

УДК 334

ПОВЫШЕНИЕ ПОТЕНЦИАЛА МАЛОГО БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ ФИРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ЭКОНОМИКИ

Зарудняя К.С.

Студентка 2 курса магистратуры
Академия экономики и управления
ЧОУ ВО ЮУ (ИУБиП)

zarudnyaya_2020@mail.ru

Научный руководитель: Сидоренко Л.Ж.

к.э.н., доцент кафедры «Финансы, бухгалтер и налогообложение»

ЧОУ ВО ЮУ (ИУБиП)

e-mail: leonora08@mail.ru

Аннотация: В статье рассмотрены современное состояние и тенденции цифровой трансформации России. Также описаны основные черты современного цифрового предприятия. Сформулированы выводы относительно влияния цифровизации экономики на потенциал сектора малого бизнеса.

Ключевые слова: цифровизация, цифровая экономика, предпринимательство, малый бизнес, цифровое предприятие.

INCREASING THE POTENTIAL OF SMALL BUSINESSES IN THE DIGITAL TRANSFORMATION OF THE ECONOMY

Zarudnyaya K.S.

Abstract: The article discusses the current state and trends of digital transformation in Russia. The main features of a modern digital enterprise are also described. Conclusions are formulated regarding the impact of digitalization of the economy on the potential of the small business sector.

Keywords: digitalization, digital economy, entrepreneurship, small business, digital enterprise.

Тенденции настоящего времени указывают на то, что современная экономика проходит процесс цифровой трансформации, что в свою очередь обязывает правительство страны принимать меры по внедрению современных технологических трендов, которые обеспечат экономический рост, экономическую эффективность, конкурентоспособность и национальную безопасность.

Сегодня цифровое развитие Российской Федерации осуществляется согласно Стратегии развития информационного общества на 2017-2030 гг.[1], которая обеспечивает благоприятные условия для применения информационных и коммуникационных технологий.

Цифровизация экономики предоставляет новые уникальные возможности для развития бизнеса. Она оказывает влияние на способы организации и ведения бизнеса, его маркетинговые стратегии:

- обеспечение бизнеса ресурсами: производственные и транзакционные издержки, которые в цифровой сфере либо резко снижаются, либо вообще исчезают;

- сетевой эффект и эффект масштаба, которые становятся глобальными.

Поэтому, субъекты современного предпринимательства, чтобы быть конкурентоспособными, должны подстраиваться под требования цифровой экономики:

- применять IT технологии при разработке бизнес-стратегий;
- использовать цифровые технологии при взаимодействии с заказчиками;

- своевременно реагировать на различные изменения в среде IT и использовать их для повышения конкурентоспособности.

Малый бизнес имеет свои характерные особенности, преимущества и недостатки, свои закономерности развития. Одним из преимуществ малого бизнеса является то, что за счет своего небольшого масштаба малые предприятия могут оперативнее откликаться и на постоянно меняющиеся экономические условия, и на изменения потребительского спроса, структуру рынка, позволяя тем самым экономике РФ достичь нужной стабильности.

Одной из причин увеличения численности предприятий малого бизнеса, является рост количества интернет-пользователей. Многие компании, уже успели осознать значимость их присутствия в глобальной сети. В качестве первостепенных шагов, на пути к цифровизации

отечественных компаний, можно назвать создание Web-сайтов. Также следует обозначить их активное использование кросс-канальных коммуникаций (мессенджеры, электронная почта, телефон, скайп) и мобильных технологий. В результате чего, мобильность является первостепенной чертой цифрового малого бизнеса.

Для многих современных компаний, специализированные программные средства стали следующим шагом на пути к их цифровизации. Отсюда отмечается появление электронных справочно-правовых систем, электронного документооборота, а также программного обеспечения, к примеру, для проведения различных финансовых расчетов. Большая часть следующих шагов благодаря технологическому прогрессу была направлена в сторону автоматизации самого производственного процесса.

В качестве основных цифровых драйверов выделяют следующие: разные датчики и сенсоры, которые позволяют проводить мониторинг движения услуг и товаров, дроны и транспортные средства (беспилотные/автоматизированные), а также 3D-печать. Достаточно значительный прогресс можно отметить, в областях связанных с распознаванием образов и речи (алгоритмы автоматизированного принятия решений и роботизированного управления, технология машинного зрения, системы автоматизированного перевода между разными языками и т.д.).

Таким образом, внедрение и использование передовых технологий и производственных автоматизаций являются одной из основных черт для цифровой трансформации малого бизнеса. Также, можно назвать активное внедрение различных информационных систем, которые позволяют автоматизировать процессы контроля, учета и планирования. К примеру, планирование организационных ресурсов и интеграция внутреннего электронного бизнеса находятся в зоне ответственности ERP-систем. Оперативное управление клиентскими отношениями осуществляется за счет CRM-систем. Следует отметить, что в автоматизации работы с партнерами участвуют SCM-системы, позволяющие обеспечить связь с различными

системами управления заказами. Таким образом, у компании появляется возможность сделать обращение к «нужному» заказчику в «правильное» время, подобрав для этого наиболее эффективное предложение и оптимальный канал взаимодействия.

Одной из основных характеристик любого цифрового предприятия можно назвать внедрение технологий виртуализации. В настоящее время, деятельность многих компаний переходит в онлайн. По большей мере это можно отнести, к таким сферам, как торговля и банки, где уже сегодня подавляющая часть операций, проводимая с клиентами, уже происходит в интернете. Подобного рода линию, в ее наиболее завершенном виде, можно проследить в появлении полностью виртуальных банковских организаций. (поискать др. пример логистика)

Широкое распространение, в последние несколько лет смогла приобрести дистанционная форма занятости (фриланс). Электронная торговля, выступает в качестве важнейшего способа проведения коммерческих сделок. Если обратиться к статистическим данным, то можно проследить что 55% отечественных покупателей делают покупки через онлайн сервисы и периодичность таких заказов не менее одного каждый месяц. При этом среднее количество заказов в год – 6,2 (самые крупные шопинг-площадки – Wildberries, Ozon.ru и Lamoda)[4]. К наиболее востребованным способам оплаты можно отнести: электронные деньги, оплата банковскими картами онлайн и интернет-банкинг. В тоже время, именно электронные деньги в 2019 г. смогли показать наиболее высокие темпы роста аудитории.

Подобного рода изменения принимаются в учет отечественными предпринимателями, которые все больше ставят свои приоритеты в направлении удовлетворения потребностей клиентов. В результате чего, внедрение инновационных технологий маркетинга являются еще одной чертой цифрового предприятия. Согласно сформированной концепции современного маркетинга, подчеркивается, что в качестве источника

прибыли выступает сам клиент, а не марка или товар, как это было раньше. Рационализация покупательского времени – это одна из основных задач маркетинга в наши дни. Достигнуть ее возможно, но только за счет организации определенных процессов, которые позволят в максимальной степени экономить время на обслуживание. Например, к роду инновациям можно отнести: виртуальные прилавки и промоутеры, виртуальные примерочные, QR-коды, прасчекеры, чат-боты, а также использование аукционной системы цен. Новейшие технологии маркетинга в интернете, позволяют реализовывать задачи привлечения и установления взаимовыгодных отношений с клиентами. Сюда следует отнести: SMM; email- маркетинг, вирусный интернет-маркетинг, а также SEO оптимизацию (комплекс мер направленных на улучшение видимости сайта в поисковой выдаче, за счет использования ключевых слов). SMM (SocialMediaMarketing) – является в особенности значимым на сегодняшний день. SMM, дает возможность делать рекламу сайта с помощью социальных сетей, а также раскручивать его с помощью лидеров мнений и популярных блогеров. В свою очередь это позволяет продвигать на рынок любой новый продукт, услугу или товар, а также повышать узнаваемость бренда, формировать позитивный имидж и управлять текущей репутацией. По итогам 2019 года, более 39 миллионов россиян делали покупки через социальные сети [3].

Таким образом, следует сделать вывод, что для повышения потенциала малого бизнеса неоспоримую роль играют цифровые технологии, которые оптимизировали рабочий процесс. Небольшое предприятие получает возможность быстрого выхода на внешние рынки, так как стираются локационные границы. В тоже время, за счет различных удобных сервисов происходит упрощение и удешевление привлечения клиентов. В конечном итоге происходит сокращение издержек за счет автоматизации бизнес-процессов, которые возможно направить на масштабирование бизнеса.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Указ Президента РФ от 09.05.2017 N 203 "О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017 - 2030 годы" // СПС КонсультантПлюс.
2. Коханова В.С. Инновационные финансовые инструменты в финансировании предприятий малого бизнеса: проблемы и перспективы // Интеллектуальные ресурсы – региональному развитию. – 2015. – №4. – С. 24-30. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/item.asp?id=25509603> (дата обращения 17.02.2020).
3. Кузнецова Т.И. Цифровое предприятие в концепции индустрии 4.0 / Т.И. Кузнецова, Г.М. Иванов, О.И. Опарин // Гуманитарный вестник. – 2017. – №12 (62). – С. 1-13.
4. Vovchenko N.G., Sakharova L.V., Epifanova T.V., Kokhanova V.S. (2020) Fuzzy-Multiple Modification of the Spectrum-Point Methodology for Assessing the Financial Condition of the Company (Based on the Audit-IT). In: Aliev R., Kasprzyk J., Pedrycz W., Jamshidi M., Babanli M., Sadikoglu F. (eds) 10th International Conference on Theory and Application of Soft Computing, Computing with Words and Perceptions - ICSCCW-2019. ICSCCW 2019 // Advances in Intelligent Systems and Computing, vol 1095. Springer, Cham DOIhttps://doi.org/10.1007/978-3-030-35249-3_35.
5. Коханова В.С., Бохон К.С. Влияние технологии блокчейн на финансовый сектор: современное состояние и сферы применения // Научный вестник Южного института менеджмента. – 2019. – № 4 (28). – С. 84-90.
6. Vovchenko N.G., Andreeva L.Y., Kokhanova V.S., Dzhemaev O.T. Information And Financial Technologies In A System Of Russian Banks' Digitalization: A Competency-Based Approach // Contemporary Studies in Economic and Financial Analysis. – 2018. – Т. 100. – С. 19-29.