Чужих уязвимостей не бывает: бреши в киберзащите партнёров обходятся бизнесу дороже всего [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.kaspersky.ru/about/press-releases> (дата обращения: 07.11.2018).

157. Шаститко, А. Е. Приоритеты конкурентной политики в России до 2030 года [Электронный ресурс] / А. Е. Шаститко, Н. С. Павлова // Ломоносовские чтения-2016: Междунар. науч. конф. – Режим доступа: <https://www.msu.ru/science> (дата обращения: 12.11.2018).

158. Шуплецов, А. Ф. Оптимизация мероприятий по поддержке и активизации малого бизнеса на региональном уровне / А. Ф. Шуплецов, Ю. А. Скоробогатова // Известия ИГЭА. – 2011. – № 5. – С. 140.

159. Юсупова, С. Я. Образование в эпоху цифровой экономики [Электронный ресурс] / С. Я. Юсупова, С. Н. Поздеева // Управление экономическими системами. – 2018. – № 2. – Режим доступа: <http://www.uecs.ru> (дата обращения: 02.11.2018).

160. Якименко, О. В. Применение обучающих программ-тренажёров в обучении программированию [Электронный ресурс] / О. В. Якименко, А. Н. Стась // Вестник Томского государственного педагогического университета. – 2009. – Вып. 1. – Режим доступа: <https://www.spravochnick.ru> (дата обращения: 12.11.2018).

161. Якунина, А. В. Цифровизация финансового сектора: новые возможности и новые риски / А. В. Якунина, С. В. Якунин // Управление финансовыми рисками в цифровой экономике. – Саратов: СГУ, 2018. – С. 70–79.

162. Яненко, М. Б. Мобильные технологии в маркетинге услуг: новые возможности и проблемы / М. Б. Яненко, М. Е. Яненко // Проблемы современной экономики. – 2014. – № 2. – С. 227–230.

163. Data Management Platform – важнейший инструмент современного digital-маркетинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cossa.ru/152/57721> (дата обращения 16.02.2018).

164. Digital Dividends: World development пер [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.worldbank.org/en> (дата обращения: 07.11.2018).

165. Doing Business. 2018 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.worldbank.org/en> (дата обращения: 07.11.2018).

166. D-Russia.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.perspektivy-tsifrovoj-ekonomiki-oesr-2017.html> (дата обращения: 02.10.2018).

167. Innovate UK Digital economy strategy 2015–2018 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.json.tv> (дата обращения: 22.10.2018).

168. Global Connectivity Index 2016 [Электронный ресурс] // Huawei. – Режим доступа: <http://www.huawei.com> (дата обращения: 20.01.2018).

169. Kaspersky Security Bulletin 2017. Сюжет года: шифровальщики атакуют [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.securelist.ru> (дата обращения: 12.11.2018).

170. Kruse, T. P. Youth social entrepreneurship advancing the field // Sundance Family Foundation [Электронный ресурс] / Т. Р. Kruse. – Режим доступа: <http://www.sundancefamilyfoundation.org> (дата обращения: 28.03.2018).

171. Snowdon, B. Competitiveness in globalized world: Michael Porter on the Microeconomic Foundations of the Competitiveness of Nations, Regions and Firms / B. Snowdon, G. Stonehouse // *Journal of International Business Studies*. – 2016. – No. 2. – P. 163–175.

Приложение

Программа «Цифровая экономика Российской Федерации»

Утверждена
Распоряжением Правительства
Российской Федерации
от 28 июля 2017 г. № 1632-р

I. Общие положения

Реализация настоящей Программы осуществляется в соответствии с целями, задачами, направлениями, объёмами и сроками реализации основных мер государственной политики Российской Федерации по созданию необходимых условий для развития цифровой экономики Российской Федерации, в которой данные в цифровой форме являются ключевым фактором производства во всех сферах социально-экономической деятельности, что повышает конкурентоспособность страны, качество жизни граждан, обеспечивает экономический рост и национальный суверенитет.

В настоящей Программе понятия используются в значении, определённом в документах стратегического планирования, законодательных актах и иных нормативных правовых актах.

В целях реализации Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы, утверждённой Указом Президента Российской Федерации от 9 мая 2017 г. № 203 «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы» (далее – Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы), настоящая Программа направлена на создание условий для развития общества знаний в Российской Федерации, повышение благосостояния и качества жизни граждан нашей страны путём повышения доступности и качества товаров и услуг, произведённых в цифровой экономике с использованием современных цифровых технологий, повышения степени информированности и цифровой грамотности, улучшения доступности

и качества государственных услуг для граждан, а также безопасности как внутри страны, так и за её пределами.

Целями настоящей Программы являются:

– создание экосистемы цифровой экономики Российской Федерации, в которой данные в цифровой форме являются ключевым фактором производства во всех сферах социально-экономической деятельности и в которой обеспечено эффективное взаимодействие, включая трансграничное, бизнеса, научно-образовательного сообщества, государства и граждан;

– создание необходимых и достаточных условий институционального и инфраструктурного характера, устранение имеющихся препятствий и ограничений для создания и (или) развития высокотехнологических бизнесов и недопущение появления новых препятствий и ограничений как в традиционных отраслях экономики, так и в новых отраслях и высокотехнологичных рынках;

– повышение конкурентоспособности на глобальном рынке как отдельных отраслей экономики Российской Федерации, так и экономики в целом.

Цифровая экономика представлена тремя следующими уровнями, которые в своём тесном взаимодействии влияют на жизнь граждан и общества в целом:

1) рынки и отрасли экономики (сферы деятельности), где осуществляется взаимодействие конкретных субъектов (поставщиков и потребителей товаров, работ и услуг);

2) платформы и технологии, где формируются компетенции для развития рынков и отраслей экономики (сфер деятельности);

3) среда, которая создаёт условия для развития платформ и технологий и эффективного взаимодействия субъектов рынков и отраслей экономики (сфер деятельности) и охватывает нормативное регулирование, информационную инфраструктуру, кадры и информационную безопасность.

В связи с тем, что эффективное развитие рынков и отраслей (сфер деятельности) в цифровой экономике возможно только при наличии развитых платформ, технологий, институциональной и инфраструктурной сред, настоящая Программа сфокусирована на два нижних уровнях цифровой экономики – базовых направлениях, определяя цели и задачи развития:

– ключевых институтов, в рамках которых создаются условия для развития цифровой экономики (нормативное регулирование, кадры и образование, формирование исследовательских компетенций и технологических заделов);

– основных инфраструктурных элементов цифровой экономики (информационная инфраструктура, информационная безопасность).

При этом каждое из направлений развития цифровой среды и ключевых институтов учитывает поддержку развития как уже существующих условий для возникновения прорывных и перспективных сквозных цифровых платформ и технологий, так и создание условий для возникновения новых платформ и технологий. Основными сквозными цифровыми технологиями, которые входят в рамки настоящей Программы, являются:

- большие данные;
- нейротехнологии и искусственный интеллект;
- системы распределённого реестра;
- квантовые технологии;
- новые производственные технологии;
- промышленный интернет;
- компоненты робототехники и сенсорика;
- технологии беспроводной связи;
- технологии виртуальной и дополненной реальности.

Предусматривается изменение перечня таких технологий по мере появления и развития новых технологий.

Реализация отдельных направлений по отраслям экономики (сферам деятельности), в первую очередь в сфере здравоохранения, создания «умных городов» и государственного управления, включая контрольно-надзорную деятельность, будет осуществляться на основе дополнения настоящей Программы соответствующими разделами, а также разработки реализации соответствующих планов мероприятий («дорожный карт»), сформированных в рамках системы управления реализацией настоящей Программы.

Реализация настоящей Программы требует тесного взаимодействия государства, бизнеса и науки, т. к. основным результатом её реализации должно стать создание не менее 10 национальных компаний-лидеров – высокотехнологичных предприятий, развива-

ющих «сквозные» технологии и управляющих цифровыми платформами, которые работают на глобальном рынке и формируют вокруг себя систему «стартапов», исследовательских коллективов и отраслевых предприятий, обеспечивающую развитие цифровой экономики.

Настоящая Программа учитывает и комплексно дополняет цели и задачи, реализуемые в рамках Национальной технологической инициативы и принятых документов стратегического планирования, в том числе отраслевых актов, в частности прогноза научно-технологического развития Российской Федерации на период до 2030 г., утверждённого Председателем Правительства Российской Федерации Д. А. Медведевым, Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации, утверждённой Указом Президента Российской Федерации от 1 декабря 2016 г. № 642 «О Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации», Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы, приоритетного проекта «Совершенствование процессов организации медицинской помощи на основе внедрения информационных технологий», утверждённого протоколом Совета при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и приоритетным проектам от 25 октября 2016 г. № 9, и других документов, а также документов Евразийского экономического союза. Так, в 2015 г. ратифицирован Договор о Евразийском экономическом союзе, в рамках которого предусматривается создание интегрированной информационной системы Союза и трансграничного пространства доверия.

Принятые в Российской Федерации к 2017 г. документы стратегического планирования предусматривают меры, направленные на стимулирование развития цифровых технологий и их использование в различных секторах экономики. Например, в прогнозе социально-экономического развития Российской Федерации на 2017 г. и на плановый период 2018 и 2019 гг. предусмотрено распространение использования информационных технологий в социально-экономической сфере, государственном управлении и бизнесе и указаны основные сдерживающие факторы, включая дефицит кадров, недостаточный уровень подготовки специали-

стов, недостаточное количество исследований мирового уровня. Наиболее близким по содержанию документом стратегического планирования к настоящей Программе является Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 гг., цели и задачи которой находятся в неразрывной взаимосвязи с настоящей Программой.

Настоящая Программа, ориентируясь на Стратегию развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 гг., исходит из того, что цифровая экономика представляет собой хозяйственную деятельность, ключевым фактором производства в которой являются данные в цифровой форме, и способствует формированию информационного пространства с учётом потребностей граждан и общества в получении качественных и достоверных сведений, развитию информационной инфраструктуры Российской Федерации, созданию и применению российских информационно-телекоммуникационных технологий, а также формированию новой технологической основы для социальной и экономической сферы.

Настоящая Программа способствует согласованному развитию цифровой экономики на территории стран-участниц Евразийского экономического союза и в кооперации с партнёрами на европейском и азиатско-тихоокеанском направлениях в форматах Шанхайской организации сотрудничества и БРИКС.

II. Социально-экономические условия принятия настоящей Программы

С использованием цифровых технологий изменяются повседневная жизнь человека, производственные отношения, структура экономики и образование, а также возникают новые требования к коммуникациям, вычислительным мощностям, информационным системам и сервисам.

В настоящее время данные становятся новым активом, причём, главным образом, за счёт их альтернативной ценности, т. е. по мере применения данных в новых целях и их использования для реализации новых идей.

В России в настоящее время урегулировано большинство вопросов, возникающих в рамках использования информаци-

онно-телекоммуникационных технологий в различных сферах деятельности. Однако регуляторная и нормативная среда имеет ряд недостатков, в ряде случаев создавая существенные барьеры на пути формирования новых институтов цифровой экономики, развития информационно-телекоммуникационных технологий и связанных с ними видов экономической деятельности.

Всё большее число граждан Российской Федерации признаёт необходимость обладания цифровыми компетенциями, однако уровень использования персональных компьютеров и информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет») в России всё ещё ниже, чем в Европе, и существует серьёзный разрыв в цифровых навыках между отдельными группами населения.

Конфигурация глобальных рынков претерпевает значительные изменения под действием цифровизации. Многие традиционные индустрии теряют свою значимость в структуре мировой экономики на фоне быстрого роста новых секторов, генерирующих кардинально новые потребности. Определяющее значение в происходящей трансформации приобретают исследования и разработки, что требует создания системы управления исследованиями и разработками в области цифровой экономики, обеспечивающей координацию усилий заинтересованных сторон – представителей федеральных органов исполнительной власти, компаний, высших учебных заведений и научных организаций.

В системе образования расширяется применение цифровых технологий. Образовательные организации имеют выход в сеть «Интернет» и представлены там на своих сайтах в соответствии с государственными требованиями. Нормативно, технологически и содержательно обеспечен курс информатики и информационно-коммуникационных технологий в программах общего образования, ведётся подготовка кадров для цифровой экономики. Однако численность подготовки кадров и соответствие образовательных программ нуждам цифровой экономики недостаточны. Имеется серьёзный дефицит кадров в образовательном процессе всех уровней образования. В процедурах итоговой аттестации недостаточно применяются цифровые инструменты учебной деятельности, процесс не включен целостно в цифровую информационную среду.

Также в России создана инфраструктура науки и инноваций, представленная различными институтами развития, технопарками, бизнес-инкубаторами, которую можно и нужно использовать в целях развития цифровой экономики.

В 2016 г. доля жителей, использующих широкополосный доступ к сети «Интернет», составляла 18,77%. При этом на 100 человек приходилось 159,95 мобильного телефона и из 100 человек 71,29 человека использовали мобильный доступ к сети «Интернет». Средняя скорость в сети «Интернет» в России выросла на 29% (до 12,2 Мбит/с), в связи с чем по этому показателю России находится на одном уровне с Францией, Италией и Грецией.

К началу 2017 г. российский рынок коммерческих центров хранения и обработки данных вырос до 14,5 млрд р., это на 11% больше, чем в 2016 г., что во многом было обусловлено нормативными требованиями о хранении персональных данных граждан России на территории России. Однако в отличие от большинства стран Россия не имеет стандартов оценки центров хранения и обработки данных, в связи с чем отсутствует объективная возможность для оценки уровня оказываемых услуг, в том числе по объёму возможных для хранения данных.

Также стабильно растёт рынок «облачных» услуг – примерно на 40% ежегодно.

Доктрина информационной безопасности Российской Федерации, утверждённая Указом Президента Российской Федерации от 5 декабря 2016 г. № 646 «Об утверждении Доктрины информационной безопасности Российской Федерации», является основой для формирования государственной политики и развития общественных отношений в области обеспечения информационной безопасности, а также для выработки мер по совершенствованию системы обеспечения информационной безопасности. В Российской Федерации традиционно большое внимание уделяется вопросам обеспечения информационной безопасности объектов газоснабжения, энергоснабжения и ядерных объектов. Однако при этом две третьих российских компаний полагают, что количество преступлений в цифровой среде за 3 последних года возросло на 75%, что требует совершенствования системы информационной безопасности во всех секторах экономики.

В России успешно развиваются цифровые платформы, однако их виды и подходы к созданию существенным образом различаются.

Так, Россия достигла значительных успехов в развитии цифровой платформы предоставления государственных и муниципальных услуг, в том числе за счёт установления требований об интероперабельности систем, использования информации из других систем, в том числе платёжных. Успешно развиваются федеральная государственная информационная система «Единая система идентификации и аутентификации в инфраструктуре, обеспечивающей информационно-технологическое взаимодействие информационных систем, используемых для предоставления государственных и муниципальных услуг в электронной форме» и платформы для проведения платежей, создаваемые кредитными организациями.

Серьёзные проблемы в настоящее время наблюдаются при применении информационно-телекоммуникационных технологий на уровне органов местного самоуправления. Только 10% муниципальных образований отвечают установленным в законодательстве Российской Федерации требованиям по уровню цифровизации.

В подобных социально-экономических условиях развитие сферы деятельности необходимо осуществлять с применением информационно-телекоммуникационных технологий на качественно новом уровне, позволяющем использовать потенциал данных в цифровой форме как ключевой фактор производства, а отрасль информационных технологий должна создавать для этого необходимые платформы и сервисы.

III. Российская Федерация на глобальном цифровом рынке

По предложению Всемирного экономического форума для оценки готовности стран к цифровой экономике используется последняя версия международного индекса сетевой готовности, представленная в докладе «Глобальные информационные технологии» за 2016 г. Усовершенствованный индекс измеряет, насколько хорошо экономики стран используют цифровые технологии для повышения конкурентоспособности и благосостояния,

а также оценивает факторы, влияющие на развитие цифровой экономики.

Согласно указанному исследованию Российская Федерация занимает 41-е место по готовности к цифровой экономике со значительным отрывом от десятки лидирующих стран, таких как Сингапур, Финляндия, Швеция, Норвегия, Соединённые Штаты Америки, Нидерланды, Швейцария, Великобритания, Люксембург и Япония. С точки зрения экономических и инновационных результатов использования цифровых технологий, Российская Федерация занимает 38-е место с большим отставанием от стран-лидеров, таких как Финляндия, Швейцария, Швеция, Израиль, Сингапур, Нидерланды, Соединённые Штаты Америки, Норвегия, Люксембург и Германия.

Такое значительное отставание в развитии цифровой экономики от мировых лидеров объясняется пробелами нормативной базы для цифровой экономики и недостаточно благоприятной средой для ведения бизнеса и инноваций и, как следствие, низким уровнем применения цифровых технологий бизнес-структурами.

Низкий уровень применения цифровых технологий бизнес-структурами в Российской Федерации по сравнению с государственными органами и населением также отмечен в докладе Всемирного банка о глобальном развитии 2016 г.

В докладе Всемирного экономического форума о глобальной конкурентоспособности 2016–2017 гг. подчёркивается особое значение инвестиций в инновации наряду с развитием инфраструктуры, навыков и эффективных рынков. В международном рейтинге Российская Федерация занимает 43-е место, значительно отстав от многих наиболее конкурентоспособных экономик мира, таких как Швейцария, Сингапур, Соединённые Штаты Америки, Нидерланды, Германия, Швеция, Великобритания, Япония, Гонконг и Финляндия. Низкий уровень инноваций и неразвитость бизнеса, а также недостаточно развитые государственные и частные институты и финансовый рынок являются «узкими» местами для конкурентоспособности России на глобальном цифровом рынке.

Для анализа развития цифровой экономики в Российской Федерации в сравнении со странами Европейского союза и неко-

торыми странами, не входящими в Европейский союз, можно также использовать международный индекс I-DESI, опубликованный Европейской комиссией в 2016 г. Индекс I-DESI, разработанный на основе индекса DESI для стран – членов Европейского союза, оценивает эффективность как отдельных стран Европейского союза, так и Европейский союз в целом по сравнению с Австралией, Бразилией, Канадой, Китаем, Исландией, Израилем, Японией, Южной Кореей, Мексикой, Новой Зеландией, Норвегией, Россией, Швейцарией, Турцией и Соединёнными Штатами Америки. Индекс I-DESI использует данные из различных признанных международных источников, таких, как Организация экономического сотрудничества и развития, Организация объединенных данных, Международный союз электросвязи и других.

Основными компонентами индекса I-DESI являются связь, человеческий капитал, использование сети «Интернет», внедрение цифровых технологий в бизнесе и цифровые услуги для населения. Согласно исследованию Россия отстает в развитии цифровой экономики от Европейского союза, Австралии и Канады, но опережает Китай, Турцию, Бразилию и Мексику. По доступности фиксированной широкополосной связи Россия наряду с Соединёнными Штатами Америки в 2016 г. опережала Европейский союз и остальные страны. В отношении человеческого капитала Россия имела лучшие позиции, чем в среднем по Европейскому союзу, в Турции, Мексике и Бразилии, но значительно отстала от Японии, Кореи, Швеции, Финляндии, Великобритании и лидирующих стран Европейского союза. В отношении частоты использования сети «Интернет» (в среднем ежедневно и регулярно), Россия продемонстрировала не очень высокие позиции в сравнении с Европейским союзом, Соединёнными Штатами Америки, Новой Зеландией и Австралией, но опережала Китай, Бразилию и Мексику. В области внедрения цифровых технологий предприятиями Россия значительно отстала от Европейского союза и остальных стран, немного опередив Турцию, Китай и Мексику.

IV. Направления развития цифровой экономики в соответствии с настоящей Программой

В целях управления развитием цифровой экономики настоящая Программа определяет цели и задачи в рамках пять базовых направлений развития цифровой экономики в Российской Федерации на период до 2024 г.

К базовым направлениям относятся нормативное регулирование, кадры и образование, формирование исследовательских компетенций и технических заделов, информационная инфраструктура и информационная безопасность.

Основной целью направления, касающегося нормативного регулирования, является формирование новой регуляторной среды, обеспечивающей благоприятный правовой режим для возникновения и развития современных технологий, а также для осуществления экономической деятельности, связанной с их использованием (цифровой экономики). По этому направлению предполагается:

- создание постоянно действующего механизма управления изменениями и компетенциями (знаниями) в области регулирования цифровой экономики;
- снятие ключевых правовых ограничений и создание отдельных правовых институтов, направленных на решение первоочередных задач формирования цифровой экономики;
- формирование комплексного законодательного регулирования отношений, возникающих в связи с развитием цифровой экономики;
- принятие мер, направленных на стимулирование экономической деятельности, связанной с использованием современных технологий, сбором и использованием данных;
- формирование политики по развитию цифровой экономики на территории Евразийского экономического союза, гармонизацию подходов к нормативному правовому регулированию, способствующих развитию цифровой экономики на пространстве Евразийского экономического союза;
- создание методической основы для развития компетенций в области регулирования цифровой экономики.

Учитывая необходимость нормативно-правовой регламентации большинства мероприятий, которые планируется реализовать в целях достижения поставленных целей в рамках базовых и прикладных направлений развития цифровой экономики, при разработке и реализации концепций первоочередных, среднесрочных и комплексных мер по совершенствованию правового регулирования цифровой экономики в рамках направления по нормативному регулированию необходимо в полной мере учитывать предложения по нормативно-правовому регулированию иных базовых и прикладных направлений, что предполагает тесное взаимодействие создаваемых по каждому направлению центров компетенций с центром компетенций, обеспечивающим мониторинг и совершенствование правового регулирования цифровой экономики.

Основными целями направления, касающегося кадров и образования, являются:

- создание ключевых условий для подготовки кадров цифровой экономики;
- совершенствование системы образования, которая должна обеспечивать цифровую экономику компетентными кадрами;
- рынок труда, который должен опираться на требования цифровой экономики;
- создание системы мотивации по освоению необходимых компетенций и участию кадров в развитии цифровой экономики России.

Основной целью направления, касающегося формирования исследовательских компетенций и технологических заделов, является создание системы поддержки поисковых, прикладных исследований в области цифровой экономики (исследовательской инфраструктуры цифровых платформ), обеспечивающей технологическую независимость по каждому из направлений сквозных цифровых технологий, конкурентоспособных на глобальном уровне, и национальную безопасность. По этому направлению предполагается:

- формирование институциональной среды для развития исследований и разработок в области цифровой экономики;
- формирование технологических заделов в области цифровой экономики;

– формирование компетенций в области цифровой экономики.
Основными целями направления, касающегося информационной инфраструктуры, являются:

– развитие сетей связи, которые обеспечивают потребности экономики по сбору и передаче данных государства, бизнеса и граждан с учётом технических требований, предъявляемых цифровыми технологиями;

– развитие системы российских центров обработки данных, которая обеспечивает предоставление государству, бизнесу и гражданам доступных, устойчивых, безопасных и экономически эффективных услуг по хранению и обработке данных на условиях, что позволяет в том числе экспортировать услуги по хранению и обработке данных;

– внедрение цифровых платформ работы с данными для обеспечения потребностей власти, бизнеса и граждан;

– создание эффективной системы сбора, обработки, хранения и предоставления потребителям пространственных данных, обеспечивающей потребности государства, бизнеса и граждан в актуальной и достоверной информации о пространственных объектах.

Развитию цифровой экономики России сегодня препятствуют новые вызовы и угрозы, прежде всего:

– проблема обеспечения прав человека в цифровом мире, в том числе при идентификации (соотнесении человека с его цифровым образом), сохранности цифровых данных пользователя, а также проблема обеспечения доверия граждан к цифровой среде;

– угрозы личности, бизнесу и государству, связанные с тенденциями к построению сложных иерархических информационно-телекоммуникационных систем, широко использующих виртуализацию, удаленные (облачные) хранилища данных, а также разнородные технологии связи и оконечные устройства;

– наращивание возможностей внешнего информационно-технического воздействия на информационную инфраструктуру, в том числе на критическую информационную инфраструктуру;

– рост масштабов компьютерной преступности, в том числе международной; отставание от ведущих иностранных государств в развитии конкурентоспособных информационных технологий;

- зависимость социально-экономического развития от экспортной политики иностранных государств;

- недостаточная эффективность научных исследований, связанных с созданием перспективных информационных технологий, низкий уровень внедрения отечественных разработок, а также недостаточный уровень кадрового обеспечения в области информационной безопасности.

Целью направления, касающегося информационной безопасности, является достижение состояния защищённости личности, общества и государства от внутренних и внешних информационных угроз, при котором обеспечиваются реализация конституционных прав и свобод человека и гражданина, достойные качество и уровень жизни граждан, суверенитет и устойчивое социально-экономическое развитие Российской Федерации в условиях цифровой экономики, что предполагает:

- обеспечение единства, устойчивости и безопасности информационно-телекоммуникационной инфраструктуры Российской Федерации на всех уровнях информационного пространства;

- обеспечение организационной и правовой защиты личности, бизнеса и государственных интересов при взаимодействии в условиях цифровой экономики;

- создание условий для лидирующих позиций России в области экспорта услуг и технологий информационной безопасности, а также учёт национальных интересов в международных документах по вопросам информационной безопасности.

Разработка и реализация мероприятий настоящей Программы базируется на основополагающих принципах информационной безопасности, включающих:

- использование российских технологий обеспечения целостности, конфиденциальности, аутентификации и доступности передаваемой информации и процессов её обработки;

- преимущественное использование отечественного программного обеспечения и оборудования;

- применение технологий защиты информации с использованием российских криптографических стандартов.

V. Управление развитием цифровой экономики

Управление развитием цифровой экономики невозможно без согласования интересов всех заинтересованных в развитии цифровой экономики сторон и объединения организационных, трудовых, финансовых ресурсов государства и бизнеса.

С учётом целей и задач развития цифровой экономики в Российской Федерации формируется система управления, которая:

- включает представителей всех заинтересованных сторон в развитии цифровой экономики (органов государственной власти, бизнеса, гражданского общества и научно-образовательного сообщества);

- обеспечивает прозрачность и подотчётность своей деятельности;

- реализовывает проектный подход в организации управления;

- включает три уровня управления – стратегический, оперативный и тактический.

На стратегическом уровне системы управления утверждаются направления развития цифровой экономики, стратегические цели и планы, а также отчёты об их достижении.

При этом рабочий орган стратегического уровня управления должен рассматривать и согласовывать форсайты и прогнозы развития цифровой экономики и цифровых технологий, основные направления развития цифровой экономики, результаты мониторинга и контроля программы развития цифровой экономики, изменения программы и системы управления.

На оперативном уровне управления обеспечивается выполнение функций управления реализацией настоящей Программы на консолидированном уровне, в том числе:

- формирование совместно с профессиональными сообществами форсайта и моделей будущего;

- рассмотрение и утверждение предложений по внесению изменений в настоящую Программу, возникающих в ходе её реализации;

– анализ и внесение изменений в документы стратегического планирования с учётом целей, задач и мероприятий настоящей Программы;

– формирование методологии планирования, координации, мониторинга и отчётности при реализации настоящей Программы, методическая поддержка на консолидированном уровне выполнения настоящей Программы;

– координация деятельности федеральных органов исполнительной власти и органов исполнительной власти субъектов, органов местного самоуправления и взаимодействие с представителями бизнеса, гражданского общества и научно-образовательного сообщества по вопросам развития цифровой экономики и реализации настоящей Программы;

– обеспечение ресурсами выполнение настоящей Программы, координация финансирования мероприятий по развитию цифровой экономики за счёт средств бюджетов всех уровней и внебюджетных источников;

– управление «портфелями» проектов и отдельными проектами по направлениям настоящей Программы;

– формирование основных направлений исследований и разработок по направлениям цифровой экономики;

– организация мониторинга развития цифровой экономики и реализации настоящей Программы, рассмотрение его результатов и контроль за ходом её выполнения;

– разработка и рассмотрение предложений по непрерывному совершенствованию системы управления развитием цифровой экономики;

– установка стандартов и осуществление регулирования цифровой экономики;

– формирование требований к описаниям компетенций цифровой экономики и создание описания этих компетенций.

На тактическом уровне обеспечивается управление выполнением планов и реализацией проектов по каждому из следующих направлений:

– разработка и реализация планов цифровой трансформации органов власти, государственных учреждений, корпораций и фондов;

– исполнение проектов настоящей Программы с целью достижения результата, реализация и масштабирование пилотных проектов и лучших практик;

– организация исследований и экспертизы в области цифровой экономики;

– формирование нормативной базы компонентов образовательных программ, существенных для цифровой экономики, включая стандарты и государственные требования, а также примерные программы;

– разработка предложений по мерам законодательного регулирования развития цифровой экономики;

– обеспечение ресурсами проектов и инициатив в области цифровой экономики и их финансирование;

– участие представителей всех заинтересованных сторон (власти, бизнеса, гражданского общества и научно-образовательного сообщества) в управлении центров развития и передачи цифровых технологий, деятельности рабочих групп, экспертизе проектов и планов развития цифровой экономики.

Одной из важнейших задач системы управления является поддержка «стартапов» и субъектов малого и среднего предпринимательства в области разработки и внедрения цифровых технологий путём их информационной акселерации (популяризации, обучения новым бизнес-моделям, навигации в системе управления, координации с другими участниками и ряд других мер) и инвестиционной акселерации (финансовой поддержки, создания специальных правовых и налоговых условий, переориентации институтов развития, создания новых способов поддержки и др.).

Осуществление мониторинга реализации настоящей Программы потребует нормативного и методического обеспечения, включая:

– разработку системы показателей мониторинга с учётом целей, задач и показателей настоящей Программы, рекомендаций международных организаций и иностранного опыта, а также инструментов мониторинга, включая модернизированные и новые формы федерального статистического наблюдения за развитием цифровой инфраструктуры и цифровой трансформацией бизнеса, государственного и муниципального управления, образования,

здравоохранения, использованием цифровых технологий населением и домохозяйствами, гармонизированные с аналогичными инструментами организации экономического сотрудничества и развития;

– внесение изменений в федеральный план статистических работ, подготовку методических рекомендаций о порядке применения новых инструментов мониторинга.

VI. Показатели настоящей Программы

Достижение запланированных характеристик цифровой экономики Российской Федерации обеспечивается за счёт достижения следующих показателей к 2024 г.:

– *в отношении экосистемы цифровой экономики:*

– успешное функционирование не менее 10 компаний-лидеров (операторов экосистем), конкурентоспособных на глобальных рынках; успешное функционирование не менее 10 отраслевых (индустриальных) цифровых платформ для основных предметных областей экономики (в том числе для цифрового здравоохранения, цифрового образования и «умного города»);

– успешное функционирование не менее 500 малых и средних предприятий в сфере создания цифровых технологий и платформ и оказания цифровых услуг;

– в отношении кадров и образования:

– количество выпускников образовательных организаций высшего образования по направлениям подготовки, связанным с информационно-телекоммуникационными технологиями, – 120 тыс. человек в год;

– количество выпускников высшего и среднего профессионального образования, обладающих компетенциями в области информационных технологий на среднемировом уровне – 800 тыс. человек в год;

– доля населения, обладающего цифровыми навыками – 40%;

– *в отношении формирования исследовательских компетенций и технологических заделов:*

– количество реализованных проектов в области цифровой экономики (объёмом не менее 100 млн р.) – 30 единиц;

– количество российских организаций, участвующих в реализации крупных проектов (объёмом 3 млн долл.) в приоритетных направлениях международного научно-технического сотрудничества в области цифровой экономики;

– *в отношении информационной инфраструктуры:*

– доля домашних хозяйств, имеющих широкополосный доступ к сети «Интернет» (100 мбит/с), в общем числе домашних хозяйств – 97%;

– во всех крупных городах (1 млн человек и более) устойчивое покрытие 5G и выше;

– *в отношении информационной безопасности:*

– доля субъектов, использующих стандарты безопасного информационного взаимодействия государственных и общественных институтов – 75%;

– доля внутреннего сетевого трафика российского сегмента сети «Интернет», маршрутизируемая через иностранные серверы – 5%.

Сведения об авторах

Багиев Георгий Леонидович – помощник проректора по научной работе ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет», доктор экономических наук, профессор, научный руководитель научно-педагогической школы «Маркетинг взаимодействия». Заслуженный деятель науки РФ. Академик Европейской академии естественных наук. Член НП «Гильдия маркетологов». Награждён орденским знаком гильдии «За заслуги в маркетинге». Опубликовал более 300 научных и учебно-методических работ, среди которых монографии, учебники, учебные пособия и статьи в периодических отечественных и зарубежных изданиях. Изданы учебники «Маркетинг» (четыре издания) и «Международный маркетинг» (три издания). Индекс Hirscha-33). За вклад в развитие экономики страны и подготовку кадров высшей квалификации ему присвоены почётные звания «Заслуженный экономист Российской Федерации» и «Почётный работник высшего профессионального образования РФ», а также награждён Указом Президента РФ Орденом почёта.

191023, г. Санкт-Петербург, ул. Садовая, д. 21.

Буров Виталий Юрьевич – заведующий кафедрой «Экономическая теория и мировая экономика», директор НОЦ «Высшая школа экономики, управления и предпринимательства» ФГБОУ ВО «Забайкальский государственный университет», доктор экономических наук, доцент. Основатель научной школы «Школа экономики малого предпринимательства: теоретические основы становления и развития системы государственного противодействия теневой экономической деятельности». Победитель конкурса преподавателей вузов РФ «Золотые имена высшей школы» 2018 г. Автор более 150 научных и учебно-методических трудов, в том числе 18 монографий, 5 учебных пособий, 37 научных статей (ВАК). Научные интересы – экономика малого предпринимательства, теневая экономика, экономическая безопасность. Преподаваемые дисциплины – экономическая теория, микроэкономика, макроэкономика, экономика, экономика бизнеса.

672039, г. Чита, ул. Александро-Заводская, д. 30.

Дондокова Елена Буянтуевна – заведующая кафедрой «Общая экономическая теория и регионоведение» ФГБОУ ВО «Восточно-Сибирский государственный университет технологий и управления», доктор экономических наук, профессор, почётный работник высшего профессионального образования РФ. Автор более 100 научных и учебно-методических трудов, в том числе 15 монографий, 1 учебника и 5 учебных пособий. Научные интересы – экономическая теория, теория и история предпринимательства. Преподаваемые дисциплины – экономическая теория, микроэкономика, макроэкономика, экономика.

670013, г. Улан-Удэ, ул. Ключевская, д. 40В, строение 1.

Кайбалина Наталья Барамбаевна – управляющий директор ООО «Тасеевское» – золоторудное предприятие, специалист по антикризисным ситуациям, эффективный менеджер. Сфера научных интересов – экономика и управление народным хозяйством, малое предпринимательство, повышение конкурентоспособности малого бизнеса через повышение качества человеческого капитала с использованием мотивационного механизма.

673450, Забайкальский край, г. Балей, ул. 8 Марта, ба.

Капитонова Наталья Владимировна – доцент кафедры «Экономическая теория и мировая экономика» ФГБОУ ВО «Забайкальский государственный университет», кандидат педагогических наук. Автор более 40 научных трудов, в том числе 2 монографии, 9 учебных пособий, 6 статей ВАК. Научные интересы – формирование экономической культуры работников социальной сферы в образовательной среде вуза, инновации в образовании, экономическая культура и поведение хозяйствующих субъектов, цифровая экономика.

672039, г. Чита, ул. Александро-Заводская, д. 30.

Кислюцаев Павел Андреевич – доцент кафедры «Экономическая теория и мировая экономика» ФГБОУ ВО «Забайкальский государственный университет», кандидат экономических наук. Автор более 40 научных и учебно-методических трудов, в том числе 2 монографий, 4 учебных пособий, 8 научных статей (ВАК). Научные интересы – экономическая безопасность,

теневая экономика, экономика малого предпринимательства, инновации в экономике.

672039, г. Чита, ул. Александрo-Заводская, д. 30.

Масалов Павел Владимирович – старший преподаватель кафедры «Экономическая теория и мировая экономика» ФГБОУ ВО «Забайкальский государственный университет», специалист НОЦ «Высшая школа экономики, управления и предпринимательства» ФГБОУ ВО «Забайкальский государственный университет». Научные интересы – малое предпринимательство, теневая экономическая деятельность, бизнес-планирование.

672039, г. Чита, ул. Александрo-Заводская, д. 30.

Ортыков Амридин Уктамович – предприниматель, генеральный директор ООО «Забайкальская краевая лаборатория судебных экспертиз». Ведущий специалист в Байкальском регионе по оценочной деятельности. Научные интересы – малое предпринимательство, теневая экономика, роль общественных институтов в развитии малого бизнеса, оценка бизнеса.

672039, г. Чита, ул. Богомяткова, д. 65.

Сапожников Сергей Юрьевич – заведующий кафедрой «Менеджмент» ФГБОУ ВО «Забайкальский государственный университет», кандидат технических наук, доцент. Основные направления научной деятельности – экологические проблемы горной промышленности; проблемы информатизации общества. Опубликовано более 25 научных работ, 1 учебное пособие, 6 методических указаний, получено 4 патента на изобретения и 5 свидетельств о государственной регистрации программ для ЭВМ. Преподаваемые дисциплины – экономика и менеджмент, финансовый менеджмент, организационное поведение, информатика, информационные технологии в менеджменте.

672039, г. Чита, ул. Александрo-Заводская, д. 30.

Тумунбаярова Жаргал Баировна – доцент кафедры «Экономика и бухгалтерский учёт» ФГБОУ ВО «Забайкальский государственный университет», кандидат экономических наук. Научные интересы – бюджетная политика, институциональная и эволюционная экономическая теория, предпринимательство.

672039, г. Чита, ул. Александрo-Заводская, д. 30.

Фисун Екатерина Владимировна – старший преподаватель кафедры «Менеджмент» ФГБОУ ВО «Забайкальский государственный университет», первый заместитель руководителя Забайкальского регионального отделения «Единая Россия», председатель Молодёжного парламента при Законодательном Собрании Забайкальского края. Автор более 30 научных и учебно-методических трудов, в том числе 3 учебных пособий, 2 научных статей (ВАК). Научные интересы – молодёжное предпринимательство, инновации в экономике, региональная экономика, цифровая экономика.

672039, г. Чита, ул. Александрo-Заводская, д. 30.

Ханчук Надежда Николаевна – доцент кафедры «Экономическая теория и мировая экономика» ФГБОУ ВО «Забайкальский государственный университет», кандидат исторических наук, заместитель директора по науке НОЦ «Высшая школа экономики, управления и предпринимательства ЗабГУ». Автор более 70 научных и учебно-методических трудов, в том числе 3 монографий, 7 учебных пособий и хрестоматий, 13 научных статей (ВАК и РИНЦ). Научные интересы – экономическая история, экономическая теория, инновации в экономике, региональная экономика.

672039, г. Чита, ул. Александрo-Заводская, д. 30.

Научное издание

Буров Виталий Юрьевич, **Багиев** Георгий Леонидович,
Дондокова Елена Буянтуевна и др.

**Малое предпринимательство
и цифровая экономика: перспективы
и проблемы**

Редактор Е. В. Валюкова
Вёрстка С. Я. Непомнящих

Подписано в печать 29.12.2018.
Формат 60×84¹/₁₆.
Печать цифровая. Гарнитура Times New Roman.
Уч.-изд. л. 10,3. Усл. печ. л. 12,9.
Тираж 500 экз. (1-й з-д – 1–61 экз.). Заказ № 18233.

ФГБОУ ВО «Забайкальский государственный университет»
672039, Чита, ул. Александрo-Заводская, 30