

УДК 334.012.64

## ***ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОГО ОБЩЕСТВА***

***Банкурова Х.И.***

*магистрант,*

*Санкт-Петербургский государственный*

*экономический университет,*

*Санкт-Петербург, Россия*

### **Аннотация.**

В данной статье рассматривается экономическая ситуация в малом бизнесе, которая возникает при переходе общества к цифровому формату. Выделены основные аспекты и проблемы данного вопроса.

**Ключевые слова:** малый бизнес, цифровое общество, глобальная экономика, маркетинг, интернет.

## ***PROBLEMS OF DEVELOPMENT OF SMALL BUSINESS IN THE CONDITIONS OF DIGITAL SOCIETY***

***Bankurova Kh. I.***

*Undergraduate,*

*St. Petersburg State University of Economics,*

*St. Petersburg, Russia*

### **Annotation.**

This article discusses the economic situation in small business, which occurs when the company transitions to digital format. The main aspects and problems of this issue are highlighted.

**Keywords:** small business, digital society, global economy, marketing, internet.

В настоящее время экономическая система во всем мире отличается значительной степенью нестабильности и постоянными изменениями. Во многом это связано с процессами, которые происходят в обществе.

Доминирующими из них являются глобализация и технический прогресс.

В связи с этим, компании, находящиеся на рынке вынуждены подстраивать свою деятельность в зависимости от существующих условий и стремиться к полноценному формированию собственных конкурентных преимуществ. В то же время, государственное регулирование и существующее законодательство страны влияет на организацию в равной степени, как и рынок.

Современная экономика переходит в эру цифрового общества, доминирующее положение занимают высокие информационно-коммуникационные технологии. Это в значительной степени меняет рынок и взаимодействия между производителями и потребителями в рамках этого рынка.

Таким образом, возникает масса проблем, связанных с предпринимательской деятельностью в новых условиях. В особенности это касается малого бизнеса и его положения.

Основной целью данной работы является определение проблем развития малого бизнеса в условиях цифрового общества. Для того чтобы в полной мере достичь поставленной цели, необходимо решить ряд задач, к которым относятся:

- определение теоретических основ развития и становления цифрового общества;
- оценка места малого бизнеса в цифровом обществе;
- поиск проблем, связанных с работой малого бизнеса в заданных условиях;
- предложение путей решения данных проблем.

Таким образом, решение поставленных задач гарантирует достижение основной обозначенной цели.

Прежде всего, в контексте данной работы необходимо обратиться к теоретической базе рассматриваемого вопроса. Определим понятие и основные особенности цифрового общества, которые выделяют в настоящее время.

В наиболее общем смысле под цифровой экономикой понимается такой тип экономической системы, которая в значительной степени ориентирована на развитие технологий и информационных коммуникаций, развитие сетей связи и интернета, в частности.

В настоящее время принято выделять несколько ключевых проблем современной экономики: инфляция и безработица. С ними регулярно ведётся работа на уровне государства. Однако существует и ряд других, не столь очевидных проблем, таких как постепенное старение населения, значительная ограниченность природных ресурсов и сложность их добычи. Такого рода проблемы носят долгосрочный характер и могут привести к значительным серьёзным экономическим и социальным последствиям.

В этой связи, цифровая экономика выступает в качестве своеобразного набора инструментов, который при рациональном и эффективном использовании может нивелировать негативные последствия отрицательных экономических и социальных явлений в рамках конкретно взятой страны или региона. Однако стоит также отметить, что общество не способно полностью стать цифровым, так как во всем мире существуют вполне конкретные потребности в еде, топливе, различного рода продуктах, которые остаются доступны только в рамках производств и такого рода экономики.

Безусловно, в настоящее время существует ряд развитых стран, которые в значительной степени приблизились к идеальному информационному обществу, и выстраивают свою экономическую систему в соответствие с этим. Однако

большая часть планеты находится на предыдущих или промежуточных этапах социального или экономического развития.

В рамках данной работы будет рассмотрено положение малого бизнеса именно в рамках стремления и активного перехода к информационному обществу, как к наиболее актуальному в настоящее время для большинства стран периода.

Переход к цифровому обществу связан с активным внедрением массы технологий и постоянному процессу инновационного развития общества. Кроме того, упрощение жизни в значительной степени повлияло на интересы людей, сформировав огромную сеть развлекательной и образовательной индустрии на базе современных технологий коммуникации. Такой переход общества в формат цифрового, безусловно, является лишь вопросом времени для большинства стран [1].

В этой связи, состояние экономики, а в частности отдельных бизнес-единиц, не может оставаться без каких-либо изменений. В условиях рынка возникает ситуация, когда развитие экономической системы зависит от скорости и качества внедрения современных технологий во все процессы работы фирм, от производства, до маркетинга и внутреннего управления. Очевидно, что конкурентные условия вынуждают организации регулярно обновлять собственные производственные фонды, менять стратегии и внедрять актуальные технологии, чтобы оставаться актуальными на рынке.

В настоящее время, похожим образом складывается ситуация, как в крупном бизнесе, так и в малом бизнесе. Так, каждая компания на рынке в условиях цифровизации общества стремится к совершенствованию своих рабочих процессов, активно внедряя современные и актуальные технологии.

Наиболее очевидным примером внедрения такого рода технологий, является переход из оффлайна в онлайн. Иными словами, многие компании отходят от привычных средств коммуникации в пользу высокотехнологичных. Поиск поставщиков и потребителей переходит в цифровое поле. Причин для подобного перехода несколько. Прежде всего, переход в онлайн в значительной степени снижает себестоимость части процессов и различных косвенных затрат, которые связаны с логистическими и организационными затратами [2].

Малый бизнес гораздо активнее переходит в это поле по той простой причине, что объём капитала, который вращается вокруг компании не сопоставим с объемом капитала крупных игроков рынка. Крупный бизнес во многом связан в отношении изменения своих процессов, так как, чаще всего, существуют налаженные связи между продавцами, поставщиками и потребителями, возможно открыта широкая сеть филиалов или розничных точек, если речь идёт о ритейле.

В свою очередь малый бизнес отличается гораздо более простой организационной структурой и обладает меньшим количеством связей, которые можно поменять без значительных вложений инвестиций.

Кроме того, уже в настоящее время видна конкретная тенденция к переходу всего комплекса маркетинга в цифровое поле. Классическая реклама и другие средства маркетинга становятся неактуальными. Во многом это связано и с потребителями, восприимчивость к рекламе которых является крайне низкой. Именно поэтому маркетинг использует такие инструменты как таргетированная реклама, формирование базы инфлюенсеров в социальных сетях и многое другое.

Несмотря на все вышеперечисленные особенности, для малого бизнеса существует и ряд проблем, которые не позволяют развиваться в цифровом обществе в должной мере. Рассмотрим основные проблемы, которые выделяются в рамках развития малого бизнеса в условиях цифровой экономики.

Главной проблемой, с которой сталкиваются предприятия малого бизнеса заключается в ограниченности финансов. Активный и успешный переход в цифровое поле характеризуется инвестициями, которые зачастую не может себе позволить малый бизнес. В то же время, данная проблема может быть решена путём привлечения инвестора, который в полной мере будет заинтересован в реализации проекта и получения прибыли от компании [3].

Другой важной проблемой является ограниченность возможностей в условиях цифровизации для многих видов бизнеса. Чаще всего малый бизнес соприкасается с цифровыми технологиями только через маркетинг и рекламу. Полноценного входа в цифровое общество добиться крайне сложно из-за специфики работ. Таким образом, малый бизнес может либо частично входить в цифровое поле и интегрироваться в такого рода общество, либо изначально создаваться с конкретной спецификой.

Также к ключевым проблемам малого бизнеса в условиях цифрового общества можно отнести сложность настройки логистики и взаимодействия с клиентом. Дело в том, что привычная модель маркетинга перестаёт работать в условиях цифрового общества, и коммуникации между производителем и потребителем приходится устанавливать на новом уровне, подстраиваясь под постоянно меняющиеся запросы потребителей.

Нельзя сказать, что вышеперечисленные проблемы являются нерешаемыми, а тенденции развития цифрового общества носят отрицательный характер. Напротив, существующие реалии показывают, что современная экономика и ее участники достаточно быстро адаптируются к новым условиям среды.

Таким образом, подводя итоги работы, можно сказать, что в настоящее время наблюдается полноценный переход к цифровому обществу. Данные тенденции в значительной степени влияют на состояние экономики, вынуждая компании адаптировать собственную деятельность во всех направлениях. Проблемы, с которыми в настоящее время сталкивается малый бизнес, не являются критическими и могут быть решены с течением времени и дальнейшим развитием информационного общества.

**Библиографический список:**

1. Кунцман А.А. Трансформация внутренней и внешней среды бизнеса в условиях цифровой экономики // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2016. № 11. С. 1.
2. Розанова Н.М., Юшин А.В. Механизм трансформации сетевого рынка в цифровую эпоху // Terra Economicus. 2015. Т. 13. № 1. С. 73–88.
3. Цифровая экономика и Индустрия 4.0: новые вызовы (Industry-2018): науч.-практ. конф. с междунар. участ.; СПбПУ, 2–4 апр. 2018 г. СПб, 2018. 573 с.

*Оригинальность 89%*