

Список использованных источников

1. Беляцкая, Т. Н. Экосистема электронных рынков и факторы, ее определяющие // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. 2017. – Т. 10. – № 6. – С. 9–17.
2. Исследование электронных рынков Республики Беларусь / Кафедра менеджмента БГУИР, Минск, 2018 г. Доступ к анкете: <https://docs.google.com/forms/d/1DSRnQmFosd65cwPapNxwiRj20SkswcfnRTakFCxDAxo/edit>.
3. Беляцкая, Т.Н. Диффузия цифровых технологий / Цифровая трансформация экономики и промышленности: проблемы и перспективы / Под редакцией А.В. Бабкина. Санкт-Петербург, 2017. С. 158–178.

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ В ЭЛЕКТРОННОЙ ЭКОНОМИКЕ: ОСНОВНЫЕ ОСОБЕННОСТИ

Князькова В. С., *Белорусский государственный университет
информатики и радиоэлектроники, г. Минск, Беларусь*

Успешное развитие бизнеса в условиях цифровой трансформации требует четкого понимания основных принципов и механизмов, лежащих в основе электронной (цифровой) экономики (ЭЭ). К их числу относится тот факт, что одним из основных факторов рыночного успеха организации в электронной экономике является эффективное использование ее интеллектуального потенциала (ИП). Под ИП организации в ЭЭ мы понимаем имеющиеся в распоряжении организации знания, способности, навыки, а также практический опыт ее сотрудников, которые обусловлены социально-экономическими и институциональными условиями и могут быть использованы для достижения стратегических целей развития организации в цифровой среде.

Мы выделяем следующие ключевые особенности ИП ЭЭ.

Во-первых, это возрастание роли креативности, креативного мышления. Компании-лидеры электронной экономики – так называемые компании GAFA (Google, Apple, Facebook и Amazon) – заняли ведущее положение на электронных рынках благодаря блистательным инновационным идеям, которые невозможны без креативного мышления, без наличия творческого потенциала. Тот факт, что вышеупомянутые компании остаются лидерами своего сегмента рынка в течение достаточно долгого периода времени говорит лишь о том, что «креативный дух» не покинул эти организации, напротив, пронизывает их стратегические и тактические бизнес-идеи и бизнес-процессы.

Значение фактора креативности в экономической системе активно изучается уже с конца 1990-х – начала 2000-х годов. Пожалуй, самыми цитируемыми в мире являются работы Дж. Хокинса и Р. Флориды. Так, Дж. Хокинс выделил креативные отрасли экономики (реклама, архитектура, ремесла, кинематография, дизайн, мода, интерактивные развлекательные программы, музыка, исполнительные искусства, СМИ, программное обеспечение, телевидение и радио). Сегодня ученые говорят о важности не только креативных отраслей, но и о необходимости формирования и развития креативной экономики. Так, в обзоре ООН, посвященном креативной экономике, отмечено, что взаимодействие между творчеством, культурой, экономикой и современными технологиями, выраженное в способности создавать интеллектуальный капитал, имеет огромный потенциал для генерирования доходов, создания рабочих мест и экспорта товаров и услуг в мировом масштабе [1].

Креативная экономика является одним из источников развития цифровой (электронной) экономики, ее «краеугольным камнем». При этом цифровые технологии видоизменяют и ее, «встраиваясь» как непосредственно в творческие процессы, так и в процессы взаимо-

действия с потребителями произведенной в креативной экономике продукции [2]. В одних ситуациях их даже бывает несложно спутать, а в других – невозможно отделить друг от друга. Так, некоторые известные творческие индустрии не существовали до появления цифровых технологий, например видеоигры, в то время как другие (например, кинематограф и издательская деятельность) существовали до появления цифровых технологий, но подверглись существенному преобразованию с их стороны. Цифровой мир выходит далеко за пределы экономики. Несомненно, многие отрасли креативной экономики – театр, пение, танцы, изобразительное искусство, изготовление ювелирных украшений, мода – одни из самых старых человеческих занятий. Творческий процесс, инсайт, рождение произведения искусства – все это по сути не вызвано и не зависит от цифровых технологий; технологии предоставляют человечеству новые способы реализовать творческую концепцию, протестировать ее, развить и распространить (собственно, также, как и бизнес-модель). И если под «креативностью» обычно понимают гениальную мысль, идею, которая является абсолютно новой, а под «инновацией» процесс, посредством которого креативные идеи могут быть использованы на практике, то основная задача в данном процессе цифровых технологий состоит в способствовании трансформации креативных идей в реальные и практически реализуемые инновации для общества. Таким образом, они выступают средством, которое может помочь – и помогает – людям в различных сферах их жизни, в том числе и в творчестве. Так, вычислительные мощности компьютеров позволяют архитекторам и инженерам проектировать 3D-модели, что ранее было невероятно сложным. Смартфоны, планшеты и ноутбуки позволяют непрофессионалам снимать видео, делать фильмы, записывать музыку, что еще пару десятилетий тому назад требовало большого количества дорогостоящего оборудования и команды подготовленных специалистов. Таким образом, вычислительные мощности цифровых технологий сегодня перемещаются из «инновационной» части творческого процесса в область самого творчества. И все же истинное творчество – это уникальный процесс, присущий исключительно человеку, который формируется социальными, культурными, этическими и образовательными факторами и который превосходит возможности любой существующей технологии [3].

Отметим, что большинство участников цифрового рынка (интернет-магазины, стриминговые платформы и т. д.) зависят от продукции и услуг креативных отраслей экономики. Это дает возможность ряду исследователей сделать вывод о том, что креативная экономика является своего рода активом электронной экономики. Так, контент, созданный в рамках креативной экономики способствует росту продаж цифровых устройств, таких как телевизоры, планшеты, смартфоны, электронные книги, MP3-плееры и т.п. Он также способствует увеличению спроса на высокоскоростной доступ к сети Интернет (сети 4G и 5G, оптоволоконное соединение и пр.) [4].

Во-вторых, развитие ИКТ позволяет реализовать глобальное взаимодействие людей между собой, имеющее беспрецедентные масштабы. Сеть Интернет открыла новые социальные и экономические возможности и преимущества благодаря существенному упрощению системы коммуникации и распространению информации. Ряд исследователей называют одной из самых больших возможностей, которые предоставила сеть Интернет, – появление социальных сетей, таких как Facebook, Twitter, Instagram, Flickr, Tumblr, Vkontakte. По сути Интернет представляет собой платформу доступа, к которой ежедневно подключаются миллионы людей из любой точки мира. На этих платформах люди создают свои профили, обмениваются информацией, фотографиями, видео роликами, фильмами или объединяются в группы по интересам, создают сообщества. Вовлеченные в данный процесс люди могут активно участвовать в инновациях, создании новых продуктов и услуг, содействуя тем самым социально-экономическому развитию.

В настоящее время в мире насчитывается более 1,6 миллиарда пользователей социальных сетей. Более 64 % пользователей получают доступ к социальным сетям через Интернет. Согласно данным статистики statista.com, adotas.com webtraffichatworks.com большую

часть времени, которые пользователи находятся онлайн, они проводят в социальных сетях. Численность пользователей различных социальных сетей продолжает увеличиваться. Например, численность пользователей Facebook увеличилась с 75 миллионов до 600 миллионов в период с 2008 по 2011 год; численность пользователей LinkedIn увеличилась с 20 миллионов до 100 миллионов за тот же период. В социальных сетях наиболее активно распространяется контент, связанный с дизайном и изобразительным искусством. Пожалуй, наиболее ярким примером здесь может служить Pinterest. Отсюда возникает вопрос – как возможно использовать возможности, предоставляемыми социальными сетями, для развития креативного мышления и таланта как отдельно взятого человека, так и организаций.

Ученые-экономисты исследуют социальные сети главным образом с точки зрения использования их в бизнесе. Они рассматриваются как набор бизнес-инструментов, которые приносят коммерческий результат организации. Через социальные сети организации участвуют в жизни своих клиентов, создают особый контент, наращивают сеть потребителей, общаются с сообществом потребителей, наблюдая и исследуя его. Социальные сети также представляют собой инструмент, который может успешно использоваться в образовательных целях. К примеру, многие учебные заведения используют разные социальные сети для передачи новостей и предоставления информационных ресурсов. Следует также отметить, что многие ученые начинают также использовать социальные сети (например, researchgate.net, academia.edu, slideshare.com) для обнародования результатов своих исследований. Собственно, сама идея социальных сетей, таких как Facebook, LinkedIn или Google Plus появилась как реализация цели объединения людей с одинаковыми интересами для обмена идеями и совместной работы. Многие люди, в том числе учащиеся, начали создавать специальные группы на основе школ, классов и даже дисциплин. В этих группах они обсуждают материал, делятся своими идеями, совместно работают над проектами. Такие виртуальные группы зачастую заменяют традиционные классы, особенно на время каникул, позволяя учащимся общаться между собой, находясь разрозненно территориально.

Описанное выше изменение способа коммуникации между коммерческими и некоммерческими организациями и их потребителями часто принимает форму пользовательского контента, под которым понимают оригинальный контент, созданный аудиторией бренда (отзывы и комментарии в блоге, фото-, аудио- и видеофайлы и т. п.).

Третья особенность ИП ЭЭ обусловлена необходимостью индивидов обладать определенным уровнем образования, иметь специализированные знания и навыки, обеспечивающие возможность выполнять минимальный объем действий, необходимый для работы за компьютером и для выхода и использования сети Интернет. По нашему мнению, целесообразно выделить в отдельную подсистему навыки в сфере информационно-коммуникационных технологий (ИКТ). Сами ИКТ коренным образом меняют нашу жизнь, изменяют требования, предъявляемые к сотрудникам, вытесняют существующие профессии и создают новые. Ряд исследователей полагают, что 65 % детей, которые пошли в первый класс в 2017 году, в своей взрослой жизни будут работать на должностях и в профессиях, которые сегодня не существуют, и скорее всего эти рабочие места будут напрямую либо косвенно связаны с информационными технологиями [5]. Специалисты Всемирного банка в докладе о мировом развитии «Цифровые дивиденды» указывают три основные политико-экономические цели, позволяющие эффективно воспользоваться переменами, которые несет с собой цифровая трансформация:

- деловая среда, в которой компании могли бы в полной мере использовать возможности сети Интернет для конкуренции и внедрения инноваций в интересах потребителей;
- работники, предприниматели и государственные служащие, обладающие навыками, необходимыми для того, чтобы воспользоваться возможностями в цифровом мире;
- подотчетное обществу правительство, эффективно использующее сеть Интернет для расширения прав и возможностей граждан и предоставления услуг.

Таким образом, повышается значение систем образования и профессионального обучения. В Докладе указаны стратегические приоритеты для стран на различных стадиях формирования цифровой экономики в сфере образования и навыков населения. Странам, которые находятся на этапе зарождения цифровой экономики, необходимо закладывать основы – такие, как устранение барьеров в доступе к сети Интернет, распространение базовой и цифровой грамотности, использование сети Интернет для осуществления основных государственных функций, например, для предоставления информации. По мере перехода стран на более высокий уровень использования сети Интернет их гражданам требуется усиление внимания к современным когнитивным и социально-эмоциональным навыкам, развитию которых способствуют технологии, а также эффективные системы предоставления услуг электронного правительства, позволяющие управлять деятельностью поставщиков услуг и вовлекать граждан в процессы управления. Странам, в которых цифровые преобразования вышли на продвинутую стадию, необходимо решать более сложные задачи. Им необходимо изыскивать пути содействия конкуренции в условиях «новой экономики», обеспечивать обучение на протяжении жизни и реагировать на изменение характера труда, а также использовать сеть Интернет для осуществления большинства государственных функций и для принятия политических решений при более активном участии общественности.

Группа навыков в сфере ИКТ включает в себя навыки, дающие возможность использования цифровых устройств и платформ для анализа, изучения и обмена данными, а также эффективной работы совместно с искусственным интеллектом. Это требует понимания принципов, лежащих в основе используемых технологий и источников получаемых данных, а также их направлений их применения. Навыки в сфере ИКТ уже давно не являются компетенцией исключительно специалистов в данной области – все большее число профессий приобретают так называемую «цифровую составляющую».

Принятие во внимание выделенных выше отличительных составляющих ИП ЭЭ позволит организациям эффективнее управлять своими бизнес-процессами в условиях становления цифрового предпринимательства, выделить ключевые точки роста и направления стратегического развития бизнеса.

Список использованных источников

1. Newbigin J. What is the creative economy? Mode of access: <https://creativeeconomy.britishcouncil.org/guide/what-creative-economy/>.
2. Building a Creative Innovation Economy. The Cultural Ministers Council Creative Economy Roundtable in February 2008. Mode of access: <https://www.arts.gov.au/sites/g/files/net1761/f/building-a-creative-innovation-economy.pdf>.
3. Perry-Smith J., Shalley Ch. The Social Side of Creativity: A Static and Dynamic Social Network Perspective // The Academy of Management Review. 2003. Vol. 28, № 1. P. 89–106.
4. Cultural and Creative Content Drives the Digital Economy. Mode of access: http://www.worldcreative.org/wp-content/uploads/2015/12/CulturalTimes_DigitalEconomy.pdf.
5. New Skills Now: Inclusion in the Digital Economy. Mode of access: https://www.accenture.com/t20171012T025413Z_w_/in-en/_acnmedia/PDF-62/Accenture-New-Skills-Now-Report.pdf.

К ВОПРОСУ О РАЗРАБОТКЕ КРИТЕРИЕВ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЭЛЕКТРОННЫХ УСЛУГ ДЛЯ БИЗНЕСА

Марушко Д. А., Абламейко М. С., Ващило А. А., *Белорусский
государственный университет, г. Минск, Беларусь*

Важнейшей стратегической целью государственной политики Республики Беларусь является повышение качества и уровня жизни граждан. Повышение конкурентоспособности страны невозможно без повышения качества жизни населения. На наш взгляд, повышение