

Полетаев Александр Викторович

Новосибирский государственный университет экономики и управления

Петухова Светлана Валериевна

Новосибирский государственный университет экономики и управления

Разработка подходов к цифровому развитию организаций малого бизнеса

Аннотация. Статья посвящена разработке подходов к цифровому развитию организаций малого бизнеса в России, с учетом современных тенденций и вызовов цифровой экономики. Рассматривается влияние программных инициатив, таких как «Цифровая экономика Российской Федерации», на малые предприятия и необходимость пересмотра законодательных норм для стимулирования их цифровизации. Особое внимание уделяется внедрению цифровых технологий в бухгалтерский учет, маркетинг, использование аналитики данных и онлайн-платформ для взаимодействия с клиентами. Подчеркивается важность разработки стратегии цифровизации, учитывающей финансовые и человеческие ресурсы, а также возникающие риски, такие как киберугрозы. Статья иллюстрирует значимость цифровых решений для повышения конкурентоспособности малого бизнеса в условиях глобальной трансформации экономики.

Ключевые слова: цифровизация, малый бизнес, цифровая экономика, бизнес-платформы, маркетинговые стратегии, аналитика данных, киберугрозы, цифровая трансформация, бухгалтерский учет, предпринимательство, законодательные инициативы.

Poletaev Aleksandr Viktorovich

Novosibirsk State University of Economics and Management

Petukhova Svetlana Valerievna

Novosibirsk State University of Economics and Management

Development of approaches to the digital development of small business organizations

Abstract. The article is devoted to the development of approaches to the digital development of small businesses in Russia, taking into account modern trends and challenges of the digital economy. The impact of program initiatives, such as the "Digital Economy of the Russian Federation", on small businesses and the need to revise legislative norms to stimulate their digitalization are considered. Particular attention is paid to the introduction of digital technologies in accounting, marketing, the use of data analytics and online platforms for interaction with clients. The importance of developing a digitalization strategy that takes into account financial and human resources, as well as emerging risks, such as cyber threats, is emphasized. The article illustrates the importance of digital solutions for increasing the competitiveness of small businesses in the context of global economic transformation.

Keywords: digitalization, small business, digital economy, business platforms, marketing strategies, data analytics, cyber threats, digital transformation, accounting, entrepreneurship, legislative initiatives.

Программа «Цифровая экономика Российской Федерации», утвержденная Правительством РФ на срок с 1 октября 2018 г. по 31 декабря 2024 г., определила понятийно-категориальный аппарат в области цифровой экономики.

Формирование рыночных отношений в стране определяет необходимость разработки новых информационных реформ в сфере малого бизнеса.

Нормативные законодательные акты по малому предпринимательству, которые уже приняты и реализуются, требуют серьезного подхода к тому, чтобы пересмотреть некоторые нормы законодательства. Поэтому важными являются определение роли и значения малого предпринимательства в современной Российской экономике, определение динамики его развития в нашей стране и за рубежом, сравнение тенденций становления малого бизнеса в разных странах с целью внесения полезного в нашу специфику.

Цифровизация является ключевым направлением для развития современного бизнеса, в том числе для организаций малого бизнеса [2]. В условиях быстро меняющегося технологического ландшафта малые предприятия сталкиваются с необходимостью адаптации к новым вызовам, интегрируя цифровые технологии в свою деятельность. Это открывает новые возможности для роста и расширения, позволяя малым бизнесам конкурировать с более крупными игроками, улучшать качество обслуживания клиентов и оптимизировать внутренние процессы.

Цифровое развитие малого бизнеса начинается с внедрения базовых цифровых инструментов, таких как автоматизация бухгалтерии, использование облачных сервисов для хранения данных и взаимодействия с клиентами через онлайн-платформы. Эти технологии позволяют значительно снизить затраты, повысить производительность и упростить управление бизнесом. Для многих малых предприятий цифровизация становится первым шагом на пути к более сложным и интегрированным решениям, таким как использование аналитики данных для принятия более обоснованных решений и разработка онлайн-стратегий для увеличения клиентской базы.

Внедрение цифровых технологий на всех уровнях экономики, включая развитие нормативно-правовой базы и создание условий для применения, затрагивает большинство сфер деятельности. Сфера бухгалтерского учета, являясь одной из наиболее консервативных, требует особого подхода и разработок по данному вопросу. Необходимо обучать бухгалтеров, активно внедрять цифровые технологии на предприятиях, разрабатывать законодательную базу, решать возникающие в процессе внедрения проблемы. Конкурентное преимущество организаций, владеющих информационно-коммуникационными технологиями, очевидно, и в настоящее время необходимо более активно продвигаться на данном пути.

Внедрение цифровых решений требует от малых предпринимателей не только инвестиционных затрат, но и изменений в корпоративной культуре. Это связано с необходимостью обучения персонала новым инструментам, а также с возможной трансформацией бизнес-процессов. Малые компании, как правило, обладают ограниченными ресурсами для внедрения таких изменений, поэтому важным аспектом является грамотная разработка стратегии цифровизации, которая будет учитывать не только финансовые возможности, но и потребности рынка, а также уровень готовности сотрудников к изменениям.

Из официальных источников известно, что вклад российского малого предпринимательства (МСП) в экономику РФ в 2024 году составляет 32% [3].

В настоящее время принято считать, что сектор малого бизнеса в экономике РФ активно развивается и может стать локомотивом развития её экономики в целом, драйвером роста экономики. В качестве доказательства приводятся данные о численности субъектов МСП на рисунке 1.

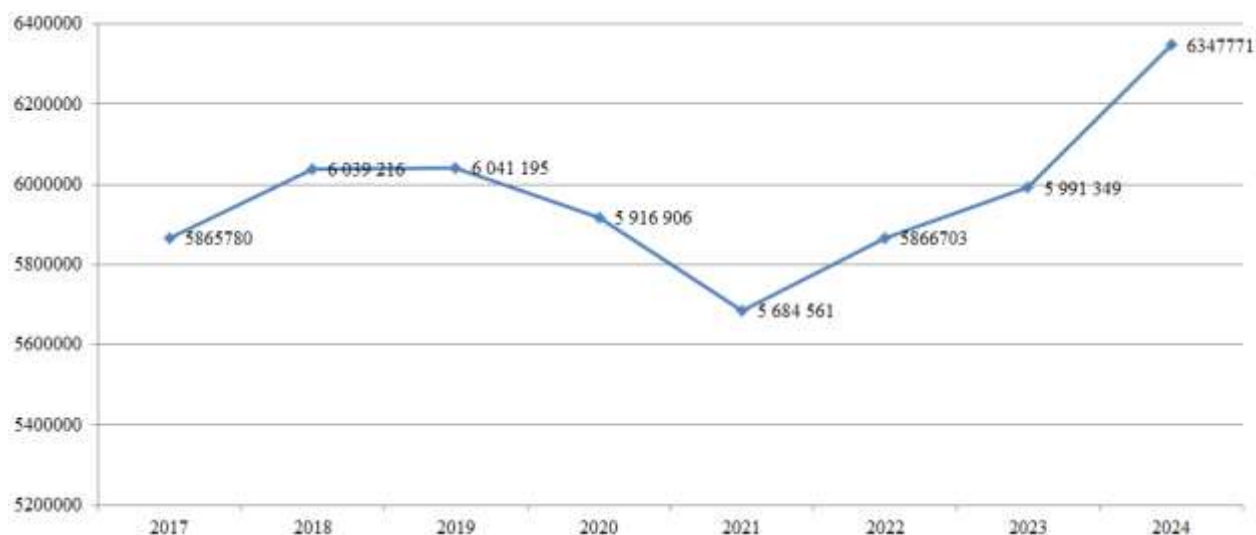


Рисунок 1 – Динамика количества субъектом МСП по данным единого реестра за 2017-2024 годы [4]

Если рассматривать более продолжительный отрезок времени, то в 2017 г. численность субъектов МСП была 5 865 780 ед. (по данным единого реестра субъектов МСП), а в 2024 г. - 6 347 771 ед.

Одним из ключевых аспектов цифрового развития малого бизнеса является использование платформ для взаимодействия с клиентами. Современные технологии позволяют предпринимателям не только предлагать свои товары и услуги через интернет-магазины и социальные сети, но и улучшать взаимодействие с покупателями через чат-ботов, персонализированные предложения и аналитические инструменты. Это способствует улучшению клиентского опыта и повышению лояльности, что в свою очередь влияет на конкурентоспособность компании [1].

Цифровизация также играет важную роль в маркетинговых стратегиях малого бизнеса. Онлайн-реклама, использование поисковой оптимизации (SEO) и контекстной рекламы позволяют малым компаниям эффективно продвигать свои товары и услуги без значительных финансовых вложений. Эти инструменты позволяют таргетировать свою аудиторию с максимальной точностью, обеспечивая высокий уровень возврата инвестиций. Важно, что цифровые каналы продвижения дают возможность малому бизнесу выходить на новые рынки, находить клиентов в разных регионах, расширяя географию своего присутствия.

Однако, несмотря на все преимущества, цифровизация малого бизнеса сопряжена с определенными рисками. Одним из таких рисков является киберугрозы. Малые предприятия часто не имеют достаточно ресурсов для создания системы защиты данных, что делает их уязвимыми для хакерских атак и утечек информации. Это требует внимания к вопросам безопасности на всех уровнях: от защиты клиентских данных до создания эффективных механизмов для предотвращения утечек информации.

Еще одним важным аспектом цифрового развития является использование аналитики данных для принятия стратегических решений. В условиях быстроменяющегося рынка, когда информация имеет ценность, предприниматели должны уметь анализировать большие объемы данных, выявлять тенденции и прогнозировать изменения в спросе на свою продукцию. Цифровые инструменты для аналитики помогают малым предприятиям оперативно реагировать на изменения в рыночной ситуации, адаптировать свою продукцию и услуги под требования потребителей.

Таким образом, цифровизация представляет собой мощный инструмент для трансформации малого бизнеса. Внедрение современных технологий помогает улучшить внутренние процессы, повысить производительность, а также расширить клиентскую базу. Однако для того, чтобы малый бизнес смог эффективно использовать все возможности

цифрового мира, необходимо учитывать как финансовые, так и человеческие ресурсы, создавать стратегию цифровой трансформации, которая будет соответствовать специфике бизнеса. Важно помнить, что цифровизация — это не одноразовый процесс, а постоянное совершенствование, требующее гибкости и готовности адаптироваться к новым вызовам.

Список источников

1. Фаррахова Ф. Ф. Развитие цифровых технологий в системе учета и налогообложения для субъектов малого предпринимательства / Ф. Ф. Фаррахова, Г. А. Гайсина, Н. А. Чиркова // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2022. – Т. 12, № 8-1. – С. 256-265;
2. Титов Б. Ю., Татулова А. А. Специальный доклад президенту российской федерации – 2021 МСП/ПОСТКОВИД / Время для системных решений. - URL: <https://ombudsmanbiz.ivanovoobl.ru/upload/medialibrary/de0/МСП%20-%20ПОСТКОВИД.pdf>;
3. Федеральная служба государственной статистики. - URL: <https://rosstat.gov.ru/search?q=доля+мсп+в+ввп>. (дата обращения: 10.02.2025);
4. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства / Федеральная налоговая служба. - URL: <https://ofd.nalog.ru>. (дата обращения: 10.02.2025).

Сведения об авторах

Полетаев Александр Викторович, аспирант 2 курса, Новосибирский государственный университет экономики и управления "НИНХ" (НГУЭУ), г. Новосибирск, Россия

Петухова Светлана Валериевна, к.э.н., доцент кафедры корпоративного управления и финансов, Новосибирский государственный университет экономики и управления "НИНХ" (НГУЭУ), г. Новосибирск, Россия

Information about the authors

Poletaev Alexander Viktorovich, 2nd year postgraduate student, Novosibirsk State University of Economics and Management, Novosibirsk, Russia

Petukhova Svetlana Valerievna, PhD in Economics, Associate Professor of the Department of Corporate Governance and Finance, Novosibirsk State University of Economics and Management, Novosibirsk, Russia