

УДК 338.27

Н. Б. Демироглу

Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова,
г. Симферополь, email: dnib2008@ukr.net

ОЦЕНКА ЦИФРОВИЗАЦИИ МАЛОГО БИЗНЕСА В РОССИИ

Ключевые слова: цифровая экономика, малый бизнес, предпринимательство, уровень цифровизации, цифровые технологии.

В статье рассматриваются уровень цифровизации малого предпринимательства в России, его динамика за последние годы. Анализ индекса цифровизации бизнеса проводится со стороны пяти частых индексов: каналов передачи и хранения информации; интеграции цифровых технологий; использование интернет-инструментов для продвижения и развития компании; информационная безопасность; человеческий капитал. Проведенная оценка цифровизации в статье может быть полезна предпринимателям. А также систематизированы этапы цифровизации малого бизнеса.

N.B. Demiroglu

State Budget Educational Institution of Higher Education of the Republic of Crimea
Crimean Engineering and Pedagogical University the name of Fevzi Yakubov, Simferopol,
email: dnib2008@ukr.net

ASSESSMENT OF SMALL BUSINESS DIGITALIZATION IN RUSSIA

Keywords: digital economy, small business, entrepreneurship, level of digitalization, digital technologies.

The article examines the level of digitalization of small business in Russia, its dynamics in recent years. The analysis of the business digitalization index is provided by five frequent indexes: channels of information transmission and storage; integration of digital technologies; use of Internet tools for company promotion and development; information security; human capital. The assessment of digitalization in the article can be useful for entrepreneurs. The stages of small business digitalization are also systematized.

Переход к цифровизации открывает ряд преимуществ как для самих субъектов малого предпринимательства, так и для государства. Для предпринимателей плюсы внедрения новых технологий выражаются в сокращении издержек компании, повышении производительности труда, оптимизации процессов взаимодействия с клиентами. Государство заинтересовано в упрощении административных процедур, оптимизации процесса регулирования деятельности СМП и, как следствие, росте сегмента малого и среднего бизнеса. При этом сами предприниматели плохо информированы о возможностях, которые открывает цифровизация, и не всегда готовы инвестировать временные и финансовые ресурсы на внедрение новых технологий и обучения сотрудников цифровым компетенциям. Поэтому важно образовывать малый и средний бизнес, объяснять предпринимателям направления и преимущества цифровой модели бизнеса. Российские ученые-экономисты также в своих трудах обобщают аспекты совре-

менного уровня развития цифровых технологий в сфере предпринимательства, обобщают тенденции и тренды цифровой экономики России [1-6]. З.Р. Джеппарова проводит анализ цифровой конкурентоспособности Российской Федерации и делает выводы и необходимости поддержки эффективной цифровой экономики [2]. Отсюда следует также вывод о важной роли цифровизации в малом и среднем бизнесе и необходимости исследования данной области экономики.

Цель исследования – рассмотреть направления и тенденции цифровизации малого предпринимательства в России.

Материал и методы исследования

При проведении исследования использовались методы теоретические, а именно: анализ и синтез, метод абстрагирования, индукции и дедукции, интерпретации, с целью понимания взаимовлияния факторов, определяющих динамику общего развития. Кроме этого, следует отметить о применении эмпирических методов исследования:

изучение литературы и результатов исследовательской деятельности, наблюдение, беседа и др.

Результаты исследования и их обсуждение

В контексте сложной эпидемиологической ситуации и перехода многих компаний на удаленную работу уровень цифровизации компаний особенно актуален. Среди предпринимателей есть понимание того, что цифровые технологии сегодня – залог жизнеспособности и успешности бизнеса. Однако не все представители бизнеса смогли оперативно перестроить свои бизнес-процессы на удаленный формат работы: те, кто не успел это сделать, сегодня терпят убытки.

За последние полгода уровень цифровизации предприятий МСБ Москвы и российских регионов вырос: сегодня Индекс цифровизации бизнеса равен 50 пунктам по шкале от 0 до 100 (рост на 5 пунктов с прошлого года) (рис. 1).

Компании стали чаще использовать цифровые технологии и интернет-инструменты в работе. Больше компаний завели собственные сайты (75% в 2020 году против 54% в 2019 году). Выросла доля предпринимателей, считающих, что цифровизация повышает удобство ведения бизнеса (с 34% до 57%), увеличивает скорость работы (с 33% до 53%) и улучшает клиентский сервис (с 15% до 22%). Российские компании по-прежнему уделяют недостаточное внимание вопросам информационной безопасности. Растет интерес к специализированным средствам защиты, но их использование все еще не очень распространено: доля имеющих центр мониторинга сетевых атак увеличилась с 1% до 7%; имеющих специализированные программы для защиты бизнеса – с 9% до 14%. Доля тех, кто не использует никаких инструментов, упала с 23% до 17%. По мнению предпринимателей, основной барьер цифровизации бизнеса – нехватка средств, бюджетные ограничения (24%). Особенно часто говорят об этом предприниматели из регионов. Другой важный препятствующий фактор – незаинтересованность в цифровизации руководителей компаний (14%), низкий уровень их знаний и навыков в цифровой среде (9%). Руководители часто не осознают преимуще-

ства, которые цифровизация открывает перед бизнесом.

Сохранение текущего значения Индекса цифровизации бизнеса происходит за счет роста значений одних его составляющих и снижения других. В частности, компании стали чаще использовать в работе цифровые каналы передачи данных, цифровые технологии и интернет-инструменты. Доля компаний, использующих интернет, с начала года увеличилась до 96% (в феврале 2020 года она составляла 94%), доля применяющих мобильные приложения для ведения бизнеса – до 60% (в начале 2020 года – 51%). Заметно большее число субъектов МСБ завели полноценные сайты – запустили их или существенно дополнили информацию на уже существующих (60% против 41% в начале 2020 года). Также увеличилась доля компаний, имеющих страницы в социальных сетях (59% против 47%).

Однако представители МСБ по-прежнему недостаточно внимания уделяют вопросам информационной безопасности. Доля компаний, не использующих никаких средств информационной защиты, возросла до 28% (ранее 17%), а тех, которые не имеют утвержденной политики информационной безопасности – до 67% (ранее 60%).

Еще один фактор, препятствующий росту индекса цифровизации бизнеса – отсутствие установок на цифровое развитие сотрудников. Так, доля компаний, которые не проводили курсы или тренинги по использованию цифровых технологий для своих сотрудников, возросла с начала года до 73% (ранее 57%). Почти половина руководителей компаний (47%) считают, что у них и их сотрудников достаточно знаний для успешного применения цифровых технологий и сервисов в работе и развиваться в этом направлении дополнительно им не нужно. В то же время в штате ряда компаний появились узкопрофильные IT-специалисты (web-разработчики, web-аналитики, интернет-маркетологи и др.).

Что касается дистанционной работы, 30% компаний не испытали необходимости в переводе сотрудников на удаленный формат. 45% компаний, которые перешли на него, не столкнулись при этом ни с какими проблемами.

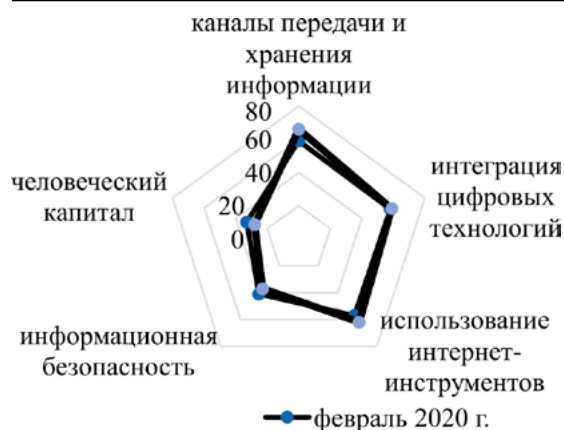


Рис. 1. Частные индексы цифровизации бизнеса, в процентных пунктах *

Примечание: * – составлен на основании данных [7]

Компании, испытывавшие сложности с переходом на дистанционный формат, среди ключевых причин называли затруднения при переводе процедур из офлайн-режима в онлайн (17%), невозможность обеспечения оборудованием сотрудников компании (14%), снижение эффективности работников на «удаленке» (12%).

Индекс цифровизации бизнеса интегрирует пять частных индексов:

Каналы передачи и хранения информации – использование облачных технологий, корпоративной почты, мессенджеров, систем автоматизации и т.д.

Интеграция цифровых технологий – уровень внедрения в компании таких технологий, как искусственный интеллект, интернет вещей, 3D печать, использование онлайн документов, электронный документооборот и т.д.

Использование интернет-инструментов для продвижения и развития компании.

Информационная безопасность – внедрение культуры защиты цифровой информации, использование специализированных антивирусных программ.

Человеческий капитал – вовлечение руководства в саморазвитие и развитие персонала в области цифровых технологий.

Использование цифровых каналов передачи данных. Частный индекс «Каналы передачи и хранения информации» вырос с 59 п.п. до 66 п.п. Возросло количество компаний, использующих такие цифровые каналы передачи данных,

как облачные решения (с 52% до 65%), системы по автоматизации работы предприятия (с 36% до 43%) и по работе с клиентами (с 33% до 38%). Московские компании более активно пользуются облачными решениями, по сравнению с региональными. Каждая пятая компания в период пандемии впервые начала пользоваться интернет-инструментами для организации встреч и мероприятий онлайн.

Интеграция цифровых технологий. Востребованность цифровых технологий растет: в 2020 году увеличилась доля компаний МСБ, использующих технологии интернета вещей, технологии, основанные на искусственном интеллекте и 3D-печать. Охват компаний интернетом для ведения бизнеса достиг 94% (в 2019 году – 92%). Продолжается переход компаний на электронный документооборот: 81% компаний отказались от бумажного документооборота частично или полностью. Также компании все более охотно переходят на онлайн-общение с клиентами и партнерами. Снизилась доля руководителей, которые считают, что общаться с клиентами или партнерами нужно только лично (с 38% до 30%). Для взаимодействия с клиентами активно используются соцсети и мессенджеры: каждый второй представитель МСБ в России имеет страницу в соцсетях (47%), 80% используют мессенджеры. Значительно сократилась доля компаний, которые работают без использования онлайн-документов (с 47% до 41%).

Рост использования интернет-инструментов. В интернете компании чаще всего используют такие специальные инструменты продвижения, как контекстная реклама (65%) и реклама в соцсетях (58%). Данный частный индекс вырос по сравнению с предыдущей волной измерений на 5 п.п. (с 57 до 62 п.п.). В частности, представители МСБ активно применяют онлайн и офлайн каналы продвижения: выросли доли компаний, использующих e-mail marketing (с 20% до 27%), клиентские рекламные рассылки через мессенджеры (с 16% до 25%).

Информационная безопасность бизнеса. В 2020 году уровень информационной защиты компаний остается прежним. Самые популярные способы

защиты, как и в 2019 году, – антивирусные программы для физических (35%) и юридических лиц (40%). Доля компаний, имеющих утвержденную политику информационной безопасности и политику конфиденциальности информации, осталась на уровне 2019 года (60% и 50% соответственно). За период пандемии значение этого частного индекса снизилось на 4 п.п. (с 41 до 37 п.п.). Произошло уменьшение пользования антивирусными программами для юрлиц (с 40% до 31%) и увеличение пользования антивирусными программами для физлиц (с 35% до 43%).

Человеческий капитал. Компании все больше внимания уделяют развитию сотрудников. Доля компаний, в которых прошли обучение руководители, в 2020 году по сравнению с 2019 увеличилась с 26% до 32%. Доля тех компаний, где обучение проходили рядовые сотрудники, – с 28% до 43%. Треть субъектов МСБ проводят обучение собственными

силами (34%). Растет доверие к банкам как провайдерам обучения в сфере цифровых инструментов: снизилась доля тех представителей МСБ, кто считает, что банк не может проводить подобное обучение (с 35% до 27%). Значение этого частного индекса за полгода снизилось на 5 п.п. (с 33 до 28 п.п.). Одна из причин заключается в том, что развитию цифровых компетенций сотрудников уделяется недостаточно внимания. Несмотря на то, что доля компаний, в которых руководители прошли соответствующее обучение, за последние полгода увеличилась с 32% до 35%, доля предприятий и организаций МСБ, где обучение проходили рядовые сотрудники, заметно упала (с 43% до 27%), как и доля субъектов МСБ, которые проводили в течение последних 6 месяцев обучение собственными силами (с 34% до 23%).

Для более успешной цифровизации малого бизнеса предпринимателям следует пройти этапы, обобщенные на рисунке 2.



Рис. 2. Основные этапы цифровизации малого бизнеса

Выводы

Применение цифровых технологий предпринимателями – это неотъемлемое условие развития малого бизнеса. Основные положительные аспекты цифровизации для предпринимателей: удобство контроля над процессами и увеличение скорости работы, сокращение издержек компании, повышении производительности труда, оптимизация процессов взаимодействия с клиентами. Однако следует учитывать и отрицательные стороны, такие как: возможность киберпреступлений, рост уровня морального износа техники и технологий, зависимость от поставщиков

оборудования и программ. Цифровизация выступает катализатором активности предпринимателей в экономике и создаёт новые возможности и бизнес-модели. Однако, большинство СМП пока не до конца понимают, что именно значит для них цифровая экономика, какие кардинальные улучшения она может привнести в бизнес-процессы, а также не видят своего места в программе цифровизации экономики при участии государства. Из этого следует необходимость увеличения информативности и обучения СМП особенностям и преимуществам применения цифровых технологий.

Библиографический список

1. Волкова А.А. Цифровая экономика: сущность явления, проблемы и риски формирования и развития / А.А. Волкова, В.А. Плотников, М.В. Рукинов // *Управленческое консультирование*. – 2019. – № 4. – С. 39 – 49. DOI 10.22394/1726-1139-2019-4-38-49.
2. Джеппарова З.Р. Анализ цифровой конкурентоспособности Российской Федерации / З.Р. Джеппарова // *Ученые записки Крымского инженерно-педагогического университета*. – Симферополь. – 2018. – № 3 (61). – С. 50-54.
3. Костин Г.А. Трансформация предпринимательской деятельности под влиянием цифровой экономики / Г.А. Костин, И.В. Упорова // *Экономика и управление*. Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики. – Санкт-Петербург. – 2018. – № 12 (158). – С. 51-60.
4. Румянцева Т.В. Некоторые тенденции повышения эффективности инновационных процессов предприятий малого бизнеса в условиях цифровой экономики / Т.В. Румянцева // *Управление инновационными и инвестиционными процессами формирования и развития промышленных предприятий в условиях цифровой экономики*. Сборник научных статей по итогам международной научно-практической конференции. Санкт-Петербургский государственный экономический университет. Санкт-Петербург. – 2018. – С. 190 – 196.
5. Шохнех А.В. Когнитивный подход к стратегическому развитию малого бизнеса в системе цифровой экономики: основные методы, принципы, обоснования, результаты / А.В. Шохнех, В.С. Телятникова, Л.И. Насонова, Ю.В. Мельникова, Д.В. Латышев, Е.Ю. Наумова // *Монография*. – Волгоградский государственный социально-педагогический университет. – Волгоград. – 2018. – С. 177.
6. Molotkova N.V. Small business in digital economy / N.V. Molotkova, D.L. Khazanova, E.V. Ivanova // *Shs web of conferences* (см. в книгах). – Michurinsk. – 2019. – том 62. – с. 04003. DOI: <https://doi.org/10.1051/shsconf/20196204003>.
7. Банк «Открытие»: пандемия не изменила индекс цифровизации компаний МСБ. [Электронный ресурс] – Режим доступа: Банк «Открытие»: пандемия не изменила индекс цифровизации компаний МСБ – НАФИ (nafi.ru) (дата обращения: 20.04.2021 г.).