

Александрова Ольга Владимировна

магистр, ассистент

Николаев Илья Евгеньевич

бакалавр, студент

ФГБОУ ВО «Чувашский государственный

университет им. И.Н. Ульянова»

г. Чебоксары, Чувашская Республика

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА КАК ИСТОЧНИК НОВОГО РОСТА В РОССИЙСКОЙ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Аннотация: в статье анализируется, как распространение цифровых технологий влияет на развитие малого и среднего предпринимательства в России в условиях трансформации экономической среды. На основе актуальных исследований и аналитических обзоров рассматриваются ключевые направления цифровых изменений, включая электронную коммерцию, облачные сервисы, CRM-системы, инструменты искусственного интеллекта и большие данные. Показано, что цифровизация позволяет компаниям уменьшать транзакционные издержки, ускорять операционные процессы, адаптировать бизнес-модели к запросам клиентов и формировать новые каналы сбыта.

Ключевые слова: цифровизация, малое предпринимательство, среднее предпринимательство, цифровая трансформация, цифровая экономика, конкурентоспособность.

За прошедшие годы цифровое пространство превратилось для предпринимательской деятельности в своеобразную «операционную среду»: именно в ней осуществляются контакты с потребителями, организуются повседневные рабочие процедуры и вызревают стратегические решения [5, с. 60]. Согласно имеющимся аналитическим сводкам и отраслевым обзорам, востребованность цифровых продуктов в РФ демонстрирует ежегодный рост; увеличение примерно на 20–21% свидетельствует не о краткосрочном всплеске энтузиазма, а о

закрепившемся тренде [1, с. 6]. Вместе с тем лишь малая доля предприятий МСП подходит к преобразованиям комплексно: значительная часть ограничивается внедрением разрозненных приложений, тогда как считанные единицы выстраивают взаимосвязанную цифровую архитектуру, реально воздействующую на итоговые показатели.

Цифровизация не крупного предпринимательства разворачивается сразу в нескольких измерениях, взаимно усиливающих друг друга. Одно из наиболее зримых измерений сопряжено с наращиванием присутствия в виртуальных каналах реализации продукции и применением средств интернет-продвижения [1, с. 18]. Рост электронной торговли, возможность выставлять ассортимент на витринах маркетплейсов, задействование аналитических систем отслеживания покупательского поведения открывают перед МСП горизонты, далеко выходящие за границы локального рынка, и обеспечивают выход на аудиторию иных российских регионов и зарубежных стран. Экспертные прогнозы предрекают сохранение высоких темпов прироста сегментов e-commerce и цифрового продвижения, что формирует дополнительные шансы для тех хозяйствующих субъектов, которые намерены приспособить свои предложения к онлайн-формату и грамотно выстроить собственную цифровую видимость.

Второе ключевое направление – миграция в сторону облачных технологий и платформенных сервисов [1, с. 19]. Для небольших и средних организаций это часто оказывается самым рациональным способом организации вычислительной среды, избавляющим от необходимости осуществлять значительные единовременные вложения в приобретение и обслуживание серверного оборудования и лицензионного софта. Облачные площадки дают шанс гибко наращивать мощности, активировать дополнительные функции, гарантировать дистанционную работу персонала и сохранность информационных массивов.

Ещё одним многообещающим вектором цифровизации выступает распространение интернета вещей и встраивание физических объектов в информационную сеть [6, с. 18]. Для скромных по масштабам производственных, торговых и транспортных компаний установка сенсоров и контрольных комплексов создаёт

предпосылки для отслеживания технического состояния оборудования, контроля перемещения продукции и сырьевых запасов, быстрого реагирования на сбои в технологических циклах [6, с. 20].

Интегральный эффект от цифровизации для малых и средних форм хозяйствования проявляется в нескольких разрезах. Во-первых, возрастает производительность операций: автоматизация повторяющихся задач, сквозное цифровое сопровождение процедур, упорядочение сведений ведут к экономии времени и материалов, сокращению числа неточностей и повышению отдачи от труда [6, с. 21]. Во-вторых, увеличиваются рыночные перспективы: благодаря позиционированию в онлайн-каналах, применению инструментов цифрового маркетинга и подключению к платформенным экосистемам предприятие приобретает способность охватывать более обширную клиентскую базу, диверсифицировать способы реализации и уменьшать зависимость от колебаний локального спроса. В-третьих, цифровая перестройка подталкивает к переосмыслению самой модели ведения дел: компания переходит от единичных сделок к выстраиванию длительных взаимоотношений с покупателями, расширению ассортимента услуг, более адаптивной настройке продукта под нужды конкретных рыночных ниш.

Главные преграды на пути цифровизации МСП допустимо укрупнённо разделить на ресурсные, кадрово-компетентностные и институциональные [5, с. 62]. Ресурсные помехи выражаются в стеснённости финансовых возможностей для инвестиций в информационно-технологическую составляющую и вынужденном лавировании между вложениями в «цифру» и иными направлениями развития фирмы. Препятствия, связанные с компетенциями, заключаются в нехватке подготовленных специалистов, способных спроектировать, инсталлировать и поддерживать цифровые системы, а также в общем невысоком уровне владения цифровыми навыками у работников и собственников малого предпринимательства. Институциональные сдерживающие факторы включают сложности навигации в многообразии предлагаемых продуктов и вендоров, строгие нормативные требования в области охраны персональных сведений и информационной

безопасности, а также выраженные региональные диспропорции в насыщенности инфраструктурой и доступности стимулирующих мероприятий.

Киберзащита в этих условиях становится обязательным элементом повестки дня для растущего цифрового бизнеса [6, с. 27]. Перевод операционной деятельности в онлайн, работа с конфиденциальными клиентскими данными, эксплуатация облачных инструментов и удалённых подключений повышают подверженность организаций атакам злоумышленников и утечкам информации. Для некрупных хозяйствующих субъектов развёртывание полноценных защитных комплексов сопряжено с добавочным бременем для бюджета, вследствие чего нередко применяются лишь минимально необходимые средства, что порождает дополнительные риски инцидентов. В то же время совершенствование российских программных продуктов и сервисов в области безопасности понемногу снижает порог вхождения и даёт возможность встраивать защиту данных в фундамент цифровой архитектуры предприятия.

На фоне обозначенных тенденций особую важность приобретает выработка у предприятий МСП продуманной линии цифрового совершенствования [3, с. 40]. Фрагментарные, не состыкованные между собой нововведения зачастую умножают сложность администрирования и не обеспечивают стабильного положительного эффекта. Более результативным путём представляется последовательная цифровая модернизация, предполагающая оценку стартового уровня цифровой зрелости, определение первоочередных сфер приложения усилий (к примеру, дистанционные продажи, работа с клиентской базой, автоматизация документооборота), подбор совместимых продуктов и одновременное наращивание квалификации кадров. В практической плоскости отечественным МСП можно посоветовать в качестве стартовых мероприятий внедрение инструментов, обеспечивающих скорую финансовую отдачу (CRM-платформы, онлайн-каналы распространения продукции, простейшая маркетинговая аналитика), задействование облачной парадигмы для ИТ-инфраструктуры, планомерное повышение цифровой культуры сотрудников и активное подключение к программам государственной и ведомственной помощи цифровизации.

В долгосрочном горизонте цифровое обновление малого и среднего бизнеса способно стать одним из ведущих моторов подъёма российской экономики и фактором укрепления её невосприимчивости к внешним потрясениям [6, с. 30]. Воплощение такого потенциала в жизнь достижимо исключительно при совмещении инициативной позиции самих деловых кругов, разветвлённой технологической и нормативной среды, а также дальновидной государственной стратегии, поощряющей включение МСП в цифровые сообщества и развитие новаторской активности [6, с. 31]. При выполнении названных условий цифровизация перестаёт трактоваться как единовременное техническое перевооружение и трансформируется в непрерывный процесс реформирования и обновления бизнес-моделей, раскрывающий новые пути роста для малого и среднего предпринимательства в России.

Список литературы

1. Цифровизация малого и среднего бизнеса в 2025 году // ICT.Moscow. – URL: <https://ict.moscow/analytics/tsifrovizatsiia-malogo-i-srednego-biznesa-v-2025-godu/> (дата обращения: 10.04.2026).
2. Гончаренко Л.П. Проблемы и перспективы цифрового развития субъектов малого и среднего предпринимательства / Л.П. Гончаренко // Вестник РЭУ им. Г.В. Плеханова. – 2024. – №10.
3. Геворгян Л.С. Цифровая трансформация субъектов малого и среднего предпринимательства в цифровую эпоху / Л.С. Геворгян // Экономика и управление. – 2025.
4. Мальгина И. Поддержка цифровизации малого и среднего предпринимательства / И. Мальгина // Иннофосфера. – 2022.
5. Цифровые инновации предприятий малого и среднего бизнеса и экономическая безопасность страны // Наука и образование: экономика и безопасность. – 2021. – №7.
6. Перспективы развития цифровой экономики // Вестник ВАВТ. – URL: <https://vael.ru/article/view?id=3225> (дата обращения: 10.04.2026).