

УДК 330.342:004

<http://doi.org/10.35854/1998-1627-2022-2-132-139>

Приоритетные направления развития электронного бизнеса в сфере малого предпринимательства России

Владимир Николаевич Самотуга^{1, 2}¹ Санкт-Петербургский государственный морской технический университет, Санкт-Петербург, Россия, Samotuga_serduk@mail.ru² Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики, Санкт-Петербург, Россия

Аннотация

Цель. Выявить приоритетные направления, определить основные этапы развития электронного бизнеса в сфере малого предпринимательства России.

Задачи. Показать современные тенденции и особенности участия интернет-компаний в развитии малого бизнеса; охарактеризовать направления и этапы становления и развития электронного бизнеса; изучить особенности среды ведения электронного бизнеса для компаний малого предпринимательства.

Методология. На базе общих методов научного познания проанализированы ключевые направления, основные этапы развития электронного бизнеса в сфере малого предпринимательства.

Результаты. Исходя из главных целей и задач развития электронного бизнеса и совокупности принципиальных проблем, подлежащих решению, очевидным становится, что необходимо декомпозировать общую программу развития электронного бизнеса. Кроме того, важно определить соответствующие подходы, в рамках которых следует сформировать концепцию моделирования электронного бизнеса.

Выводы. Для реализации эффективной программы развития интернет-компаний необходимо обеспечить на каждом этапе ведения электронного бизнеса функционирование ведущих процессов, способствующих добавлению стоимости в бизнесе. Осуществление бизнеса в сети Интернет сопряжено с решением большого количества задач в условиях риска и неопределенности, наличием санкций и ограничений.

Ключевые слова: электронный бизнес, малое предпринимательство, электронные площадки, информационные технологии, направления и этапы развития, добавленная стоимость

Для цитирования: Самотуга В. Н. Приоритетные направления развития электронного бизнеса в сфере малого предпринимательства России // *Экономика и управление*. 2022. Т. 28. № 2. С. 132–139. <http://doi.org/10.35854/1998-1627-2022-2-132-139>

Priority directions of e-business development for small enterprises in Russia

Vladimir N. Samotuga^{1, 2}¹ St. Petersburg State Marine Technical University, St. Petersburg, Russia, Samotuga_serduk@mail.ru² St. Petersburg University of Management Technologies and Economics, St. Petersburg, Russia

Abstract

Aim. The presented study aims to identify priority directions and major stages of e-business development for small enterprises in Russia.

© Самотуга В. Н., 2022

Tasks. The authors show current trends and features of the involvement of Internet companies in the development of small enterprises; characterize the directions and stages of e-business formation and development; examine the features of the e-business environment for small enterprises.

Methods. This study uses general scientific methods of cognition to analyze the key directions and major stages of e-business development for small enterprises.

Results. It is necessary to decompose the overall program of e-business development based on the main goals and objectives of e-business development and fundamental problems to be solved. In addition, it is important to identify the appropriate approaches for developing the concept of e-business modeling.

Conclusions. To implement an effective program for the development of Internet companies, it is necessary to ensure the functioning of major processes that contribute to adding business value at every stage of e-business. Doing business on the Internet involves solving a large number of problems in the context of risk and uncertainty, sanctions and restrictions.

Keywords: *e-business, small enterprises, electronic platforms, information technology, directions and stages of development, added value*

For citation: Samotuga V.N. Priority directions of e-business development for small enterprises in Russia. *Ekonomika i upravlenie = Economics and Management*. 2022;28(2):132-139 (In Russ.). <http://doi.org/10.35854/1998-1627-2022-2-132-139>

На современном этапе развития экономики происходит формирование нового вида предпринимательской деятельности, который характеризуется интенсивным использованием информационных технологий, в частности сети Интернет как фундамента бизнес-системы компаний. Этот новый вид предпринимательской деятельности получил название электронного бизнеса (э-бизнеса).

Эффективное управление предпринимательской деятельностью предусматривает адекватное и своевременное реагирование предприятия на изменения рыночной среды. К особенностям среды ведения бизнеса относятся:

- появление и развитие новых моделей бизнеса, в которых совокупность внутренних и внешних связей, процессов поддерживается и обеспечивается соответствующими информационными технологиями;
- территориальное распределение подразделений компаний в результате новых витков интернационализации и региональной экспансии бизнеса. Процессы глобализации, интернационализации и региональной экспансии связаны с поисками компаниями путей повышения эффективности их деятельности. Эти же процессы заставляют компании шире использовать информационные технологии для поддержки управления;
- уменьшение сроков планирования во многих областях;
- разделение труда на уровне управленческих функций за пределами компании:

передача функций управления из одной компании в другие. Компании стремятся развиваться в цепочке остальных организаций;

- создание сетей, технологических цепочек для осуществления деятельности на высоком, профессиональном уровне и передачи подрядчикам операций, которые могут быть выполнены быстрее, эффективнее, с меньшими затратами;
- размытость границ между отраслями, конвергенция и гибридизация различных технологий и знаний, в результате чего происходит усиление сложности, комплексности технологий и производства, усложнение управления;
- интеграция всех функций бизнеса на базе построения сложных информационных систем, координирующих данный процесс;
- становление информации как стратегического ресурса, обеспечивающего конкурентное преимущество. Информационные системы теперь должны создавать изделия и услуги, основанные на информации, которые обеспечат фирме конкурентное преимущество на рынке;
- изменения в структуре организации, занятости и характере труда, возникновение потребности в обучении и повышении квалификации сотрудников вследствие растущего влияния информационных систем [1].

Перечисленные выше тенденции вызывают необходимость реализации новой формы

ведения бизнеса: электронного бизнеса, основанного на применении интерактивных информационных технологий [2]. Под электронным бизнесом мы понимаем коммерческую деятельность, которая реализуется с помощью внедрения информационных технологий с целью создания интегрированной цепочки добавленной стоимости. Управление развитием электронного бизнеса предусматривает создание действенного инструментария по формированию эффективной программы развития e-бизнеса предприятия.

При этом следует очертить круг приоритетных направлений развития электронного бизнеса, выявление которых следует осуществлять на основе анализа практической деятельности интернет-компании. Рассмотрим их подробнее.

1. Направлением первого уровня развития будет внедрение новых информационных технологий в коммерческую деятельность компании. Прежде всего интернет-компания должна обеспечить надежную технологическую платформу реализации коммерческой деятельности в Сети в виде комплекса информационных технологий, которые являются производительной силой электронного бизнеса, создают добавленную стоимость.

2. Информационные технологии, используемые в условиях электронного бизнеса, позволяют получать коммерческий эффект в виде вновь созданной стоимости, вносят специфику в методы, методики и инструменты финансовой стратегии. Это обстоятельство вызывает приоритетное направление второго уровня — реализацию механизма формирования добавленной стоимости в процессе развития электронного бизнеса.

3. Создание стоимости в электронном бизнесе осуществляется в условиях жесткой конкурентной борьбы в результате расширения географии бизнеса до мирового масштаба, снижения затрат перехода потребителей от одной компании к другой, исчезновения барьеров входа на рынок. Поэтому интернет-компания должна предусмотреть реализацию такого приоритетного направления третьего уровня, как обеспечение конкурентоустойчивости в процессе развития электронного бизнеса.

4. Компания устойчива к воздействию конкурентной среды, которая в значительной степени влияет на рынок посредством применения современных информационных технологий и эффективного механизма фор-

мирования добавленной стоимости, может с целью максимизации коммерческого эффекта передавать стратегическим партнерам часть функций, создавая сетевые сообщества и технологические цепочки. Из этого вытекает четвертое направление — развитие электронного бизнеса компании в рамках технологических цепочек.

Указанные приоритетные направления образуют иерархическую структуру общей архитектуры развития электронного бизнеса. Направление нижнего уровня служит фундаментом реализации направления верхнего уровня. Направления верхнего уровня, в свою очередь, осуществляют корректирующие воздействия на приоритетные направления нижнего уровня. Таким образом, все приоритетные направления имеют одинаковую значимость вследствие тесной их взаимосвязи и взаимозависимости в системе моделирования, необходимости согласованной комплексной реализации в программе развития электронного бизнеса.

Как и в традиционной экономике, в интернет-бизнесе можно выделить два типа выпуска: рыночный и нерыночный. В структуру рыночного выпуска входят товары и услуги, реализуемые в Сети, которые оплачиваются клиентом традиционным способом или с помощью электронных платежных систем; товары и услуги, являющиеся объектами сетевого обмена между компаниями; товары и услуги, реализуемые между подразделениями web-альянса (сетевого сообщества, торгового портала); складированная продукция как запас для осуществления электронных транзакций в ближайшем будущем.

Нерыночный выпуск включает в себя товары и услуги, реализуемые в Сети бесплатно, в рамках послепродажной поддержки клиентов; товары и услуги, разработанные интернет-компаниями для их собственного конечного использования. Например, разработка web-сайта или его элементов для внутреннего пользования компании; создание и поддержка бизнес-решений с целью оптимизации внутренних бизнес-процессов и наладка тесного сотрудничества с деловыми партнерами; разработка прикладных программ интернет-бизнеса с целью их хостинга подразделениями компании и т. д.

Промежуточное потребление представляет собой стоимость потребленных товаров и услуг в Сети с целью производства других товаров и услуг. Оно включает в себя следующие элементы:

а) технологические расходы, к которым относятся:

- расходы на покупку, аренду, установку и обновление аппаратного и программного обеспечения;
- расходы на сетевое и системное администрирование и проектирование;
- расходы на организацию технической поддержки, обучение персонала, заключение контрактов и их сопровождение;
- затраты на разработку приложений электронного бизнеса, документирование и тестирование;
- расходы на обслуживание каналов связи;
- расходы по оформлению дизайна сайта и управления им (включая ведение автоматизированного склада и бухгалтерии, базу данных клиентов, базу данных заказов, создание и адаптацию соответствующих программ);

б) издержки управления и администрирования, к которым относятся:

- стоимость восстановления и модернизации коммерческих приложений;
- расходы на заработную плату, привлечение внешних консультантов, аутсорсинг, сертификацию, организационное администрирование и сервисное обслуживание клиентов;

- расходы на обеспечение комфортной работы клиентов с фирмой;

в) транзакционные коммерческие расходы, в которых относятся:

- затраты на выполнение внутреннего и внешнего аудита электронного бизнеса;
- расходы на управление процессами электронной торговли и поддержку онлайн-платежей;
- расходы на организацию электронного бизнес-центра таможенного контроля;
- затраты на составление финансовой отчетности и мониторинга коммерческой деятельности интернет-компаний.

Процессы формирования оценок или прогнозов величины добавленной стоимости являются слабо формализующимися вследствие большого количества допущений и предположений о будущем состоянии рынка и информационных технологий. Кроме того, анализ этих процессов осложняется наличием большого числа причинно-следственных и корреляционных связей между финансовыми характеристиками среды ведения бизнеса. Поэтому необходимо разработать инструмент управления формированием добавленной стоимости в виде

комплексной методики, которую реализуют отдельные процедуры.

В качестве таких процедур могут выступать П1 — формирование программы развития интернет-компаний, которая обеспечивает эффективное ведение электронного бизнеса; П2 — организационное обеспечение реализации процессов, вызывающих создание добавленной стоимости в электронном бизнесе, в аспекте этапов развития; П3 — подбор и оптимизация на этапе позиционирования коммерческой деятельности основных параметров, влияющих на добавленную стоимость; П4 — формирование качества интернет-компаний бизнес-системы по созданию добавленной стоимости.

Программа развития интернет-компаний формируется на начальном этапе развития электронного бизнеса, корректируется на всех последующих этапах и включает в себя определенный перечень мероприятий, обеспечивающих нормальную деятельность компании на выбранном целевом сегменте рынка. Данные меры должны учитывать особенности применения информационных технологий в стратегическом развитии электронного бизнеса. Кроме того, для реализации эффективной программы развития интернет-компаний необходимо обеспечить на каждом этапе развития электронного бизнеса функционирование основных процессов, способствующих добавлению стоимости в бизнесе. Поэтому в рамках процедуры П2 возникает задача выделения процессов, вызывающих создание добавленной стоимости в аспекте этапов развития, как видно из таблицы 1.

Анализ существующих подходов к развитию электронного бизнеса и разработанные аспекты моделирования системы e-бизнеса позволяют сформулировать концепцию моделирования развития электронного бизнеса, ключевые положения которой заключаются в следующем. В основе моделирования развития электронного бизнеса должна находиться специфика современного состояния экономики. Этой спецификой обусловлено использование комплекса взаимосвязанных понятий, представленных на рисунке 1. Данную сеть понятий можно назвать систематизированным представлением категориального аппарата, и она находится в основе методологии стратегического развития электронного бизнеса.

На базе анализа специализированных литературных источников нами выявлены

Характеристика этапов развития электронного бизнеса
Table 1. Characteristics of the stages of e-business development

Номер этапа	Название этапа	Содержание этапа	Качества электронного бизнеса
1	2	3	4
I	Предварительный этап	Осуществление стратегического планирования деятельности компании; сбор информации о потенциальных партнерах и инфраструктуре рынка	Четко спланированный торговый цикл; определенность содержания электронного бизнеса в двух сферах взаимодействия — с фирмами-контрагентами и с клиентами-физическими лицами; интеграция деловой информации, компьютеризированного делопроизводства и интернет
II	Становление интернет-компании	Организация коммерческого web-узла, проведение маркетинговых экспериментов в Сети	Приспособленность электронных каталогов с потребностями различных сегментов клиентуры; возможность многоканального управления работой с потребителями
III	Обеспечение платформы e-бизнеса	Внедрение <i>ERP / CRM</i> -систем, организация системы защиты информации, выбор хостинга сайта	Системная организованность интернет-компании; отлаженное функционирование электронных платежных систем; преодоление разрыва между потребностями бизнеса и способностью интернет-технологий компании удовлетворять их; поддержка моделей открытого рынка
IV	Этап позиционирования коммерческой деятельности	Создание бизнес-проектов на основе сложившейся технологической платформы, формирование сообществ потребителей и посредников	Наличие эффективно функционирующей сети Интернет; разработана стратегия развития e-бизнеса и выделены финансовые механизмы ее обеспечения; интегрированность сетевой инфраструктуры, коммерческих транзакций, систем маркетингового, финансового и организационного обеспечения
V	Этап управления и координации	Осуществление послепродажной поддержки потребителя, виртуальная координация деловых транзакций	Мобильность организационной структуры; осуществление договорных отношений с внешними структурами; способность быстро конструировать сети внешних структур
VI	Этап укрупнения и интеграции	Создание корпоративных порталов и торговых площадок; интеграция компании в сетевые синергии	Структура сетевых альянсов на основе выбора стратегических партнеров, суммы вложений партнеров на функционирование сообщества и количества совместно реализуемых коммерческих проектов

Источник: таблица составлена автором.

специфические черты современного состояния экономики, которые следует учитывать в процессе моделирования развития электронного бизнеса. К ним относятся:

1) переход экономических и социальных процессов в режим реального времени; исчезновение временного лага, ранее обусловленного медленной скоростью передачи информации. Модели развития e-бизнеса в связи с этим должны быть адаптивными относительно приспособления к новой культуре постоянных изменений, непрерывной реконструкции бизнес-процессов и модернизации продуктов;

2) соединение в одно целое, благодаря возможностям интернета, маркетинговых процессов, организации продаж и собственно обслуживания, что приводит к снижению затрат перехода конечного потребителя от одной компании к другой. Поэтому при построении системы моделей развития электронного бизнеса необходимо учитывать потребительские предпочтения;

3) информация, информационные технологии как фактор экономического роста в условиях постиндустриальной экономики. Активное применение информационных технологий служит основой инновационной

стратегии и позволяет компаниям реализовывать принцип, который нобелевский лауреат, американский экономист Дуглас Норт назвал «применением эффективности». Под последним понимается способность организаций внедрить новшества, непрерывно учиться и продуктивно изменяться. В связи с этим в структуре комплекса моделей развития электронного бизнеса должна находиться система моделей реализации инновационной стратегии компании на базе внедрения новых информационных технологий;

4) появление новых структур компаний в виде сетевых сообществ на основе организации технологических цепочек. В современной экономике действует закон Меткалфа, согласно которому ценность сети растет пропорционально квадрату числа ее участников. Следовательно, в условиях электронного бизнеса возможна максимизация ценности сети при ее росте и увеличении в ней числа партнеров по бизнесу. Это приводит к необходимости учета в системе моделей развития e-бизнеса процессов взаимодействия компаний в рамках технологических цепочек;

5) опровержение практикой так называемой гравитационной модели прогнозирования числа новых потребителей на рынке, согласно которой оно обратно пропорцио-

нально их удаленности от места соглашений. Происходит стремительное увеличение количества потребителей и, соответственно, потенциальных конкурентов, что приводит к необходимости учета конкурентной среды при построении моделей развития электронного бизнеса.

Дальнейшая цифровизация экономики в сфере малого и среднего бизнеса даст возможность собственникам принимать комплексные решения, повысить качество действующих цифровых продуктов и технологий, проводить анализ данных для создания специализированных услуг и продуктов, автоматизировать многие процессы [4]. Реализация электронного бизнеса на уровне компаний малого бизнеса в России диктует необходимость наличия эффективного инструментария поддержки принятия управленческих решений по целому ряду стратегических, оперативных и тактических вопросов. В качестве такого инструментария выступает сегодня аппарат экономико-математического моделирования.

В заключение отметим, что эффективная реализация стратегии электронного бизнеса в сфере малого предпринимательства предполагает согласованное, сбалансированное развитие всех функциональных областей деятельности любой интернет-компания.

Список источников

1. Хмара Д. С., Самотуга В. Н. Развитие электронной коммерции в сфере малого и среднего бизнеса // Экономика и управление. 2021. Т. 27. № 6. С. 426–436. DOI: 10.35854/1998-1627-2021-6-426-436
2. Половцева Ф. П. Коммерческая деятельность: учебник. М.: Инфра-М, 2000. 248 с.
3. Гридасов А. Ю., Ивасенко А. Г., Павленко В. А. Информационные технологии в экономике и управлении. М.: КноРус, 2010. 153 с.
4. Райская О. П., Самотуга В. Н. Взаимоотношения кредитных организаций и финтехкомпаний в условиях цифровизации российской экономики // Трансформация бизнеса и общественных институтов в условиях цифровизации экономики: сб. материалов национальной науч.-практ. конф. с междунар. участием. СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского университета технологий управления и экономики, 2019. С. 153–162.

References

1. Khmara D.S., Samotuga V.N. Development of e-commerce in the field of small and medium enterprises. *Ekonomika i upravlenie = Economics and Management*. 2021;27(6):426-436. (In Russ.). DOI: 10.35854/1998-1627-2021-6-426-436
2. Polovtseva F.P. Commercial activity. Moscow: Infra-M; 2000. 248 p. (In Russ.).
3. Gridasov A.Yu., Ivasenko A.G., Pavlenko V.A. Information technologies in economics and management. Moscow: KnoRus; 2010. 153 p. (In Russ.).
4. Raiskaya O.P., Samotuga V.N. Relations between credit institutions and fintech companies in the context of the digitalization of the Russian economy. In: Transformation of business and public institutions in the context of digitalization of the economy. Proc. Nat. sci.-pract. conf. with int. particip. St. Petersburg: St. Petersburg University of Management Technologies and Economics; 2019:153-162. (In Russ.).

Сведения об авторе

Владимир Николаевич Самогуга

кандидат исторических наук, доцент,
доцент кафедры экономики судостроительной
промышленности¹, доцент кафедры экономики
и управления социально-экономическими
системами²

¹ Санкт-Петербургский государственный морской
технический университет

190121, Санкт-Петербург, ул. Лотманская, д. 3

² Санкт-Петербургский университет технологий
управления и экономики

190103, Санкт-Петербург, Лермонтовский пр.,
д. 44а

Поступила в редакцию 06.12.2021

Прошла рецензирование 21.01.2022

Подписана в печать 28.02.2022

Information about Author

Vladimir N. Samotuga

PhD in History, Associate Professor, Associate
Professor of the Department of Economic Theory
and Economics of Entrepreneurship¹, Associate
Professor of the Department of Economics
and Management of Socio-Economic Systems²

¹ St. Petersburg State Marine Technical
University

3 Lotsmanskaya Str., St. Petersburg 190121, Russia

² St. Petersburg University of Management
Technologies and Economics

44A Lermontovskiy Ave., St. Petersburg 190103,
Russia

Received 06.12.2021

Revised 21.01.2022

Accepted 28.02.2022

Конфликт интересов: автор декларирует отсутствие конфликта интересов,
связанных с публикацией данной статьи.

Conflict of interest: the author declares no conflict of interest related to the publication
of this article.