

DOI: 10.17747/2311-7184-2021-5-149-152



## Влияние пандемии COVID-19 на процессы цифровизации малого бизнеса

Кулага Анастасия Сергеевна

Студентка магистерской программы «Управленческий консалтинг»

Факультет «Высшая школа управления»

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г. Москва

**Аннотация.** Влияние пандемии COVID-19 на распространение технологий вызвало острую необходимость адаптации малого бизнеса к новым условиям. В данной статье автор выявила особенности развития и внедрения технологий в деятельность предприятий малого бизнеса в условиях новой реальности. Целью исследования стало выявление ключевых тенденций в цифровой экономике в сфере малого предпринимательства в период пандемии и анализ полученного опыта для выявления направлений дальнейшего развития. Для достижения заявленной цели исследования в рамках данной статьи были использованы метод анализа результатов деятельности предприятий малого бизнеса за 2020 год и метод сравнения текущих показателей с показателями до пандемии COVID-19. В процессе анализа в статье обозначена роль малого бизнеса в мировой экономике, сделан акцент на текущем состоянии малого предпринимательства. Также в статье затронуты общие моменты, касающиеся глобальных процессов цифровизации в докарантинный период. В результате исследования были определены основные изменения, которые произошли в деятельности предприятий малого бизнеса в период пандемии COVID-19, а также сделаны выводы о возможных направлениях развития с использованием цифровых технологий в условиях новой реальности.

**Ключевые слова:** малый бизнес, цифровизация, пандемия, стратегия развития, цифровые технологии, конкурентоспособность.

### IMPACT OF THE COVID-19 PANDEMIC ON THE DIGITALIZATION OF SMALL BUSINESSES

Kulaga Anastasia Sergeevna

Student of the Master's program "Management Consulting",

Faculty of the Graduate School of Management

Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow

**Annotation.** The impact of the pandemic on the spread of technology has created an urgent need to adapt small businesses to new conditions. In this article, the author identified the features of the development and implementation of technologies in the activities of small businesses in the new reality. The purpose of the study was to identify key trends in the digital economy in the field of small businesses during the COVID-19 pandemic and analyze the experience gained to identify areas for further development. To achieve the stated goal of the study the author used method of analysis to analyze the performance of small businesses for 2020 and method of comparison to collate new indicators with indicators before the COVID-19 pandemic. The analysis revealed the role of small business in the global economy and outlined general points regarding global digitalization processes during the pre-quarantine period. The main focus was on the current state of small business. As a result of the study, the main changes that took place in the activities of small businesses during the COVID-19 pandemic were identified and conclusions were drawn about possible development directions using digital technologies in the new reality.

**Keywords:** small business, digitalization, pandemic, development strategy, digital technologies, competitiveness.

В России, как и во многих странах, общество и государство уделяют большое внимание малому предпринимательству. Это внимание обусловлено важной задачей обеспечения занятости, социальной стабильности и развития муниципальных образований и регионов, удовлетворения широкого спектра потребительского спроса на товары и услуги. По многочисленным оценкам, как на региональном уровне, так и на глобальном малое предпринимательство играет ключевую роль в создании рабочих мест, добавленной стоимости и, как результат, во вкладе в ВВП. Согласно данным Международного совета по развитию малого бизнеса 90% всех предприятий в мире относятся к категории микро-, малых и средних предприятий, на долю которых приходится 50% мирового ВВП и в которых заняты около 70% трудоспособного населения [16].

Несмотря на то что малые предприятия являются наиболее гибкими по отношению к изменениям внешней среды, перед многофакторным негативным воздействием пандемии на экономику малый бизнес оказался наиболее уязвим. Одновременно сократилось и рыночное предложение – прекращение производства из-за карантинных ограничений, прекращение поставок и сокращение рабочей силы и рыночный спрос на товары и услуги – изменение привычек, сокращение доходов покупателей и ограничение личных расходов [20].

Благодаря регулярным опросам, проводимым ассоциациями, экспертно-аналитическими центрами и международными организациями, стало возможным отследить изменения в экономических показателях предприятий малого бизнеса и провести качественный анализ влияния пандемии на них. В докладе ОЭСР, посвященном анализу правительственных мер в ответ на влияние пандемии, приводится перечень из 40 подобных опросов, результатом проведения которых стал вывод о возрастающем негативном влиянии пандемии COVID-19 на малый бизнес и опасениях о банкротстве среди многих участников опросов. Так, например, в конце июня 2020 года опрос, проведенный Бюро переписи населения США, показал, что почти 90% малых предприятий испытали сильное (51%) или умеренное (38%) негативное воздействие пандемии; 45% предприятий испытали сбой в цепочках поставок; 25% предприятий имеют менее 1–2 месяцев денежных резервов [18].

В России подобным замером состояния малого бизнеса занималось Агентство стратегических инициатив. Согласно данным, полученным в результате опросов представителей малого бизнеса, в период пандемии у 83% предприятий малого бизнеса страны сократилась выручка по сравнению с 2019 годом, а основными проблемами стали падение спроса и невозможность ведения бизнеса из-за введенных ограничений (рис. 1). 42% представителей малого бизнеса продолжили работу и перевели сотрудников на дистанционный режим, сохранив заработную плату. При этом треть респондентов не смогла организовать режим удаленной работы, при этом выплачивая заработную плату сотрудникам и неся убытки.

Рис. 1. Оценка состояния предприятий малого бизнеса [13]



Тем не менее гибкость малого бизнеса и способность быстро разрабатывать и выпускать на рынок новые продукты оказались широко востребованы в новых рыночных нишах, сформированных под воздействием пандемии COVID-19. На основании результатов ряда российских и международных исследовательских проектов (Агентство инноваций города Москвы, Euromonitor, StartupBlink) Институт анализа инвестиционной политики выделил пять направлений, актуальных в текущих условиях, которые предоставляют возможности для развития малого бизнеса: профилактика распространения вируса, диагностика заболевания в случае со стартапами, адаптация к условиям самоизоляции, анализ больших данных и оценка информации, а также высокотехнологичные разработки [17]. Так, ключевую роль в развитии малого бизнеса стали играть цифровые технологии.

В течение последнего десятилетия цифровые технологии находятся в центре внимания, выступая в качестве драйверов экономического развития. Несмотря на и так быстрый рост цифровой экономики и переход на 5-й и 6-й технологические уклады, процессы цифровизации были существенно ускорены пандемией COVID-19, которая простиимулировала разработку и внедрение цифровых технологий не только в крупном, но и в малом и среднем бизнесе [5].

Изучением вопроса о развитии цифровизации в сфере малого бизнеса занимаются такие специалисты, как Алтуфьева Н.В. [1], Быкова О.Н. [3,4], Буров В.Ю. [2], Гарнов А.П. [3,4], Исаичикова Н.И. [19], Капитонова Н.В. [3], Кайбалина Н.Б. [3], Квак А.А. [19], Лукьянова А.В. [6], Морковкин Д.Е. [19], Никонорова А.В. [19], Перепелица А.Г. [4], Полянин А. В. [8], Скрыбин О.О. [19], Соболева Ю.П. [8], Тарновский В.В. [8] и другие. Ряд таких авторов, как Зимовец А.В. [5], Сорокина Ю.В. [5], Ханина А.В. [5], Смирнова А.А. [10], Родионова И.А. [9], Кокуйцева Т.В. [9], Харламов М.М. [9], Печаткин В.В. [7], Вильданова Л.М. [7], Шпилева А.А. [11], уже провели исследования в сфере влияния пандемии на цифровизацию малого бизнеса.

С целью определения основных тенденций в трансформации бизнес-моделей малого бизнеса в период пандемии необходимо рассмотреть общие процессы цифровизации в докарантинный период, чтобы методами анализа и сравнения выявить новые процессы в развитии малых предприятий.

Глобальным процессом развития цифровой экономики является активное изменение глобальных цепочек создания стоимости под воздействием цифровых технологий, что делает возможным снижение издержек малого бизнеса и добавляет инвестиции в инфраструктуру. Предприятия малого бизнеса нового формата – это организации, функционирующие на основе цифровых платформ, которые позволяют сформировать кластеры предприятий. В подобных предприятиях все более широкое распространение получает краткосрочная работа через онлайн-платформы, так называемый фриланс. Стандартные долгосрочные контракты и рутинные навыки становятся все менее интересны для работников – растет премия за специфические навыки, которые пока не заменяемы роботами: когнитивные способности, критическое мышление, распознавание и управление эмоциями [11].

Пандемия COVID-19 затронула не только отдельных представителей экономики, но и перечисленные выше глобальные процессы цифровизации. Так, например, весной 2020 года рынок фриланса, растущий и так каждый год, показал резкий рост в 230% по сравнению с прошлым годом. Не только ограничения в период карантина, но и масштабные реорганизации и трансформации организаций, осуществляемые уже после прохождения пиковых значений заболеваемости, привели к широкому распространению удаленной работы с использованием цифровых технологий. Согласно исследованию McKinsey & Company тенденция к удаленной работе может продолжиться: от трех до пяти дней в неделю в странах с развивающейся экономикой могут работать 10% работников, а в странах с развитой экономикой – от 20 до 25%. Такие показатели в 5 раз больше, чем до пандемии, и это может повлиять на снижение спроса на общественный транспорт, рестораны и розничную торговлю в городских центрах [21].

«Платформенные организации» стали еще больше доминировать на рынках, поскольку розничные магазины становятся все менее конкурентоспособны – так, например, Amazon показала в отчете о доходах за четвертый квартал 2020 года самую большую квартальную выручку в своей истории, заработав \$ 125,56 млрд [14], а российская компания Ozon впервые вышла на безубыточность с возросшим на 140% оборотом по итогам 2020 года. Рост подобных масштабных цифровых платформ предоставляет широкие возможности малому бизнесу для размещения и продвижения своей продукции, обеспечивая рост всех задействованных сторон.

Для измерения уровня цифровизации малого бизнеса в России был разработан Индекс цифровизации малого и среднего бизнеса (BDI), который отражает готовность компаний к цифровой трансформации. По результатам исследования банка «Открытие» и Московской школы управления СКОЛКОВО, проведенного в сентябре 2020 года, Индекс цифровизации бизнеса равен 50 пунктам из 100 без изменений по отношению к результатам предыдущего исследования, проведенного в феврале 2020 года. В период до пандемии данный индекс был равен 45 пунктам из 100, что говорит о том, что пандемия дала толчок к цифровизации малого бизнеса, но не вызвала активного развития в период после активной фазы пандемии. В целом российский малый бизнес только наполовину готов цифровизироваться – высокий уровень цифровизации по России имеют только 8% компаний, среди которых доля малых предприятий достигает 17% [12].

Стагнация текущего значения Индекса цифровизации бизнеса произошла за счет увеличения одних показателей в его составе и снижения других. Так, представители малого бизнеса активнее стали использовать интернет-инструменты и цифровые технологии в работе. Доля компаний, которые используют интернет, увеличилась на 2% с начала февраля 2020 года, доля компаний с мобильными бизнес-приложениями – на 9%, а доля компаний с полноценными сайтами и страницами в социальных сетях выросла на 19% и на 12% соответственно за тот же период. Однако вместе с тем возросла доля компаний, которые не используют никакие средства информационной защиты, на 11% и на 7% возросла доля компаний, которые функционируют без утвержденной политики информационной безопасности. Также не в приоритете оказалось цифровое обучение сотрудников – на 16% увеличилась доля компаний, которые не проводят курсы по цифровой грамотности для своих сотрудников.

Актуальным вопросом для компаний малого бизнеса стал переход на дистанционную работу в период серьезных карантинных ограничений. По результатам исследования треть опрошенных представителей малого бизнеса не столкнулась с необходимостью переводить работников на дистанционный формат, а 45% компаний, все-таки перешедших на удаленную работу, не испытали никаких трудностей. Остальные 55% среди основных сложностей назвали снижение эффективности сотрудников – 12%, отсутствие возможности обеспечить сотрудников необходимым оборудованием – 14% и затруднительный перевод процедур в онлайн-режим – 17%. Однако в целом практика удаленного общения не только с сотрудниками, но и с клиентами стала широко признаваться среди руководителей: на 4% снизилась доля бизнесменов, считающих, что общаться нужно только лично, и на 7% выросла доля организаций, которые мессенджеры используют для общения с клиентами. В период пандемии каждая пятая организация стала пользоваться интернет-технологиями для организации мероприятий и встреч в режиме онлайн [12].

Таким образом, по результатам данного исследования можно сделать вывод о том, что пандемия COVID-19 способствовала цифровизации малого бизнеса в основном из-за вынужденной необходимости перехода на дистанционную работу и использования цифровых технологий для поддержания связи не только с сотрудниками, но и с клиентами. Тем не менее руководители пока что не активно стремятся инвестировать деньги в обучение сотрудников работе с цифровыми технологиями и развитию информационной безопасности, так как исторически основной проблемой на пути к цифровизации является нехватка денежных средств, особенно обострившаяся в период пандемии.

Для преодоления существующих барьеров и развития цифровой составляющей малого бизнеса нельзя сформировать универсальное решение, так как каждая компания должна разработать свою индивидуальную стратегию с учетом существующих цифровых возможностей, бюджета, культуры обучения и т.д. Цифровизация малого бизнеса необязательно должна радикально менять бизнес-модели, трансформация может осуществляться постепенно и на разных уровнях изменений. Можно сначала оцифровать бизнес-процессы, можно начать с цифровизации продаж, а можно найти цифрового партнера – любая инициатива на пути к цифровой экономике фирмы может стать решающим фактором в вопросе выживания в текущих условиях.

## Список литературы

1. Алтуфьева Н.В. Влияние цифровизации на развитие малых предприятий // Инновации в менеджменте. 2020. № 1 (23). С. 4–9.
2. Буров В.Ю., Капитонова Н.В., Кайбалина Н.Б. О роли малого предпринимательства и образования в развитии цифровой экономики // Фундаментальные исследования. 2018. № 4. С. 44–49.
3. Гарное А.П., Быкова О.Н. Цифровая экономика как метод интеграции в мировое пространство // Вестник Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова. 2020. № 4 (112). С. 5–12.
4. Гарное А.П., Быкова О.Н., Перепелица Д.Г. Дигитализация экономики: проблемы и перспективы // Научные исследования и разработки. Экономика фирмы. 2020. № 3. С. 81–84.
5. Зимовец А.В., Сорокина Ю.В., Ханина А.В. Анализ влияния пандемии COVID-19 на развитие предприятий в Российской Федерации // Экономика, предпринимательство и право. 2020. Том 10. № 5. С. 1337–1350.
6. Лукьянова А.В. Тенденции и возможности цифровизации малого и среднего бизнеса // Интеграция науки в современном мире // Сборник научных работ 52-й Международной научной конференции Евразийского научного объединения (г. Москва, июнь 2019). – Москва: ЕНО, 2019. С. 246–251.
7. Печаткин В.В., Вильданова Л.М. Уровень цифровизации видов экономической деятельности как фактор их конкурентоспособности в условиях пандемии // Вопросы инновационной экономики. 2021. Том 11. № 1.
8. Полянин А. В., Соболева Ю. П., Тарновский В. В. Цифровизация процессов малого и среднего предпринимательства // Управленческое консультирование. 2020. № 4 (136). С. 80–96.
9. Родионова И.А., Кокуйцева Т.В., Харламов М.М. Особенности развития цифровизации в Российской Федерации и в развитых странах мира: анализ позиций в международных рейтингах // Экономические отношения. 2020. Том 10. № 2. С. 381–394.
10. Смирнова А.А. О мерах государственной поддержки малого предпринимательства в период пандемии COVID-19 в России // Экономика, предпринимательство и право. 2021. Том 11. № 2. С. 285–298.
11. Шпилева А.А. Процессы цифровизации в компаниях малого и среднего бизнеса в условиях пандемии // Экономика, предпринимательство и право. 2021. Том 11. № 2. С. 299–312.
12. Банк «Открытие»: пандемия не изменила индекс цифровизации компаний МСБ [Электронный ресурс] // НАФИ. – Режим доступа: <https://nafi.ru/analytics/bank-otkrytie-pandemiya-ne-izmenila-indeks-tsifrovizatsii-kompaniy-msb/>
13. Карта самочувствия бизнеса [Электронный ресурс] // Самотека. – Режим доступа: <https://smarteka.com/solution/map>
14. Квартальные результаты деятельности Amazon [Электронный ресурс] // Amazon. – Режим доступа: <https://ir.aboutamazon.com/quarterly-results/default.aspx>
15. Поддержка МСП в контексте COVID-19 [Электронный ресурс] // Счетная палата Российской Федерации. – Режим доступа: <https://ach.gov.ru/upload/pdf/Covid-19-SME.pdf> (дата обращения: 04.01.2021).
16. Поддержка малого бизнеса во время пандемии COVID-19 [Электронный ресурс] // ООН. – Режим доступа: <https://www.un.org/ru/observances/micro-small-medium-businesses-day>
17. Стартапы: инновации против COVID 19 [Электронный ресурс] // МНИАП. – Режим доступа: <http://мниап.рф/analytics/Startupy-innovacii-protiv-COVID-19/>
18. Coronavirus (COVID-19): SME policy responses [Электронный ресурс] // OECD. – Режим доступа: <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/coronavirus-covid-19-sme-policy-responses-04440101/#section-d1e1223>
19. Nikonorova A. V., Stroeve P. V., Morkovkin D. E., Bykova O. N., Isaichikova N. I., Kvak A. A., Skryabin O. O. Development of innovations monitoring system and its implementation in practice of commercial companies // AD ALTA: Journal of Interdisciplinary Research. 2019. № 2. p. 233–236.
20. Limiting the Economic Fallout of the Coronavirus with Large Targeted Policies [Электронный ресурс] // IMF Blog. – Режим доступа: [https://blogs.imf.org/2020/03/09/limiting-the-economic-fallout-of-the-coronavirus-with-large-targeted-policies/?utm\\_medium=email&utm\\_source=govdelivery](https://blogs.imf.org/2020/03/09/limiting-the-economic-fallout-of-the-coronavirus-with-large-targeted-policies/?utm_medium=email&utm_source=govdelivery)
21. What's next for remote work: An analysis of 2,000 tasks, 800 jobs, and nine countries [Электронный ресурс] // McKinsey Global Institute. – Режим доступа: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/future-of-work/whats-next-for-remote-work-an-analysis-of-2000-tasks-800-jobs-and-nine-countries>