

## ЦИФРОВИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ · DIGITALIZATION AND MANAGEMENT

Вестник МИРБИС. 2022. № 1 (29): С. 54–60.

Vestnik MIRBIS. 2022; 1 (29): 54–60.

Научная статья

УДК 336.025

DOI: 10.25634/MIRBIS.2022.1.6

### Малое предпринимательство в условиях Digital-экономики. Инновационный аспект

**Михаил Михайлович Купцов** — Институт Государственного Администрирования, Москва, Россия. [vbiznese83@yandex.ru](mailto:vbiznese83@yandex.ru), <https://orcid.org/0000-0002-1885-3277>

**Аннотация.** В статье раскрыто специфика малого предпринимательства в условиях digital-экономики. Рассмотрен инновационный аспект с целью улучшения конкурентоспособности — показано развитие и перспективы. Проведена систематизация затрагиваемых вопросов. Выявлены направления деятельности, которым следует руководствоваться субъекту инновационного предпринимательства. Рассмотрена специфика цифровой экономики. Даны рекомендации по конкурентному позиционированию в ней.

**Ключевые слова:** инновационный бизнес, инновационное предпринимательство, конкуренция, конкурентное поведение, модель построения, цифровая экономика.

**Для цитирования:** Купцов М. М. Малое предпринимательство в условиях Digital-экономики. Инновационный аспект. DOI 10.25634/MIRBIS.2022.1.6 // Вестник МИРБИС. 2022; 1(29): 54–60.

JEL: M15, M21

Original article

### Small business in the Digital economy. The innovative aspect

**Mikhail M. Kuptsov** — Institute of State Administrating, Moscow, Russia, Moscow, Russia. [vbiznese83@yandex.ru](mailto:vbiznese83@yandex.ru), <https://orcid.org/0000-0002-1885-3277>

**Abstract.** The article reveals the development of innovative entrepreneurship in the digital economy – shows the origin of these processes, their development and prospects. The systematization of the issues raised has been carried out. The directions of activity that should guide the subjects of innovative entrepreneurship are identified. The specifics of the digital economy are considered. Recommendations on competitive positioning in it are given.

**Key words:** innovative business, innovative entrepreneurship, competition, competitive behavior, building model, digital economy.

**For citation:** Kuptsov M. M. Small business in the Digital economy. The innovative aspect. DOI 10.25634/MIRBIS.2022.1.6. *Vestnik MIRBIS*. 2022; 1(29): 54–60 (in Russ.).

JEL: M15, M21

### Введение

В результате развития Интернета произошли изменения во взаимоотношениях, вернее способах взаимоотношений, хозяйствующих субъектов между собой. Это вызвано тем, что информация и производные от нее, например услуги, и отчасти физические товары стали оказываться/перемещаться не как ранее. Теперь, чтобы посмотреть фильм не обязательно идти в кинотеатр, можно купить доступ к нему для просмотра в домашнем кинотеатре. Также, при покупке товара можно не идти в магазин, а нажав клавиши, заказать по интернету, и товар принесут Вам домой, в офис или куда-то еще. Изменились и

ускорились взаиморасчеты между физическими и юридическими лицами, а также между юридическими лицами между собой — благодаря Интернету платеж осуществляется также с гаджета. Также меняется и поведение клиентов — той основы, на которой строится любой бизнес. Так, с появлением клиентов поколения Z, необходимы принципиально новые подходы к ведению бизнеса, также представители поколения Y, которые имеют прекрасную покупательскую способность, становятся все более интернет зависимыми и не пойдут в магазин за тем, что можно приобрести онлайн.

По мнению автора статьи, изменения в связи с развитием научно-технического прогресса стали менять мир следующим образом:

1. В доиндустриальном обществе основными активами были земля, природные ресурсы и население. Основным направлением бизнеса было сельское хозяйство, добыча полезных ископаемых;
2. В индустриальном обществе основными активами стали труд, капитал, доступ к ресурсам, промышленное производство;
3. В постиндустриальном обществе на первую роль вышли такие активы как интеллектуальный капитал, знания, технологии.

Большое развитие получила сфера услуг. Исходя из предложенной классификации, отчетливо видна взаимосвязь между развитием научно-технического прогресса и изменениями в приоритетах бизнеса.

### Результаты исследования

Разберемся с определениями — для начала, с понятием понятие цифровой экономики.

Несмотря на это, четкий термин «цифровая экономика» (от англ. Digital economy) не существует, и трактуется данное понятие с различных позиций.

Например, цифровая экономика может быть рассмотрена как совокупность технологий, преобразующие социально-экономические отношения, или обозначаться системой высокотехнологичных элементов, за счет которых происходит

инновационный рост экономики.

Также ряд операция проводится при помощи цифровых технологий, например, совершение купли-продажи товаров и услуг, их рекламы, способов коммуникации, осуществление денежных расчетов. Благодаря цифровизации значительно проще найти необходимую информацию, товар или услугу как и заказать ее. Таким образом, цифровизация напрямую затрагивает экономику, поскольку все больше и больше сделок совершается через благодаря цифровым технологиям. Что является доказательством приведенным выше доводам.

Таким образом, особенностью экономических отношений в современных условиях является все большее использование разнообразных сетевых и электронных механизмов для их реализации и оптимизации. В связи с этим возник термин «цифровая экономика» (digital economy), который в последние годы стал активно использоваться в периодической литературе и в научных публикациях, связанных с функционированием экономики в новых условиях [Днепров 2019].

По мнению автора, цифровая экономика является отражением данных в цифровом виде. Приведенные ниже статистические данные показывают увеличение вовлеченных в цифровизацию.

Таблица 2. Динамика показателей развития цифровой экономики в России в 2013–2017 гг.

Показатели	Ед. измерения	2018	2019	2020
Доля предприятий, применявших персональные компьютеры	% в общем числе обследованных	38,4	39,5	40,4
Число персональных компьютеров на предприятиях	% в общем числе обследованных	22,9	23,2	24,9
Доля предприятий, пользующихся сетью Интернет	% в общем числе обследованных	62,7	65,7	64,7
Число персональных компьютеров на предприятиях	% в общем числе обследованных	20,1	23,1	22,1
Доля предприятий, пользующихся сетью Интернет	% в общем числе обследованных	87,7	90,7	89,7
Доля предприятий, пользующихся локальными сетями	% в общем числе обследованных	74,4	75,4	76,4
Число персональных компьютеров на предприятиях, имеющих доступ к сети Интернет	% в общем числе обследованных	65	65	70
Доля организаций, имевших web-сайт	% в общем числе обследованных	70	75	79
Доля организаций, имевших специальное ПО для управления закупками товаров	% в общем числе обследованных	37,8	38,8	39,8
Доля организаций, имевших специальное ПО для управления продажами товаров	% в общем числе обследованных	22,9	25,9	24,7
Доля организаций, применяющих электронный документооборот	% в общем числе обследованных	72	70	78
Доля организаций, получавших заказы на выпускаемые товары по Интернету	% в общем числе обследованных	20	22,5	27,8
Доля организаций, применявших средства защиты информации, передающейся через глобальные сети	% в общем числе обследованных	87,3	89,3	92,1

Показатели	Ед. измерения	2018	2019	2020
Доля домохозяйств, владеющих персональными компьютерами	% в общем числе обследованных	74,4	76,4	79,1
Количество персональных компьютеров на 100 домохозяйств	% в общем числе обследованных	124	129	135
Доля домохозяйств, имеющих доступ к сети Интернет	% в общем числе обследованных	76,3	79,5	82,7
Доля внутренних затрат на НИОКР	% к ВВП	1,1	1,5	1,4
Доля внутренних затрат на НИОКР сектора ИКТ	% в общем объеме внутренних затрат на НИОКР	2,2	3,2	4,2
Объемы инвестиций в основной капитал на оборудование для IT-технологий	млн руб. в фактически действующих ценах	399 698	400 876	400 812

Источник: составлено автором по данным: Послание Президента Федеральному Собранию // Президент России : [официальный сайт]. Доступ свободный. URL: <http://www.kremlin.ru/events/president/transcripts/598637>. Дата публикации 20.02.2019г

Отметим, что, под цифровизацию подпадают все сферы предпринимательства. Далее будем рассматривать взаимосвязь инновационного предпринимательства и цифровизации.

Следует отметить, что в 2016 г. согласно Посланию Президента РФ Федеральному собранию было сказано, о том, что необходимо развивать цифровую экономику на основе российских предприятий — производственных, научных и инжиниринговых центрах. Также о необходимости перехода к новому технологическому поколению<sup>1</sup>.

Теперь поговорим про инновационное предпринимательство, которое, по мнению автора статьи представляет собой деятельность субъектов бизнеса по удовлетворению нужд и потребностей потребителей на основе производства\продажи\оказания услуг, являющихся полностью или частично инновационными. Рассмотрим и другие определения инновационного предпринимательства. Имеется мнение, что деятельность субъекта бизнеса, направленная на изобретение и\или внедрение инноваций различного рода и в различные аспекты деятельности является инновационным бизнесом [Рубин 2018].

Обратим внимание, что инновационность может быть разной — от незначительной, например традиционная одежда, с незначительными авторскими доработками до одежды будущего — выполненной из сверхновых материалов, по сверхновым технологиям и т. д. Рядом российских ученых, выведены показатели, по учету ин-

новационной активности предприятия [Коробко 2019], исходя из которых, общий вывод следующий — чем выше конкуренция в отрасли, тем больше инновационная активность субъектов предпринимательства.

Рассмотрим далее инновационное предпринимательство. Всемирно известно то, что оно имеет огромное распространение, а инновации широко применяются в различных сферах бизнеса с целью создания и развития конкурентных преимуществ.

Говоря об инновационном бизнесе необходимо познакомиться с основными понятиями, фигурирующими в нем.

Инновационный процесс складывается из подготовки и внедрения инноваций. В нем имеет место быть поиск/создание инновации, подготовку к внедрению, внедрение и дальнейшее использование в бизнес-деятельности. В результате мы видим новые продукты или не имевшие место быть ранее услуги, например сотовые телефоны и услуги каршеринга, если мы говорим про инновационную деятельность в традиционных отраслях экономики. Если же говорить про инновационную деятельность в сфере инновационного предпринимательства, то здесь следует иметь ввиду достижения в сфере IT-технологий.

Для осуществления инновационного процесса большое необходимо отслуживать жизненный цикл инновации, то как она распространяется во времени и пространстве — так, однажды использовавшись, как может быть использована в новых условиях изменяющейся бизнес-среды. Важно учитывать циклический характер инновационного процесса — зарождение инноваций, их апробация и отклонение не зарекомендовавших себя и, соответственно масштабирование тех, что

1 Мониторинг развития информационного общества в Российской Федерации» (по состоянию на 03.10.2018) // GKS : [сайт]. Доступ свободный. URL: [https://www.gks.ru/free\\_doc/new\\_site/figure/anketa1-4.html](https://www.gks.ru/free_doc/new_site/figure/anketa1-4.html) (дата обращения 13.10.2021).

показали себя на стадии минимально возможного продукта.

В практике бизнеса доказано, что за счет инновационной активности предприятие создает себе конкурентные преимущества как в инновационных, так и в традиционных отраслях бизнеса.

Инновационная активность может проявляться, во-первых, в результате улучшения\революции\модернизации уже существующих продуктов, например, новое программное обеспечение, новая модель автомобиля, улучшенный товар, также за счет внедрения новых производственно-технологических процессов, поиск новых материалов и поставщиков.

Во-вторых, в связи с изменяющимися условиями внешней среды, предприятию необходимо пересматривать управленческие процессы, маркетинговую политику, кадровую политику и кадровые процессы, особенно в связи с введением карантина. За счет реализации данных целей предприятие получает конкурентное преимущество в виде более низких затрат на производство и реализацию продукции, что дает ему возможность проводить ценовые методы конкуренции.

Третьим фактором инновационной активности

организации является изменение цен на энергоресурсы, а также ужесточение экологического законодательства, что требует новых решений. Так для обеспечения своей стратегической конкурентоспособности, с целью удовлетворения требований экологического законодательства необходимо разрабатывать и применять технологий, позволяющих минимизировать отходы или перерабатывать их, использовать альтернативные источники энергии. Благодаря реализации этих целей у предприятия появляется мощный инструмент неценовых методов конкуренции.

Следует отметить, что когда мы говорим о стратегической конкурентоспособности предприятия, то мы должны учитывать, что помимо воздействия на предприятие прямых и условно – прямых конкурентов, на него воздействуют факторы макросреды (см. рисунок 1). Окружающая среда воздействует на предприятие и за счет развития новых отраслей и структурных преобразований в традиционных отраслях экономики, появления новых технологий, которые меняют традиционные взаимосвязи (например, развитие Internet) и т. д.



Рис. 1. Факторы макро- и микросреды, воздействующие на предприятие [6]

Источник: [Купцов 2019]

С целью функционирования предприятия в инновационных отраслях, необходимо уделить внимание вопросам инновационного процесса, который имеет различные модели. Понимание каждой модели в отдельности и в их совокупности помогает выбрать правильное конкурентное позиционирование.

Возникновение первой модели характеризу-

ется серединой 50-х гг. XX в. Здесь основной упор делается на научно-технологический потенциал и производственные возможности. Маркетинговая составляющая находится на последнем месте.

Первая модель, появившейся в середине 50-х гг. XX рассматривает инновационную деятельность предприятия в совокупности научно-исследовательского процесса (НИОКР) и про-

изводственно-коммерческого процесса. Маркетинг входит в состав последнего, поскольку продукт сначала производят, а потом с помощью рекламы и других средств стимулируют его приобретение потребителями.

Вторая модель сформировалась в 70-е гг. XX в. Она, в отличие от первой, ориентируется не на поиск инноваций с целью развития производства, а на поиск инноваций, с целью создания продукта\услуги, который, исходя из маркетинговых прогнозов, будет востребован на рынке.

Упор делается на открытие новых сегментов рынка, появляющихся за счет усовершенствования существующих (например, автоматическая коробка передач вместо механической или сенсорный телефон вместо кнопочного). В данной модели маркетинг стоит на одном уровне с НИОКР.

В 80-е годы XX века, в результате все более увеличивающихся потребностей и развитием технологий все большую роль в инновационном процессе стала играть технологическая составляющая, основанная на интеллектуальном капитале, о чем говорилось ранее.

В 90-х гг. XX века начала появляться четвертая модель инновационного процесса, характерными чертами которой является кооперация всех звеньев (маркетинг, производство, НИОКР) в единое целое с целью создания нового продукта, открытия новых сегментов рынка, что приводит к формированию новой рыночной среды, например облачные сервисы и т. д. [Купцов 2007].

В настоящее время, мы видим увеличение

цифровизации отраслей розничной торговли, банков, сферы недвижимости. Например компания Airbnb, благодаря внедрению цифровых технологий, позволяет заключить сделку по аренде жилья удаленно, что дало ей конкурентное преимущество относительно менее современных конкурентов. Благодаря нововведению, арендатор и арендодатель могут физически не контактировать друг с другом, что снижает потери времени и финансов обеих сторон.

Рассмотрим ИТ-индустрию. Здесь базовыми принципами инновационной активности являются социальность, мобильность, аналитика и облачные сервисы (SMAC). По отдельности это просто технологии, но в совокупности это является цифровой трансформацией. SMAC является базисом для построения цифрового предприятия. Но для того, чтобы предприятию стать цифровым недостаточно иметь факт использования технологий. Необходимо реструктурировать информационную инфраструктуру с целью своевременного взаимодействия с цифровым миром.

Когда мы говорим про инновационное предпринимательство, то в первую очередь рассматриваем ИТ-сферу. Разберемся, на что стоит обращать внимание игрокам данной сферы. В России ИТ-рынок развивается медленно и постепенно, с каждым годом, увеличивает свои масштабы. За рубежом, например в США, ИТ-технологии развивается быстро и качественно, и если сравнивать с Россией, они более востребованы на мировом рынке.



Рис. 2. Факторы инновационного развития предприятия

Источник: [Щеглакова 2021]

Для создания и удержания своей конкурентоспособности предприятию необходимо создать ряд условий в своей внутренней среде. Так, автором статьи выявлено, что Инновационное развитие предприятия находится во взаимосвязи между инновациями, инновационной деятельностью и инновационными процессами, что представлено на рисунке 2.

Так, стоит разделять инновации на различные уровни — от прорывных, но мало адаптированных на конкретном продукте, до более незначительных, которые усовершенствуют уже известный продукт. Процесс требует бюджетирования на НИОКР и КБ, следует учитывать мировые достижения в данной сфере, инновационную активность конкурентов, государственную политику, направленную на поддержание инновационного развития предприятия<sup>1</sup>.

### Заключение

В заключении скажем, что предпринимательство в сфере инноваций зачастую связано с неопределенной конъюнктурой, обусловленной

отсутствием статистики продаж инновационного продукта, потому, необходимо особо тщательно выполнять те аспекты, которые были рассмотрены в данной статье.

По мнению автора, в современных инновационных отраслях, успех компании зависит от опережения конкурентов в применении передовых технологий и их наискорейшем внедрении путем интеграции всего потенциала предприятия для создания и выведения на рынок нового товара/услуги. Также важно учитывать и традиционные факторы в инновационном предпринимательстве, такие как наиболее выгодные условия закупки, наиболее грамотный персонал, высокая производительность труда работников и т. д. Основной задачей инновационного предпринимательства в цифровой экономике является занятие сегодня рынков, которые откроются в будущем.

Также, с автором статьи согласны и другие российские ученые, считающие, что в эффективном использовании высокого уровня отечественного ресурсного потенциала поможет субъекту предпринимательства в конкурентной борьбе при выходе мировой экономики из глобального экономического кризиса 2020-х годов [Щеглакова 2021].

1 National science policy study: hearing before the Commission on science. House of representatives, 105th Congr. Wash. Gov. print, off., 2018. P5: The irreplaceable federal role in fundy basic scientific research, April 22, 2018. 46 p

### Список источников

1. Днепров 2019 — Днепров М. Ю. Цифровая экономика как новая экономическая категория / М. Ю. Днепров, О. В. Михайлюк. DOI: 10.18334/vin.ec.9.4.41249 // Вопросы инновационной экономики = Russian Journal of Innovation Economics. 2019; 9(4):1279–1294. eISSN: 2222-0372.
2. Коробко 2019 — Коробко М. О. Инновационный менеджмент : учебное пособие / М. О. Коробко ; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Национальный исследовательский университет "МЭИ". Москва : МЭИ, 2019. 130 с.
3. Купцов 2019 — Купцов М. М. Стратегический менеджмент : Учебное пособие. 3-е изд. / М. М. Купцов. Москва : ИЦ РИОР : ИНФРА-М, 2019. 184 с. ISBN 978-5-16-102961-9.
4. Купцов 2007 — Купцов М. М. Роль инновационного типа конкурентного поведения в обеспечении конкурентоспособности субъектов предпринимательства : диссертация ... кандидата экономических наук : 08.00.05. Москва, 2007. 142 с.
5. Рубин 2018 — Рубин Ю. Б. Конкуренция в предпринимательстве [Текст] : учебник / Ю. Б. Рубин. 8-е изд., перераб. и доп. Москва : Синергия, 2018. 912 с. ISBN 978-5-4257-0246-3.
6. Щеглакова 2021 — Щеглакова А. В. Пути повышения конкурентного потенциала корпорации ИТ-отрасли / А. В. Щеглакова, Э. Н. Гаврилова. DOI: 10.21777/2587-554X-2021-2-104-109 // Вестник Московского университета им. С. Ю. Витте. 2021; 2:104–109.

### References

1. Dneprov M. Yu. Tsifrovaya ekonomika kak novaya ekonomicheskaya kategoriya [Digital economy as a new economic category]. By M. Yu. Dneprov, O. V. Mikhailyuk. DOI: 10.18334/vin.ec.9.4.41249. *Russian Journal of Innovation Economics*. 2019; 9(4):1279–1294. eISSN: 2222-0372 (in Russ.).
2. Korobko M. O. *Innovatsionnyu menedzhment* [Innovative management] : Textbook. M. O. Korobko ; Ministry of Science and Higher Education of the Russian Federation ; National Research University MPEI. Moscow : MPEI Publ., 2019. 130 p. (in Russ.).

3. Kuptsov M. M. Strategicheskiy menedzhment [Strategic management] : Textbook. 3rd ed. / M. M. Kuptsov. Moscow: ITs RIOR: INFRA-M, 2019. 184 p. ISBN 978-5-16-102961-9 (in Russ.).
4. Kuptsov M. M. *Rol' innovatsionnogo tipa konkurentnogo povedeniya v obespechenii konkurentosposobnosti sub'yektov predprinimatel'stva* [The role of the innovative type of competitive behavior in ensuring the competitiveness of business entities] : Dissertation... Cand.Econ.Sci.: 08.00.05. Moscow, 2007. 142 p.(in Russ.).
5. Rubin Yu. B. *Konkurentsia v predprinimatel'stve* [Competition in entrepreneurship] : Textbook. Yu. B. Rubin. 8th ed., revised and add. Moscow : Synergy Publ., 2018. 912 p. ISBN 978-5-4257-0246-3 (in Russ.).
6. Shcheglakova A. V. Puti povysheniya konkurentnogo potentsiala korporatsii IT-otrasli [Ways to increase the competitive potential of the IT industry corporation]. By A. V. Shcheglakova, E. N. Gavrilova. DOI: 10.21777/2587-554X-2021-2-104-109. *Vestnik Moskovskogo universiteta im. S. Yu. Vitte* [Bulletin of the Moscow Witte University]. 2021; 2:104-109 (in Russ.).

*Информация об авторе:*

**Купцов Михаил Михайлович** — кандидат экономических наук, Институт Государственного Администрирования, Ленинский пр-т, 80, Москва 119261, Россия. РИНЦ AuthorID: 1090411.

*Information about the author:*

**Kuptsov Mikhail M.** – Candidate of Economic Sciences, Institute of State Administrating, 80 Leninskiy Prospekt, Moscow 119261, Russia. RSCI AuthorID: 1090411.

*Статья поступила в редакцию 04.11.2021; одобрена после рецензирования 29.11.2021; принята к публикации 05.03.2022.  
The article was submitted 11/04/2021; approved after reviewing 11/29/2021; accepted for publication 03/05/2022*