

хозяйственных практик фокус внимания организации распространился и на торговлю услугами, и на проблемы защиты интеллектуальной собственности. Основными переговорными направлениями повестки дня 12-й Министерской конференции ВТО в 2020 году станут вопросы реформирования ВТО, новые глобальные правила в области регулирования услуг, содействия инвестициям и электронной торговле, субсидии рыболовству. В интересы ВТО попадают проблемы инвестиций, занятости и даже гендерные вопросы. Среди 17 последних исследований ВТО (working papers) 4 связаны с гендерными проблемами, 3 – с проблемами трудовых и инвестиционных потоков [6]. Цифровизация мировой экономики требует дополнения регулирования торговых отношений сферой электронной торговли и функционирования торговых платформ. В случае включения каких-либо аспектов в официальную повестку дня любая из стран, вошедших в Рабочую группу по присоединению Беларуси, даже уже подписавших двусторонние протоколы, вправе вернуться к новому обсуждению, что затянет процесс вступления.

Не ко времени оказалось и обострение отношений с основным торговым партнером – Россией. Несколько раундов переговоров в последние месяцы не привели ни к однозначному решению по цене поставок нефти, ни к снижению цены на газ, что сохраняет неравенство условий функционирования субъектов хозяйствования внутри ЕАЭС. Подобная ситуация подтверждает несоответствие названия интеграционного объединения (предусматривающего экономико-валютный союз) его содержанию (стадии Общего рынка, на котором продолжается процесс устранения барьеров) [3].

Несомненным плюсом 2020 года на пути вступления в ВТО является заявление Министерства торговли США о начале процедуры изменения статуса Беларуси на «страну с нерыночной экономикой», результаты которой могут быть достигнуты к ноябрю.

**Заключение.** В условиях нахождения в ВТО всех партнеров Беларуси по ЕАЭС скорейшее присоединение Беларуси к этой международной организации не имеет альтернативы. Для достижения данной цели требуется сочетание сохранения переговорной активности последних лет, осторожности и всяческой поддержки процесса внутри страны. Кроме того, правительству следует готовиться к деятельности страны в качестве участника ВТО (юридическая, координационная работа, разработка косвенных инструментов поддержки защищенных отраслей).

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Данильченко, А.В. Формирование единой внешнеторговой политики регионального интеграционного объединения / А.В.Данильченко, Е.А.Семак, К.В.Якушенко // Белорусский экономический журнал. – 2019. - № 4. – с. 139 – 149.
2. Киреенко, Н.В. Диверсификация государственной поддержки сельского хозяйства Беларуси с учетом международных требований и обязательств / Н.В.Киреенко, И.А.Казакевич // Белорусский экономический журнал. – 2018. - № 4. – с. 65 – 76.
3. Ожигина, В.В. Общий рынок Евразийского экономического союза: этапы и направления формирования / В.В.Ожигина, Ю.В.Чайковская // Oikonomus. – 2019. - № 3. – с. 73 – 86.
4. Тарасевич, С.Б. Республика Беларусь и современный этап взаимодействия стран в торговой системе ВТО / С.Б.Тарасевич // Социально-экономическое развитие организаций и регионов Беларуси: эффективность и инновации. Витебск: ВГТУ, 2018. – с. 172 – 174.
5. Турбан, Г.В. Возрастающая роль сертификации в регулировании международной торговли / Г.В. Турбан // Белорусский экономический журнал. – 2019. - № 4. – с. 117 – 125.
6. WTO working papers [Electronic resource]. Mode of assess: [https://www.wto.org/english/res\\_e/reser\\_e/wpaps\\_e.htm](https://www.wto.org/english/res_e/reser_e/wpaps_e.htm). – Date of assess: 10.02.2019.

УДК 338.2

### СОЗДАНИЕ ДОБАВЛЕННОЙ СТОИМОСТИ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

*канд. экон. наук А.А. Козан, ФММП БНТУ, г.Минск*

*Резюме – во всем мире активно происходят процессы цифровизации экономики, что позволяет экономическим субъектам получать дополнительные преимущества в виде снижения транзакционных издержек и доступа к большим объемам информации. В статье исследуются возможности, имеющиеся у Республики Беларусь для того, чтобы активно включиться в мировые процессы цифровизации бизнес-моделей.*

*Ключевые слова: цифровая экономика, цифровые платформы, создание стоимости, добавленная стоимость*

**Введение.** Традиционно создание стоимости в экономике неразрывно связано с производством товаров и услуг и их реализацией. Именно продуктовая трансформация сырья в товары и услуги создает богатство, которое обеспечивает положительную динамику экономического роста, благосостояние общества, дальнейший научно-технический прогресс. В этом контексте основными субъектами экономики являются производители, потребители и государство, а основной целью является производство товаров и услуг. Производство основано на использовании различных ресурсов, таких как труд, капитал и земля.

В новых бизнес-моделях цифровой экономики акцент смещается с физической формы ресурсов и результатов хозяйственной деятельности к информационной (виртуальной). Всё большее влияние на создание добавленной стоимости оказывает владение цифровыми платформами и способность к монетизации цифровых данных.

Цифровые платформы являются главными действующими лицами в такой экономике, а цифровые данные стали ключевым ресурсом в экономических процессах, которые создают добавленную стоимость. Учитывая, что цифровая экономика только начинает формироваться в большинстве стран, в том числе в Республике Беларусь, важно определить пути, с помощью которых организации могут создавать ценность, и предусмотреть превентивные меры устранения возможных рисков. Это позволит понять потенциальные возможности создания и управления добавленной стоимостью.

**Основная часть.** Процесс создания стоимости из цифровых данных проходит несколько этапов (рисунок 1).



Рисунок 1 – Процесс создания стоимости в цифровой экономике

Источник: разработка автора на основании [1].

Создание стоимости в цифровой экономике возможно только с использованием цифровых платформ. Некоторые из них могут предоставлять свои продукты и услуги «бесплатно» для клиентов, при этом извлекая для себя косвенные выгоды. Все транзакции создают дополнительную ценность для владельцев платформы, поскольку пользователи и потребители предоставляют им различные аспекты своих персональных данных, такие как местоположение, предпочтения, отношения и личное поведение. Дальнейшая задача владельца платформы – создать стоимость из этих данных, для чего необходимо преобразовать данные в цифровой интеллект и монетизировать его посредством коммерческого использования.

Можно выделить четыре основных типа монетизации данных посредством цифровых платформ: реклама, электронная коммерция, продуктовые и облачные платформы [1].

1) Рекламные платформы включают такие компании, как Facebook и Google, которые в значительной степени зависят от доходов от рекламы. Например, на рекламу приходится более 80% общих доходов Twitter и Google и почти 100% доходов Facebook и Snapchat. Эти платформы имеют сильный стимул для извлечения и хранения персональных данных, которые являются ключевыми для их целевого рекламного бизнеса. Такой бизнес-модели всегда сопутствует проблема конфиденциальности данных.

2) Платформы электронной коммерции представляют собой онлайн-рынки с более низкими транзакционными издержками для покупателей и продавцов. Примерами являются Amazon, Alibaba и eBay. Такие платформы не владеют непосредственно физическими активами (товарами или услугами), получают доход от предоставления посреднических функций. Uber – это пример, когда традиционное владение активами (например, такси) не является основной частью бизнеса. Цифровые рынки часто приносят доход в виде комиссионного вознаграждения за каждую транзакцию, размер которого может варьироваться на разных рынках (таблица 1). Apple, например, берет 30-процентную комиссию с каждой продажи приложений.

3) Товарные платформы нацелены на то, чтобы взять традиционный товар и превратить его в арендуемую услугу. Mobike, например, взял стандартную покупку велосипеда и превратил его в арендуемую услугу обмена велосипедами. Это позволяет компании сохранять контроль над данными, полученными в результате использования продуктов. С ростом IoT такой бизнес будет становиться все более полезным.

4) Облачные платформы включают такие компании, как AlibabaCloud, AmazonWebServices AWS, GoogleCloudPlatform и MicrosoftAzure, бизнес-модели которых заключаются в сдаче облачных сервисов в аренду (AmazonWebServices, Tencent, MyJohnDeere). Они предоставляют в качестве услуги различные аппаратные средства, программное обеспечение и средства разработки, необходимые для управления данными. Существуют также специализированные платформы в производстве (например, Predix от GeneralElectric или MindSphere от Siemens) и в сельском хозяйстве (например, FieldView от Monsanto и MyJohnDeere от JohnDeere). Для компаний по всему миру облачные вычисления обещают более дешевые, безопасные, простые и гибкие услуги по сравнению с локальными информационными технологиями. В результате облачные платформы обеспечивают базовую инфраструктуру для глобальной экономики XXI века.

В Республике Беларусь объем производства продукции (работ, услуг) в ИКТ-секторе составил в 2018 году 8 576,8 млн.руб., увеличившись по сравнению с предыдущим годом на 18,57% [2]. При этом доля добавленной стоимости в выручке ИКТ-организаций с каждым годом увеличивается и составила в 2018 году чуть менее 80%. Основная доля доходов приходится на разработку программного обеспечения и создание цифрового контента, что соответствует общемировым трендам в этой области. Тем не менее, и по другим направлениям создания стоимости в цифровой экономике у белорусских организаций есть успехи.

Таблица 1 – Комиссионное вознаграждение, взимаемое глобальными платформами электронной коммерции

Компания	Вид деятельности	Размер вознаграждения
Amazon Marketplace	Онлайн торговля	Зависит от типа продукта. В среднем – 15% от стоимости товара
eBay	Онлайн торговля	Окончательная стоимость комиссионных от 2 до 12 процентов в зависимости от продукта (плюс дополнительная плата)
AliExpress	Торговая онлайн площадка, представляющая китайских и азиатских продавцов товаров	Зависит от типа продукта. Например, для обуви – 5%, для одежды – 8%.
Booking.com	Онлайн услуги для путешественников	Размер комиссии варьируется в зависимости от страны, типа недвижимости и местоположения и колеблется от 10 до 25 процентов
iTunes Store	Онлайн площадка для торговли музыкальным и прочим цифровым медиаконтентом	В среднем – 30%
Uber	Цифровая платформа, предоставляющая услуги аренды автомобилей и велосипедов, услуги такси, доставки продуктов и прочее	Uber взимает с партнеров 25-процентную плату за все услуги. Эта плата покрывает использование программного обеспечения Uber, сбор и перевод оплаты, комиссий банка и прочих издержек
Airbnb	Онлайн площадка для сдачи в аренду жилья физическими лицами	От 3 до 20%

Источник: разработка на основании [1].

Так, по оценкам экспертов Ассоциации интерактивной рекламы (IAB Belarus), затраты на медийную онлайн-рекламу за первое полугодие 2019 года составили \$8,10 млн с учетом НДС, что на 17% больше, чем в 1 полугодии 2018 года (\$6,9 млн). В 2018, по оценкам IAB Belarus, затраты на медийную онлайн-рекламу составили \$15,2 млн с учетом НДС, что на 18% больше, чем в 2017-м [3]. Платформы электронной коммерции представлены в Беларуси в форме бизнес-моделей маркетплейса: торговая площадка берет ежемесячную оплату (абонентскую плату) за размещение товаров интернет-магазина в рубриках. Также возможна оплата за переходы (клики) на сайт продавца. Средняя цена размещения на этих порталах составляет 10-30 у.е. за одну категорию товаров. Товарные платформы в Республике Беларусь также демонстрируют положительную динамику, увеличивая объемы транзакций и разнообразие предоставляемых услуг. Наиболее популярными в настоящее время являются аренда автомобилей [rentcar.by](http://rentcar.by), автомобилей с водителем [online-taxi.byarenda](http://online-taxi.byarenda), детских товаров [aictenok.by](http://aictenok.by), велосипедов КОЛОВИКЕ.

Что касается облачных платформ, в Беларуси сегодня работает несколько десятков дата-центров, но лишь немногие из них имеют мощность от мегаватта и выше. Одним из крупнейших комплексов Беларуси является Республиканский центр обработки данных, созданный компанией beCloud. На базе дата-центра развернута Республиканская облачная платформа beCloud для предоставления доступа к облачным сервисам всем государственным органам, а также коммерческим компаниям.

Модели обслуживания облачной платформы beCloud: CloudSoftwareas a Service (SaaS) – облачное программное обеспечение как услуга; DataCenteras a Service (DCaaS) – размещение серверного оборудования как услуга; Platformas a service (PaaS) – платформа как услуга; CloudInfrastructureas a Service (IaaS) – облачная инфраструктура как услуга; Desktopas a service (DaaS) – услуга по предоставлению удаленного рабочего места; Privatecloud – Частное облако; Backupas a service (BaaS) – резервное копирование как услуга [5]. На сегодняшний день в Беларуси более 400 государственных органов перенесли информационные системы на Республиканскую платформу, созданную на основе облачных вычислений.

**Заключение.** Использование цифровых технологий позволяет получить преимущества как в виде сокращения издержек на совершение сделок, выход на новые рынки, так и в форме информации о контрагентах, которая позволяет оптимизировать бизнес-процессы предприятия. Риски в этой сфере связаны с тем, что субъекты, захватившие первенство в использовании цифровых технологий, создают существенные барьеры для появления новых конкурентов и контролируют участников цифровых бизнес-процессов. В связи с этим необходимо активно включаться в мировые процессы дигитализации экономики, пока остается возможность получать от этого дополнительные дивиденды.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Digital Economy Report 2019: Value creation and capture: Implications for Developing Countries [электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://unctad.org/en/pages/PublicationWebflyer.aspx?publicationid=2466>. – United Nations, 2019.
2. Информационное общество в Республике Беларусь: статистический сборник. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/fac/facac4a309c011aab5f9ed856bd3da49.pdf>. – Минск, 2019.
3. Затраты рекламодателей в Байнете на медийную интернет-рекламу за первое полугодие выросли на 17% [электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ratingbynet.by/zatraty-reklamodateley-v-baynete-na-mediynuyu-internet-reklamu-za-pervoe-polugodie-vyrosli-na-17/>. – Минск, 2020.

4. Маркетплейсы Беларуси: топ-10 торговых площадок для продажи товаров [электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://marketer.by/2019/06/24/marketplejsy-belarusi-internet-magazin-prodat-tovar/>. – Минск, 2020.

5. О компании becloud[электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://becloud.by/media-center/news/colocation-razvitiye-lyubogo-proekta-v-data-tsentre-becloud/>. – Минск, 2020.

УДК 334.722

## ИССЛЕДОВАНИЕ ИНФРАСТРУКТУРЫ ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО БИЗНЕСА В США

*С.А. Кондратьев, канд. экон. наук Г.В. Чумаченко, ЛНУ им. В. Даля, г. Луганск*

*Резюме – в статье исследованы элементы инфраструктуры поддержки малого бизнеса в США, отмечены структуры, ориентированные на финансовую, консалтинговую, информационную поддержку, владельцев малых предприятий, находящихся в неблагоприятном положении. Целью исследования является изучение особенностей инфраструктуры поддержки малого бизнеса в США. В работе использованы методы анализа, сравнения, экономико-статистический. Проведена систематизация различных структур поддержки по их назначению. Обобщены официальные статистические данные Администрации малого бизнеса США. Практическая значимость исследования заключается в возможности применения полученных результатов для содействия развитию малых предприятий, в том числе в слаборазвитых регионах.*

*Ключевые слова: малый бизнес, инфраструктура поддержки, США, предпринимательство.*

**Введение.** В настоящее время сектор малого бизнеса является ведущим элементом и мощной основой для развития хозяйственной системы страны, который несмотря на присущие ему гибкость и адаптивность остается крайне уязвимым в условиях кризисных тенденций, поэтому требует системной и непрерывной работы со стороны инфраструктуры поддержки по формированию благоприятных условий для его развития. Развитию малого бизнеса в США во многом способствует заметная поддержка со стороны инфраструктуры, представленная многочисленными центрами развития предпринимательства, финансово-кредитными организациями, консультационными центрами и т.п., деятельность которой направлена, прежде всего, на формирование благоприятного климата для развития малого бизнеса, повышение его конкурентоспособности, создание кредитно-финансовых инструментов, способствующих развитию предпринимательства [1].

**Основная часть.** Опыт США свидетельствует о том, что одним из ключевых факторов успешного развития малого бизнеса в стране, является инфраструктура поддержки, обеспечивающая эффективное функционирование малого бизнеса. В табл. 1 представлена информация об инфраструктуре поддержки малого бизнеса в США.

В современных условиях поручительские и страховые организации, а также их агентства играют важную роль в инфраструктуре поддержке малого бизнеса в США, т.к. могут предоставить государственные гарантии по выплате части кредита (в пределах от 40 до 90 %) от суммы займа для страхового обеспечения контрактов малым предприятиям, которые не могут получить такого обеспечения по обычным коммерческим каналам. Сумма портфеля государственных гарантий по кредитованию в 2019 г. составила 7,1 млрд долл., что в свою очередь поддержало 33 000 рабочих мест [2]. Что касается опыта венчурного финансирования малого бизнеса в США, то в его основе лежит создание сети частных инвестиционных компаний малого бизнеса (SmallBusinessInvestmentCompany – SBIC), которые используя собственный и привлеченный капитал под государственные гарантии по выплате займов, осуществляют инвестиции в малый бизнес. По данным источника [2] в 2019 г. SBIC предоставили заемный капитал на сумму 5,5 млрд долл. (с гарантией по выплате займов в размере 2,1 млрд долл.) 1 130 малым предприятиям, которые трудоустроили 115 000 работников.

Таблица 1 - Инфраструктура поддержки малого бизнеса в США

Название структуры	Информация о структуре
Уполномоченные кредитно-финансовые учреждения	6 кредитных гарантийных центров
	384 инвестиционных компаний малого бизнеса (SBIC)
Кластеры	14 региональных инновационных кластеров
Бизнес-инкубаторы и технопарки	Расположены во всех штатах, крупных городах, промышленных и научных центрах
Консультационные центры	331 корпус консультантов из числа бывших топ-менеджеров (SCORE)
	Центр обучения
Центры развития предпринимательства	863 центра развития малого бизнеса (SBDC)
Социально-ориентированные центры предпринимательства	120 женских бизнес-центров (WBC)
	22 бизнес-центра ветеранов (VBOC)
Информационная поддержка	PRO-Net
	Торговая миссия онлайн (TMOonline)
	TECH-Net
	Сеть поиска добровольных инвесторов (ACN)
Центры поддержки экспорта	111 центров поддержки экспорта (USEAC)
Структура общественной поддержки и защиты интересов малого бизнеса	Офис адвокатуры

Источник: разработано автором на основе данных [2, 3].