

ФОРМИРОВАНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ И СОЦИАЛЬНЫХ УСЛОВИЙ, СПОСОБСТВУЮЩИХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ БИЗНЕС-СТРУКТУР

Р.И. Маликов, д-р экон. наук, проф.

С.И. Байтлер, аспирант

*Уфимский государственный нефтяной технический университет,
Россия*

Рассмотрены основные составляющие институционального механизма, определяющие формирование экономических и социальных условий, способствующих цифровой трансформации бизнес-структур. Выявлены ключевые аспекты распространения и влияния цифровой трансформации на функционирование предприятий электронной коммерции. Идентифицированы ключевые барьеры, сдерживающие развитие рынка электронной коммерции, в частности: проблемы развития инфраструктуры электронной коммерции; проблемы нарушения логистических цепочек; недостаточное развитие и монополизация рынка платежных услуг; проблемы безопасности и конфиденциальности данных; проблемы, связанные с покупателями товаров и услуг, использующими электронную коммерцию.

Ключевые слова: *цифровая трансформация, электронная коммерция, бизнес-структуры, онлайн-торговля России, инновации, большие данные, технологии Интернета вещей (IoT), экономические системы.*

Создание экономических и социальных условий, способствующих цифровой трансформации бизнес-структур, предусматривает формирование соответствующего институционального механизма обеспечения нового формата отношений между органами государственной власти, субъектами рыночной среды и общественными институтами.

Цифровая трансформация бизнес-структур является фундаментальным изменением в структуре и корпоративной культуре предприятия. Это требует глубокого переосмысления подходов к управлению и внедрению инновационных технологий [3, с. 81]. Основными аспектами цифровой трансформации по мнению Н.Н. Масюка «являются разработка и использование новых цифровых бизнес-моделей, эффективность операций, интеграция больших данных и ана-

литики для принятия решений, а также постоянное обновление технологий для удовлетворения будущих потребностей» [4, с. 13]. Такие изменения требуют готовности к рискам, но также открывают значительные возможности для роста и инноваций во всех секторах экономики.

Представляется целесообразным выделить следующие атрибуты институционального механизма обеспечения экономических и социальных условий цифровой трансформации бизнес-структур на принципах устойчивости, что отражено на рисунке 1.

Цифровая трансформация оказывает значительное влияние на бизнес-экосистему и способствует получению предприятиями электронной коммерции такого набора системных преимуществ, в том числе: улучшение организационной гибкости; повышение устойчивости предприятий к угрозам со стороны внешней среды; повышение динамического потенциала предприятия; улучшение операционной эффективности; обновление бизнес-модели на основе повышения ее инновационности; ускорение бизнес-процессов и реагирования предприятия на внутренние и внешние изменения; повышение экономической рентабельности; рост информационного потенциала [1, с. 36].

Экономические и социальные условия, способствующие цифровой трансформации бизнес-структур, направлены на координацию взаимодействия субъектов механизма и ресурсной базы, что позволяет обеспечить устойчивость системы электронной коммерции, а также наладить эффективное взаимодействие между бизнесом, государством и обществом, а также практическую реализацию принятых мер по достижению запланированных действий. Нормативные методы регулирования механизма обеспечения устойчивости предприятий электронной коммерции направлены на реализацию нормативно-правовых основ регулирования рынка, определяя направления деятельности органов государственного регулирования.

Схематично влияние цифровой трансформации на ключевые аспекты функционирования предприятий электронной коммерции представлено на рисунке 2.

В последние годы заметна тенденция увеличения научного интереса к сфере исследований особенностей функционирования и развития предприятий электронной коммерции. При этом факторы макроэкономической нестабильности негативно влияют на функционирование рынка электронной коммерции и основных игроков на нем. Учитывая значительное количество исследований в сфере электронной коммерции, вопросы формирования экономических и социальных условий, способствующих цифровой трансформации бизнес-структур являются недостаточными для улучшения понимания ученых и практиков относительно феномена развития рынка в условиях значительной неопределенности внешней среды.



Рисунок 1. – Составляющие институционального механизма обеспечения экономических и социальных условий цифровой трансформации бизнес-структур [авторская разработка]

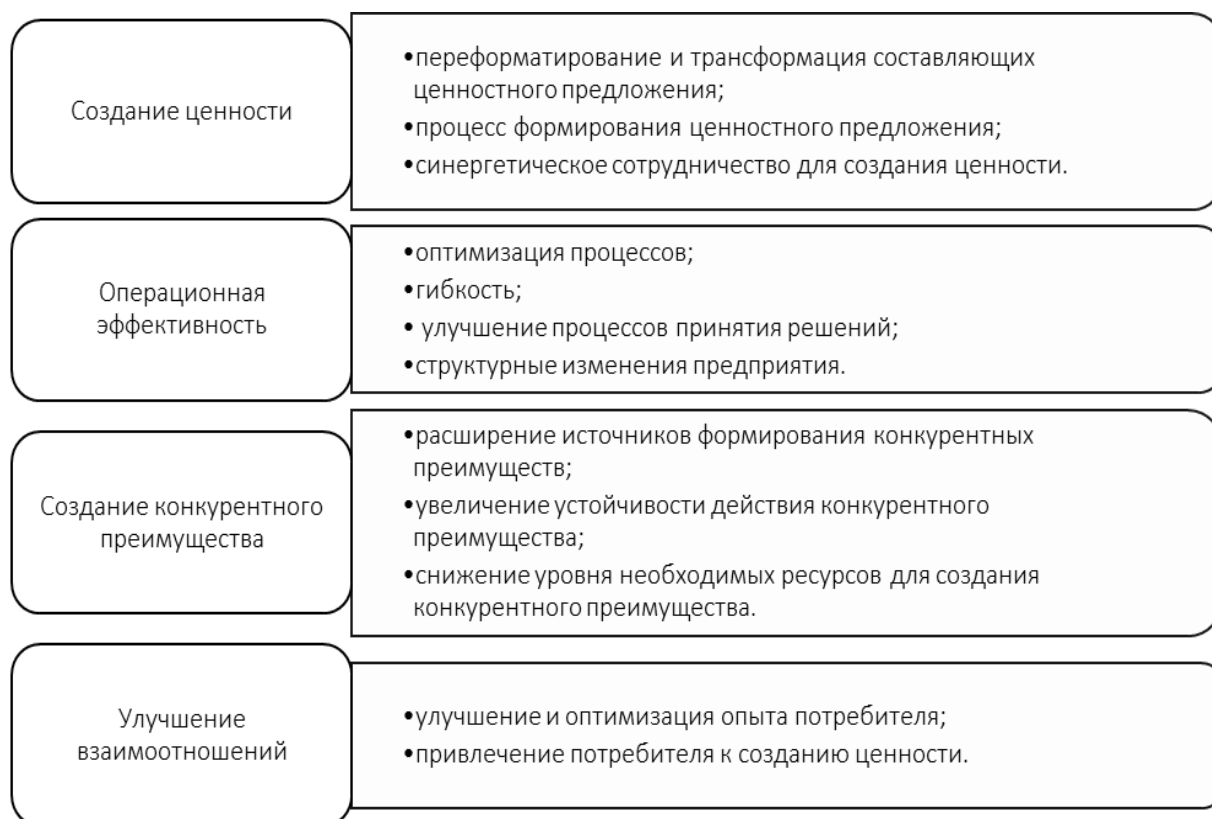


Рисунок 2. – Влияние цифровой трансформации на ключевые аспекты функционирования предприятий электронной коммерции [авторская разработка]

Таблица 1. – Оборот рынка электронной коммерции в России в 2020-2024 гг (млрд руб.)

Показатели	2020	2021	2022	2023	2024
Оборот рынка электронной коммерции	3 221	3 921	4 986	6 072	8 604
Динамика (% к предыдущему году)	58,5	21,7	27,2	21,8	41,7

Источник: на основании данных [5].

В России сектор онлайн-продаж демонстрирует самый стремительный подъем среди всех направлений розничной торговли. В период с 2020 по 2024 год российский eCommerce показывал значительный ежегодный рост, варьирующийся от 22% до 59% [5]. За этот пятилетний период объем рынка увеличился в 2,7 раза, поднявшись с 3 221 млрд рублей до 8 604 млрд рублей, табл. 1.

Рынок онлайн-закупок и онлайн-торговли России в B2B и B2G сегментах демонстрирует устойчивый рост. В 2015 году объем рынка составлял 29,1 трлн рублей, а к 2024 году он увеличился до 65,8 трлн рублей, рисунок 3.

Основные препятствия для внедрения технологий электронной коммерции в деятельности бизнес-структур представлены в табл. 2. В условиях цифровой трансформации социально-экономической системы России формирование действенного институционального обеспечения устойчивости предприятий, использующих технологии электронной коммерции в своей деятельности, является ключевым залогом устойчивого развития субъектов хозяйствования [2, с. 41].

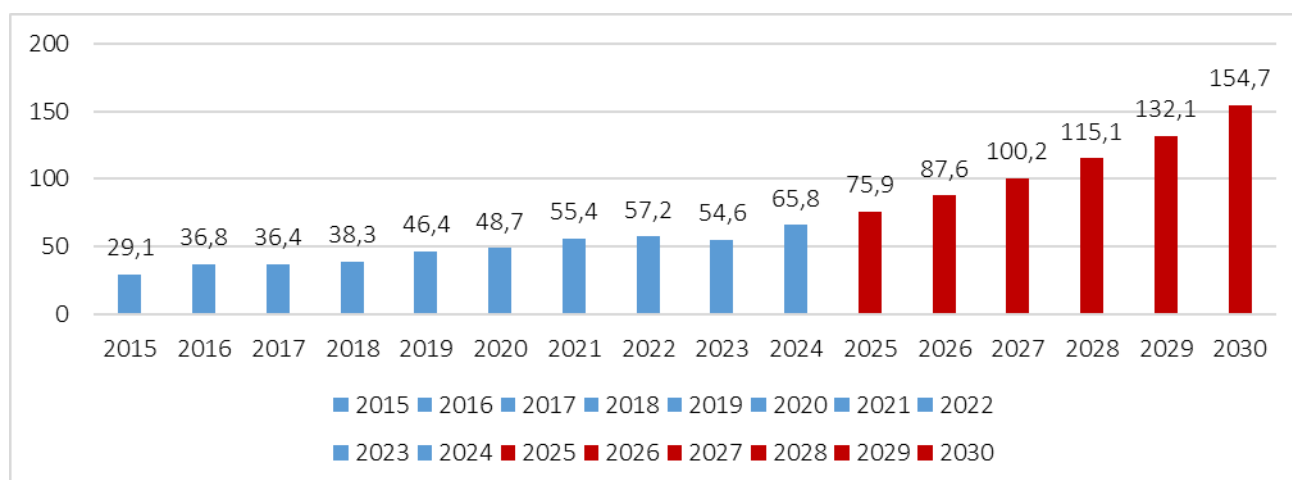


Рисунок 3. – Размер и динамика рынка B2B и B2G онлайн-торговли России в 2015-2030 (трлн. руб.)

Источник: на основании данных [6].

Таблица 2. – Препятствия в процессе внедрения и развития технологий электронной коммерции в деятельности бизнес-структур

Группа препятствий	Характеристика барьеров
Инфраструктурные препятствия	перебои с электроснабжением, необходимость дополнительных затрат на альтернативные источники электроэнергии, повреждение инфраструктуры предприятия, складских помещений, техники
Кадровые препятствия	недостаточность ресурсов для привлечения специалистов с соответствующим опытом для продвижения веб-сайта; рост нагрузки на персонал; сложности с формированием организационной культуры
Ментальные препятствия	консерватизм и нежелание предприятия внедрять технологии электронной коммерции из-за отсутствия личной мотивации руководителя и сопротивления работников трансформационным изменениям
Ресурсные препятствия	необходимость вложения ресурсов времени, энергии, личной мотивации владельцев или руководства предприятий; высокая стоимость запуска собственного веб-сайта; недостаточность ресурсов для поддержки и маркетингового обеспечения веб-сайта, привлечения специалистов с соответствующим доступом
Рыночные препятствия	сниженная покупательная способность населения; сложность конкуренции предприятий электронной коммерции с крупными торговыми сетями и маркетплейсами; сложность проведения исследований рынка и сегментирования покупателей по региональным критериям
Институциональные препятствия	сумма грантов программ государственной денежной поддержки на развитие чаще всего является недостаточной и требует от предпринимателей значительных вложений личного капитала
Препятствия, вызванные неопределенностью внешней среды	сложность адаптации работы предприятия к постоянно меняющимся алгоритмам работы поисковых машин; осложненная экономическая ситуация, ограничивающая возможности предприятий электронной коммерции вкладывать дополнительные средства в развитие; отсутствие стратегии, ее фрагментированность

Таким образом, формирование эффективных механизмов противодействия существующим угрозам является неотъемлемым и необходимым условием успешного осуществления цифрового преобразования и достижения желаемого эффекта на удовлетворение интересов всех субъектов цифровой экономики. Каждая отрасль и сфера деятельности имеет значимые характеристики, которые отражают особенности их развития и характеристики технологических процессов модернизации, включая цифровую трансформацию.

Осознание важности изучения и интереса к современным цифровым технологиям, которые постепенно внедряются в нашей стране, дает сельскохозяйственным предприятиям возможность не только обеспечить рыночные предпосылки для достижения желаемого уровня конкурентоспособности и получения конкурентных преимуществ, но и заранее формировать внутренние компетенции, которые позволят выйти на рынок с устойчивыми механизмами, инструменты и стратегические решения.

Список использованных источников

1. Баос Е.В. Предпринимательская среда в сфере интеллектуальной собственности : структура и развитие в условиях цифровизации : монография / [Е.В. Баос, Ю.С. Васильева., В.В. Гущин] ; ответственный редактор доктор юридических наук Е. Б. Козлова. - Москва : Проспект, 2025. - 192 с.
2. Дуйков, Д. С. Управление бизнесом в условиях цифровизации: виртуальный подход : монография / Д. С. Дуйков, И. А. Тронина. - Чебоксары : Среда, 2025. - 79 с.
3. Забайкин, Ю. В. Трансформация глобальной торговли: влияние цифровизации на эволюцию международной электронной коммерции : монография / Ю. В. Забайкин, Е. А. Акиваев. - Понизовье : National Research, 2024. - 194 с.
4. Масюк, Н. Н. Цифровые организационные изменения в бизнесе : монография / Н.Н. Масюк ; Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Владивостокский государственный университет". - Владивосток : Изд-во ВВГУ, 2024. - 178 с.
5. Анализ рынка электронной коммерции (eCommerce) в России в 2020-2024 гг, прогноз на 2025-2029 гг. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://businessstat.ru/images/demo/ecommerce_russia_demo_businessstat.pdf. – Дата доступа: 01.10.2025
6. Отраслевой отчёт по B2B и B2G онлайн-продажам и закупкам: текущее состояние, объёмы рынка, тренды и прогноз на 2025–2030 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://datainsight.ru/sites/default/files/DI_B2B_B2G_eCommerce_2025.pdf. – Дата доступа: 01.10.2025