

ПЕРСПЕКТИВЫ И ТРУДНОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РФ

Землякова С.Н. к.э.н., доцент ФГБОУ ВО Донской ГАУ,
Ростовская обл., пос. Персиановский
Подгорская С.В., к.э.н., доцент, ведущий научный сотрудник
ВНИИ экономики и нормативов - филиала ФГБНУ «Федеральный
Ростовский аграрный научный центр», г.Ростов-на-Дону

Цифровые технологии давно и прочно вошли в деятельность крупных организаций и на сегодняшний день уже вряд без них смогут справиться, такие трансформации потребовали не малых капиталовложений и корректировок, которые привели к блестящим результатам. Настал черед пройти этот путь и предприятиям малого и среднего бизнеса, но уже пользуясь преимуществами и проверенным временем положительным опытом. Однако, на этом пути они могут столкнуться со специфичными для данной категории бизнеса трудностями, попробуем в этом разобраться.

Ключевые слова: предприятия малого бизнеса, цифровизация, цифровая трансформация.

**Prospects and difficulties of implementing the digital transformation of
small and medium-sized businesses in the Russian Federation**

Zemlyakova S. N. ,

Podgorskaya S. V.

Digital technologies have long been firmly embedded in the activities of large organizations and today they are hardly able to cope without them. such transformations have required no small investments and adjustments, which have led to brilliant results. It is now the turn of small and medium-sized businesses to go this way, but already taking advantage of the advantages and time-tested positive experience. However, on this path, small and medium-sized businesses may encounter difficulties specific to this category of business.let's try to understand this.

Keywords: small business enterprises, digitalization, digital transformation.

Цифровая трансформация предприятий малого и среднего бизнеса-интересное и перспективное направление всеобщей цифровизации. Успех дела будет даже при небольшом бюджете и во многом зависеть от правильно поставленных целей и задач. Необходимо сосредоточиться на одном проекте не долгосрочного цикла реализации (1,5-2 года), а также иметь четкое понимание того какие инструменты выполнения цифровой трансформации будут избраны. Результаты не заставят себя долго ждать и позволят организациям упрочить свои позиции и преумножить преимущество в своей нише на конкурентном рынке.

На основе опроса респондентов о преимуществах цифровизации 34% опрошенных отметили удобство контроля над процессами, 33% указали на заметный рост скорости работы.(Рисунок)

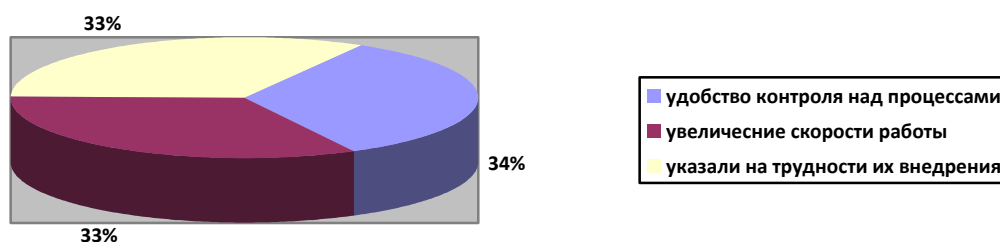


Рисунок – Результаты опроса о преимуществах внедрения инструментов цифровизации

Однако, кроме положительных отзывов, весьма значительная часть (33%) опрошенных указала, помимо преимуществ, на наличие трудностей. Так основной из них выделено отсутствие достаточного количества подготовленных (квалифицированных/ переквалифицированных) кадров в работе с современными цифровыми технологиями и платформами.

При этом дальнейший опрос показал, что из числа опрошенных примерно 28% предприятий проводили обучение сотрудников работе с цифровыми технологиями. Примерно 24% респондентов уверены в том, что такое обучение необходимо всем сотрудникам. Около 39% респондентов не считают нужным обучать сотрудников использовать новые инструменты и специализированные программы для бизнеса.

В общей сложности у 12% компаний есть свои специалисты по работе с цифровыми технологиями. В частности, в 9% компаний работают интернет-маркетологи, в 8% — веб-аналитики, в 7% — веб-разработчики.

В 4% малых и средних предприятий удаленно работают все сотрудники, в 40% — часть сотрудников.[2]

Это далеко не те показатели, к которым хотелось бы стремиться в век всеобъемлющей цифровой трансформации, именно такие результаты и дают много направлений для дальнейших исследований и разработки методик и методологий ее осуществления.

Современным проблемам цифровых преобразований в производственном комплексе малых и средних предприятий посвящены научные труды следующих ученых-экономистов: Бажал Ю., Бланк И., Гайдук А., Гаркуша А., Гринев А., Гуткевич С., Кисиль М., Топиха В., Чупис А. и др.[1]

Большинство отечественных источников концентрируют внимание на глобальных и дорогостоящих трендах, таких как искусственный интеллект,

роботы, интернет вещей, дополненная аналитика, чат-боты, облачные сервисы и т.д. Однако, такие финансовые вливания, перешагивающие за суммы с шестью нулями для предприятий малого и среднего бизнеса попросту неподъемны.

Опытные владельцы бизнеса, имеющие не одно бизнес-направление говорят, что для осуществления цифровизации бизнеса нет единого шаблона, по которому можно в строгой последовательности следуя определенному порядку действий достичь максимальный результат, все будет зависеть от того какие конкретные цели и задачи обозначены, то есть для категории малый и средний бизнес желательно действовать точно. Так, например, предприятие малого или среднего бизнеса имеет цель расширить клиентскую базу, то логично сконцентрироваться на внедрении пользовательского приложения с приятным интерфейсом и удобной навигацией; если же цель оптимизировать отношения с контр-агентами (поставщиками и иными партнерами), то стоит сделать максимальный упор на формирование логистических цепочек. Помимо привлечения новых дополнительных сервисов, главное не загромождать финансово-хозяйственную жизнь предприятия «лишним», поэтому рекомендуем провести аудит имеющегося оснащения и при необходимости отказаться от не приносящих пользы сервисов.

Таким образом, придерживаемся позиции Лукьяновой А.В., которой было отмечено, что перспективы развития малого и среднего бизнеса в условиях цифровизации экономики, связаны с:

- деятельностью на цифровых платформах (маркетплейсах), которые обеспечивают непосредственные коммуникации между производителями и потребителями;
- уменьшением транзакционных издержек при одновременном повышении производительности труда;
- глобальным присутствием благодаря выходу на электронные рынки и активизации глобальной гиперконкуренции;

- повышением потребительской ценности товаров и услуг вследствие их персонализации;
- омниканальностью коммуникаций с потребителями и покупателями;
- сокращением жизненного цикла инноваций и продуктов.[1]

Резюмируем, что предприятия малого и среднего бизнеса обладают как обширным потенциалом, так и рядом предпосылок для активного использования передовых цифровых технологий в своей финансово-хозяйственной деятельности, по средствам прямого контакта с клиентами через сайт или мобильное приложение, формированию рациональной структуры затрат, более высокой готовности к риску, высокой мотивации и соответственно потенциальному росту прибыли. При этом не стоит упускать из внимания и ряд возможных трудностей, связанных с цифровой трансформацией предприятий малого бизнеса, таких как сложность привлечения финансовых ресурсов, ограниченность производственных мощностей и, как правило, не высокой степенью квалификации, в данном вопросе, руководством субъекта, в сравнении с руководителями крупных предприятий, что дает почву для дальнейших исследований в данном направлении и позволит рекомендовать возможности устранения нерешенных вопросов.

Библиографический список:

1. Лукьянова А.В. Тенденции и возможности цифровизации малого и среднего бизнеса [Электронный ресурс]/А.В. Лукьянова.- URL <https://esa-conference.ru/wp-content/uploads/files/pdf/Lukyanova-Anna-Vasilevna.pdf>
2. Чмырова В. Цифровизация малого бизнеса в России буксует, потому что ее не хочет руководство и не хватает денег [Электронный ресурс]/В. Чмырова .- URL https://cnews.ru/news/top/2019-10-17_tsifrovizatsiyu_malogo_i_srednego