

**ЦИФРОВЫЕ ПЛАТФОРМЫ МАЛОГО И СРЕДНЕГО
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА: ОПЫТ АФРИКАНСКИХ СТРАН**

**Мальгина Ирина Валерьевна, к.э.н., доцент,
Академия управления при Президенте Республики Беларусь**
Malgina Irina Valerievna, PhD in Economics,
Associate Professor Academy of Public Administration under the President
of the Republic of Belarus, irina_malgina@list.ru

Аннотация. Статья затрагивает вопросы развития цифровых платформ различной направленности в различных африканских странах. Отмечаются активные темпы развития электронной коммерции и других видов цифровых платформ для бизнеса.

Ключевые слова: малое и среднее предпринимательство, африканские страны, цифровая платформа, электронная коммерция, стартапы.

Поддержка малого и среднего предпринимательства (*далее - МСП*) занимает одну из лидирующих позиций в перечне элементов государственной экономической политики. Поддержка оказывается как из средств специальных программ поддержки МСП, так и из средств различных фондов [1]. А цифровизация МСП, особенно ускорившаяся в период пандемии COVID-19, поставила новые задачи перед правительствами всех стран по активизации финансовой поддержки МСП с использованием цифровых платформ. Различные цифровые платформы получили развитие на африканском континенте и сейчас его можно считать лидером по темпам развития электронной коммерции и других видов цифровых платформ для бизнеса.

Цифровая платформа определяется как основанная на технологиях бизнес-модель, которая создает ценность за счет облегчения обмена между двумя или более взаимозависимыми группами. Так, количество цифровых платформ, действующих в Африке, увеличилось более чем на 40% за последние годы [2]. Такие

платформы, как Джумилия сыграли ключевую роль в снижении барьеров на пути оцифровки для МСП, предоставив относительно зрелые и простые в управлении цифровые экосистемы по разумной цене благодаря экономии за счет масштаба.

Цифровые платформы африканских стран предлагают субъектам МСП и стартапам различные преимущества. И одним из важных преимуществ таких вот цифровых платформ является расширение охвата клиентов за счёт сопоставления потребителей и поставщиков и возможность доступа к новым рынкам как на местном, так и на международном уровне [3].

Так, «Джумилия», нигерийская платформа электронной коммерции, уже много лет меняет жизнь потребителей. Крупнейший сайт онлайн-покупок Нигерии часто называют «Амазоном Африки». «Джумилия» – это панафриканская технологическая компания, построенная на рынке, логистических услугах и платежных услугах. Служба логистики позволяет доставлять посылки через сеть местных партнеров, а платежные услуги облегчают оплату онлайн-транзакций в экосистеме «Джумилия» [4].

Джумилия начала свою деятельность в 2012 г. Материнской компанией была базирующаяся в Берлине «Africa Internet Group». Первоначальными акционерами были «Rocket Internet», венчурная компания из Берлина, и «Mobile Telephone Networks», южноафриканская корпорация. Французский страховой гигант «Аха» и телекоммуникационная корпорация «Orange» также вложили средства в цифровую платформу «Джумилия» на раннем этапе.

Первые годы работы компании были отмечены быстрым расширением. В 2012 г. Джумилия начала свою деятельность в Египте, Марокко, Кот-д'Ивуаре, Кении и Южной Африке. Два года спустя были открыты офисы в Тунисе, Танзании, Гане, Камеруне, Алжире и Уганде. К 2018 г. Джумилия присутствовала уже в 14 африканских странах.

Цифровая платформа «Джумилия» начала с 10 сотрудников в Нигерии. В настоящее время на континенте работает более 5000 сотрудников. Платформа продолжала выходить на новые рынки.

Уже в 2013 г. заработали сервисы «Джумилия Тревел» для бронирования отелей и «Джумилия Фуд».

Сервис «Джумилия Пей» был запущен в 2017 г. и вскоре за ним последовала программа кредитования, которая предоставляет бизнес-кредиты сторонним продавцам. Позже в сотрудничестве с технологической компанией «Amadeus» была создана платформа для бронирования авиабилетов.

Тем не менее, цифровая платформа «Джумилия» также столкнулась с серьезными спадами в своей истории. В 2011 г. в Нигерии проживало 160 млн. человек, но не было организованного розничного сектора. Сегодня в Нигерии проживает 200 миллионов человек, а гигант электронной коммерции также закрепился в других африканских странах.

Однако существуют и проблемы, которые могут включать слабую интернет-инфраструктуру, сложный банковский сектор и логистические трудности [5].

Цифровая платформа «Джумилия» показала потребителям, что онлайн-покупки безопасны, построила собственную дистрибьюторскую сеть и прочную логистическую инфраструктуру. Сегодня цифровая платформа «Джумилия» владеет большим парком грузовиков для доставки, чем DHL, и распространяет товары в одиннадцати странах. В некоторой степени компания уменьшила географическую раздробленность Африки.

Половина нигерийцев живет в сельской местности. Хорошие дороги так же редки, как официальные адреса. Подразделение «Джумилия Логистик» не нуждается в такой инфраструктуре. Оно имеет обширную сеть пунктов выдачи и предоставляет услуги в районах, которые долгое время считались труднодоступными.

Две трети взрослых нигерийцев не имеют банковского счета. С помощью сервиса «ДжумилияПей» компания адаптировала свои способы оплаты к потребностям Африки. Он позволяет клиентам платить наличными при доставке, поэтому он может продавать товары людям, которым все еще не нравятся онлайн-платежи.

Также принимается оплата в рассрочку, что позволяет людям приобретать более дорогие товары. Более того, цифровая платформа «Джумилия» связывает покупателей с продавцами, поэтому покупатели могут даже заказывать вещи, которые сама цифровая платформа «Джумилия» не поставляет.

В 2020 г. «Джумилия» заняла 7-е место среди 10 самых влиятельных брендов Египта. В 2021 г. Джумилия открыла свой технологический центр в Египте, чтобы предоставлять свои услуги на рынке Египта, а также в Африке в целом.

Вторым важным преимуществом является предоставление доступа к ликвидности для покрытия текущих операционных и постоянных расходов, таких как арендная плата и расходы на оплату труда, когда потоки доходов становятся ненадежными.

Платформы предоставили субъектам МСП альтернативный канал для доступа к ликвидности, особенно когда требования о блокировке затруднили физическое посещение финансовых учреждений.

В Кении, например, цифровая платформа «Тви́га Фуд» имеет собственное краткосрочное кредитное решение для поставщиков и сотрудничает с финансовыми учреждениями по кредитному продукту [2]. Таким образом, МСП получают доступ к важнейшему финансированию для обеспечения выживания.

Третьим важным преимуществом является снижение стоимости транзакций с помощью инновационных цифровых финансовых услуг, таких как мобильные деньги. В частности, в Восточной Африке мобильные платежные каналы по-прежнему активно используются на цифровых платформах.

Четвертым важным преимуществом является предложение онлайн-платежей для оффлайн-субъектов МСП, таких как платформа мобильных платежей, предлагаемая базирующейся в Кейптауне цифровой платформе «Кроудбокс», которая позволяет стартапам и субъектам МСП управлять, получать и отслеживать онлайн-платежи от своих клиентов.

Предложение было специально разработано для местных предприятий, которые считаются «офлайн-бизнесом» и не имеют веб-сайта или не используют социальные сети для содействия своему бизнесу [6].

Пятым важным преимуществом является оцифровка операций и предоставление доступа к доступному капиталу, предлагаемому финтехстартапом «ОЗЕ» из Ганы, который помогает малому бизнесу расти, регистрируя их продажи, расходы, кредиторскую и дебиторскую задолженность.

Шестым важным преимуществом является включение доставки «последней мили» через курьерские службы - мобильные уведомления и уведомления в приложениях являются важным связующим звеном для поддержки этого преимущества. Кенийская платформа доставки «Сенди» предлагает доставку посылок последней мили, принимает платежи M-Pesa и обеспечивает страхование посылок.

Интересен опыт Нигерии в развитии цифровой платформы для фермеров. Цифровая платформа «ФармКроувди» представляет собой агротехноло-гическую платформу, управляющую сетью из более чем 800 центров агрегации и закупающую продукцию, у более чем 25 000 мелких фермеров с момента её запуска в 2016 г. Вместо того, чтобы работать с фермерами на индивидуальной основе, она выбирает культуры и места для инвестиций, а затем взаимодействует с ассоциациями фермеров или лидерами общин для заключения коммерческих соглашений. Как только фермеры и культуры определены, цифровая платформа «ФармКроувди» предоставляет ресурсы, такие как семена и удобрения, а также техническую поддержку отдельным фермерам. Цифровая платформа «ФармКроувди» зарегистрировала 20% рост в 2020 г. по сравнению с тем же периодом 2019 г. из-за повышенного интереса потребителей к решениям для онлайн-коммерции. Цифровая платформа «ФармКроувди» также предоставляет ссылку на родственную краудфандинговую платформу, на которой отдельные инвесторы могут финансировать инициативы цифровой платформы «ФармКроувди». Конечными покупателями платформы могут быть крупные фирмы, в том числе нигерийские и международные импортеры, а также отдельные потребители на местном рынке.

В целом опыт стран африканского континента свидетельствует о бурном росте различных цифровых платформ для развития МСП не только на территории африканских стран, но и для содействия связи с различными субъектами МСП во всём мире.

Список использованных источников

1. Отраслевые финансы. Лобан Т.Н., Самоховец М.П., Бухтик М.И., Киевич А.В. // учебно-методическое пособие для студентов специальности 1-25 01 04 Финансы и кредит / Пинск, 2018.
2. Mprofu, O. Informal Finance: A Boon or Bane for African SMEs? / O. Mprofu, A. B. Sibindi // *Journal of Risk and Financial Management*. – 2022. – Т.15. – №6. – Р. 270.
3. Галкина М.Н., Киевич А.В. Проблемы обеспечения информационной и экономической безопасности государства / М.Н. Галкина, А.В. Киевич // *Экономика и банки*. 2021. № 1. С. 65-76.
4. Shankar, N. Role of global economic policy uncertainty on firms participation in innovation and new product introductions: an empirical study in African SMEs / N. Shankar // *Transnational Corporations Review*. – 2020. – Т. 12. – №4. – Р. 360-378.
5. Киевич А.В., Койпаш Д.А. Краудинвестинг как альтернативная модель финансирования инвестиционного проекта. / А.В. Киевич, Д.А. Койпаш // *Экономика и банки*. 2016. – № 1. – С. 58–65.
6. Coldwell, D. The Tension between SMEs' Growth and Sustainability in Emerging and Developed Countries' Internationalization: Towards a Conceptual Model / D. Coldwell [et al.] // *Sustainability*. – 2022. – Т. 14. – №8. – С. 4418.