

Цифровое неравенство в бизнес-среде малого и среднего предпринимательства

УДК 316.34.16.334.2.338



Розалия СМІРНОВА,
доктор философских наук,
профессор

Розалия СМІРНОВА. Цифровое неравенство в бизнес-среде малого и среднего предпринимательства. Осуществлен категориальный анализ понятий «цифровой разрыв» и «цифровое неравенство». Подчеркивается, что цифровой разрыв является одной из форм цифрового неравенства, связанной с различием в доступе населения к информационно-коммуникативным технологиям в разных странах. В отличие от цифрового разрыва в понятии цифрового неравенства акцентируется субъектно-ориентированный смысл, обусловленный различием в мотивах, ценностях и интересах населения, в частности субъектов хозяйствования: предпринимателей, госпредприятий и домохозяйств. Раскрываются особенности и причины цифрового неравенства в бизнес-среде малого и среднего предпринимательства, предлагаются возможные пути его минимизации в Беларуси.

Ключевые слова: цифровое неравенство, цифровой разрыв, цифровизация, показатели и индикаторы цифрового неравенства, межфирменная кооперация, кластеры, аутсорсинг, интернет-платформы.

Rosalia SMIRNOVA. Digital inequality in the business environment of small and medium-sized enterprises. The author has undertaken a categorial analysis of the "digital divide" and "digital inequality" concepts and concludes that the digital divide is one of the forms of digital inequality associated with the difference in public access to information and communication technologies in different countries. In contrast to the digital divide, the concept of digital inequality is subject-oriented due to the difference in motives, values and interests of the population, in particular, business entities: entrepreneurs, state-owned enterprises and households. The features and causes of digital inequality in the business environment of small and medium-sized enterprises are revealed, possible ways of minimizing it in Belarus are proposed.

Keywords: digital inequality, digital divide, digitalization, benchmarks and indicators of digital inequality, inter-firm cooperation, clusters, outsourcing, internet platforms.

Цифровизация: новые возможности и новые проблемы

Необходимость рассмотрения методологических установок при изучении данной проблемы обусловлена тем, что бизнес-среда в любой рыночной экономике носит перманентно изменчивый характер, зависящий от множества социальных, политических, культурных, экономических и других факторов. Одним из таких факторов является технологический. Сегодня его называют «информационно-коммуникативный», воплощающийся в цифровизации всех сторон жизни общества. При этом именно с цифровизацией ученые и политики связывают свои надежды на становление нового общества – цифрового (цифровой экономики, информационного общества, общества знания и т. п.).

[ОБ АВТОРЕ]

СМІРНОВА Розалия Андреевна.

Родилась в г. Баку (Азербайджан). Окончила Ленинградский государственный университет (1971), аспирантуру на философском факультете Киевского государственного университета имени Т.Г. Шевченко (1978).

С 1971 по 1979 год работала ассистентом на кафедре философии Харьковского автодорожного института. В 1979–1990 годах – младший научный, старший научный сотрудник Института философии АН БССР. С 1990 по 2017 год – старший научный сотрудник, заведующий сектором, отделом, руководитель Центра оперативных исследова-

ований Института социологии НАН Беларуси, с 2017 года – главный научный сотрудник Института экономики НАН Беларуси.

Доктор философских наук (1994), профессор (2021).

Автор около 100 научных работ, в том числе три авторские монографии, 12 – в соавторстве, 16 разделов в коллективных монографиях.

Сфера научных интересов: философия и экономическая социология, методология научного познания, социальные институты, социальные изменения и проблемы управления, социальные группы и социальная структура общества.

Выделяя преимущества и выгоды цифровизации, ученые долгое время не обращали внимания на не совсем приятные последствия ее реализации на практике для социума в целом и бизнес-среды в частности. Однако во второй половине XX века идея информационного общества как нового этапа социального развития вызвала горячие дискуссии, поскольку в нем проявились не только новые возможности, но и новые проблемы, вставшие на пути общественного прогресса. Одной из наиболее актуальных явилось «цифровое неравенство», или «цифровой разрыв» (от англ. термина digital divide). Решение проблемы цифрового неравенства сегодня, как правило, связывают с недостатком финансовых средств на покупку новых информационных технологий, поэтому достаточно часто изучение вопроса ограничивается количественным измерением цифрового неравенства, в частности количеством пользователей интернета. О влиянии на экономику цифрового неравенства в бизнес-среде в литературе существуют только упоминания, но развернутого анализа нет: остаются незавершенными вопросы о содержании категории, причинах, формах и последствиях влияния цифрового неравенства в бизнес-среде на экономику, возможности преодоления информационного неравенства в рамках национальной модели социально-экономического развития. С необходимостью решать эти проблемы связана актуальность исследования цифрового неравенства и степень его научной разработанности.

С точки зрения экономики информационное (цифровое) неравенство представляется как социально-экономическое отношение по поводу дифференциации доходов хозяйствующих субъектов на основе применения информационных ресурсов. В бизнес-среде оно определяется как неравномерный и неравный доступ предпринимателей, предприятий и предпринимательских сообществ к информационно-коммуникативным технологиям (ИКТ), обусловленный комплексом разных причин технологической, экономической, социально-политической и социально-психологической природы, ограничивающих возможности хозяйствующих субъектов в ведении бизнеса. Как правило, ученые, анализируя понятия «цифровое неравенство» и «цифровой разрыв», считают, что цифровой разрыв заключается в разном доступе к интернету. В этом случае категория цифрового разрыва ориентирована в большей степени на оценку степени включенности в цифровизацию. Но есть другая группа исследователей, их большинство, которая отождествляет понятия цифрового неравенства и цифрового разрыва. На наш взгляд, разграничение понятий цифрового разрыва как формы цифрового неравенства и цифрового неравенства в указанном выше смысле методически более оправдано, так как позволяет использовать различные методики и индикаторы показателей неравенства в зависимости от целей исследования. В отличие от цифрового разрыва понятием цифрового неравенства можно описывать не только условия или детерминанты уровня цифровизации, но и интенсивность использования ИКТ, а также преимущества от применения цифровых технологий, т. е. различия в благах, которые люди могут получить от использования интернет-технологий.

Понятие цифрового разрыва как формы цифрового неравенства особенно эвристично в методиках исследований экономических процессов на макроуровне, в частности в межстрановых рейтингах. Здесь в основном применяются количественные показатели, получаемые из данных статистики. В отличие от методики изучения цифрового разрыва объектом изучения цифрового неравенства является не только макроуровень, но и микроуровень неравенства, а именно, те явления и процессы, где присутствует человеческий фактор (мотивы, интересы, ценности и др.). В этом случае статистическими данными исследователь обойтись не может, поэтому должен использовать качественные методы получения данных, в частности результаты социологических исследований.

Цифровой разрыв можно продемонстрировать на примере межстрановых исследований, в которых он выступает формой неравенства в зависимости от социально-экономических показателей той или иной страны. В данном случае применяются показатели Индекса развития ИКТ. Данный индекс рассчитывается Международным союзом электросвязи с целью измерения цифрового разрыва (т. е. различия между странами с точки зрения их уровней развития ИКТ) на основе таких индикаторов, как число подключенных терминалов подвижной радиотелефонной связи на 100 человек, удельный вес домашних хозяйств, имеющих персональный компьютер и доступ к интернету). В то же время число абонентов фиксированного или мобильного широкополосного доступа в интернет на 100 человек населения рассматривается как показатель уровня (интенсивности) использования ИКТ. Соответственно, показатель цифрового неравенства включает, кроме индикатора готовности к ИКТ (инфраструктура и доступ), использование ИКТ (интенсивность, ИКТ-возможности: навыки и те преимущества, которые предоставляет ИКТ).

В соответствии с этими показателями различают три направления цифрового разрыва: технологическое, экономическое, а также социально-политическое. Технологический разрыв связан с уровнем цифровой инфраструктуры, наличием сетей, интернета, мобильной связи, уровнем автоматизации и виртуализации деятельности. Социально-политическое направление цифрового разрыва определяется предпосылками, связанными с возрастом, полом, уровнем образования,

а также социальным статусом, политической властью, культурными факторами, природными и географическими особенностями. Экономический разрыв на макроуровне обусловлен уровнем развития ИКТ-сектора в экономике, объемом и динамикой инвестиций в развитие цифровой экономики, темпами ее роста.

Типология стран по степени развития ИКТ

Исследования на макроуровне концентрируются на анализе межстранового разрыва. По оценкам Boston Consulting Group, только за 2011–2015 годы цифровой разрыв между отстающими и странами-лидерами увеличился в 1,7 раза. При этом утверждается, что несмотря на сохраняющийся разрыв в доступе к интернету в развивающихся и развитых странах, проблема доступа в последних в целом решена. Так, согласно данным за 2018 год, доступ к интернету имеют 85 % жителей Европы и 95 % жителей Северной Америки. В литературе, несмотря на разнообразие формулировок, представлена следующая типология стран по степени развития ИКТ.

– Страны, относящиеся к категории Stand Out. Высокоразвитые в цифровом отношении страны, которые динамично осуществляют внедрение новых инструментов цифровизации. Они являются лидерами в продвижении инноваций. К ним относятся Новая Зеландия, Великобритания, ОАЭ, Эстония. В частности, российский программист, эксперт в области информационной безопасности Е.В. Касперский, относя Сингапур к данной категории, указывает на наличие там полуавтоматизированной системы подземного транспорта, автоматического порта, автоматического контроля за автомобильным трафиком, а также на тот факт, что Сингапур стал первой в мире страной, где есть система облачной навигации автомобиля.

– Страны категории Stall Out. Это страны с высоким уровнем цифрового развития, имевшие ранее значительный рост, но в настоящее время замедлившие его темпы. Внедрение инноваций для них – основная проблема, из-за которой появляется опасность увеличения цифрового разрыва относительно лидеров. Это Норвегия, Швеция, Швейцария, Дания, Финляндия, США, Япония. Что касается Германии, то она находится ближе к границе с первой группой стран.

– Страны категории Break Out. Это страны, имеющие высокий импульс цифрового развития и высокий потенциал роста. Но пока у них относительно слабая инфраструктура и относительно неэффективные темпы инновационной деятельности. Сюда относят Малайзию, Саудовскую Аравию, Кению, Россию.

– В категории стран Watch Out речь идет, как правило, о низком уровне цифровизации и слабом импульсе цифрового развития и темпах роста (ЮАР, Перу, Греция, Египет, Пакистан).

При этом цифровое неравенство между странами с каждым шагом развития инновационных технологий усугубляется, и чем дальше, тем сложнее другим государствам, не входящим в группу лидеров, догнать их и использовать блага ИКТ в полной мере.

Чтобы показать рейтинг хозяйствующих субъектов Союзного государства и стран-лидеров по уровню цифровизации, сначала есть смысл сравнить по данному параметру Беларусь и Россию. Как свидетельствуют данные последних исследований, в частности работы белорусских социологов Л.Г. Титаренко и Р.В. Карапетян, экономиста Н. Стомы и других, Беларусь и Россия из года в год наращивают темпы внедрения ИКТ. Согласно разработанному Всемирным банком индексу цифрового внедрения, отражающему уровень распространения и внедрения цифровых технологий тремя основными субъектами экономики, и в России, и в Беларуси активно идет внедрение цифровых технологий (табл.). Как показали исследования, индекс цифрового внедрения в Беларуси и России примерно одинаков.

В статье «Цифровая трансформация трудовой сферы: сравнительный анализ показателей России и Беларуси» авторы Л.Г. Титаренко и Р.В. Карапетян отмечают, что уровень распространения и использования цифровых технологий тремя

Индекс цифрового внедрения в Российской Федерации и Республике Беларусь в 2014 и 2016 годах

Источник: Титаренко, Л.Г. Цифровая трансформация трудовой сферы: сравнительный анализ показателей России и Беларуси / Л.Г. Титаренко, Р.В. Карапетян // Журнал Белорусского государственного университета. Социология. – 2021. – № 1. – С. 56.

Страна / год	ИЦВ		Индикатор бизнеса		Индикатор населения		Индикатор госсектора	
	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016
Россия	0,69	0,74↑	0,65	0,71↑	0,60	0,70↑	0,82	0,82↑
Беларусь	0,53	0,59↑	0,70	0,74↑	0,56	0,65↑	0,33	0,39↑

главными агентами экономики (бизнесом, населением и государством) неравномерен. Согласно приведенной ими таблице, с отставанием от остальных растет только индекс госсектора Беларуси [1, с. 56]. При этом более интенсивные темпы цифровой трансформации в равной мере в обоих государствах наблюдаются в сфере бизнеса. Нужно сказать, что по некоторым позициям Беларусь несколько опережает Россию, а по другим – отстает, в частности по таким, как способы использования организациями ИКТ (электронная почта, локальные вычислительные сети, интернет, интранет, экстранет, наличие веб-сайта и др.). Как в России, так и в Беларуси с 2016 года неуклонно растет численность населения, пользующегося интернетом. В 2019 году значения показателей были одинаковыми (82,6 и 82,8 % соответственно). По мнению социологов, более высоким уровнем развития в России является деятельность в области связи, технологий обработки данных, информационных технологий и других видов деятельности по предоставлению информационных услуг.

Несмотря на некоторые отличия по годам, становится понятно, что за последнее десятилетие по всем позициям наблюдается рост использования ИКТ в организациях. Наиболее показательным критерием здесь выступает наличие веб-сайтов в интернете: среди российских организаций с 2010 года за последние 8–10 лет существенно увеличилось количество организаций, имеющих веб-сайты в интернете. По данному показателю наблюдается увеличение почти в два раза, а в белорусских – на 16 % [1, с. 57].

При этом по Индексу развития информационно-коммуникационных технологий (ICT Development Index, IDI) Беларусь занимает 32-е место. Подробный анализ позиций Беларуси по уровню цифровизации в мире был сделан в работе Н. Стомы «Оценка развития цифровизации Республики Беларусь: анализ позиций в мировых рейтингах». Если сравнивать Россию и Беларусь, можем отметить, что существенных различий по уровню развития цифровизации у них нет: в 2017 году Россия занимала 45-е место, а Беларусь – 32-е; по Индексу готовности к электронному правительству в 2020 году: Беларусь – 40-е, Россия – 36-е; по Индексу электронного участия: Беларусь – 57-е, Россия – 27-е; Индексу глобального подключения (Global Connectivity Index, GCI, Huawei): Беларусь – 47-е, Россия – 49-е; Глобальному инновационному индексу: Беларусь – 64-е, Россия – 47-е место в рейтинге стран ближнего зарубежья [2, с. 56].

Степень цифрового разрыва между Союзным государством и странами-лидерами по внедрению ИКТ можно продемонстрировать, сравнив их основные технологические и социально-экономические показатели (в %):

- число контактов на фиксированную широкополосную связь на 100 жителей в 2017 году: Россия – 21; Германия – 40,5; Финляндия – 30,9; США – 33,9; Республика Корея – 41,6; Япония – 31,7;
- число активных контактов на подвижную широкополосную связь на 100 жителей: Россия – 80,8; Германия – 79,8; Финляндия – 153,8; США – 132,9; Республика Корея – 112,8; Япония – 133,2;
- доля лиц, имеющих доступ в интернет: Россия – 76,0; Германия – 84,4; Финляндия – 87,5; США – 75,2; Республика Корея – 95,1; Япония – 90,9;
- доля домохозяйств, имеющих доступ в интернет: Россия – 76,3; Германия – 92,9; Финляндия – 87,8; США – 88,8; Республика Корея – 99,9; Япония – 96,2;
- доступ к широкополосному интернету в организациях: Россия – 82; Германия – 95; Финляндия – 100; Корея – 99; Япония – 91;
- использование интернета населением: Россия – 29; Германия – 75; Финляндия – 71; США – 57; Республика Корея – 58; Япония – 48. В частности:
 - использование для заказов товаров (услуг): Россия – 29; Германия – 75; Финляндия – 71; США – 57; Республика Корея – 58; Япония – 48;
 - для осуществления финансовых операций: Россия – 31; Германия – 62; Финляндия – 93; США – 69; Республика Корея – 66; Япония – 16;
 - наличие веб-сайта в организациях, % от общего числа организаций предпринимательского сектора: Россия – 44; Германия – 87; Финляндия – 96;
 - валовая добавленная стоимость в ИКТ-секторе, % ВВП: Россия – 2,7; Германия – 5,04; Финляндия – 6,9; США – 6,04; Республика Корея – 10,35; Япония – 5,96;
 - экспорт ИКТ-товаров и услуг в 2016 году: Россия – 0,9; Германия – 0,9; США – 17,3; Республика Корея – 8,3; Япония – 4,5;
 - специалисты по ИКТ, % от общей численности занятых, 2017 год:
 - а) высшего уровня квалификации: Россия – 1,2; Германия – 1,8; Финляндия – 3,4;
 - б) среднего уровня квалификации: Россия – 0,3; Германия – 0,6; Финляндия – 0,9; США – 0,6 [3, с. 32].

Сравнительные данные свидетельствуют о том, что между Россией и Беларусью, с одной стороны, и странами – лидерами по внедрению ИКТ, с другой, существует разрыв, однако по некоторым позициям они не уступают странам-лидерам в сфере развития ИКТ. Поэтому, как отмечают многие аналитики, Россия и Беларусь относятся к странам с большими возможностями и перспективами, что позволяет им развиваться более высокими темпами, нежели западным странам.

Цифровой капитал

В отличие от цифрового разрыва исследования цифрового неравенства в экономике концентрируются на состоянии человеческого капитала (и цифрового в частности) предпринимателей, бизнес-сообществ, социальных групп и организаций. Под цифровым капиталом подразумевается интегральная совокупность доступа пользователей к цифровым технологиям и умение применять их для достижения социальных, профессиональных и личных целей. Цифровой капитал рассматривается как своего рода интегральный капитал, объединяющий овладение тремя уровнями цифрового неравенства: доступ к технологиям, цифровые навыки и компетенции, социально-экономические преимущества использования цифровых технологий.

Учитывая важную роль, которую играют электронные социальные сети в организации бизнеса, можно предположить, что обладающие лучшим цифровым капиталом предприниматели будут иметь преимущество над своими менее ориентирующимися в области цифровых инструментов коллегами. Цифровые технологии используются в предпринимательской деятельности для привлечения ресурсов, поиска информации, профессиональных контактов. Так, фирмы, использующие интернет для поиска потенциальных партнеров, более успешны, а умение пользоваться краудфандинговыми платформами позволяет начинающим предпринимателям быстро находить ресурсы для дальнейшего развития. Самое главное – за счет использования ИКТ происходит снижение транзакционных издержек, снижение роли фактора удаленности, ускорение оборота товаров, доступность рынков. На первый план в развитии фирмы выходят такие факторы, как человеческий капитал, способность к созданию инноваций, гибкость организационной структуры, скорость перестроения бизнес-процессов и др. Однако, как показали результаты опроса KMDA (организация специализируется в сфере цифрового консалтинга и стратегии бизнес-трансформации), направленного на изучение уровней развития цифровой инфраструктуры бизнес-компаний в России, 83 % их них находятся на первой-второй (низших) стадиях. (Стадий овладения ИКТ – пять: по восходящему принципу – от низшего в высшему.) При этом малый бизнес не спешит внедрять системы ИКТ. Для большинства компаний третий уровень цифровизации даст необходимые преимущества,



На XXVII Международном форуме по информационно-коммуникационным технологиям «ТИБО» в Минске. 2021 год

чтобы успешно вести бизнес. Но чтобы перейти на четвертый и пятый уровни, недостаточно лишь подготовить ИКТ-стратегию, необходимо заложить в ней продвинутые инструменты автоматизации: предикативную самокоррекцию и открытые интерфейсы [4].

Как показали данные социологических исследований малого и среднего предпринимательства, проведенных в 2017, 2018, 2019 и 2020 годах сотрудниками Института экономики НАН Беларуси под руководством автора статьи, белорусский малый бизнес не спешит внедрять системы цифровизации в должной мере, хотя достаточно серьезно страдает от отсутствия информации в процессе ведения бизнеса [5, с. 63–90].

В частности, эта проблема возникает при необходимости снижать транзакционные издержки в том случае, когда в процессе обмена у партнеров отсутствует информация о предметах обмена. Так как в основе всех транзакционных издержек лежит отсутствие нужной информации, то для снижения затрат и ее приобретения предпринимателям необходимо осуществлять разнообразные виды деятельности. К таким видам деятельности относятся:

- поиск информации о ценах и качестве товаров (издержки поиска информации);
- поиск покупателей или продавцов, информации об их поведении и материальном положении (издержки измерения);
- заключение контрактов, торги для выяснения подлинных позиций и интересов покупателей и продавцов (издержки заключения хозяйственного договора (контракта);
- контроль за выполнением контрактов в соответствии с оговоренными условиями;
- взыскание убытков в случае недобросовестного выполнения контрактов (издержки оппортунистического поведения);
- защита прав собственности от любых посягательств третьих сторон (контрагентов, государства, криминала и др.).

Если проанализировать доступность информации, в которой нуждаются предприниматели, то становятся очевидными проблемы с ее обеспечением. Данные социологических опросов свидетельствуют о низких оценках респондентами достоверности и полноты информации, предоставляемой любыми официальными источниками. Поэтому предприниматели высоко оценивают только собственные источники информации, а также информацию от партнеров по бизнесу и специализированных материалов.

В частности, как показал социологический опрос 2017 года, каждый седьмой белорусский предприниматель (13,6 % респондентов) довольно часто сталкивается со случаями, когда у него отсутствует информация о партнерах и их бизнесе. Например, когда их контрагенты завышают стоимость предметов обмена, о действительных затратах на которые не знает сам респондент (22 % ответили, что иногда завышают стоимость; 3,4 % – никогда; а 61 % – вообще не знают, завышают или нет). Такого рода издержки негативно влияют на развитие бизнеса.

В результате анализа социологами был установлен ряд причин данного явления:

- малому и среднему бизнесу хватает тех информационных ресурсов, которых много на рынке (в печатных справочниках и других СМИ, ТВ, интернет и др.);
- для малого бизнеса характерен крайний индивидуализм, его представители не доверяют не только сторонним компаниям-провайдерам, но и другим членам предпринимательского сообщества;
- у современных руководителей малого бизнеса, в отличие от 1990-х годов, более низкий уровень образования (зачастую, среднее или среднетехническое), что сказывается на их способности оценивать получаемую информацию;
- получение информации связано с большими материальными издержками;
- информация, по их мнению, не всегда носит надежный и точный характер.

В основу выделения основных социологических показателей цифрового неравенства в бизнес-среде малого и среднего предпринимательства был положен опыт изучения цифрового неравенства мировым научным сообществом. На первом этапе ее изучения исследователи делали акцент на неравномерном доступе граждан к интернету и информационно-коммуникативным технологиям, приводящем к неравному доступу к онлайн-сервисам, информации и знаниям.

На втором этапе объектом изучения выступила проблема навыков пользователей: технологические, информационно-аналитические навыки, личная осведомленность, мотивация пользователей и готовность к постоянному переобучению.

На третьем этапе исследования цифрового неравенства стало ясно, что даже при схожем уровне доступа к технологиям и цифровых навыков социальные и экономические преимущества, которые пользователи получают, могут

существенно различаться. Под социально-экономическими преимуществами понимаются профессиональная успешность предпринимателя, более высокий доход и статус в обществе, новые возможности для самореализации и т. п. Поэтому на третьем этапе исследования в работах ученых вектор интереса смещается с технологической проблемы доступа к ИКТ на более сложные вопросы: цифровую включенность предпринимателей, цифровой капитал как форму человеческого капитала с учетом национальной и региональной специфики страны. Соответственно социологическими показателями цифрового неравенства, в частности цифровой включенности представителей малого и среднего бизнеса, в исследовании выступили цифровой доступ, цифровые навыки и цифровая вовлеченность, совокупность которых свидетельствует об уровне цифрового капитала конкретных индивидуумов и групп пользователей.

В используемой методике измерения уровня цифрового неравенства были учтены индикаторы таких показателей, как цифровой доступ, цифровые навыки, цифровая вовлеченность и социально-экономические преимущества от цифровизации. Ими явились следующие:

- человеческий и цифровой капитал (образование, знания, цифровая активность, вовлеченность и др.);
- государственная политика (влияние мировых процессов и национальное регулирование, информационная и медиаполитика, возможности государственно-частного партнерства);
- политическая среда (право на доступ к ИКТ, открытость органов государственного управления, культура гражданского участия в цифровой среде);
- цифровая включенность пользователей (доступность цифровой инфраструктуры, создание материальных возможностей для формирования цифровых навыков, преодоление трех уровней цифрового неравенства);
- цифровая медиакультура (цифровая и медиаграмотность, информационная безопасность, осознанность и ответственность нахождения в цифровой среде, мотивация и вовлеченность пользователей в процессы коммуникации, этика).

Все эти показатели и их индикаторы отражают социальную жизнь и механизмы предпринимательской деятельности, которые предполагается учитывать при дальнейшем изучении цифрового неравенства в бизнес-среде.

Минимизация цифрового неравенства

В целях устранения основных причин, мешающих малому и среднему бизнесу включаться в процессы цифровизации, и, соответственно, минимизации цифрового неравенства в цифровой среде, нами рассмотрен такой вариант повышения цифровой компетентности и включенности в ИКТ, как межфирменная кооперация. Обычно под ней подразумевают развитие таких новых организационных форм, как сети, сообщества, альянсы, виртуальные фирмы и другие виды координации деятельности, занимающие промежуточное положение между рынком и предприятиями.

В частности, для повышения возможностей разных субъектов хозяйствования на информационном рынке предлагается использовать два варианта:

- укрупнение субъектов малого и среднего бизнеса посредством создания новых форм профессиональной кооперации, способных выступать консолидированным субъектом в информационном поле;
- создание по отраслевому признаку общих информационных площадок предприятий как Беларуси, так и Союзного государства, а возможно и стран Евразийского пространства, позволяющих не только крупному, но и малому и среднему бизнесу выступать равноправными партнерами на информационном рынке.

В этой связи были проанализированы основные организационные формы решения проблемы минимизации цифрового неравенства среди крупных, малых и средних предприятий. Для крупных – это стратегические альянсы, кластеры и использование аутсорсинга. Вступление в альянсы позволяет компаниям объединять различные ресурсы, эффективно использовать разделение труда, получать доступ к новым знаниям и технологиям. Аутсорсинг является способом повышения эффективности деятельности предприятий за счет передачи непрофильных функций внешним организациям, обладающим необходимым опытом, знаниями и ресурсами. Эта форма кооперации широко используется для выполнения таких услуг, как бухгалтер, маркетинг, логистика, а также для некоторых производственных функций. Представляет интерес и создание кластеров. Кластеры – это территориально близкие группы взаимосвязанных компаний, специализированных поставщиков, фирм в родственных отраслях, а также связанных с их деятельностью организаций университетов, агентств по стандартизации, торговых объединений т. п. в определенных областях, конкурирующих между собой, но при этом ведущих совместную работу.

Взаимодействие фирм внутри кластера представляет собой сочетание конкуренции и кооперации. В качестве примера эффективного баланса кооперации и конкуренции можно привести кластер, специализирующийся на изготовлении одежды в одной из провинций Италии. В регионе работает большое число малых фирм по пошиву одежды. При этом если внутри региона эти фирмы конкурируют между собой в борьбе за потребителя, то на внешнем рынке кооперируются, создавая общий бренд. В данном случае их главными конкурентами на рынке являются мировые бренды, охватывающие львиную долю потребителей. Эффективность и конкурентоспособность кластера обеспечивается большим количеством инновационных малых и средних предприятий, действующих в данной провинции.

Необходимо сказать, что в Беларуси уже несколько лет предприятиями используются разные формы экономической кооперации и сотрудничества. Более того, государством предусмотрены меры по активизации предприятий в использовании данных форм экономического сотрудничества. Однако, как показали опросы, проведенные социологами Института экономики НАН Беларуси, лишь малая часть предприятий малого и среднего бизнеса включилась в освоение новых организационных форм экономической деятельности [5]. В этой связи нами предлагается использование наиболее доступной и понятной формы кооперации сотрудничества, способной создать условия для включения малого и среднего предпринимательства в цифровую среду и получения от использования ИКТ значительных преимуществ – профессиональные производственные ассоциации.

Данные ассоциации представляют собой договорные объединения малых и средних предприятий и организаций, создаваемые для совместного выполнения однородных функций и координации общей деятельности. Ассоциации существуют десятки (и даже сотни) лет и относятся к одной из самых древних форм объединения малых предприятий – гильдиям. В современном понимании ассоциация (гильдия) – это некоммерческое партнерское объединение, либо созданное на добровольной основе и поддерживаемое членами гильдии объединение предпринимателей. Представляя малый и средний бизнес, гильдия ведет диалог с государственными органами по вопросам налоговой политики и законопроектов, затрагивающих интересы предпринимательской среды данной отрасли. Социологические исследования показали, что как в России, так и в Беларуси значимой проблемой является отсутствие взаимного доверия между предпринимателями. Многие из них часто нарушают обязательства в отношениях со своими контрагентами, поэтому поиск партнера на рынке часто становится проблемой для бизнеса. В связи с этим тратятся значительные ресурсы на проверку порядочности и добросовестности контрагентов, а также на защиту от мошенничества. Участие в гильдии формирует среди предпринимателей доверительные отношения как друг к другу, так и к властным структурам и обществу в целом. В России и Беларуси уже существуют такого рода профессиональные ассоциации (гильдии). В Беларуси это гильдии керамистов, поваров и шеф-поваров, маркетологов, мастеров и ремесленников, печников и др. В России гильдий разных профессий более сотни.

В Уставах почти всех современных профессиональных ассоциаций (гильдий) записаны механизмы специализации, сотрудничества и конкуренции. Эти механизмы экономии денег, труда, времени и углубления специализации могут повысить возможности каждого члена гильдии. Объединение финансовых ресурсов фирм дает им такие дополнительные возможности, как:

- приобретение в общее пользование информационных баз, программных комплексов, приборов и оборудования;
- проведение совместных маркетинговых исследований;
- для обеспечения делового общения используются лекции, мероприятия, семинары, практические занятия, деловые игры, мозговые штурмы. В этом направлении целью деятельности гильдий является содействие обмену знаниями и опытом по темам, представляющим интерес для его членов.

В конечном счете, основной целью таких ассоциаций (гильдий) является помощь в развитии бизнеса предпринимателей. Гильдия предоставляет площадку, на которой предприниматели могут устанавливать партнерские отношения, будучи уверенными в порядочности контрагентов, что поможет решить проблему недоверия и опасений в поиске надежных партнеров, повысить уровень включенности в цифровизацию и системы ИКТ. Это, несомненно, сможет дать серьезный импульс для эффективного и безопасного развития малого и среднего бизнеса в Беларуси.

Хотелось бы обратить внимание на необходимость создания интернет-платформ, ориентированных, в основном, на крупные предприятия – смежников, как внутри Беларуси, так и на уровне Союзного государства. Основано данное предложение на обобщении опыта стихийных коопераций на постсоветском пространстве, а также необходимости эффективной связи между компаниями в рамках цифрового пространства. С помощью цифровых платформ здесь осуществляется связь между потребителями и поставщиками разного рода товаров, услуг и информации. Возможность

использования такой формы кооперации, как интернет-площадки для госкорпораций Беларуси, специально изучал белорусский ученый В. Демиров. По его словам, платформа представляет собой структурированное виртуальное пространство (сеть), в котором происходит не только заказ товаров или услуг, но и более эффективно и с низкими издержками используются ресурсы. Создаются платформы вокруг какого-либо отраслевого экономического процесса, обеспечивая взаимодействие потребителей и поставщиков. В качестве примера можно привести платформы сдачи-аренды квартир (Airbnb), арендаторов и владельцев автомобилей (каршеринг), пользователей такси и таксистов (Яндекс) и др. По мнению В. Демирова, платформы являются базовым фактором трансформации экономических отношений и улучшения эффективности предприятий: они позволяют планировать ресурсы предприятий, а пользователям (холдингам и компаниям, входящим в экономический контур корпораций) предоставлять удаленный доступ к интерфейсу системы и работы с ней. При этом планирование и оптимизация ресурсов в рамках всего экономического контура корпораций осуществляется на основе доступа к данным об основных производственных фондах, финансовых показателях, человеческих ресурсах и компетенциях компаний, хранимых в зашифрованном виде на стороне сервис-провайдера [6, с. 62–63].

Таким образом, совершенно очевидно, что стремительное развитие процессов глобализации неизбежно приводит к обострению конкуренции в социально-экономической сфере, одним из проявлений чего является цифровое неравенство и его форма – цифровой разрыв. Значимым фактором смягчения этого процесса и минимизации цифрового неравенства являются новые способы организации и межфирменной кооперации, овладения информацией на основе использования средств ИКТ. Ответом на вызовы времени стали новые организационные формы деятельности экономических субъектов. В Беларуси для крупных предприятий с успехом используются такие формы кооперации, как альянсы, аутсорсинг, кластеры и в последнее время – интернет-платформы. Малый и средний бизнес пока с осторожностью относится к новым, предложенным государством формам межфирменного сотрудничества (например, кластерам), что выражается в незначительной степени их использования. На наш взгляд, начинать нужно с более простых и понятных способов кооперации. Наиболее оптимальной формой сотрудничества и кооперации являются профессиональные производственные ассоциации (гильдии), способные решить многие проблемы с программным обеспечением и доступом к современным информационным технологиям, с повышением цифрового капитала предпринимателей, участием в диалоге с властью в процессе выработки экономических новаций, а также уровнем доверия не только к контрагентам, но и государству.

Статья поступила в редакцию 14.03.2022 г.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Титаренко, Л.Г. Цифровая трансформация трудовой сферы: сравнительный анализ показателей России и Беларуси / Л.Г. Титаренко, Р.В. Карапетян // Журнал Белорусского государственного университета. Социология. – 2021. – № 1. – С. 52–69.
2. Стома, Н. Оценка развития цифровизации Республики Беларусь: анализ позиций в мировых рейтингах / Н. Стома // Банкаўскі веснік. – 2020. – № 12 (689). – С. 52–61.
3. Сафиуллин, А.Р. Цифровое неравенство: Россия и страны мира в условиях четвертой промышленной революции / А.Р. Сафиуллин, О.А. Моисеева // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. – 2019. – Т. 12, № 6. – С. 26–37.
4. Пять уровней цифровизации бизнеса: как в России стать компанией будущего [Электронный ресурс] // РБК. Тренды. – Режим доступа: <https://trends.rbc.ru/trends/innovation/60b4cb349a79473d14ea025f>. – Дата доступа: 10.04.2022.
5. Смирнова, Р.А. Развитие предпринимательства и факторы деловой активности в Беларуси (социологический анализ) / Р.А. Смирнова [и др.]. – Минск: Белорусская наука, 2021. – 210 с.
6. Демиров, В. Развитие госкорпораций Беларуси в контексте процессов цифровой трансформации экономики // Белорусская думка. – 2021. – № 6. – С. 58–65.