

Экономические системы. 2023. Том 16, № 2 (61). С. 37–52.
Economic Systems. 2023;16(2(61)):37-52.

Научная статья
УДК 338.583

5.2.3 – Региональная и отраслевая экономика

DOI 10.29030/2309-2076-2023-16-2-37-52

Цифровизация малого бизнеса в России: проблемы и перспективы

Михаил Анатольевич Хончев

Финансовый университет при Правительстве РФ, Москва, Россия, makhonchev@fa.ru

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы определения сущности и значения малого бизнеса для экономики, выявления сложностей его цифровизации, оценки степени внедрения цифровых технологий в малом бизнесе в России. Особое внимание в рамках исследования уделяется проблемам стимулирования активного развития цифровизации малого бизнеса.

Ключевые слова: малый бизнес, цифровая экономика, цифровизация, цифровая трансформация, индекс цифровизации, цифровые технологии

Для цитирования: Хончев М.А. Цифровизация малого бизнеса в России: проблемы и перспективы // Экономические системы. 2023. Том 16, № 2 (61). С. 37–52. DOI 10.29030/2309-2076-2023-16-2-37-52.

Original article

Digitalization of small business in Russia: problems and prospects

Mikhail A. Khonchev

Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia, makhonchev@fa.ru

Abstract. The article discusses the issues of determining the essence and importance of small business for the economy, identifying the difficulties of digitalization of small business, assessing the degree of implementation of digital technologies in small business in Russia. Special attention

© Хончев М.А., 2023

in the framework of the study is paid to the issues of determining the directions of stimulating the development of digitalization of small businesses.

Keywords: small business, digital economy, digitalization, digital transformation, digitalization index, digital technologies

For citation: Khonchev M.A. Digitalization of small business in Russia: problems and prospects. *Economic Systems*. 2023;16(2(61)):37-52. (In Russ.). DOI 10.29030/2309-2076-2023-16-2-37-52.

Введение

Актуальность темы исследования связана с необходимостью повышения эффективности работы бизнеса за счет цифровизации бизнес-процессов, что позволит ускорить обмен информацией, снизить издержки и себестоимость продукции, активно развивать инновационную деятельность. Несмотря на возможности, предоставляемые ИТ-рынком и государственными программами, направленными на поощрение развития цифровизации бизнеса, малые предприятия не проявляют ожидаемой инициативы в данном вопросе. Это требует разработки новых подходов и методов воздействия на малый бизнес, в том числе путем активизации мер поддержки со стороны государства.

Объект исследования – малый бизнес в России. Предмет исследования – механизм его цифровой трансформации.

Цель исследования заключается в разработке научно-обоснованных мер по стимулированию развития цифровизации малого бизнеса в России.

Чтобы достичь обозначенные цели, необходимо:

- исследовать сущность и значение малого бизнеса для экономики;
- выявить преимущества и сложности цифровизации малого бизнеса;
- определить степень внедрения цифровых технологий в малом бизнесе в России и провести сравнительный анализ с зарубежными странами;
- разработать эффективные меры по стимулированию развития цифровизации малого бизнеса в России.

В рамках исследуемой тематики гипотезой является предположение о том, что повышение цифровизации малого бизнеса способствует росту объемов деятельности и прибыли малых предприятий.

Методологию исследования в рамках статьи составляют общенаучные и специальные методы исследования, включающие анализ, синтез, обобщение, абстрагирование, аналогию, сравнение, наблюдение, мониторинг, моделирование, статистические методы.

Научная база исследования – монографии и научные статьи по теме цифровизации экономики, а также статистические обзоры аналитических агентств.

Основным результатом являются рекомендации, направленные на стимулирование развития цифровизации малого бизнеса в России.

Основная часть

Сущность и значение малого бизнеса для экономики

Малый бизнес – самая многочисленная часть современной мировой и государственной бизнес-структуры, во многом определяющая темпы экономического развития государства и уровень благосостояния граждан. Среди множества дефиниций разных авторов и источников, на наш взгляд, наиболее точное определение сформулировано в исследованиях Т.Н. Кошелевой. Так, по мнению данного автора, малое предпринимательство – это «целенаправленная предпринимательская деятельность физического или юридического лица, связанная с повышенным риском, основанная на использовании инновационной идеи, основной целью которой является максимизация прибыли за счет производства и продажи товаров, выполнения различных работ и оказания разнообразных услуг, а также обязательное соблюдение норм законодательства и соблюдение соответствия критериям отнесения к малому предпринимательству» [5, с. 8].

По нашему мнению, данную дефиницию следует дополнить, отразив конкурентный характер отраслей малого бизнеса, социальный аспект малого предпринимательства, его значение в решении важных социальных задач государства, а также влияние на развитие региональных экосистем.

Исходя из представленного определения, выделим основные характеристики малого предпринимательства в контексте социального и экономического развития государства и общества:

- повышенные риски деятельности;
- нацеленность на получение прибыли;
- действие в условиях конкуренции;
- наличие потребности в инновационной идее, новаторстве;
- высокая значимость в решении социальных задач общества;
- влияние на развитие региональных экосистем.

Малый бизнес имеет большое значение для социально-экономического развития государства. Обеспечивая рабочими местами, малое предпринимательство способствует повышению реальных доходов населения, его социальной обеспеченности. Кроме того, малые предпринимательские структуры, как правило, создают региональные партнерские экосистемы, выбирая в качестве поставщиков преимущественно местных производителей товаров и услуг, что способствует росту регионального внутреннего продукта – одного из важнейших индикаторов экономического развития регионов и государства в целом.

Особое значение в системе развития малого бизнеса имеет конкуренция, выступающая основным мотиватором для инновационного развития малых предпринимательских структур (рис. 1).

Из рис. 1 видно, что разработка и внедрение инновационной идеи является ключевым фактором в конкурентной борьбе, способствующим повышению производительности труда и тем самым снижению себестоимости продукта, а также повышению его качества. В результате внедрения инновационной идеи продукт становится более конкурентоспособным и востребованным рынком – сначала внутренним, затем зарубежным.

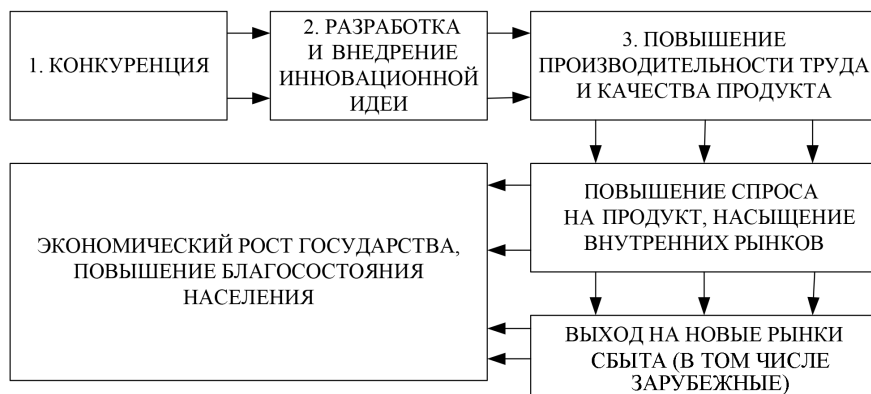


Рис. 1. Механизм влияния конкуренции и инновационной деятельности малого бизнеса на экономический рост государства и благосостояние населения

Источник: составлено автором.

Именно конкуренция стимулирует инновационную деятельность предпринимательских структур, определяя потребность в повышении конкурентоспособности продукции, уступающей по ключевым свойствам – цене и качеству – основным конкурентам, внедрившим инновации. Как отмечает О.В. Гудкова, малый бизнес способствует «ускорению научно-технического прогресса» [3, с. 99].

С другой стороны, сложность и многофакторность развития малого предпринимательства не всегда способствуют инновационной деятельности и внедрению инноваций малым сектором экономики. Особый интерес вызывают парадоксальные ситуации, когда инновации изобретены, но не внедряются действующими предпринимательскими структурами, несмотря на очевидные потенциальные преимущества от их внедрения. Такие ситуации складываются по следующим основным причинам:

- рынок является индифферентным к инновациям: как правило, это относится к рынкам с традиционными товарами, не требующими изменений;
- внедрение инновации не даст ощутимого эффекта в краткосрочном периоде;
- в экономике наблюдается кризис, снижающий финансовые возможности для разработки и внедрения инноваций.

При наличии одной или нескольких рассмотренных причин внедрение инноваций в малом секторе замедляется.

Рассматривая существующие тенденции научно-технического прогресса, следует выделить цифровые технологии в качестве приоритетного направления экономических инноваций. Несмотря на это, их внедрение в секторе малого предпринимательства затруднено, что связано с отсутствием ощутимого эффекта от внедрения инноваций в течение ближайших одного – трех лет, а также потребностью в дополнительных расходах, бюджет на которые может отсутствовать в связи с экономическим кризисом.

Таким образом, малый бизнес выполняет важную функцию в обществе, обеспечивая экономический рост и социальную стабильность в стране. Развитие малого сектора неразрывно связано с осуществлением инновационной деятельности, поскольку именно она стимулирует развитие бизнеса, способствует повышению производительности труда, снижению себестоимости продукции, повышению ее качества и тем самым конкурентоспособности. Стремление малого бизнеса к быстрому результату от инноваций, а также экономический кризис замедляют внедрение разработок в сфере цифровых технологий, что снижает темпы экономического развития и ограничивает возможности для выхода малых предприятий на зарубежные рынки. Рассмотрим более подробно преимущества и сложности цифровизации малого бизнеса.

Преимущества и сложности цифровизации малого бизнеса

Цифровизация – одно из наиболее актуальных направлений инновационного развития современного бизнеса. Данная тема обсуждается и поощряется на уровне как предпринимательства, так и государства в целом. Большинство исследователей говорят о наступлении эпохи цифровой трансформации бизнеса, в которой любое успешное предприятие обязано подвергать цифровизации свои бизнес-процессы, тем самым существенно снижая транзакционные издержки и ускоряя инновационное развитие.

Сущность цифровой трансформации бизнеса рассмотрена разными авторами. Наиболее точные, на наш взгляд, дефиниции представлены в табл. 1.

Таблица 1

Дефиниции категории «цифровая трансформация бизнеса»

Автор/источник	Дефиниция
Аналитическая компания Boston Consulting Group (BCG)	«Цифровая трансформация – это максимально полное использование потенциала цифровых технологий во всех аспектах бизнеса»
В. Рыжков	Цифровая трансформация бизнеса – это «изменение мышления бизнеса в новых условиях цифровой экономики, драйвером которого выступает современный потребитель и меняющаяся культура коммуникаций»
Б.М. Гарифуллин, В.В. Зябриков	Цифровая трансформация бизнеса – это «процесс кардинального изменения формы экономической системы в результате поиска, разработки, внедрения и использования цифровых технологических новшеств для повышения эффективности выполнения своих функций всеми ее структурными подразделениями»

Источник: составлено автором на основе [2, с. 1348].

Наиболее полное и точное определение дано Б.М. Гарифуллиным и В.В. Зябриковым. В качестве основных критериев цифровой трансформации они приводят:

- полную цифровую трансформацию бизнес-процессов;

- использование цифровых новшеств;
- наличие положительного эффекта в работе всех структурных подразделений.

На наш взгляд, данное определение следует дополнить мотивационной составляющей. Так, по нашему мнению, цифровая трансформация бизнеса – это инициируемый предпринимательской структурой в результате влияния конкуренции и/или государственной политики процесс трансформации бизнес-системы на основе внедрения цифровых технологий и новшеств, способствующих повышению качества и производительности бизнеса, выражаемых в снижении себестоимости производства, а также повышении качества продукции.

В секторе малого бизнеса цифровая трансформация способствует: ускорению обмена информацией как внутри компании, так и с внешними структурами, контрагентами; ускорению получения, обработки и повышения презентативности информации; сокращению транзакционных издержек; повышению качества менеджмента компании; повышению эффективности моделирования продукта и его свойств; ускорению принятия управленческих решений; улучшению коммуникаций с клиентами; повышению эффективности контрольных мероприятий и в итоге повышению экономической эффективности деятельности предпринимательской структуры в целом (рис. 2).



Рис. 2. Преимущества цифровизации бизнеса

Источник: составлено автором.

Результаты от представленных на рис. 2 преимуществ наиболее ощутимы в компаниях со значительной численностью штата. Для компаний малого бизнеса эффект цифровой трансформации станет ощутимым лишь спустя определенное время, когда с помощью применения методов цифровых оптимизаций компания сможет улучшить работу с поставщиками, повысить рентабельность продаж, расширить клиентскую базу и тем самым повысить прибыль.

Как отмечают Б.М. Гарифуллин и В.В. Зябриков, эффект цифровой трансформации в малом бизнесе заметен в долгосрочной перспективе, а расходы на такую трансформацию могут быть существенными [2, с. 1350]. Кроме того, как показывают исследования американской компании Carpgemini Consulting и Школы менеджмента при Массачусетском технологическом институте, эффективность цифровой трансформации может быть достигнута только при соответствующей корректировке методов управления, адаптированным к новым цифровым реалиям. Также внедрение новых цифровых технологий требует обучения персонала, что также предполагает временные и финансовые затраты для малого предприятия. Результаты исследования Carpgemini Consulting и Школы менеджмента представлены в табл. 2.

Таблица 2

**Результаты исследования по внедрению новых цифровых технологий
в малом бизнесе**

Внедрение новых цифровых технологий	Внедрение новых методов менеджмента	Динамика уровня прибыли, %
–	–	–24 (по сравнению с конкурирующими структурами, внедрившими новые цифровые технологии и методы менеджмента)
+	–	–11
–	+	+9
+	+	+26

Источник: по данным [9].

Таким образом, внедрение новых цифровых технологий обоснованно и эффективно только в том случае, если вместе с цифровой трансформацией синхронно меняются методы менеджмента в компании, а именно меняются:

- принципы и порядок взаимодействия с подчиненными и контрагентами;
- принципы контроля и управления в организации;
- алгоритм принятия управленческих решений.

Результаты исследования американских аналитических структур доказывают наличие дополнительных сложностей для проведения масштабной цифровой трансформации малого бизнеса в России: сам менеджмент малых предпринимательских

структур не готов к такой трансформации, которая потребует не только финансовых вложений, но и затрат времени на обучение менеджмента и персонала новым принципам и методам работы.

Таким образом, с одной стороны, цифровая трансформация бизнеса может положительно повлиять на эффективность работы малого бизнеса посредством ускорения обмена информацией, сокращения транзакционных издержек, ускорения принятия управленческих решений и др. С другой стороны, масштабному внедрению цифровых технологий в малом секторе препятствуют высокие затраты на приобретение и установку технологий, а также неготовность менеджмента российских компаний к такой трансформации.

Рассмотрим состояние внедрения цифровых технологий в российском малом секторе в настоящее время.

Степень внедрения цифровых технологий в малом бизнесе в России. Сравнительный анализ с зарубежными странами

Для оценки степени внедрения цифровых технологий на предприятиях малого бизнеса в РФ были использованы данные Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», опубликованные в 2022 г. Исследование включает период 2017–2020 гг.

Согласно полученным данным, затраты на цифровую трансформацию российского бизнеса возросли в 2019 г. до 2,2% ВВП. В 2020 г. наблюдалось незначительное снижение этого показателя (рис. 3).

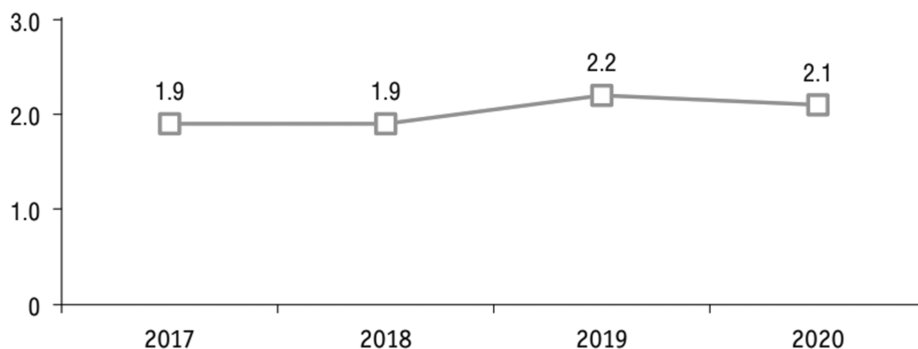


Рис. 3. Затраты на цифровую трансформацию российского бизнеса, в % к ВВП

Источник: [7].

Несмотря на незначительное снижение доли затрат на цифровизацию в 2020 г., можно сделать вывод о тенденции увеличения объемов внедрения цифровых технологий в бизнес.

К.И. Канунникова выделяет в качестве приоритетных отраслей малого бизнеса торговлю, производственные и бытовые услуги, сельское хозяйство [4, с. 762]. При

этом доля затрат на цифровую трансформацию указанных отраслей малого бизнеса составляет лишь 10% от общего объема затрат на цифровизацию всех отраслей народного хозяйства, что свидетельствует о низком уровне вовлечения данного сектора бизнес-структур в цифровую трансформацию экономики. Как рассмотрено ранее, одна из причин этого – высокий уровень затрат на внедрение цифровых технологий в бизнесе. Рассмотрим их структуру (рис. 4).

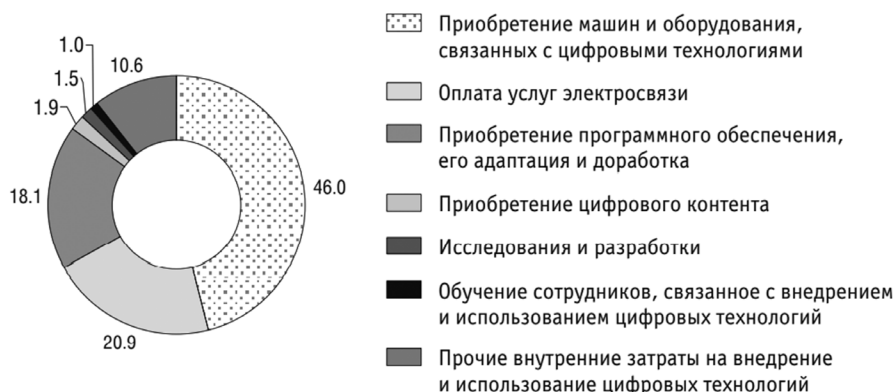


Рис. 4. Структура затрат хозяйствующих структур на цифровую трансформацию бизнеса в России, %

Источник: по данным [7].

Таким образом, согласно рис. 4, помимо затрат на оборудование (46%) и программное обеспечение (18,1%), предпринимательские структуры также тратят средства на обучение сотрудников и несут иные внутренние затраты, связанные с цифровой трансформацией (общая доля таких расходов составляет 35,9%). Как правило, малый бизнес считает чрезмерно затратным внедрение цифровых технологий в первую очередь по причине отсутствия свободных средств на эти цели.

В состав цифровых технологий, внедряемых российскими предпринимательскими структурами, входят: облачные сервисы, технологии сбора, обработки и анализа больших данных, цифровые платформы и др. (рис. 5).

Из рис. 5 видно, что наиболее распространены простейшие виды цифровых технологий, в наименьшей степени используются технологии искусственного интеллекта и промышленные роботы.

Проведем сравнительный анализ структуры цифровой трансформации крупного, среднего и малого бизнеса (табл. 3).

Согласно данным из табл. 3, чем крупнее бизнес, тем выше доля вовлеченных в цифровую трансформацию компаний. Показатели малого бизнеса ниже показателей крупного примерно в два раза.

Несмотря на активное развитие цифровизации бизнеса, все же Россия в настоящее время отстает от большинства европейских стран по данному параметру (рис. 6).



Рис. 5. Виды цифровых технологий, используемых предпринимательскими структурами РФ, %

Источник: по данным [7].

Таблица 3

Сравнительный анализ структуры цифровой трансформации крупного, среднего и малого бизнеса РФ (доля от общего количества предприятий)

Отрасль	Облачные сервисы	Технологии сбора, обработки и анализа больших данных	Цифровые платформы	Геоинформационные системы	«Интернет вещей»	RFID-технологии	Искусственный интеллект	Промышленные роботы
Крупный бизнес	41,0	44,4	36,3	26,0	15,8	11,8	22,8	4,6
Средний бизнес	25,7	22,4	17,2	17,0	13,0	10,8	5,4	4,3
Малый бизнес	17,8	17,2	10,2	14,1	11,6	8,1	2,2	4,1

Источник: по данным [7].

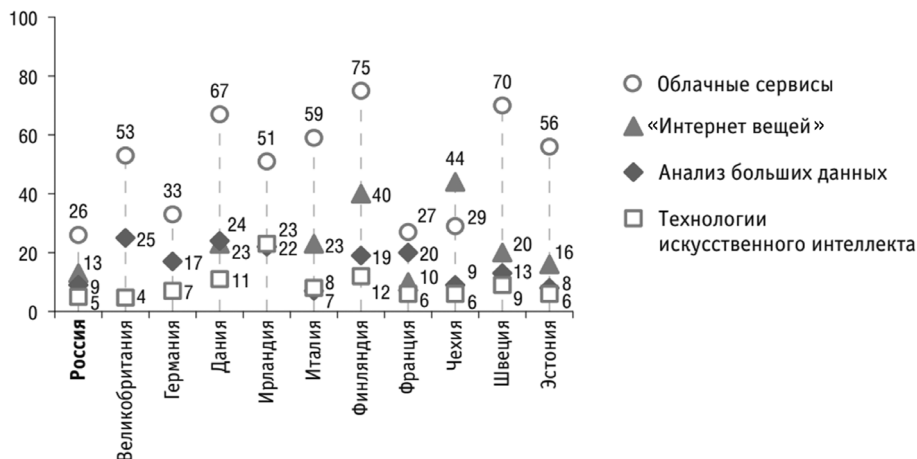


Рис. 6. Сравнительный анализ уровня цифровизации бизнеса по видам цифровых технологий и по странам, %

Источник: по данным [7].

Таким образом, практически по всем видам цифровых технологий Россия отстает от представленных стран, при этом от Дании, Италии, Финляндии, Швеции, Эстонии – более чем в два раза

С.А. Семернина и И.В. Сомина приводят в своем исследовании результаты аналитического исследования консалтингового агентства Censuswide, проводившего опрос среди 1625 компаний разных сфер деятельности США, Японии, Китая, Германии и других стран по вопросам цифровой трансформации. Особый интерес вызывают результаты оценки мотивационной составляющей внедрения цифровых технологий в бизнес. Результаты показали, что основной причиной цифровой трансформации бизнеса стали требования клиентов (58% опрошенных), а также конкуренция (44% опрошенных), влияние партнеров (31% опрошенных), давление новых игроков (26% опрошенных) [6, с. 28].

Таким образом, основным мотивом цифровой трансформации бизнес-структур наиболее успешных в данном отношении государств является влияние клиентов. При этом рынки активно стимулируют друг друга к развитию, выстраивая системы эффективного взаимодействия, влияя тем самым на объем и структуру себестоимости продукции. В России на настоящий момент такой системы не выстроено: бизнес-структуры преимущественно автономны, в отношениях с малым бизнесом система требований упрощенная, и малый предприниматель самостоятельно для себя определяет способ обмена информацией, порядок ее обработки и т. д.

Уровень цифровизации экономики регулярно оценивает также Институт статистических исследований и экономики знаний. Для этого используется индекс цифровизации, отражающий «уровень использования цифровых технологий, цифровизации

бизнес-процессов, цифровых навыков персонала, затрат на внедрение и использование цифровых технологий и кибербезопасности» [8]. Субиндексы отражают удельный вес организаций, использующих тот или иной вид цифровых технологий, а также затраты на их внедрение. На рис. 7 представлены значения индекса в 2020–2021 гг.

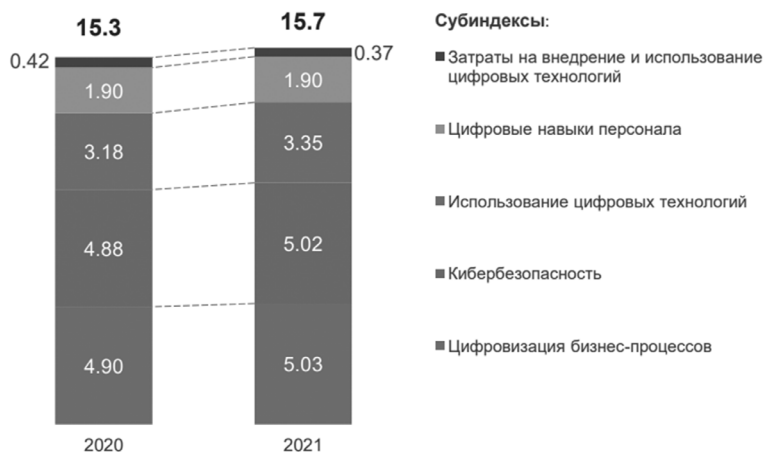


Рис. 7. Индекс цифровизации отраслей экономики и социальной сферы в РФ

Источник: по данным [8].

На основе данных рис. 7 можно сделать вывод о том, что в 2021 г. цифровизация российской экономики продолжилась. Особое внимание в данный период уделялось вопросам внедрения цифровых технологий, кибербезопасности и цифровизации бизнес-процессов.

Таким образом, цифровизация бизнеса является одним из приоритетных направлений развития экономики большинства государств. Россия по уровню цифровизации бизнеса существенно отстает от ведущих развитых государств и стран Европы [10], что в значительной степени связано с различием в системе мотивационных стимулов. Если в лидирующих по уровню цифровизации странах основным мотивом является повышение эффективности взаимодействия с клиентами, то в России к цифровизации мотивирует экономическая эффективность крупного бизнеса и меры государственного регулирования, которые на малый бизнес влияют явно недостаточно.

Рассмотрим возможные направления стимулирования развития цифровизации малого бизнеса в России.

Направления стимулирования развития цифровизации малого бизнеса в России

Цифровизация бизнеса в России – одна из приоритетных сфер развития экономики. В связи с этим была разработана национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации» [1]. В состав программы входят проекты, направленные:

- на создание нормативно-правовой базы в сфере цифровой экономики;

- формирование механизма создания профессиональных кадров для активизации процесса цифровизации деятельности организаций и предприятий;
- развитие инфраструктуры информационного обмена;
- формирование условий для развития ИТ-сферы и создания отечественных программных средств.

Несмотря на многочисленность и масштабность входящих в программу проектов, вопросы цифровизации малого бизнеса практически не затронуты. Программа не решает главного вопроса, связанного с формированием системы мотивации для активной цифровой трансформации малых предпринимательских структур. Учитывая потребность в этом, в 2021 г. Министерством цифрового развития, связи и массовых коммуникаций РФ был разработан и осуществляется механизм поддержки малого и среднего бизнеса, включающий выплату ему компенсации в размере 50% стоимости приобретаемого программного средства отечественного производства. Для оценки эффективности данной меры поддержки в настоящий момент нет точных статистических данных, но можно предположить, что ее будет недостаточно для полноценной активизации цифровой трансформации малого бизнеса, поскольку не будут решены важные вопросы, такие как:

- формирование мотивации руководства малых предприятий;
- льготное кредитование и финансирование затрат на обучение, приобретение техники, оборудования и программных средств.

По нашему мнению, к вопросу внедрения цифровых технологий в малый бизнес РФ следует подходить более основательно. Для этого рекомендуется создать отдельный проект «Цифровизация малого бизнеса», целью которого должна стать масштабная цифровая трансформация малых предприятий. В качестве основных направлений такого проекта следует рассматривать:

- создание мотивационных стимулов к цифровизации бизнес-процессов посредством введения системы требований к обмену информацией и цифровизации бизнес-процессов для малых предприятий, работающих с государственными предприятиями и корпорациями;
- формирование единой системы обучения менеджмента и персонала малых предприятий основам цифровизации и работы с отечественными программными средствами посредством создания дистанционного учебного центра, специалисты которого будут обучать и консультировать персонал малого бизнеса дистанционно и на бесплатной основе;

- введение системы рассрочки оплаты за оборудование и программные средства, которая позволит повысить доступность цифровых технологий для малого бизнеса.

Таким образом, разработанные на данный момент меры поддержки цифровой трансформации малого бизнеса недостаточно эффективны. Для активизации этого процесса требуется разработка комплексного подхода, включающего создание отдельного регламента управления данным вопросом, а также формирование мотивационных стимулов и финансовых возможностей для проведения цифровой трансформации бизнес-процессов малых предприятий. Разработанные рекомендации позволят существенно повысить темпы цифровой трансформации в малом бизнесе, обеспечив

рост эффективности деятельности малых предпринимательских структур и увеличив их вклад в развитие социально-экономической системы государства в целом.

Заключение

Малый бизнес выполняет важную функцию в обществе, обеспечивая экономический рост и социальную стабильность в стране. Стремление малого бизнеса к быстрому результату от инноваций, а также экономический кризис замедляют внедрение разработок в сфере цифровых технологий, что снижает темпы экономического развития и ограничивает возможности для выхода малых предприятий на зарубежные рынки. Цифровая трансформация малого бизнеса может положительно повлиять на эффективность его работы посредством ускорения обмена информацией, сокращения транзакционных издержек, повышения оперативности принятия управленческих решений и др. Однако масштабному внедрению цифровых технологий в малом предпринимательстве препятствуют высокие затраты на приобретение и установку этих технологий, а также и неготовность менеджмента российских компаний к такой трансформации.

Исследования американской компании Capgemini Consulting и Школы менеджмента при Массачусетском технологическом институте показали заметное влияние цифровизации бизнеса на повышение уровня прибыли, что в целом подтверждает правильность выдвинутой гипотезы.

На сегодняшний день по уровню цифровизации бизнеса Россия существенно отстает от ведущих развитых государств и стран Европы, что в значительной степени связано с различием в системе мотивационных стимулов. Если в лидирующих по уровню цифровизации странах основным мотивом является повышение эффективности взаимодействия с клиентами, то в России к цифровизации мотивируют экономическая эффективность крупного бизнеса и меры государственного регулирования. Однако существующие на данный момент меры поддержки цифровой трансформации малого бизнеса малоэффективны.

По результатам исследования нами разработаны рекомендации по стимулированию развития цифровизации малого бизнеса в России. Для активизации этого процесса требуется комплексный подход, включающий создание отдельного регламента управления данным вопросом, а также формирование мотивационных стимулов и финансовых возможностей для проведения цифровой трансформации бизнес-процессов малых предприятий. Разработанные рекомендации позволяют существенно повысить темпы цифровой трансформации в малом бизнесе, обеспечив рост эффективности деятельности малых предпринимательских структур и увеличив их вклад в развитие социально-экономической системы государства в целом.

Список источников

1. Паспорт национального проекта «Национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации»: утв. протоколом заседания президиума Совета при Президенте РФ по стратегическому развитию и национальным проектам от 04.06.2019 № 7. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_328854 (дата обращения: 12.02.2023).

2. Гарифуллин Б.М., Зябриков В.В. Цифровая трансформация бизнеса: модели и алгоритмы // Креативная экономика. 2018. № 9. С. 1345–1358.
3. Гудкова О.В. Роль и значение малого бизнеса, положение в современной экономике // Хроноэкономика. 2020. № 3 (24). С. 98–103.
4. Канунникова К.И. Приоритетные отрасли для малого бизнеса в России // E-Scio. 2019. № 5 (32). С. 761–765.
5. Кошелева Т.Н. Управление формированием инновационной среды малого предпринимательства как основа инновационного развития экономики : монография. СПб. : Изд-во Санкт-Петербургского университета технологий управления и экономики, 2016. 302 с.
6. Семернина С.А., Сомина И.В. Цифровая трансформация бизнеса: зарубежный опыт // Вестник Самарского университета. Экономика и управление. 2018. № 2. С. 25–31.
7. Цифровая экономика 2022 : краткий статистический сборник. URL: <https://issek.hse.ru/mirror/pubs/share/552091260.pdf> (дата обращения: 01.02.2023).
8. Цифровая экономика: аналитическое исследование Института статистических исследований и экономики знаний. URL: <https://issek.hse.ru/mirror/pubs/share/785333175.pdf> (дата обращения: 01.02.2023).
9. MIT Sloan Management Review, Strategy, Not Technology, Drives Digital Transformation – Becoming a Digitally Mature Enterprise, 2015.
10. Дашков Л.П., Пучков В.И. Анализ и диагностика использования цифровых бизнес-платформ (маркетплейсов) как современного канала взаимодействия между бизнес-структурами и обществом // Экономические системы. 2023. Т. 16, № 1 (60). С. 35–42.

References

1. Passport of the national project «National Program «Digital Economy of the Russian Federation» : approved by the minutes of the meeting of the Presidium of the Presidential Council for Strategic Development and National Projects dated June 4, 2019 No. 7. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_328854. (In Russ.).
2. Garifullin B.M., Zyabrikov V.V. Digital transformation of business: models and algorithms. *Kreativnaya ekonomika = Creative economy*. 2018;12(9):1345-1358. (In Russ.).
3. Gudkova O.V. The role and importance of small business, the situation in the modern economy. *Hronoekonomika = Hronoeconomics*. 2020;3(24):98-103. (In Russ.).
4. Kanunnikova K.I. Priority industries for small businesses in Russia. *E-Scio*. 2019;5(32):761-765. (In Russ.).
5. Kosheleva T.N. Management of the formation of the innovative environment of small business as the basis for the innovative development of the economy: monograph. St. Petersburg : Publishing house of the St. Petersburg University of Management Technologies and Economics, 2016. 302 p. (In Russ.).
6. Semernina S.A., Somina I.V. Digital transformation of business: international experience. *Vestnik Samarskogo universiteta. Ekonomika i Upravleniye = Bulletin of the Samara University. Economics and Management*. 2018;(2):25-31. (In Russ.).
7. Digital economy 2022. Brief statistical collection. URL: <https://issek.hse.ru/mirror/pubs/share/552091260.pdf>. (In Russ.).
8. Digital economy: analytical study of the Institute for Statistical Research and Economics of Knowledge. URL: <https://issek.hse.ru/mirror/pubs/share/785333175.pdf>. (In Russ.).
9. MIT Sloan Management Review, Strategy, Not Technology, Drives Digital Transformation – Becoming a Digitally Mature Enterprise, 2015.

10. Dashkov L.P., Puchkov V.I. Analysis and diagnostics of the use of digital business platforms (marketplaces) as a modern channel of interaction between business structures and society. *Ekonomicheskie sistemy = Economic Systems*. 2023;16(1(60)):35-42. (In Russ.).

Информация об авторе / Information about the author

М.А. Хончев – кандидат экономических наук, доцент, доцент департамента менеджмента и маркетинга в спорте, факультет «Высшая школа управления».

M.A. Khonchev – associate professor, Department of management and marketing in sports. Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia,

Статья поступила в редакцию 20.04.2023; одобрена после рецензирования 13.05.2023; принята к публикации 17.05.2023.

The article was submitted 20.04.2023; approved after reviewing 13.05.2023; accepted for publication 17.05.2023.