

УДК 33.338
DOI 10.36511/2588-0071-2021-2-28-35

Ефремова Марина Владимировна

доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой сервиса и туризма
Института экономики и предпринимательства

Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет
им. Н. И. Лобачевского (603950, Нижний Новгород, пр-т Гагарина, 23)

Marina V. Efremova

doctor of sciences (economy), professor, head of the department of service and tourism of
the Institute of economics and entrepreneurship

National research Lobachevsky State university of Nizhny Novgorod (23 Gagarina av.,
Nizhny Novgorod, Russian Federation, 603950)

E-mail: efremovamv@iee.unn.ru

Чкалова Ольга Владимировна

доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой торгового дела Ин-
ститута экономики и предпринимательства

Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет
им. Н. И. Лобачевского (603950, Нижний Новгород, пр-т Гагарина, 23)

Olga V. Chkalova

doctor of sciences (economy), professor, head of the department of trade, Institute of eco-
nomics and entrepreneurship

National research Lobachevsky State university of Nizhny Novgorod (23 Gagarina av.,
Nizhny Novgorod, Russian Federation, 603950)

E-mail: ochkalova@iee.unn.ru

**Цифровые инновации предприятий малого и среднего бизнеса
как фактор устойчивого развития российской экономики**

**Digital innovations of small and medium-sized businesses
as a factor of sustainable development of the Russian economy**

В статье изучена роль цифровых инноваций в эффективности бизнеса малых и средних предприятий и экономической безопасности страны. Приведены результаты анализа состояния цифровизации на предприятиях малого и среднего бизнеса. Проанализированы направления внедрения цифровых инноваций. Показано, что предприятия, реализующие инновационные стратегии, быстрее адаптируются к изменениям внешней среды. На основе результатов социологических опросов, опубликованных в открытых источниках, выявлены приоритетные направления внедрения цифровых инноваций предприятиями малого и среднего бизнеса в России.

Ключевые слова: цифровые инновации, малый и средний бизнес, предпринимательство, цифровизация, малые и средние предприятия.

The article examines the role of digital innovation in the business efficiency of small and medium-sized enterprises and the economic security of the country. The results of the analysis of the state of digitalization in small and medium-sized businesses. The directions of implementation of digital innovations are analyzed. It is shown that enter-

prises implementing innovative strategies adapt faster to changes in the external environment. On the basis of the results of sociological surveys published in open sources, the priority directions of implementation of digital innovations by small and medium-sized enterprises in Russia are identified.

Keywords: digital innovations, small and medium-sized businesses, entrepreneurship, digitalization, small and medium-sized enterprises.

Малый и средний бизнес (МСБ) является драйвером экономик развитых стран мира [1]. В последние годы этот сектор экономики находится под пристальным вниманием Российского государства. Согласно Стратегии экономической безопасности поддержка высокотехнологичного МСБ является основной задачей обеспечения устойчивого роста реального сектора экономики [2].

На современном этапе основой создания высокотехнологичного МСБ являются цифровые инновации. Согласно исследованиям, проведенным в США, Канаде, Мексике, Бразилии, Чили, Великобритании, Германии и Франции, благодаря ускоренной цифровизации малого бизнеса общий объем экономик этих стран может вырасти на 5,5 % при 42-процентном увеличении темпов роста [3].

Национальный проект Российской Федерации «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы», реализация которого началась в 2019 году, направлен на увеличение к 2024 году количества занятых в сфере малого и среднего предпринимательства (МСП) до 25 млн человек, рост доли МСП в ВВП страны — до 32,5 %, а доли экспорта субъектов МСП — до 10 % от общего объема [4].

Пандемия коронавируса внесла значительные коррективы в намеченные планы [5]. Исследователи солидарны, что в условиях резкого падения абсолютного большинства секторов экономики, наибольший ущерб причинен малому и среднему бизнесу [6—8]. В России по состоянию на 10 мая 2021 года число субъектов малого и среднего бизнеса сократилось по сравнению с аналогичным периодом прошлого года на 204,7 тыс. ед. [9] (табл. 1).

Таблица 1

Основные показатели, характеризующие состояние малого и среднего бизнеса в России по состоянию на 10 мая 2021 года (данные Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства)

Категории субъектов МСП	Количество субъектов, ед.		Количество работников, чел.*		Объем произведенной продукции и услуг, трлн руб.	
	2020	2021	2020	2021	2020	2021
Микропредприятия	5 795 906	5 597 713	73 999 117	7 457 587	5 825	7018
Малые предприятия	222 087	214 972	6 185 476	6 22 119	1 156	1 255
Средние предприятия	17 042	17 658	1 719 773	1 836 665	249	238
Итого	6 035 035	5 830 343	15 304 366	15 416 371	7 230	8 511

* Примечание. Сумма среднесписочной численности работников, занятых у субъектов малого и среднего предпринимательства (юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, привлекавших в году, предшествующем году формирования реестра, наемных работников, за исключением вновь созданных юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, без учета индивидуальных предпринимателей, не привлекавших работников).

В период пандемии многие предприятия были вынуждены работать дистанционно, переведя бизнес-процессы в онлайн-формат, что оказало положительное влияние на ускорение внедрения цифровых инноваций. «Малые предприятия начинают понимать, что цифровизация есть не вопрос выбора, а вопрос выживания, — справедливо заметил Даниэль-Зои Хименес, заместитель вице-президента международной исследовательской и консалтинговой компании International Data Corporation (IDC) (Сингапур), специализирующейся на изучении мирового рынка информационных технологий и телекоммуникаций в Азиатско-Тихоокеанском регионе. Аналогичную точку зрения выражают российские исследователи. По мнению В. Рыжкова, гендиректора консалтинговой компании KMDA, в настоящее время цифровая трансформация стала необходимым условием для устойчивого развития предприятий [10].

Эту позицию разделяют эксперты Аналитического центра Национального агентства финансовых исследований (НАФИ), которые с 2018 года проводят исследования уровня цифровизации бизнеса и цифровой грамотности населения в России: «Цифровизация стала необходимой средой для выживания всех предприятий. Предприниматели быстро освоили цифровые форматы взаимодействия. Многие из них создали новый бизнес в пандемию» [11]. Более 70 % опрошенных МСП считают цифровизацию фактором выживания и ускоряют внедрение цифровых инноваций. В то же время исследователи признают, что на современном этапе уровень цифровизации МСП уступает большим компаниям. На четырехэтапной шкале цифровой зрелости только четверть МСП достигли самого высокого четвертого этапа, при этом 4 % все еще остаются на начальном этапе [11]. Примечательно, что наиболее продвинутые в цифровых технологиях малые предприятия, достигшие 3 и 4 этапов, показывают самые высокие показатели восстановления во время и после пандемии. Они способны быстро адаптироваться к изменениям внешней среды и наращивать доходы.

При всех своих разрушительных последствиях пандемия для многих предпринимателей стала временем новых возможностей [12]. В сложных пандемийных условиях консервативные стратегии развития бизнеса, направленные на сокращение расходов, максимальную экономию, стремление переждать сложные времена, уступили место инновационным решениям.

Представители МСБ лидируют в этом списке. Согласно опросу, проведенному в ноябре 2020 года среди 500 руководящих сотрудников малых и средних предприятий в 8 федеральных округах России, к инвестициям в цифровые инновации более склонны небольшие предприятия: 11 % против 3 % в компаниях с численностью более 100 человек [11]. Такая ситуация объяснима отставанием цифровизации в МСП по сравнению с более крупными компаниями, у которых подобная работа началась значительно раньше, многие бизнес-процессы уже оцифрованы и работают в новом режиме.

Перевод продаж в электронный формат начался еще в допандемийный период. В 2019 году спрос в сегменте онлайн-продаж возрос с 17 % в 2014 году до 39 % в 2019 году [11], каждый четвертый россиянин покупал товары и услуги на интернет-площадках (рис. 1).

Оценив преимущества электронной торговли во время пандемии, покупатели продолжают активно ими пользоваться и сегодня (табл. 2) [13].

По итогам 1 квартала 2021 года рынок электронной торговли и доставки еды вырос на 78 % по сравнению с прошлым годом и составил 155 млрд руб. [13]. Быстрая перестройка бизнес-процессов на онлайн-продажи во время пандемии обеспечила таким сегментам бизнеса, как общепит и продуктовая розница до 10 % дополнительной прибыли. В то время как офлайн-бизнесы пострадали от пандемии даже в сегменте продуктов питания.

Роль внедрения цифровых инноваций в росте доходности предприятий иллюстрирует рисунок 2, составленный по данным Сбербанка, который на основе информации из платежных систем предоставляет оперативные результаты анализа макро- и микроситуации в стране.

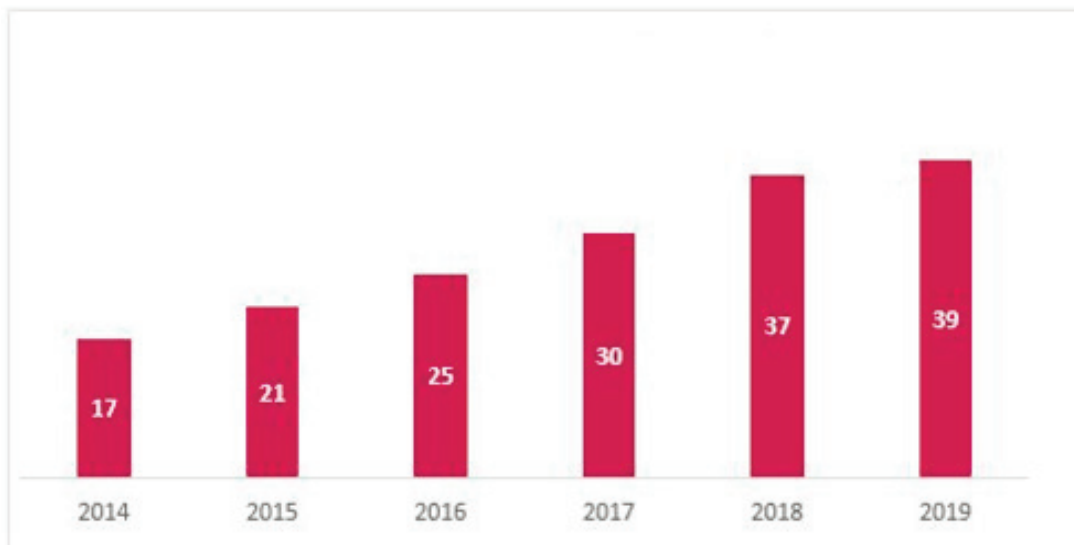


Рис. 1. Количество покупателей, осуществляющих онлайн-покупки, % от всего населения в возрасте 16—55 лет [11]

Таблица 2

**Распределение ответов респондентов на вопрос:
«Вы стали делать онлайн-покупки чаще, чем делали
до периода самоизоляции, реже или примерно с той же периодичностью?»,
в % от тех, кто покупает онлайн в условиях самоизоляции**

Ответы респондентов	%
Чаще, чем раньше	32
Так же, как раньше	49
Реже, чем раньше	19

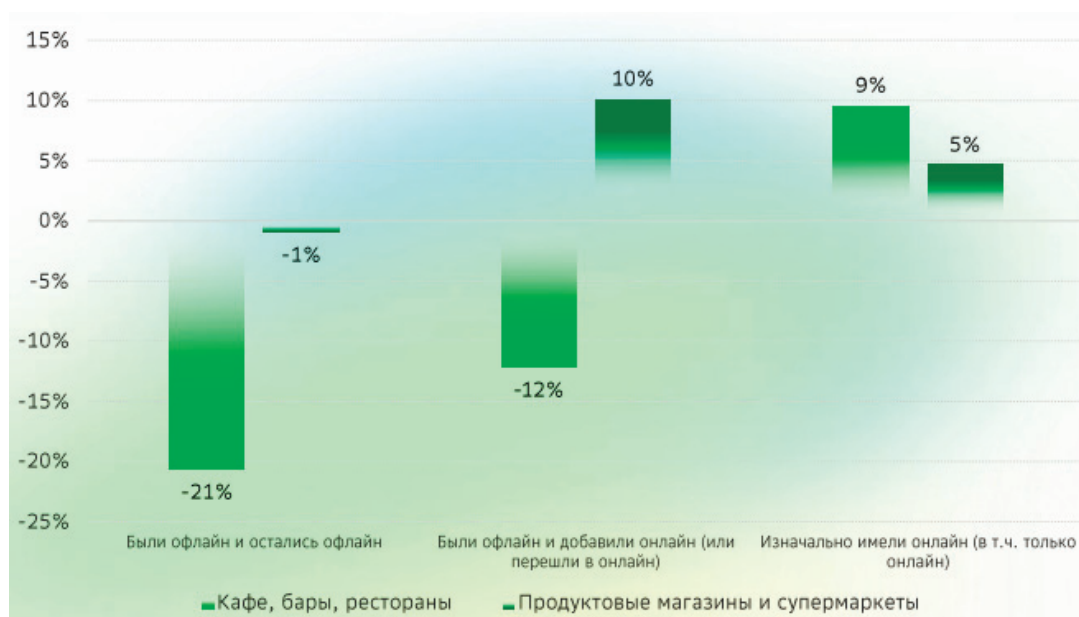


Рис. 2. Изменение оборота предприятий торговли и общественного питания, реализующих консервативные и инновационные стратегии развития (1 кв. 2021 г.), % по сравнению с предыдущим годом [13]

Рисунок свидетельствует, что по итогам 1 квартала 2021 года рост выручки относительно допандемийного периода продемонстрировали предприятия, в бизнес-модели которых изначально был встроен канал онлайн-продаж. Сегмент онлайн-покупок растет быстрыми темпами во всех регионах страны. В 1 квартале 2021 года лидерами по онлайн-покупкам продуктов питания и услуг предприятий общественного питания стали Москва и Санкт-Петербург. Нижегородская область заняла третье место по доле онлайн-покупок в предприятиях общественного питания — 12,9 % (рис. 3).



Рис. 3. Доля онлайн-покупок в предприятиях общественного питания (1 кв. 2021 г.), % от общего количества покупок в этих предприятиях [13]

Согласно опросу 654 руководителей МСП в 8 федеральных округах [11] продвижение товаров и услуг входит в тройку самых популярных цифровых технологий, которые используют МСП. Благодаря низким ценам, точечному и эффективному поиску клиентов, расширению рынков сбыта цифровые технологии в сфере продвижения остаются вне конкуренции. Свои страницы в социальных сетях ведут 36 % московских и 28 % региональных предприятий. Продвижением собственных сайтов в поисковых системах занимаются соответственно 41 % и 31 % предприятий. В качестве средств продвижения МСП используют нативную рекламу (способ привлечения внимания в контексте интересов пользователей), программатик-рекламу (закупка рекламы через онлайн-площадки, такие как «Яндекс.Директ», Google Ads и пр.), инструменты SMM (англ. Social media marketing — маркетинг в социальных медиа), системы автоматизации маркетинговых кампаний [13].

Согласно опросу [11], 76 % респондентов рассматривают продвижение в цифровой сфере в качестве ключевого фактора для роста бизнеса. По состоянию на конец 2020 года с 20 до 27 % по сравнению с предыдущим годом выросло количество МСП, использующих имейл-маркетинг, с 16 до 25 % — клиентские рекламные рассылки через мессенджеры [11].

Доля предприятий, использующих интернет, с начала 2020 года увеличилась до 96 % (в феврале 2020 г. данный показатель составлял 94 %), доля мобильных приложений для ведения бизнеса увеличилась до 60 % (в начале 2020 г. — 51 %). Значительно выросло число предпринимателей, которые стали больше внимания уделять своим сайтам — с 41 % в начале 2020 года до 60 % в конце этого года. Количество МСП, имеющих страницы в социальных сетях, увеличилось за 2020 год с 47 до 59 % [11].

Внедрение цифровых инноваций позволяет без больших затрат значительно расширить рынки сбыта МСП. «Семейный бизнес может выйти в интернет, на торговую площадку, открыть свою онлайн-платформу продаж и достигаться до покупателя наравне с международной корпорацией», — отметил глава направления «Mail.Ru Цифровые технологии» П. Гонтарев [14].

Предприниматели, которые планируют увеличивать расходы в цифровой сфере, приоритетными направлениями считают вложения в интернет-рекламу, покупку компьютерного оборудования и программного обеспечения, обновление сайта (табл. 3).

Таблица 3

**Распределение ответов респондентов на вопрос:
«На что Ваше предприятие планирует увеличить расходы?»,
в % от опрошенных, которые планируют инвестировать
в цифровые технологии [11]**

Направления расходов на цифровые технологии	2019 г.	2020 г.
Интернет/реклама	28	23
Закупка компьютерного оборудования	20	20
Закупка программного обеспечения	22	20
Сайт (создание, доработка)	4	20
Электронные сервисы и услуги в электронной форме	13	6
Техподдержка (IT аутсорсинг)	1	6
Обучение сотрудников в сфере IT	4	6
Затрудняюсь ответить	8	7
ИТОГО	100	100

Реализация цифровых инноваций МСП позволяет решить еще одну не менее значимую проблему — освобождение предпринимателей от бюрократических проволочек [13]. В 2020 году доля компаний, которые работают без использования онлайн-документов, сократилась до 47 % против 41 % в 2019 году. Созданный в 2009 году справочно-информационный портал государственных услуг по состоянию на начало 2020 года насчитывал 103,2 млн пользователей.

В качестве основного барьера на пути цифровизации бизнеса предприниматели отметили нехватку средств и бюджетные ограничения (24 %), незаинтересованность в цифровизации руководителей компаний (14 %), низкий уровень компетенций в цифровой среде у руководителей (9 %) [11].

Заключение

В современных условиях внедрение цифровых инноваций является основой для повышения эффективности МСБ и роста экономической безопасности страны. При всех своих разрушительных последствиях пандемия для многих предпринимателей стала временем новых возможностей, ускорив внедрение цифровых инноваций. Предприниматели быстро освоили цифровые форматы ведения бизнеса. Одним из приоритетных направлений внедрения цифровых инноваций в МСБ является продвижение товаров и услуг, что позволяет значительно расширить рынки сбыта и увеличить объемы продаж.

В перспективе при распределении бюджета на цифровые инновации предприниматели планируют увеличить расходы на рекламу в интернет-пространстве, собственный сайт, компьютерное оборудование и программы.

Примечания

1. Ефремова М. В., Чкалова О. В. Эффективное развитие предприятий малого и среднего бизнеса как фактор экономической безопасности страны // На страже экономики. 2021. № 1 (16). С. 39—47.
2. О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года: указ Президента Российской Федерации от 13 мая 2017 г. № 208. URL: <http://kremlin.ru/acts/bank/41921> (дата обращения: 06.05.2021).
3. Исследование Cisco: к 2024 г. малые предприятия способны увеличить глобальный ВВП на \$2,3 трлн. URL: https://www.cnews.ru/news/line/2020-09-15_issledovanie_cisco_k_2024_gmalye (дата обращения: 06.05.2021).
4. Росстат зафиксировал снижение доли малого бизнеса в экономике. Ежедневная деловая газета РБК. URL: <https://www.rbc.ru/economics/28/01/2020/5e2eda219a79473c798d3692> (дата обращения: 06.05.2021).
5. Sheresheva M., Efremova M., Valitova L., Polukhina A., Laptev G. Russian Tourism Enterprises' Marketing Innovations to Meet the COVID-19 Challenges // Sustainability. 2021, 13, 3756. URL: <https://doi.org/10.3390/su13073756> (дата обращения: 06.05.2021).
6. Guo H., Yang Z., Huang R., Guo A. The digitalization and public crisis responses of small and medium enterprises: Implications from a COVID-19 survey. *Frontiers of Business Research in China* (2020), 14:19. URL: <https://doi.org/10.1186/s11782-020-00087-1> (дата обращения: 06.05.2021).
7. Klein V. B., Todesco J. L. COVID-19 crisis and SMEs responses: The role of digital transformation. *Knowl Process Manag.* 2021: 1-17. URL: <https://doi.org/10.1002/kpm.1660> (дата обращения: 06.05.2021).
8. Kottika E., Özsoyer A., Rydén P., Theodorakis I. G., Kaminakis K., Kottikas K. G., Stathakopoulos V. (2020). We survived this! What managers could learn from SMEs who successfully navigated the Greek economic crisis. *Industrial Marketing Management*, 88, 2020: 352-365. URL: <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2020.05.021> (дата обращения: 06.05.2021).
9. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства. URL: <https://rnspp.nalog.ru> (дата обращения: 05.05.2021).
10. Цифровая трансформация в России — 2020. URL: https://komanda-a.pro/projects/dtr_2020 (дата обращения: 05.05.2021).
11. Аналитический центр НАФИ. URL: <https://nafi.ru/> (дата обращения: 05.05.2021).
12. Ткачева К. Вступительное слово. URL: https://cdto.ranepa.ru/digital_turn_research/vstupitelnoe-slovo-ksenii-tkachevoj-i-mariny-zhunich (дата обращения: 05.05.2021).
13. СберИндекс. URL: <https://sberindex.ru/ru> (дата обращения: 05.05.2021).
14. Весь бизнес в твоём смартфоне. Как цифровизация упрощает жизнь. URL: https://corpmsp.ru/pres_slujba/news_msp/ves_biznes_v_tvoem_smartfone_kak_tsifrovizatsiya_uproshchaet_zhizn_msp/ (дата обращения: 05.05.2021).

References

1. Efremova M. V., Chkalova O. V. Effective development of small and medium-sized businesses as a factor of economic security of the country. *The Economy under Guard*, 2021, no. 1 (16), pp. 39—47. (In Russ.)
2. On the Strategy of Economic Security of the Russian Federation for the period up to 2030: decree of the President of the Russian Federation of May 13, 2017 no. 208. URL: <http://kremlin.ru/acts/bank/41921> (accessed 06.05.2021). (In Russ.)
3. Cisco Research: Small businesses can increase global GDP by \$2.3 trillion by 2024. URL: https://www.cnews.ru/news/line/2020-09-15_issledovanie_cisco_k_2024_gmalye (accessed 06.05.2021). (In Russ.)

4. Rosstat recorded a decrease in the share of small businesses in the economy. Daily business newspaper of RBC. URL: <https://www.rbc.ru/economics/28/01/2020/5e2eda219a79473c798d3692> (accessed 06.05.2021). (In Russ.)
5. Sheresheva M., Efremova M., Valitova L., Polukhina A., Laptev G. Russian Tourism Enterprises' Marketing Innovations to Meet the COVID-19 Challenges. *Sustainability*, 2021, 13, 3756. URL: <https://doi.org/10.3390/su13073756> (accessed 06.05.2021).
6. Guo H., Yang Z., Huang R., Guo A. The digitalization and public crisis responses of small and medium enterprises: Implications from a COVID-19 survey. *Frontiers of Business Research in China* (2020), 14:19. URL: <https://doi.org/10.1186/s11782-020-00087-1> (accessed 06.05.2021).
7. Klein V. B., Todesco J. L. COVID-19 crisis and SMEs responses: The role of digital transformation. *Knowl Process Manag.* 2021: 1-17. URL: <https://doi.org/10.1002/kpm.1660> (accessed 06.05.2021).
8. Kottika E., Özsoyer A., Rydén P., Theodorakis I. G., Kaminakis K., Kottikas K. G., Stathakopoulos V. (2020). We survived this! What managers could learn from SMEs who successfully navigated the Greek economic crisis. *Industrial Marketing Management*, 88, 2020: 352—365. URL: <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2020.05.021> (accessed 06.05.2021).
9. Unified Register of Small and Medium-sized businesses. URL: <https://rmsp.nalog.ru> (accessed 05.05.2021). (In Russ.)
10. Digital transformation in Russia-2020. URL: https://komanda-a.pro/projects/dtr_2020 (accessed 05.05.2021). (In Russ.)
11. NAFI Analytical Center. URL: <https://nafi.ru/> (accessed 05.05.2021). (In Russ.)
12. Tkacheva K. Introduction. URL: https://cdto.ranepa.ru/digital_turn_research/vstupitelnoe-slovo-ksenii-tkachevoj-i-mariny-zhunich (accessed 05.05.2021). (In Russ.)
13. Sberindex. URL: <https://sberindex.ru/ru> (accessed 05.05.2021). (In Russ.)
14. The whole business is in your smartphone. How digitalization makes life easier. URL: https://corpmsp.ru/pres_slujba/news_msp/ves_biznes_v_tvoem_smartfone_kak_tsifrovizatsiya_uproshchaet_zhizn_msp/ (accessed 05.05.2021). (In Russ.)