

МАЛЫЙ И СРЕДНИЙ БИЗНЕС В ЭРУ ЦИФРОВИЗАЦИИ: ТРАНСФОРМАЦИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В РОССИИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Сысоев Н.А.

*Сысоев Никита Александрович – ведущий специалист,
базовая кафедра компании IC,
Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова,
г. Москва*

Аннотация: статья посвящена исследованию роли малого и среднего предпринимательства (МСП) в российской экономике, с акцентом на его значимость для экономического роста и массовой занятости. Основное внимание уделяется динамике розничной торговли, которая, в отличие от оптовой, непосредственно взаимодействует с конечным потребителем. По данным И. Ф. Жуковской, доля торговли в валовом внутреннем продукте (ВВП) страны возросла, демонстрируя устойчивый рост оборота розничной торговли за последние две десятилетия. Важной темой статьи является влияние интернет-технологий на предпринимательскую деятельность, которое кардинально изменило методы торговли и потребительские привычки. Кроме того, статья акцентирует внимание на растущей доле торговых сетей в общем объеме розничной торговли и на том, как введение инновационных форм торговли способствовало развитию электронной коммерции в России. В заключение, анализируется, как МСП адаптировалось к новым условиям рынка и стало двигателем социальных и экономических изменений в стране.

Ключевые слова: предпринимательство, МСП, розничная торговля, анализ экономического роста, потребительский спрос, интернет-технологии, электронная коммерция.

SMALL AND MEDIUM BUSINESS IN THE ERA OF DIGITALIZATION: THE TRANSFORMATION OF RETAIL TRADE IN RUSSIA AT THE PRESENT STAGE

Sysoev N.A.

*Sysoev Nikita Alexandrovich – Lead Specialist,
DEPARTMENT OF THE IC COMPANY,
PLEKHANOV RUSSIAN UNIVERSITY OF ECONOMICS,
MOSCOW*

Abstract: the article is devoted to the study of the role of small and medium-sized enterprises (SMEs) in the Russian economy, with a focus on their significance for economic growth and mass employment. The main attention is paid to the dynamics of retail trade, which, unlike wholesale, directly interacts with the end consumer. According to I.F. Zhukovskaya, the share of trade in the country's gross domestic product (GDP) has increased, demonstrating a steady growth in retail turnover over the past two decades. An important theme of the article is the impact of internet technologies on entrepreneurial activities, which have fundamentally changed trading methods and consumer habits. Additionally, the article highlights the growing share of retail chains in the overall volume of retail trade and how the introduction of innovative forms of trading has contributed to the development of e-commerce in Russia. In conclusion, it analyzes how SMEs have adapted to new market conditions and become a driver of social and economic changes in the country.

Keywords: entrepreneurship, SMEs, retail trade, economic growth analysis, consumer demand, internet technologies, e-commerce.

Хорошо известно, что одним из крупнейших секторов современной экономики России является предпринимательская деятельность, прежде всего, как малый, так и средний бизнес. Важно также, что малый и средний бизнес выступает источником экономического роста, но и в части массовой занятости населения страны. Важнейшей особенностью коммерческого предпринимательства является его гибкость и мобильность по отношению удовлетворению потребностей своих потенциальных клиентов. В свою очередь, характерной особенностью розничной торговли, в отличие от оптовой, действующей в основном через торговые биржи, является доведение товара до конечного потребителя [4]. Основной задачей всей предпринимательской деятельности является максимально полное удовлетворение динамично возрастающего потребительского спроса населения [4, 8]. Следовательно, в авангарде экономики России после перехода к рыночной экономике выступает частное малое и среднее предпринимательство (далее – МСП). Согласно публикуемым данным И.Ф. Жуковской (2022) «в российской экономике торговля (оптовая

и розничная) играет значительную роль в производстве валового внутреннего продукта (ВВП) – 13,1% в 2020 г. За последние 20 лет оборот розничной торговли демонстрирует устойчивый рост – почти в 11 раз – 3,1 трлн руб. в 2001 г. до 33,8 трлн руб. в 2020 г.» [7, С. 269]. В правовом плане, согласно действующему российскому законодательству, кроме основного субъекта предпринимательской деятельности – торговое предприятие, далеко не последнюю роль в удовлетворении потребительского спроса населения, также играют индивидуальные предприниматели.

Справедлива точка зрения о том, что развитие глобальной сети Интернет и информационных технологий, и в особенности веб-технологий, оказали громадное воздействие на развитие всех областей общественной жизни. Вполне логично, что с расширением глобального информационного пространства существенно растут потребительские нужды и требования российских граждан. С незапамятных времен коммерческая деятельность и торговля в России оставалась, пожалуй, самой престижной и востребованной из всех возможных видов существующей предпринимательской деятельности [4, 5].

В этом не последнюю роль сыграло внедрение инновационных форм и форматов торговли через Интернет. В информационную эпоху благодаря разработке и внедрению современных информационно-коммуникационных технологий кардинальным образом изменились способы обмена информацией, образ жизни населения, а также формы и методы предпринимательской деятельности. Во многом это было обусловлено за счет эффекта синергии благодаря координации усилий государства и бизнеса. В определенной степени этому способствовали принятые в этот период решения Ассамблеи и органов Организации Объединенных Наций (далее – ООН), а также российское законодательство. В частности, согласно Решению Совета по Правам Человека ООН было провозглашено, что «право на доступ в Интернет признается ООН одним из неотъемлемых прав человека» [1]. Еще раз стоит подчеркнуть, что в условиях рыночной экономики электронная торговля в России стала бурно набирать обороты [3]. На протяжении последних лет в значительной степени изменилась и расширилась сеть дистанционной розничной торговли, которая представлена малым и средним предпринимательским бизнесом [3, 4, 6]. Следует подчеркнуть, что численность пользователей Интернет в России начиная с двухтысячных годов нашего столетия безудержно возрастал, становясь все более и более всеобъемлющим. Таким образом, современный российский ритейл за последнее десятилетие претерпел во истину революционное преобразование [3, 4, 7, 8]. По мнению И.Ф. Жуковской (2022), опираясь на статистические данные Росстат, лишь за десять лет «доля торговых сетей в обороте розничной торговли выросла более чем в 2 раза (с 15,1% в 2009 г. до 34,2% в 2019 г.)» [7, С. 270].

Установленный факт, что современный ритейл или розничный бизнес, особенно за последние два-три десятилетия превратился одним из самых динамичных и быстроразвивающихся отраслей в России, который обеспечивает как рост потребления, так и рост российской экономики в целом. Однако, пандемия COVID-19, носящий глобальный характер, резко повлияла целиком на темпы роста экономики [3, 7]. Спад экономики во всем мире происходило, с одной стороны, за счет сокращения производственных мощностей отчасти из-за логистических проблем и спонтанно возникших сбоев по поставке сырья и комплектующих материалов от партнеров, возникшей за счет введения жестких ограничительных карантинных мер на границах между странами, а с другой, из-за проблем с занятостью, возникшей ограничением выхода на работу всех категорий рабочих и служащих на предприятиях для предотвращения бесконтрольного распространения высоко контагиозной инфекции. Согласно И. Ф. Жуковской (2022) пандемия коронавирусной инфекции, начавшейся в Китае в конце 2019 года, молниеносно распространенная во всем мире кардинальным образом повлияло на развитие кризиса мировой экономики, которая лишь в 2020 году сократилась на 4,3%. Не удивительно, что такая пандемия не обошла также население России, унеся жизни многих тысяч россиян в виду отсутствия специфического антивирусного лечения, остановив выбор на использование лишь жестких ограничительных карантинных мер: использование средств индивидуальной защиты, в том числе, ношение масок, соблюдение дистанции, максимальное ограничение контактов в социуме и т.д. Обращает на себя внимание, что тот факт, что в разгар коронавирусной инфекции большая доля стационарных розничных торговых предприятий из-за карантинных мер были вынуждены приостановить свою деятельность, как за рубежом так и в России [7].

Цель данного исследования – анализ состояния и перспективы развития МСП.

Влияние пандемии COVID-19, носящий глобальный характер и внесший значительные изменения в образе жизни людей, оказало существенное влияние на экономику России и показатели темпов роста, т.к. повлияло на местные и глобальные рынки [7]. В свою очередь, благодаря стихийному «Lock-down» в условиях COVID-19 еще в большей степени стала расширяться сеть дистанционной розничной торговли в России, в том числе при помощи мобильных устройств связи [6, 7]. По публикуемым данным новостного портала «РБК» в самый разгар COVID-19 пандемии, буйствующей в России в начале 2020 года, значительная часть работников мегаполисов Москвы и Санкт Петербурга с согласия своих предпринимателей были вынуждены перейти на дистанционную работу. Так, в Москве относительная численность работников,

перешедших на удаленную работу составило более 68%, а в Санкт Петербурге соответственно – 63% [2]. В условиях пандемии и даже в постковидный период, электронная розничная торговля показала свою высокую эффективность по удовлетворению спроса потребителей в онлайн-сервисах, особенно, по доставке различных товаров первой необходимости, а также продуктов питания и медикаментов. Это произошло за счет совершенства деятельности крупнейших сетевых ритейлов на российском рынке, а также возникновением новых игроков, использующих новые инновационные технологии. Так, по данным Р.В. Ереминой и соавт. (2021), ссылаясь на статистические данные Росстат, «доля онлайн-канала продаж зарегистрирована в Москве – 9,3 % по итогам 2020 года, а в Санкт-Петербурге соответственно – 7,3 % [6, С. 60].

Социально-экономическое развитие российских регионов имеет огромное значение для улучшения качества жизни населения. При этом, в центре пристальных интересов и забот государства всегда находилась столица России – Москва [8]. Без всякого преувеличения, мегаполис Москва всегда задавал тон в деле динамического повышения социально-экономического благосостояния и уровня жизни населения, среди других субъектов Российской Федерации, и прежде всего, ее центральных регионов, тогда как, проблема неравномерности развития регионов свойственна для многих развитых и развивающихся стран. Особенностью макро- и микроэкономических факторов, повлиявших на характер потребительского спроса населения, вызванной пандемией, следует назвать инфляционный стресс, рост цен на потребительском рынке, безработицу, падение платежеспособного спроса, прекращение импорт-экспорт операций, приведшие к резкому изменению поведения потребителей.

Для оценки эффективности розничной торговли принято считать число субъектов розничной торговли, оборот розничной торговли, долю розничной торговли в ВВП. С другой стороны, устойчивый потребительский спрос и низкая закупочная цена на тот или иной товар являются определяющими факторами для успешной деятельности розничной торговли, ориентированной на получение максимальной прибыли.

При сопоставлении показателей социально-экономического развития региона регионов принципиальное значение имеет учет тех факторов, оказывающие на них воздействие. В числе которых на передний план выступает фактор о подготовки и состоянию соответствующей инфраструктуры для беспрепятственного получения широкополосного Интернета, принимаемого в домашних условиях. Таким образом, приведенные выше соображения и приведенные статистические данные подтверждают успешность эволюционных процессов дистанционной розничной торговли по удовлетворению потребительского спроса населения в мегаполисах России – Москвы и Санкт Петербурга как в экстремальных ситуациях, вызванной пандемиями, так и в пост-пандемическом и в стабильном периоде.

Список литературы / References

1. «Поощрение, защита и осуществление прав человека в Интернете» (англ.) – В книге: «Report of the Special Rapporteur on the promotion and protection of the right to freedom of opinion and expression, Frank La Rue» – А/HRC/17/27, 16 May 2011, 22p. – Электронный ресурс URL: http://www.ohchr.org/english/bodies/hrcouncil/docs/17session/A.HRC.17.27_en.pdf (дата обращения к ресурсу: 02.09.24 г.).
2. Эксперты зафиксировали самый высокий уровень удаленки. Новостной портал «РБК» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rbc.ru/business/08/02/2022/620169fc9a794727f653e509> (дата обращения: 02.09.2024).
3. Балабанов И.Т. Электронная коммерция. – Спб.: Питер, 2001. – 336 с.
4. Брагин Л.А., Иванов Г.Г. и Стукалова И.Б. Розничная торговля: современные тенденции и перспективы развития. – М.: ГОУ ВПО «РЭА им. Г.В. Плеханова», 2009. – 236 с.
5. Бунева Р.И. Коммерческая деятельность: организация и управление: учебник / Р.И. Бунева. – 365 с.
6. Еремина Р.В., Турченко В.В. Оценка эффективности дистанционной торговли в сети Интернет // Деловой вестник предпринимателя, 2021. – № 3(5). – С. 58-62. DOI: 10.24412/2687-0991-2021-3-58-62
7. Жуковская И.Ф. Российский ритейл в период пандемии COVID-19: Ускорение цифровизации // Экономика, предпринимательство и право, 2022. – Том 12. – № 1. – С. 267-286. DOI: 10.18334/errp.12.1.114103
8. Иванов Г.Г. Экономика торгового предприятия: учебник / Г.Г. Иванов. – М.: Издательский центр «Академия», 2010. – 320 с.
9. Иванов Г.Г., Орлов С.Л. Социальные аспекты предпринимательства в торговле // Вестник экономики, права и социологии, 2013. – №1. – С. 33-38.