

ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВОЙ СРЕДЫ НА РАЗВИТИЕ МАЛОГО ТОРГОВОГО БИЗНЕСА И ИНДИВИДУАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

И.В. Шарова, канд. экон. наук, доц.

А.А. Горбачева, магистрант

Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, Москва

В статье рассмотрена роль малого торгового бизнеса и индивидуального предпринимательства в экономике России. Проанализированы особенности развития индивидуального предпринимательства. Обозначено влияние цифровой среды на развитие малого бизнеса и возможности его совершенствования.

Ключевые слова: *развитие бизнеса, малый бизнес, индивидуальное предпринимательство, цифровая среда, онлайн-торговля.*

Малый торговый бизнес и индивидуальное предпринимательство играют ключевую роль в понимании динамики современной экономики. Этот сектор создаёт основу для формирования конкурентных товарных рынков, стимулирует инновации в производстве и предоставляет возможности для трудоустройства, внося значительный вклад в экономический рост и развитие.

Понятие «индивидуальный предприниматель» определяется как «физическое лицо, прошедшее государственную регистрацию в качестве предпринимателя, которое самостоятельно на свой риск осуществляет активную экономическую деятельность» [3, с. 12].

Предпринимательской является самостоятельная, осуществляемая на свой страх и риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг [3, с. 11].

Российское законодательство определяет, что к субъектам малого и среднего предпринимательства относятся зарегистрированные в соответствии с законодательством Российской Федерации и соответствующие условиям хозяйственные общества, хозяйственные товарищества, хозяйственные партнерства, производственные кооперативы, потребительские кооперативы, крестьянские (фермерские) хозяйства и индивидуальные предприниматели [1].

Однако в научной литературе определяется недостаток в законодательстве юридического определения «хозяйствующий субъект» и «предприятие», что делает понятие «малых предприятий» неопределенным и размытым. В некоторых научных исследованиях «малый бизнес» определяется как деятельность, управляемая одним собственником или небольшой группой людей. Наиболее распространенными критериями, по которым организации считаются малыми предприятиями, являются:

- количество работников;
- величина уставного капитала;
- размер активов;
- общий объем продаж.

При этом неопределенность, инновации и адаптация к изменениям — это черты малой организации [7, с. 37].

Основными чертами малого бизнеса являются:

- малые организации более конкурентоспособны, потому что у них нет большого управленческого аппарата и меньше накладных расходов;
- в малых организациях оплата труда зависит от её результатов.

Малые предприятия как образуются, так и ликвидируются по многим причинам. Доля банкротств среди предпринимательства всегда острее, так как, подходя к риску, малый бизнес решает такую проблему, как востребованность своих товаров на рынке. Предприниматели имеют более высокую себестоимость продукции из-за более маленького объема выпуска. Самые распространенные причины банкротства малого бизнеса — это сложности и трудности в сфере реализации товара, а значит и недостаток финансов [7, с. 43].

Таким образом, малые предприятия имеют как преимущества, так и недостатки по сравнению со средними и крупными организациями. Рисунок 1.



Рисунок 1. – Преимущества и недостатки малого бизнеса
[7, с. 45, Рис.2.1]

Малый бизнес не конкурирует с крупными и средними игроками, а сотрудничает с ними, ускоряя инновационный прогресс и структурную перестройку экономики.

Развитие предпринимательства стимулирует народные отрасли; «отсеивает» экономически невыгодные предприятия; разумно использует местное сырье и создает конкуренцию на рынках факторов производств.

Малый торговый бизнес и индивидуальные предприниматели составляют значительную часть экономики России. По данным Федеральной службы государственной статистики

(Росстат), в последние годы на долю малого и среднего бизнеса приходилось около 20% ВВП России и около 40% занятости [9]. Рисунок 2. Эти предприятия разнообразны - от розничной и оптовой торговли до сферы услуг и производства.

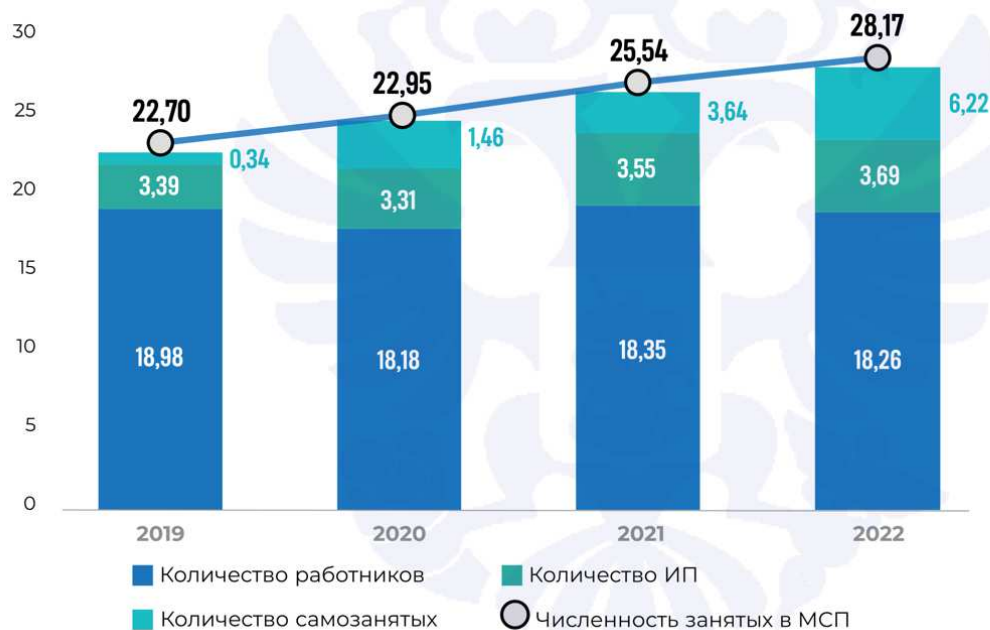


Рисунок 2. – Численность занятых в сфере МСП, млн человек [10]

Так, малый бизнес является важным компонентом рыночной экономики, способствующий решению ключевых социально-экономических задач. Это подтверждается практикой развитых стран, где малый и средний бизнес играет важную роль в расширении национальных хозяйств [8, с. 8].

В условиях современной экономики цифровая среда произвела революцию в работе малого торгового бизнеса и индивидуальных предпринимателей, вызвав глубокие изменения, которые изменили традиционные бизнес-модели. Цифровыми технологиями электронной коммерции включают стратегии ведения электронной коммерции, методы монетизации, средства и методы управления электронной коммерцией с целью увеличения прибыли [4].

Малые организации, которые используют цифровые технологии, могут повысить конкурентоспособность своей компании, совершенствуя свои бизнес-процессы с помощью привлечения новых способов финансирования, улучшив коммуникацию с клиентами и улучшив управление взаимоотношениями с клиентами в цифровой экономике [6, с. 108].

Технологии электронной коммерции, которые в настоящее время активно движутся в сторону быстрого развития, включая мобильную коммерцию, краудсорсинг, краудфандинг, виртуализацию, «тонкий клиент», облачные технологии и другие, создают новые возможности для бизнеса и стимулируют формирование новых рынков.

В свою очередь новые рынки электронных услуг и цифровых продуктов открывают новые возможности как для традиционного бизнеса, так и для компаний, которые выходили на рынки и осуществляли свою деятельность в сети Интернет.

В условиях цифровой среды появляются следующие преимущества для малого торгового бизнеса и индивидуальных предпринимателей:

1. Расширение охвата рынка, так как цифровая среда разрушает географические барьеры, позволяя малым предприятиям получить доступ к глобальной клиентской базе.
2. Экономическая эффективность, так как цифровые инструменты позволяют значительно снизить операционные расходы.
3. Принятие решений на основе аналитических данных.
4. Вовлечение клиентов с помощью электронных каналов коммуникации и персонализация.
5. Инновации и гибкость, так как цифровая среда открывает доступ к передовым технологиям и ресурсам. Малые предприятия и предприниматели могут экспериментировать с новыми бизнес-моделями, продуктами и услугами [2].

Однако цифровая среда не только открывает широкие возможности, но и усиливает конкуренцию. Малые предприятия вынуждены конкурировать как с местными, так и с глобальными игроками, включая известные бренды, обладающие значительными ресурсами. Более того, появляются угрозы кибербезопасности и технологические проблемы с организации цифровых бизнес-процессов, таких как сбои в работе веб-сайта или программного обеспечения, которые могут нарушить работу бизнеса.

В то время как цифровой маркетинг предлагает целевую и измеримую рекламу, он также требует опыта в таких областях, как SEO, контент-маркетинг, управление социальными сетями и онлайн-реклама. Малые предприятия должны либо развивать эти навыки самостоятельно, либо нанимать внешних экспертов, что может потребовать значительных ресурсов.

Цифровая среда оказала глубокое влияние на развитие малого торгового бизнеса и индивидуального предпринимательства, предлагая возможности для роста, повышения эффективности и внедрения инноваций [5]. Будущее малого бизнеса тесно связано с достижениями в области цифровых технологий, создавая динамичную и процветающую среду тем, кто быстро адаптируется в постоянно меняющемся цифровом мире.

Список использованных источников

1. Федеральный закон РФ от 24.07.2007 № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» [Электронный ресурс]: (в ред. от 28 декабря 2013 г.). Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
2. Дмитриенко, В. Р. Роль цифровой экономики в развитии малого и среднего бизнеса в России / В. Р. Дмитриенко // Скиф. Вопросы студенческой науки. – 2023. – № 12(88). – С. 384–387. – EDN WOXATI.
3. Исаев, Г. Н. Предпринимательство в информационной сфере: учебное пособие / Г. Н. Исаев. - Москва: ИНФРА-М, 2020. - 288 с. - ISBN 978-5-16-004652-5. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1008041> (дата обращения: 10.06.2024). – Режим доступа: по подписке.
4. Калайда, С. А. Особенности влияния цифровизации на совместный бизнес / С. А. Калайда // Страховое дело. – 2021. – № 11(344). – С. 50–56. – EDN ZUKTZE.
5. Канева, К. М. Исследование уровня цифрового развития бизнеса в 2023 году / К. М. Канева // Образование. Наука. Производство: Сборник докладов XV Международного молодежного форума, Белгород, 23–24 октября 2023 года. – Белгород: Белгородский государственный технологический университет им. В. Г. Шухова, 2023. – С. 396–400. – EDN CYFORZ
6. Лapidус, Л. В. Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией: монография / Л.В. Лapidус. — Москва: ИНФРА-М, 2023. — 381 с. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/monography_5ad4a677581404.52643793. - ISBN 978-5-16-013607-3. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1913635> (дата обращения: 10.06.2024). – Режим доступа: по подписке.
7. Морозко, Н. И. Финансовый менеджмент в малом бизнесе : учебник / Н. И. Морозко, Н. И. Морозко, В. Ю. Диденко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: ИНФРА-М, 2023. — 348 с. — (Высшее образование:

- Магистратура). — DOI 10.12737/1862677. - ISBN 978-5-16-017587-4. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2049700> (дата обращения: 10.06.2024). – Режим доступа: по подписке.
8. Управление малым бизнесом: учебное пособие / под общ. ред. В. Д. Свирчевского. — Москва: ИНФРА-М, 2022. — 256 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-005057-7. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1843604> (дата обращения: 10.06.2024). – Режим доступа: по подписке.
 9. Вклад МСП в экономику России вырос до 21% [Электронный ресурс] / МойБизнес – Электрон. данные – Режим доступа: <https://мойбизнес.рф/novosti/news/vklad-msp-v-ekonomiku-rossii-vyros-do-21/> (дата обращения: 09.06.2024)
 10. Доклад о состоянии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации и мерах по его развитию за 2019–2022 гг. [Электронный ресурс] / Министерство экономического развития Российской Федерации – Электрон. данные – Режим доступа: https://www.economy.gov.ru/material/file/24f01970a69e33b47c3142da6f3be5d9/doklad_o_sostoyanii_msp_v_rossiyskoy_federacii_i_merah_po_ego_razvitiyu_za_20192022_gg.pdf / (дата обращения: 09.06.2024)