

К интегральному показателю применен метод k -средних кластерного анализа. Результаты ранжирования и классификации регионов приведены в табл. 2.

Таблица 2
Рейтинг регионов РБ по малому и среднему предпринимательству

| Год | № | Регион | R | Кл. |
|------|---|-------------|---------|-----|
| 2021 | 1 | г. Минск | 144,503 | 1 |
| | 2 | Минская | 56,727 | |
| | 3 | Могилёвская | -3,249 | 2 |
| | 4 | Гродненская | -14,917 | |
| | 5 | Брестская | -37,783 | |
| | 6 | Витебская | -68,962 | 3 |
| | 7 | Гомельская | -76,297 | |
| 2019 | 1 | г. Минск | 156,973 | 1 |
| | 2 | Минская | 58,317 | |
| | 3 | Могилёвская | -12,153 | 2 |
| | 4 | Гродненская | -34,611 | |
| | 5 | Брестская | -39,392 | |
| | 6 | Витебская | -66,407 | 3 |
| | 7 | Гомельская | -62,826 | |

Вывод: самым развитым регионом по МСП в Беларуси является город Минск, Минская область входит в первый кластер. Второй кластер составляют Могилевская, Гродненская и Брестская области. Аутсайдерами являются Гомельская и Витебская области. Поскольку рейтинг регионов не изменялся до и после пандемии, можно сделать вывод о том, что МСП продемонстрировал устойчивость к данной проблеме.

Литература

1. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2035 г. / Официальный сайт Министерства экономики Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://economy.gov.by/uploads/files/NSUR2035>.

2. Малое и среднее предпринимательство в Республике Беларусь. – Минск: Национальный статистический комитет Республики Беларусь. 2022. – 70 с.

ПОДХОДЫ К УПРАВЛЕНИЮ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ СТОИМОСТНОЙ ОЦЕНКИ БИЗНЕСА

Мацуль Е.Г.,

*Белорусский государственный технологический университет,
РУП «Институт недвижимости и оценки», г. Минск*

Цифровая трансформация – это социально-экономическое преобразование, вызванное массовым распространением цифровых информационных технологий, в том числе технологии создания, передачи и хранения информации. В цифровом мире стоимостная оценка бизнеса не является чем-то особенным. Однако оценочные организации имеют ярко выраженную консалтинговую направленность, но это будет влиять лишь на выбор технологий и их внедрение. В связи с этим исследование мирового опыта цифровых трансформаций бизнеса является особенно важным.

В своих исследованиях [1] международная консалтинговая компания KPMG выделяет два различных подхода к управлению цифровой трансформацией – технологический и стоимостно-ориентированный. Технологический подход сегодня можно считать традиционным, исходя из его основных принципов, предприятия сосредоточены на выборе инновационных технологий и внедрении их. Однако это неизбежно приводит к тому, что при одновременной реализации большого количества пилотных проектов, которые не всегда согласованы между собой. По завершении анализа и пилотной эксплуатации компании определяют стоимость данных технологий для своего бизнеса. Организации, использующие такой подход, обычно относятся к категории «цифровых модников» (fashionistas) [2]. Выбирая подобный подход, предприятия претерпевают цифровую трансформацию «без ясного видения своего будущего» [1, с. 19]. Поскольку стратегия бизнеса при этом не учитывается, эти компании получают лишь краткосрочные выгоды от использования цифровых технологий.

Стоимостно-ориентированный подход – напротив, направлен на рост показателей деятельности компании и основан на методологии «от бизнес-задач» [1, с. 19]. В рамках этой методологии

цифровые технологии выбираются и внедряются после предварительной оценки желаемых результатов и определения источников создания стоимости. Другими словами, на первом месте стоят потребности бизнеса, и только после их формирования можно переходить к внедрению технологий. Таким образом, стоимостный подход базируется на бизнес-стратегии компании и характеризуется долгосрочностью и комплексностью. При этом цифровая трансформация рассматривается не как самостоятельный процесс, а как элемент стратегии компании с измеримыми целями [3]. Поэтому при реализации данного подхода необходимо иметь корпоративную и конкурентную стратегию цифровой трансформации компании.

Стратегию цифровой трансформации по-другому называют «цифровой стратегией» [4], считая это изменением бизнес-модели компании за счет внедрения цифровых технологий с целью создания конкурентного потенциала бизнеса. В отличие от технологического подхода, при котором цифровая стратегия реализуется в отрыве от бизнес-стратегии, при стоимостном цифровая стратегия является доминирующим фактором при построении организационно-управленческой модели цифровизации.

Какой же подход к управлению цифровой трансформацией следует выбрать для стоимостной оценки бизнеса? Очевидно, что одновременная реализация множества проектов, присущая технологическому подходу, особенно оторванных от потребностей бизнеса и плохо скоординированных, значительно увеличивает бюджеты на разведку и риск неудачи. В то же время путь от потребностей бизнеса к технологиям, присущий стоимостно-ориентированному подходу, представляется более логичным и безопасным. Поэтапная реализация цифровых стратегий с четкими бюджетами и предсказуемыми результатами выглядит достаточно оптимистично. Кроме того, согласно исследованиям KPMG [1], стоимостные подходы более эффективны. Поскольку рынок стоимостной оценки базируется на «отсутствии значительных финансовых ресурсов у оценочных компаний» в условиях «негативной ценовой конъюнктуры» [5], на рынке стоимостной оценки бизнеса Республики Беларусь [5] наилучшим вариантом представляется стоимостно-ориентированный подход.

Литература

1. KPMG. Digital technologies in Russian companies. 2019. 39 p. [Electronic resource]. – Mode of access: <https://home.kpmg/ru/ru/home/insights/2019/01/digital-technologies-in-russian-companies-survey.html>.
2. The Digital Advantage: How Digital Leaders Outperform their Peers in Every Industry. Capgemini Consulting. 2017. MIT Sloan Management. [Electronic resource]. – Mode of access: https://www.capgemini.com/wp-content/uploads/2017/07/The_Digital_Advantage_How_Digital_Leaders_Outperform_their_Peers_in_Every_Industry.pdf.
3. Ценжарик, М. К., Крылова, Ю. В., Стешенко, В. И. Цифровая трансформация компаний: стратегический анализ, факторы влияния и модели / М. К. Ценжарик [и др.]. Вестник Санкт-Петербургского университета. Экономика. – Т. 36. – Вып. 3. – 2020. – С. 390–420.
4. Digital Strategy for a B2B World. 2017. Bain&Company. 8 p. [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.bain.com/insights/digital-strategy-for-a-b2b-world>.
5. Мацуль, Е. Г. Особенности цифровой трансформации стоимостной оценки бизнеса в Республике Беларусь / Е. Г. Мацуль // Труды БГТУ. Сер. 5. Экономика и управление. – 2021. – № 2 (250). – С. 43–49.



ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ МОДЕЛИРОВАНИЯ КОРПОРАТИВНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Молохович М.В.,

кандидат экономических наук, доцент

Белорусский государственный университет, г. Минск

Вызовы современности побуждают хозяйствующих субъектов пересматривать практику ведения бизнеса, непрерывно совершенствуя методы хозяйствования, налаживая тесные взаимоотношения с различными представителями рынка и изыскивая наиболее перспективные формы сотрудничества, позволяющие не только раскрыть имеющийся у них потенциал, но и обеспечить устойчивое развитие в долгосрочной перспективе. Особый интерес в этих условиях представляют