

Выделим преимущества работы на электронных торговых площадках для экспортеров и импортеров:

- Прозрачность и открытость процесса торгов, исключая работу недобросовестных сотрудников со «своими» фирмами-поставщиками и неценовые методы ведения конкурентной борьбы, а также наличие равных возможностей у всех участников конкурсных торгов.
- Отсутствие необходимости офлайн-присутствия представителей экспортера и импортера, когда мобильное участие в торгах доступно из любой точки мира.
- Возможность участия для представителей любого бизнеса – цена, условия оферты или лота ничем не ограничены.
- Сокращение транзакционных издержек по сравнению с экспортом по схемам традиционной торговли.

В данном аспекте, очевидно, что сетевые торговые площадки дают возможность значительно упростить проведение операций на всех этапах, сделать торговлю более оперативной и прозрачной. Часто, в таких случаях представитель стороны импортера имеет возможность интерактивного контроля процесса выполнения заказа путем работы с базами данных экспортера. Информация о товарах может быть представлена как на сайтах, доступных для всех пользователей в интернете, так и на веб-ресурсах, доступных только для авторизованных пользователей. Примером такого взаимодействия может быть оформление онлайн-заказа местным дилером в личном кабинете, размещенном на сайте регионального представительства или официального дистрибьютора.

Для промышленных предприятий Республики Беларусь предлагается следующий алгоритм формирования модели электронной торговой площадки, включающий этапы:

1. Аудит имеющейся структуры товаропроводящей сети, выделение субъектов (дилеров, агентов, комиссионеров, коммивояжеров, джаберов и т.д.) и организационных форм (опционные торги, рубричные каталоги, участие в специализированных выставках и т.д.).
2. Составление гипотезы о совершенствовании экспортных поставок посредством информационно-коммуникационных технологий развития организационных структур и взаимодействия с субъектами.
3. Выбор реализуемых гипотез о совершенствовании экспортных поставок.
4. Внедрение тестового способа взаимодействия с субъектами или тестовых организационных структур с использованием информационно-коммуникационных технологий.
5. Оценка и сопоставление тестового и регулярного способа экспортных поставок.
6. Внедрение успешных тестов экспортных поставок.

Таким образом, международный бизнес все чаще использует альтернативу физическим точкам продаж в виде открытия электронной платформы и, соответственно, снижения затрат на получение необходимого потока потребителей и расширение рынков сбыта.

Заключение. Электронная коммерция является важнейшей формой сетевой экономики, которая определяет содержание перехода мировой экономики к новому этапу – циклу цифрового экономического развития. Присущие ей институциональные особенности обуславливают не только трансформацию концепций маркетинга и экспорта, но и всего процесса товародвижения в глобальном экономическом пространстве.

ЛИТЕРАТУРА

1. Абдикеев, Н. М. Интернет-технологии в экономике знаний. – М.: Инфра-М, 2014. – 448 с.
2. Внешнеэкономическая стратегия Республики Беларусь: теоретические и практические аспекты / А.Е. Дайнеко [и др.]; науч. ред. А.Е. Дайнеко, Т.С. Вертинская. – Минск: Беларуская навука, 2016. – 302 с.
3. Гаврилов, Л. П. Информационные технологии в коммерции. – М.: Инфра-М, 2013. – 238 с.
4. Глубокий, С.В. Товаропроводящая сеть предприятия: эффективные решения по организации, маркетингу и менеджменту / С.Глубокий. – Минск: Изд-во Гревцова, 2008. – 376 с.
5. Дайнеко А.Е., Абрамчук Н.А., Береснев Д.В. Научные основы диверсификации экспорта товаров Республики Беларусь // Доклады НАН Беларуси. – Минск, 2016. – Т. 60. – №1 – С.116-123.
6. Федотова, Е. Л. Информационные технологии и системы. – М.: Форум; Инфра-М, 2013. – 352 с.

УДК 658

ПРОЕКТИРОВАНИЕ БУДУЩЕГО: НОВЫЕ РИСКИ, ПЕРСПЕКТИВНЫЕ БИЗНЕС-МОДЕЛИ, СТРАТЕГИИ ИНТЕЛЛЕКТУАЛИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

д-р. экон. наук, профессор Л.Н. Нехорошева, БГЭУ, г. Минск

«Темп перемен в мире бизнеса растет. Топ менеджерам необходимо подготовить свои организации к процветанию в мире, где режим «изменения» всегда включен»

Тью Блумарт, Стефан ван де Брук

Резюме - актуальность исследования обусловлена современным развитием экономики в контексте новых технологических мегатрендов и цифровизации. Цифровая трансформация экономики предполагает формирование и использование новых бизнес-моделей. Цифровые технологии лежат в основе системы управления знаниями, коммерциализации результатов интеллектуальной деятельности. Проведен анализ и

оценка возможности использования современных бизнес-моделей в системе управления интеллектуальным капиталом на предприятиях (организациях) и интеллектуализации экономики в целом.

Ключевые слова: технологические мегатренды, инновации, цифровая экономика, цифровые технологии, технологическое развитие, цифровизация, новые бизнес-модели, человеческий капитал, экономика будущего, Индустрия 4.0, Высокотехнологичная нация, Суперинтеллектуальное общество 5.0; предприятия (организации) в цифровой экономике; интеллектуальные ресурсы и инновационная активность предприятий (организаций); SMM-социальный маркетинг (посредством социальных сетей).

Введение. Технологические мегатренды: новые вызовы и угрозы. Современные технологические мегатренды приносят новые вызовы и угрозы, но и новые возможности для развития экономики. Проведенное нами исследование позволило оценить их потенциальное воздействие на развитие бизнеса, чтобы обосновать возможности *новых бизнес – моделей*, в том числе в контексте цифровой трансформации экономики. Архиважным является видение будущего, разработка новых подходов к обоснованию перспективных направлений развития экономики.

Проведенная нами систематизация новых вызовов и угроз в контексте диджитализации экономики (Digital Revolution) позволила выделить 8 основных групп [1;2]:

I группа: социально-экономические вызовы, связанные с потенциальным сокращением рабочих мест.

Угрозы этой группы могут спровоцировать социальную и экономическую нестабильность.

II группа – это угрозы разрыва в уровнях технологического развития между странами, а также между различными экономическими группами в зависимости от доступа и эффективности использования интеллектуальных ресурсов.

Угрозы этой группы усиливают вероятность реализации негативных тенденций, на которые указано в «Концепции технологической пропасти», т.е.в возможности технологического отставания, которое невозможно преодолеть.

III группа: технологические риски и их последствия.

Угрозы III группы – возможность техногенных катастроф, *неспособность человека всегда лидировать в принятии управленческих решений по сравнению с интеллектуальными системами.*

IV группа: риск не успеть адекватно определить и подготовить (и переподготовить) по специальностям, востребованным новым рынком труда.

Угрозы данной группы – возможность не создания адекватной системы образования

V группа: диджитализация как возможность доступа к личным данным пользователей без их разрешения.

Угрозы данной группы - использование персональных данных человека как угроза его безопасности, возможность лишения приватности

VI группа: экологические угрозы.

Угрозы данной группы требуют создания системы мониторинга происходящих технологических изменений, их влияния на экологию, обеспечения противодействия и защиты от климатических изменений с целью противодействия негативным последствиям.

VII группа угроз- угрозы, связанные с усилением терроризма, сложностью обеспечения конфиденциальности информации; угроза создания новых моделей кибервооружения.

Угрозы данной группы приводят к снижению уровня национальной безопасности страны (группы стран).

Угрозы VIII группы - непредвиденные угрозы («черные лебеди»), вероятность возникновения которых значительно возрастает (например, возникновение и распространение непредвиденных пандемий; экологические катастрофы).

Таким образом, новые вызовы и угрозы требуют формирования новых подходов к принятию стратегических решений, разработке и реализации новых бизнес-моделей.

Бизнес-модели создания новых ценностей

Новые технологические тренды, процессы цифровизации, необходимость противостоять глобальным вызовам и угрозам, превратив их в новые возможности, *изменяют поведение экономических субъектов и приводят к необходимости создания новых бизнес-моделей.*

Прежде всего, следует отметить, *что меняется базовый принцип, который лежит в основе формирования новых бизнес-моделей: не первостепенная ориентация на увеличение прибыли, но создание новых ценностей, важных для потребителя.* Так, цель известной инновационной компании «АДАНИ» (Минск, Беларусь - название компании связано с классом приборов – современные аналитические приборы, (Advanced Analytical Instruments), ее торговые марки – «ADANI», «COMPASS», DRS Universal, DRS Trauma, DRS Thorax, DRS Secure Scan, BO-DYSCAN, UniScan, PulmoScan, PulmoExpress, DRSZoomVision), реализующей свою высокотехнологичную продукцию более, чем в 80 странах, заключается не в том, чтобы *просто произвести продукцию, но решить проблемы клиента. «Успешны лишь те, кто реализует стратегию инноваций, ориентированную на потребителей, но превосходящую их ожидания»* - подчеркивает директор «АДАНИ», доктор технических наук, профессор, известный изобретатель Владимир Николаевич Линев. Особенности организации бизнес-процессов, реализуемых «АДАНИ» - *гибкость*: продукт и рынок создаются одновременно, ориентируясь на формирование ценности для клиента, быстрое гибкое проектирование (*agile product development*), интегрированный маркетинг, что возможно лишь при *ориентации на создание новой бизнес-модели компаний, а не нового продукта.*

Изменение ценностей - основа создания новых бизнес-моделей. Так, например, предпочтение «пользоваться» перед потребностью «владеть» легло в основу развития *экономики совместного потребления – sharing*

экономика, которая реализуется, в том числе как каршеринг, *Uber* – сервис поиска, вызова, оплаты такси; *Zilok* – аренда недвижимости, электроники, инструментов; *Zipkar* – аренда автомобилей на условиях самообслуживания, *Spinlister* – сервис проката, обмена велосипедов для пользователей и др.

Преимуществами данной бизнес-модели являются активное использование цифровых технологий, экономия на затратах, быстрое расширение числа пользователей, что приводит к возможности быстрого роста бизнеса. Так, например, *Uber* за два года увеличил стоимость с \$1, 7 млрд до \$17 млрд, то есть вошел в число экспоненциальных организаций, т.е. организаций, способных молниеносно адаптироваться к новым условиям и развиваться очень динамично.

Развитие цифровизации экономики создает возможности работать в формирующемся виртуальном пространстве. Создается новая экономическая модель – «гигномика» - *gig economy*, которая предполагает свободную занятость (самозанятость - *selfemployment*) профессионалов (фрилансеров – *free-lancers*). Преимущество данной модели: возможность работать в любое удобное время, в любом месте, самому регулировать продолжительность рабочего дня. Активно развивается гибридная самозанятость (*hybrid-solo-self-employed*) - форма получения дополнительного заработка на основе использования своих профессиональных компетенций, что позволяет более эффективно использовать человеческий капитал, обеспечить дополнительную диффузию инноваций, технологический трансфер.

Значительное развитие в условиях цифровой трансформации экономики получают цифровые платформы, которые обеспечивают эффективное взаимодействие всех участников, ускорение решения проблем, повышение конкурентоспособности, при этом конкуренция между компаниями заменяется конкуренцией между платформами. Платформенные модели интенсифицируют инновационную деятельность, создают возможности для интеграции научной, образовательной, технологической, предпринимательской деятельности, способны формировать новые элементы экосистемы, привлекать потребителей к решению практических задач.

Преимуществом платформенных бизнес-моделей является возможность создавать и использовать эффект масштаба с обеспечением индивидуального подхода к каждому клиенту, что позволяет повысить качество и скорость обслуживания. «Платформенная экономика» - *platform economy* многократно ускоряет рост бизнеса, развитие Университетов 3.0, открытых инноваций.

Возможность выхода на глобальные рынки на основе встраивания в глобальные цепочки создания ценностей (или выстраивать на международных рынках свои цепочки создания ценности и стоимости) с целью возможности стать глобальными игроками - *Global Players*. В Германии формируется феномен «Скрытых чемпионов», которые являются технологическими лидерами и инвестируют в R&D в 2 раза больше, чем крупные компании Германии, что позволяет им успешно встраиваться в цепочки создания ценности и стоимости ряда крупных известных компаний на основе высокого технологического уровня и отличного консалтинга. В среднем «Скрытые чемпионы» имеют 2037 сотрудников и оборот 326 млн. евро. Девиз «Скрытых чемпионов»: «При разработке новых продуктов получить не то, что хочет клиент, а то, что действительно нужно клиенту».

Главный аргумент «Скрытых чемпионов» Германии при продаже: «не цена, а ценность производимой продукции для клиентов». Но следует понимать, что ценности создаваемых продуктов (услуг) базируются на ценностях самой организации, на повышении конкурентоспособности и адаптации к происходящим изменениям. Например, бизнес-модель *VOCATE* корпорации «Шелл» включает оценку следующих основных составляющих:

- V-Values**-ценности (трансформация ценностей сотрудников организации и самой организации);
- O-Ownership**-авторство идеи (концепции) изменений, (трансформации) системы;
- C-Customers** - потребители с их целями и желаниями, перспективами;
- A-Actors**-действующие субъекты;
- T-Transformation**- преобразование; стратегия и технология трансформации;
- E-Environment**-окружающая среда с ее новыми характеристиками.

Таким образом, понятие ценности приобретает все большее значение в системе оценок при обосновании стратегических управленческих решений, что требует дальнейшего углубленного научного исследования и новых подходов к практической оценке происходящих изменений в контексте цифровой трансформации экономики, новых технологических трендов, вызовов, угроз и новых возможностей.

Очевидно, что в каждой из новых бизнес-моделей значительную роль играют цифровые технологии. Эффективность использования социальных сетей в продвижении продукции, услуг и в целом бренда компании доказана использованием технологии *SMM-Social Media Marketing*. Информационные платформы в данной модели выполняют не только чисто коммуникационные функции, но и реализуют дополнительные возможности по использованию потенциала пользователей в части формирования и расширения целевой аудитории на основе социальных связей, которые предполагают доверительные отношения между пользователями, быстрое распространение информации, контакт с бизнесом, использование вирусного маркетинга. Цифровая вовлеченность пользователей позволяет эффективно повышать конкурентоспособность предприятий (организаций), формировать и продвигать бренд, увеличивая тем самым его известность и стоимость.

Каждая компания разрабатывает видение (*vision*) своих возможностей в будущем в условиях новых рисков и угроз, новых драйверов экономического развития. Цифровая трансформация экономики базируется на увеличении значимости использования интеллектуальной собственности, создании новых ценностей для потребителей и для организаций (предприятий), требует интеллектуализации деятельности компаний и национальной экономики в целом.

Заключение. Стратегии интеллектуализации экономики. Стремительно меняется инновационный ландшафт, все большую роль при формировании конкурентоспособности организации является ее способность адаптироваться к происходящим изменениям, гибкость (agile), возможность реализовать инновационные подходы в управлении, активно расширять возможности использования интеллектуальной собственности и коммерциализации результатов R&D [3, 4]. Интеллектуализация экономики является основным условием цифровой трансформации экономики. «Industry 4.0», «High Tech Nation», «Super Smart Society 5.0», «От NBIC к NBICS технологиям» - эти и другие концепции, программы и стратегии дают *потенциальную оценку экономических, технологических, инновационных, социальных возможностей развития в будущем* [5, 6].

Стратегия Республики Беларусь «Наука и технологии: 2018-2040» разработана как ответ на «необходимость выработки новых подходов к созданию научно-технической основы экономики, определяющих будущее динамичное поступательное движение Беларуси по инновационному пути».

Данная Стратегия - это «долгосрочная стратегия формирования и развития модели белорусской экономики, основанной на интеллекте – «Беларуси интеллектуальной» [7].

Для достижения поставленной цели следует решить ряд важнейших задач. Прежде всего, создать «Систему управления интеллектуальной собственностью в высших учебных заведениях и научно-исследовательских организациях Республики Беларусь». Первоочередность этих задач обусловлена тем, что Беларусь обладает очень высоким уровнем человеческого развития. В Глобальном рейтинге человеческого развития Беларусь в 2019г. заняла 50-е место среди 189 стран. Беларусь имеет по ряду научных и технологических направлений перспективные разработки. В тоже процессы коммерциализации результатов R&D имеют значительные резервы активизации их использования с целью создания условий для интеллектуализации экономики.

Очевидно, что для решения данных задач требуется подготовка специалистов, обладающих соответствующими компетенциями. Всемирная организация интеллектуальной собственности, ГКНТ, Национальный центр интеллектуальной собственности Республики Беларусь, НАН Беларуси, Министерство образования реализуют мероприятия *Национального проектного документа по развитию институциональной политики в области интеллектуальной собственности (ИС) для учреждений высшего образования (ВУЗов) и научно-исследовательских организаций (НИО) Беларуси.* Невозможно реализовать новые бизнес-модели без участия специалистов в области авторского и смежного права, промышленной собственности, управления интеллектуальной собственностью. Развитие движения start-ups, майнинга и использования криптовалюты, создание интеллектуальной собственности интеллектуальными машинами требуют повышенного внимания к подготовке специалистов с соответствующими компетенциями.

Таким образом, обозначенные концептуальные, стратегические и практические задачи должны стать основными направлениями последующих исследований.

Литература

1. Нехорошева, Л.Н. Инновационная безопасность в условиях новых глобальных вызовов и угроз. /Актуальные проблемы социально-гуманитарного знания в контексте обеспечения национальной экономики. Материалы IV Международной научно-практической конференции. Минск, Военная академия Республики Беларусь, часть 2, 2017, С. 123-128.
2. Нехорошева, Л.Н. Глобальные вызовы в контексте четвертой промышленной революции: новые требования к национальной экономике и угроза возникновения «технологической пропасти» / Стратегия развития экономики Беларуси: вызовы, инструменты реализации и перспективы: сборник научных статей. В 4 ч. Ч. 1 / Национальная академия наук Беларуси, Институт экономики НАН Беларуси; редкол.: В. И. Бельский [и др.]. – Минск: Институт системных исследований в АПК НАН Беларуси, 2017. - с. 95-110.
3. Нехорошева, Л.Н. Изменение инновационного ландшафта в контексте формирования Индустрии 4.0: новые угрозы и первоочередные задачи/ Л.Н. Нехорошева //Цифровая трансформация экономики и промышленности: проблемы и перспективы. Монография под ред. д-ра экон. наук. проф. А.В. Бабкина. -СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2017, с.29-50.
4. Нехорошева Л.Н. Модели коммерциализации результатов научно-технической деятельности/ Л.Н. Нехорошева, Е.Г. Милоста//Наука и инновации. – 2017. - №2 (168). – С. 52-57.
5. Нехорошева, Л.Н. Новые возможности, глобальные вызовы и перспективы развития бизнеса в контексте Четвертой промышленной революции /Социально-экономическое развитие организаций и регионов Беларуси: эффективность инноваций: материалы докладов Международной научно-практической конференции Издательство: Витебский государственный технологический университет, 25-26 октября 2017 г. – с.15-22.
6. Нехорошева, Л.Н. Стратегия «Общество 5.0» как расширение концепции «Индустрия 4.0»/ Экономический рост Республики Беларусь: глобализация, инновационность, устойчивость: материалы XII Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 16 мая 2019 г. / БГЭУ – Минск, 2019. – С.151-153.
7. Стратегия Республики Беларусь «Наука и технологии: 2018-2040».