

**Серафимова Анастасия Александровна**

магистрант

Институт экономики и управления СП

ФГАОУ ВО «Крымский федеральный

университет им. В.И. Вернадского»

г. Симферополь, Республика Крым

## **АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ ВИРТУАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ**

*Аннотация:* в данной статье затронута тема виртуального предпринимательства, так как бизнес является одним из наиболее перспективных направлений использования современных технологий. На конференции, организованной Институтом экономической стратегии в апреле 1999 года в Вашингтоне, председатель совета директоров фирмы «Intel» Энди Гроув так охарактеризовал будущее бизнеса: «Лет через пять каждая компания превратится в internet-компанию (виртуальную компанию) либо прекратит свое существование, перестанет быть компанией вообще. В работе изучено состояние и перспективы развития виртуального предпринимательства в России, а также разработаны рекомендации по оптимизации функционирования предприятий в виртуальной среде.

*Ключевые слова:* виртуальное предпринимательство, оптимизация, электронный платеж.

Виртуальное предприятие представляет собой электронный формат ведения бизнеса, в рамках которого предприятие не имеет физических границ и осуществляет свою деятельность в Интернет. Возьмем за пример, малое предприятие по выпуску макетов авиационных газотурбинных двигателей (ГТД) [1]. В этом проекте представлена действующая информационная модель виртуального предприятия на основе PLM-решений (Product Lifecycle Management – жизненный цикл изделия). С помощью этой модели можно значительно усовершенствовать основные бизнес-процессы функционирования предприятия, что приводит

к снижению временных затрат и себестоимости. Это происходит благодаря применению информационных технологий, которые позволяют организовать единое информационное пространство и интегрировать работу различных служб предприятия, которые раньше были разобщены.

e-Science Pilot Project GOLD (компания Eau de Chem) – проект совместных научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ в химической промышленности. Этот проект основывается на грид-технологиях для обеспечения инфраструктуры, способной поддерживать процессы жизненного цикла продукта в динамических виртуальных предприятиях [2].

Многие российские виртуальные предприятия создаются на базе реальных, стремящихся к оптимизации своих бизнес-процессов. Примером может послужить «М.Видео», которое в целях экономии арендной платы размещают весь ассортимент своей продукции на интернет-сайте с подробной информацией и возможностью совершать покупки продукции, которую можно получить в кратчайшие сроки.

Еще в далеком 2010 году объем продаж бытовой техники и электроники через интернет-магазин составляли порядка 117 млрд руб.

Увеличению объемов продаж будут способствовать рост интернет-аудитории; восстановление платежеспособного спроса; развитие системы электронных платежей. [3].

Виртуальное предпринимательство для России является перспективным направлением развития бизнеса. Сравнительный анализ виртуальных и реальных предприятий показал, что виртуальный характер предоставляет предприятию набор дополнительных возможностей для бизнеса, обеспечивающих его преимущества по сравнению с реальными конкурентами. Развитие виртуального предпринимательства способствует экономическому росту. Для примера, проведем расчеты.

Если воспользоваться методом регрессии, то модель регрессии для России будет выглядеть следующим образом:  $y = 23,56 + 2\,657,01x$ .

Это свидетельствует о том, что увеличение объема виртуального предпринимательства на 1 млрд долл. США приводит к росту ВВП России на 2 657,01 млрд долл. США. На основании проведенного этого анализа можно сделать вывод о том, что виртуальное предпринимательство является перспективным направлением развития бизнеса в современной России.

Таблица 1

Динамика Развития виртуального предпринимательства ВП и ВВП  
в России в 2008–2017 гг., млрд долл. США

Годы	Россия	
	<i>ВП</i>	<i>ВВП</i>
2008	8,06	2 579,6
2009	8,99	2 874,3
2010	9,64	3 084,5
2011	12,56	2 865,5
2012	15,98	3031
2013	19,13	3 226,6
2014	26,91	3 397,8
2015	33,75	3498
2016	38,75	3 576,8
2017	45	3 594,68

Но, как показывает статистика, доля виртуального бизнеса в российском предпринимательстве невелика и составляет всего 10%, а темп прироста равен менее 10%.

Причины такого положения виртуального предпринимательства в России таковы:

1. Финансовое условия виртуального бизнеса весьма неблагоприятны.

Несмотря на большое количество провайдеров электронных платежных инструментов, уровень доверия потребителей к ним низок. Так как, отмечается психологический протест против перехода на электронную форму совершения платежей в рамках общего сопротивления инновациям.

2. Существует проблема надежности электронных платежей. Она обусловлена зависимостью от иностранных платежных провайдеров и риском парализации электронных платежей в случае нарушения хозяйственных связей.

В качестве примера, проведем сравнительных анализ США и России. Таблица наглядно иллюстрирует, насколько России отстает в развитии виртуального предпринимательства.

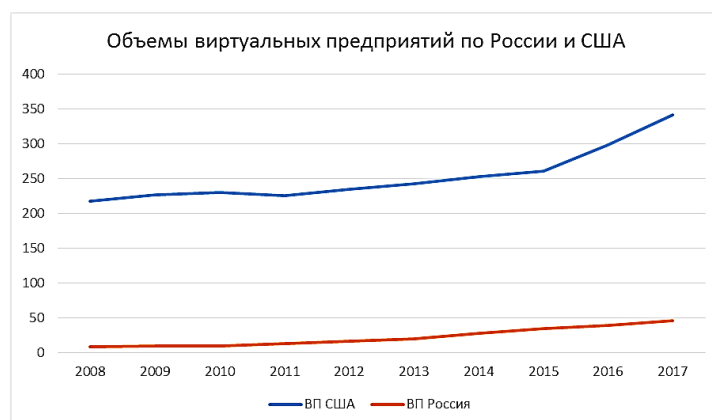


Рис. 1. Объёмы виртуальных предприятий в России и США

Прогресс в развитии виртуального предпринимательства будет наблюдаться в том случае, если будет устранено недоверие к электронным платежным средствам, которые являются неотъемлемой частью виртуального предпринимательства. Решение проблем в развитии виртуального предпринимательства, прежде всего, связано с устранением финансовых посредников между продавцом и покупателем, ведь именно финансовая инфраструктура играет важную роль в развитии виртуального предпринимательства. Оптимизировать виртуальное предпринимательство в России можно благодаря созданию платежных карт или же формированию собственной электронной валюты, главная цель – это завоевать доверие потребителей.

Таким образом, мы считаем, что для развития виртуального предпринимательства в России, целесообразно создание собственных электронных платежных инструментов виртуальным предприятиям. Создание электронной платежной системы позволит устранить финансовых посредников из системы коммерческих отношений и сократить расходы на совершение финансовых операций. Это позволит заключать предприятиям выгодные контракты и увеличить объем продаж.

**Список литературы**

1. Сметанина А.И. Гипотеза виртуализации предпринимательской деятельности // Интеллект. Инновации. Инвестиции. – 2015. – №2. – С. 43–51.
2. Вютрих Х.А. Виртуализация как возможный путь развития управления // Проблемы теории и практики управления. – 1999. – №5. – С. 45–49.
3. Маргарян Т.К. Электронный бизнес и перспективы его развития в России / Т.К. Маргарян, М.В. Петрова // Производственный менеджмент: теория, методология, практика. – 2015. – №3. – С. 18–22.
4. Кожевина О.В. Динамика развития и сегменты роста «электронного» бизнеса в России // Эффективное антикризисное управление. – 2014. – №3. – С. 44–51.
5. Новиков В.С. Субъекты инфраструктуры виртуальных взаимодействий в предпринимательстве // Научный вестник Южного института менеджмента. – 2013. – №2. – С. 21–26.
6. Кожевина О.В. Динамика развития и сегменты роста «электронного» бизнеса в России // Эффективное антикризисное управление. – 2014. – №3. – С. 44–51.
7. Голик В.С. Концепция использования электронного бизнеса и интернет-маркетинга / В.С. Голик, Л. Чжунхуа // Маркетинг в России и за рубежом. – 2014. – №5. – С. 121–127.