

Цифровые платформы как ресурс государственной поддержки предпринимательства в России: эффекты и риски использования

Демидов М. О.^{*}, Пашковская Е. В.

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (Северо-Западный институт управления РАНХиГС), Санкт-Петербург, Российская Федерация; *demidov-mo@ranepa.ru

РЕФЕРАТ

Пандемия новой коронавирусной инфекции COVID-19 и введенные в связи с ней ограничения привели к резкому сокращению сектора малого и среднего предпринимательства по всему миру. В то же время, невозможность ведения коммерческой деятельности офлайн привела к небывалому росту онлайн-торговли. Этот рост объясняется снижением транзакционных издержек предпринимателей благодаря особенной природе цифровых сервисов. Предметом настоящего исследования является использование цифровых платформ в качестве ресурса, позволяющего снижать транзакционные издержки. Целью статьи выступает обоснование необходимости минимизации государством рисков использования цифровых платформ субъектами малого и среднего предпринимательства в качестве ресурса их развития. При помощи статистических данных приводятся аргументы в пользу использования цифровых платформ как ресурса для поддержки предпринимательства и выдвигается предположение об их влиянии на выбор предпринимателей в пользу легализации своей деятельности. Помимо этого, выделяются ключевые риски, в основе которых лежит различный уровень цифровой культуры населения и инфраструктурной обеспеченности в разных регионах страны. Как итог формулируются меры по минимизации рисков использования цифровых платформ, которые может применить государство. Они заключаются в развитии технической инфраструктуры, повышении цифровой культуры граждан, а также в совершенствовании уже функционирующей инфраструктуры поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, способной оказывать всестороннюю помощь предпринимателям в цифровой трансформации бизнеса.

Ключевые слова: цифровая экономика, новая институциональная теория, легализация предпринимательства

Для цитирования: Демидов М. О., Пашковская Е. В. Цифровые платформы как ресурс государственной поддержки предпринимательства в России: эффекты и риски использования // Управленческое консультирование. 2022. № 10. С. 28–41.

Digital Platforms as a Resource of State Support for Entrepreneurship in Russia: Effects and Risks of Use

Mikhail O. Demidov^{*}, Ekaterina V. Pashkovskaia

Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (North-West Institute of Management of RANEPA), Saint Petersburg, Russian Federation; *demidov-mo@ranepa.ru

ABSTRACT

The COVID-19 pandemic and the restrictions imposed in connection with it have led to a sharp reduction in the sector of small and medium enterprises around the world. At the same time, the impossibility of doing business offline has led to an unprecedented growth in online trading. This growth is explained by the reduction in transaction costs for entrepreneurs due to the special nature of digital services. The subject of this study is the use of digital platforms as a resource to reduce transaction costs. The aim of the article is to substantiate the need for the government to minimize the risks of using digital platforms by small and medium-sized businesses as a resource for their development. With the help of statistical data, arguments

are made in favor of the use of digital platforms as a resource to support entrepreneurship and an assumption is made about their influence on the choice of entrepreneurs in favor of legalizing their activities. In addition, key risks are identified, which are based on a different level of digital culture of the population and infrastructure provision in different regions of the country. As a result, measures are formulated to minimize the risks of using digital platforms that the state can apply. They consist in the development of technical infrastructure, increasing the digital culture of citizens, as well as improving the already functioning infrastructure for supporting small and medium-sized businesses that can provide comprehensive assistance to entrepreneurs in the digital transformation of their business.

Keywords: digital economy, new institutional theory, legalization of entrepreneurship

For citing: Demidov M. O., Pashkovskaia E. V. Digital Platforms as a Resource of State Support for Entrepreneurship in Russia: Effects and Risks of Use // Administrative consulting. 2022. N 10. P. 28–41.

Введение

С 2020 г. сектор малого и среднего предпринимательства в России испытывает серьезные трудности. Согласно исследованию Агентства стратегических инициатив, только ввод ограничительных мер, связанных с распространением новой коронавирусной инфекции COVID-19, привел к сокращению выручки у 84,03% предприятий малого бизнеса [14], которое было вызвано падением спроса на производимые товары и услуги, а также возникшими сложностями, связанными с необходимостью выполнения различных финансовых обязательств. Негативные последствия затронули порядка 4,17 млн из 6,05 млн компаний сектора малого и среднего предпринимательства, из которых 56,1% не работали на пике карантина. Падение спроса коснулось 80% компаний, который не восстановился к 2021 г. у 52,6%¹. Наибольшим образом пострадали сфера туризма, торговли, транспортная отрасль, сфера общественного питания, сфера обслуживания и развлечений, сфера индустрии моды и красоты [5]. Все это привело не только к сокращению количества ранее функционирующих субъектов малого и среднего предпринимательства (далее — субъекты МСП), но и к снижению темпов создания новых. Согласно данным Федеральной налоговой службы, их количество неуклонно снижалось с 1 млн 62 тыс. в 2019 г. до 823 тыс. в конце 2020 и 796 тыс. в середине 2021 г.²

Объяснением этого может являться крайняя чувствительность малого предпринимательства к турбулентным изменениям внешней среды, так как оно обладает меньшим количеством ресурсов для их нивелирования. Наличие высоких рисков и невозможность осуществления долгосрочного планирования подталкивают потенциальных предпринимателей делать выбор либо в пользу наемного труда, либо в пользу неформальной деятельности, а существующих — к решению о закрытии своего предприятия. В дальнейшем это приводит и к уменьшению сегмента среднего бизнеса, так как он «вырастает» из малого.

В 2019 г. доля субъектов МСП в ВВП России составляла 20,2%, а доля занятых на предприятиях МСП составила 27%³. Снижение темпов его роста в совокупности с ухудшающейся экономической обстановкой могут привести к повышению соци-

¹ Специальный доклад Президенту Российской Федерации о состоянии малого и среднего бизнеса — МСП/ПОСТКОВИД [Электронный ресурс]. URL: <http://doklad.ombudsmanbiz.ru/2021/7.pdf> (дата обращения: 03.04.2022).

² Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства [Электронный ресурс]. URL: <https://ofd.nalog.ru> (дата обращения: 03.04.2022).

³ Россия в цифрах. 2021 / Федеральная служба государственной статистики РФ [Электронный ресурс]. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/12993> (дата обращения: 03.04.2022).

альной напряженности и уменьшению доходов государства, что актуализирует с практической точки зрения вопрос о совершенствовании государственных мер развития предпринимательского сегмента и поддержки субъектов МСП.

В России с 2020 г. и по настоящий момент¹ со стороны органов государственной власти и крупных коммерческих организаций применяются различные финансовые инструменты поддержки субъектов МСП в виде льготных кредитов, отсрочек по выплатам кредитных обязательств и грантов, направленных на минимизацию издержек субъектов МСП в процессе осуществления своей деятельности. Однако, оставляя за скобками вопрос об их эффективности, ввиду сложности получения кредитов, их краткосрочности и расчета суммы исходя из величины МРОТ [1], с точки зрения новой институциональной теории, подобные меры в большей степени позволяют решить только проблему снижения трансформационных издержек, возникающих в процессе создания товаров и услуг. При этом они не решают другой, возможно, более важной проблемы — снижения трансакционных издержек.

Одним из возможных путей частичного решения данной проблемы может стать использование в рамках государственной поддержки предпринимательства такого ресурса, как цифровые платформы. С точки зрения снижения трансакционных издержек, их использование приводит к формированию новых механизмов взаимодействия между предпринимателями и покупателями, снижая роль пространственных и временных факторов, влияющих на ведение экономической деятельности. Но является ли их снижение единственным положительным эффектом как с точки зрения самих предпринимателей, так и государства? И какие риски с точки зрения государственного управления присутствуют при использовании цифровых платформ?

Для ответа на обозначенные вопросы нами был проведен анализ релевантных статистических данных об активности субъектов МСП в сфере розничной торговли и потребителей их товаров и услуг на крупнейших цифровых платформах, функционирующих на территории Российской Федерации.

Результаты исследования могут быть полезны при разработке эффективных мер государственной поддержки не только в России, но и в странах со схожими экономическими и социально-историческими характеристиками.

Статья состоит из введения, обзора литературы, характеристики методологии и методов исследования, представления результатов, их обсуждения и заключения, в котором обозначены направления дальнейших исследований.

Обзор литературы

С начала пандемии, вызванной новой коронавирусной инфекцией COVID-19, множество государств по всему миру были вынуждены предпринять ряд мер, направленных на контроль ее распространения. В основном, данные меры носили характер ограничений, связанных со свободой перемещения, что не могло положительно сказаться на экономической конъюнктуре: за период с февраля по апрель 2020 г. число активных владельцев бизнеса в США сократилось на 22% от общего количества, в Латинской Америке — на 32%, в Азии — на 26% [13]. Данная ситуация послужила катализатором к росту интереса коммерческого сектора к реализации своих услуг посредством цифровых технологий. Согласно данным исследовательского института Tencent, большинство опрошенных предпринимателей готовы к увеличению цифровых инвестиций на 10–30%. Среди ключевых направлений выделяются четыре технологии, такие как Big Data, интернет вещей, облачные вычисления и 5G, и три направления деятельности — развитие услуг, маркетинг и коммуникация [16].

¹ Правительство утвердило постановление о поддержке малого и среднего бизнеса в условиях коронавирусных ограничений [Электронный ресурс]. URL: <http://government.ru/docs/43694> (дата обращения: 03.04.2022).

Примером комплексного исследования влияния цифровизации на экономику в контексте институционального подхода является работа «Институциональные изменения в контексте цифровой экономики», целью которой являлся анализ качественного изменения институциональной среды под влиянием цифровых технологий, таких как искусственный интеллект, цифровые платформы, блокчейн и интернет вещей. Одной из важных частей этой работы является обзор существующей литературы по данной тематике и выделение данных направлений исследований, таких как:

- важность институциональной трансформации для развития цифровой экономики в России;
- институциональная инфраструктура цифровой экономики;
- трансформация существующих институтов под ее влиянием;
- существующие институциональные ловушки в этой области.

Основным результатом работы стал вывод об уменьшении транзакционных издержек посредством использования цифровых технологий и разрушения существующих институциональных ловушек [6].

Идея о том, что использование цифровых технологий приводит к перераспределению транзакционных издержек так же нашла свое отражение в работе «Blockchains and Transaction Costs», в которой авторы исследовали технологию блокчейна и ее влияние на заключение договоров. Согласно полученным результатам, данная технология позволяет снижать транзакционные издержки для участников на установление связи и заключение контрактов [15].

Эти выводы подтверждают мысли, высказанные А. А. Аузаном в статье «Цифровая экономика как экономика: институциональные тренды» о цифровых платформах как новых институтах, позволяющих восстанавливать определенные координационные эффекты путем взаимного рейтингования на рынках и разрешать «проблему безбилетника», благодаря «тотальному цифровому контролю за деятельностью тех, кто вышел на платформу». На уровне контрактов использование цифровых платформ приводит к возникновению новых видов, таких как контракты в системах совместного потребления, позволяющие управлять жизненным циклом продукта без передачи в собственность, и smart-контракты, в которых не требуется наличие арбитра [2].

Отдельно стоит выделить исследование И. З. Гелисханова, Т. Н. Юдиной, А. В. Бабкина, посвященное определению сущностных характеристик и уникальных особенностей цифровых платформ, а также особенностям и тенденциям развития отечественных и зарубежных компаний в этой отрасли. В результате его проведения было выделено основное конкурентное преимущество платформенной бизнес-модели, а именно обеспечение прямого взаимодействия и обмена между субъектами экономической деятельности и снижение их транзакционных издержек. Однако авторы выделили и главную проблему, связанную с деятельностью цифровых платформ — обеспечение конфиденциальности персональных данных, собираемых в процессе их использования [3].

Однако снижение цифровыми платформами одних видов издержек может приводить к появлению других. В своей работе М. В. Рыжкова и М. В. Чиков выделяют два основных вида таких издержек: *ex ante*, проявляющиеся в неготовности экономических агентов прибегать к цифровым решениям («переход из офлайна в онлайн»), и *ex post*, предполагающие сопротивление экономических агентов и конфликтность внутри цифрового пространства [9].

Проблема перехода из «офлайна в онлайн» была отчасти освещена в работе А. А. Михайловой, в рамках которой была произведена оценка восприимчивости населения регионов России к внедрению цифровых технологий. По результатам исследования было выявлено наличие «цифрового разрыва» между регионами, приводящего к снижению хозяйственной активности, затрудненному доступу к государственным услугам и усилению социальной напряженности. Его причиной

было обозначено невыполнение базовых условий цифровизации, таких как наличие соответствующей цифровой культуры у населения, а также достаточный уровень инфраструктурной и технологической готовности [8].

Таким образом, в современном научном дискурсе достаточно развито представление о цифровых платформах как институте, способствующем перераспределению транзакционных издержек и их снижению для субъектов МСП. Однако вопросы о других положительных эффектах влияния цифровых платформ и определении мер со стороны государства для минимизации рисков их использования в качестве ресурса в рамках поддержки субъектов МСП, остаются открытыми. Это и определило содержание нашего исследования.

Методология

Теоретической рамкой представленного исследования является новая институциональная теория, наибольший вклад в которую был сделан Р. Коузом [10], Г. Демсецом [11; 12], Д. Нортоном [17] и О. Уильямсоном [18]. Согласно ее положениям, в основе функционирования экономической системы и ее развития лежат транзакционные издержки, которые в процессе осуществления своей деятельности несут участники экономической системы, и институты, влияющие на поведение экономических агентов. В приложении к теме исследования это проявляется следующим образом: цифровые платформы, предоставляя свои услуги и являясь «новыми» институтами, способствуют снижению транзакционных издержек, связанных с поиском информации, измерением и оппортунистическим поведением, за счет чего изменяются паттерны поведения экономических агентов и создаются новые институциональные нормы [6].

На основе обзора литературы можно сформулировать основную **проблему исследования** как недоиспользование цифровых платформ в качестве ресурса для поддержки субъектов МСП.

Цель настоящего исследования — обосновать необходимость минимизации государством рисков использования цифровых платформ субъектами МСП в качестве ресурса их развития.

Основной гипотезой исследования является утверждение, что поскольку цифровые платформы являются значимым институциональным фактором, влияющим на развитие предпринимательства в России, минимизация рисков их использования в рамках государственной поддержки предпринимательства может привести к увеличению количества субъектов МСП.

Объектом исследования выступают цифровые платформы.

Предметом — использование цифровых платформ в качестве ресурса, позволяющего снизить транзакционные издержки субъектов МСП.

В работе **применяются методы** построения прогнозных моделей, в частности на основе метода двойного экспоненциального сглаживания, который представляет собой экспоненциальное сглаживание с поддержкой трендов, где в модели к одиночному экспоненциальному сглаживанию добавляется дополнительный коэффициент сглаживания, который оказывает влияние на трендовую составляющую временного ряда.

Общее уравнение:

$$S_t = ay_t + (1 - a)(S_{t-1} + b_{t-1}). \quad (1)$$

Сглаживание тренда:

$$b_t = \beta(S_t - S_{t-1}) + (1 - \beta)b_{t-1}. \quad (2)$$

Построение прогноза:

$$S_{t+n} = S_t + nb_t, \quad (3)$$

где: α , β — коэффициенты сглаживания, принимающие значения из диапазона $[0;1]$; y — наблюдение; S — сглаженное значение наблюдения; b — коэффициент тенденции; t — индекс текущего наблюдения; n — число прогнозируемых наблюдений.

В качестве языка программирования для нахождения прогнозируемых значений при построении моделей использовался язык R-4.0.2 (библиотека `forecast`, содержащая в себе функции прогнозирования для линейных моделей и временных рядов).

Эмпирическую базу исследования составили различные статистические данные исследовательского агентства Data Insight, органов государственной власти и других источников статистической информации.

К основному **ограничению исследования** можно отнести отсутствие доступной актуальной статистической информации. Ввиду этого в исследовании рассматриваются не все данные, релевантные обозначенной теме. Помимо этого, их актуальность приходится на период 2020–2021 гг., что, впрочем, не оказывает существенного влияния на основные результаты работы. Другим ограничением является использование в работе метода прогноза, в основе которого лежит принцип экстраполяции уже существующих тенденций. Это обусловлено отсутствием ясных перспектив изменения экономической конъюнктуры, что не позволяет применить метод прогнозных сценариев, который дал бы возможность строить более разнообразные модели будущего.

Результаты и обсуждение

И. З. Гелисханов, Т. Н. Юдина и А. В. Бабкин дают следующее определение цифровых платформ, понимая под ними гибридные структуры, ориентированные на создание ценности путем обеспечения прямого воздействия и осуществления транзакций между несколькими группами сторонних пользователей, при этом в само понятие входит не только технологическая конструкция, но и платформенная бизнес-модель, обеспечивающая посредством технологической площадки взаимодействие между субъектами с использованием новых способов и форм взаимодействия, создания ценности и ценообразования, и экосистема — совокупность сообществ и взаимоотношений различных участников цифровой платформы, создающих ценность путем взаимодействия и конкуренции [3].

Они выделяют три существующих вида цифровых платформ, дифференцируемых по владению активами, установлению цен и других условий:

- 1) децентрализованная — владелец актива устанавливает условия и предлагает актив непосредственно пользователю, а роль цифровой платформы заключается в облегчении транзакций в обмен за небольшую комиссию;
- 2) централизованная — платформа владеет активом и устанавливает цены, имеет больший контроль над качеством и стандартизацией (чем децентрализованная), забирая большую долю от стоимости транзакции;
- 3) гибридная — владельцы активов предлагают услугу с ценой и стандартами, установленными цифровой платформой, владение и риск децентрализованы, а стандартизация и уровень обслуживания централизованы [3].

С институциональной точки зрения выделяют два вида платформ: транзакционные и инновационные. Под транзакционными понимаются платформы, направленные на обеспечение транзакций между различными типами людей и организаций, которым без экосистем было бы трудно найти друг друга, под инновационными — платформы, на которых большое число разработчиков занимаются разработкой новых приложений [4].

В рамках настоящей работы был осуществлен анализ влияния транзакционных децентрализованных цифровых платформ на ведение предпринимательской деятельности, ярким примером которых являются маркетплейсы.

На данный момент подобные площадки являются крупными агрегаторами продавцов, являющихся субъектами малого и среднего предпринимательства. На момент начала 2021 г. общее количество их резидентов составляло 159 тыс. участников (табл. 1).

Однако согласно данным информационного агентства «Интерфакс», за первые 3 месяца 2021 г. на платформе одного из перечисленных крупнейших онлайн-ритейлеров Wildberries объем продаж в натуральном выражении вырос на 122% по сравнению с показателем I квартала 2020 г¹. В августе 2021 г. число участников платформы многократно увеличилось и насчитывало уже свыше 207 тыс. предпринимателей — почти втрое больше, чем за весь 2020 г., а общее их количество превысило 300 тыс.²

С точки зрения внешней среды описанный рост можно объяснить приходом в Россию новой коронавирусной инфекции COVID-19 и введением карантинных мер, которые повлияли на большинство покупателей в части выбора в пользу покупок через интернет, что привело к увеличению объема спроса в данном сегменте рынка. Согласно опросу продавцов, в рамках исследования Data Insight, 89% предпринимателей отметили увеличение объемов продаж за год при использовании цифровых платформ. Более того, 58% говорят о его значительном приросте. Такой активный рост объемов продаж, с учетом того, что 41% респондентов определил маркетплейсы как основной канал продаж, а 14% как единственный, может свидетельствовать о результативности их использования для снижения транзакционных издержек, связанных с поиском клиентов и заключением сделки (табл. 2).

Стремительно возрастающий интерес к покупкам товаров через интернет свидетельствует о возможности включения еще большего количества продавцов в сегменте электронной коммерции, что, на данный момент, отчасти решается путем расширения предлагаемой продукции, экономической географии и зон рынков. В 2021 г. в топ-10 регионов-лидеров по росту количества предпринимателей, перешедших в онлайн за первые два квартала на Wildberries, составили:

- до 11 раз — Мурманская область, Ямало-Ненецкий автономный округ, Республика Калмыкия, Вологодская область;

Таблица 1

Количество продавцов цифровых платформ в РФ (по состоянию на январь 2021 г.)

Table 1. Number of sellers of digital platforms in the Russian Federation (as of January 2021)

Цифровая платформа	Количество продавцов
AliExpress	35 000
Goods	8000
Ozon	18 000
Wildberries	91 000
ЯндексМаркет	7300

Источник: Селлеры на российских маркетплейсах (2020) // Data Insight [Электронный ресурс]. URL: https://datainsight.ru/sites/default/files/DataInsight_SellersOnMarketplaces2020.pdf (дата обращения: 03.04.2022).

¹ Оборот Wildberries в I квартале вырос на 79%, до 134,7 млрд рублей // Информационное агентство Интерфакс [Электронный ресурс]. URL: <https://www.interfax.ru/business/759487> (дата обращения: 03.04.2022).

² Число новых продавцов на Wildberries увеличилось втрое в 2021 году // Информационное агентство ТАСС [Электронный ресурс]. URL: <https://tass.ru/ekonomika/12327809> (дата обращения: 03.04.2022).

Опрос предпринимателей на тему изменения объема продаж
Table 2. Survey of entrepreneurs on the topic of changing sales volume

Вариант ответа	Через маркетплейсы, %	Свой интернет-магазин, %	Социальные сети, %
Значительно вырос	58	18	15
Немного вырос	31	37	38
Не изменился	4	24	34
Немного сократился	3	10	7
Значительно сократился	4	10	5

Источник: Селлеры на российских маркетплейсах (2020).

- до 14 раз — Ханты-Мансийский автономный округ, Республика Мордовия, Республика Хакасия;
- более 19 раз — Забайкальский край, Республика Бурятия, Республика Саха (Якутия)¹.

Данный феномен не является характерным исключительно для маркетплейсов, так как тенденция роста продаваемой продукции и рост количества предпринимателей на цифровых площадках характерны для всего сегмента b2c-торговли и подтверждается данными, приведенными в докладе агентства Data Insight «Электронная коммерция 2021». Согласно данным, количество заказов, совершенных онлайн, с начала пандемии в 2020 г. выросло на 78%, по сравнению с количеством заказов годом ранее (табл. 3)².

Таблица 3

Динамика количества заказов, 2011–2020
Table 3. Order quantity dynamics, 2011–2020

Год	Количество заказов (млн шт.)	Динамика роста (%)
2011	89	28
2012	114	28
2013	142	25
2014	166	17
2015	178	7
2016	215	21
2017	258	20
2018	330	28
2019	465	41
2020	830	78

Источник: Электронная коммерция 2021 для делового форума «Региональный рост — поиск эффективных решений».

¹ Число новых продавцов на Wildberries увеличилось втрое в 2021 году // Информационное агентство ТАСС [Электронный ресурс]. URL: <https://tass.ru/ekonomika/12327809> (дата обращения: 03.04.2022).

² Электронная коммерция 2021 для делового форума «Региональный рост — поиск эффективных решений» // Data Insight [Электронный ресурс]. URL: https://datainsight.ru/sites/default/files/DI_Ecommerce_2021_Presentation.pdf (дата обращения: 03.04.2022).

При построении линии тренда полинома третьего порядка можно увидеть многократный прирост количества заказов через маркетплейсы в последние годы. Это позволяет нам предположить еще больший их прирост в будущем (рис. 1).

Если на основе имеющихся данных построить прогнозную модель при помощи двойного экспоненциального сглаживания методом Хольта на ближайшее десятилетие, то, согласно ей, количество заказов в сегменте b2c-торговли уже к 2023 г. может превысить 2000 млн шт., а к 2030 — 4000 (рис. 2). Тем не менее стоит отметить, что данный прогноз носит больше ориентировочный характер, ввиду высокой турбулентности экономической среды.

Обобщая, можно предположить, что особые эффекты цифровых платформ в части снижения транзакционных и логистических издержек создали сильные стимулы к выходу предпринимателей на них. Это позволяет нам выдвинуть гипотезу о наличии еще одного возможного эффекта, оказываемого цифровыми платформами на ведение предпринимательской деятельности — ее легализации.

В основе этой гипотезы лежат результаты проведенного анализа условий выхода на площадки крупнейших маркетплейсов, действующих в России: для оформления статуса партнера площадки и старта продаж так или иначе требуется юридическое оформление деятельности в виде юридического лица, индивидуального предпринимателя или самозанятого (табл. 4).

Можно предположить, что наличие подобной рамки, в совокупности с ранее обозначенными стимулами в виде эффективности использования цифровых платформ, может подталкивать предпринимателей к ведению бизнеса в легальном поле. Однако для ее эмпирического подтверждения или опровержения необходимо наличие статистической информации об изменениях ненаблюдаемой экономики,



Рис. 1. Количество заказов, совершенных через интернет
 Fig. 1. Number of orders made via the Internet

которой на данный момент нет: последний доклад Росстата, размещенный на официальном сайте, посвящен ее измерениям в 2019 г. Ввиду этого обозначенную гипотезу можно считать дискуссионной.

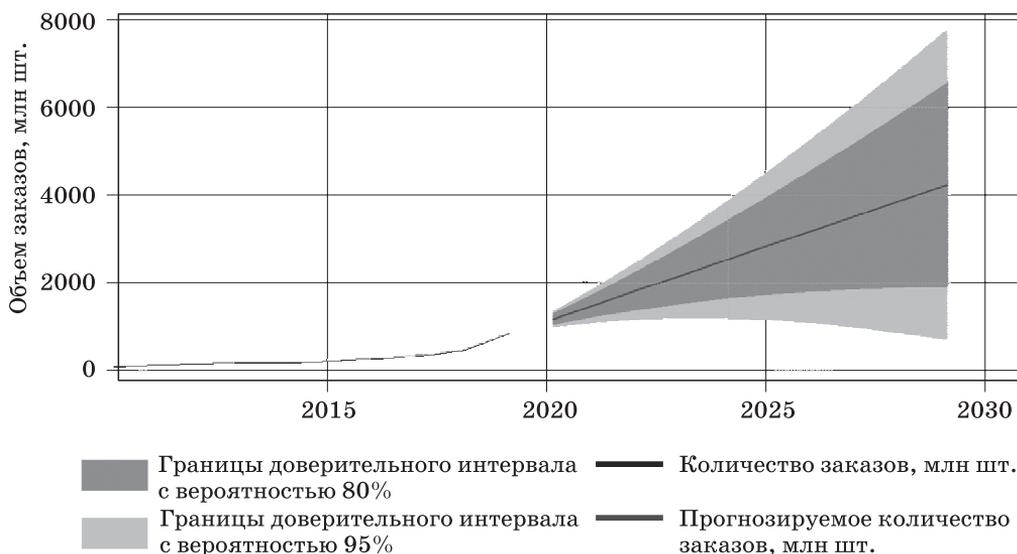


Рис. 2. Прогнозируемый рост количества заказов через интернет
 Fig. 2. Projected Growth in Online Orders

Таблица 4

Необходимые документы и условия выхода на маркетплейсы
 Table 4. Required documents and terms of access to marketplaces

Статус	СберМегаМаркет	Wildberries	Ozon	Яндекс. Маркет
Юр. лица	Свидетельство ИНН; свидетельство ОГРН, либо лист записи ЕГРЮЛ; Устав (все страницы с печатью налоговой); приказ о вступлении в должность генерального директора (или выписка из протокола учредителей); документ, подтверждающий применение УСН или иной системы налогообложения, отличной от ОСН	Устав общества; свидетельства о госрегистрации; свидетельство о госрегистрации изменений в ЕГРЮЛ; свидетельство о постановке на учет в налоговой; документы о назначении и вступлении в должность руководителя и главного бухгалтера; скан паспорта генерального директора; скан договора аренды помещения	Выписка из ЕГРЮЛ	Действующее ООО с подходящим кодом ОКВЭД

Статус	СберМегаМаркет	Wildberries	Ozon	Яндекс. Маркет
Индивидуальные предприниматели	Свидетельство ИНН; свидетельство ЕГРИП; документ, подтверждающий применение определенной системы налогообложения	Свидетельство о госрегистрации ИП; свидетельство о том, что ИП стоит на учете в налоговой; письмо об учете в Статрегистре Росстата; скан паспорта ИП	Выписка из ЕГРИП	Действующее ИП с подходящим кодом ОКВЭД
Самозанятые	Самозанятые не могут быть продавцами на данной площадке	Копия паспорта; свидетельство о постановке на налоговый учет	Паспорт — в одном файле два разворота (с фотографией и регистрацией); свидетельство ИНН	Самозанятые не могут быть продавцами на данной площадке

В целом результаты проведенного анализа дают возможность утверждать, что использование цифровых платформ оказывает положительный эффект на ведение предпринимательской деятельности. В контексте международного опыта, описанные результаты непротиворечиво соотносятся с результатами, описанными З. А. Мамедьяровым в работе «Ускорение цифровизации на фоне пандемии: мировой опыт и Россия» в части определения корреляции между внедрением компаниями цифровых технологий во время пандемии и ростом объема экспорта и доставки продуктов и услуг [7, с. 97].

Тем не менее доказанная польза использования цифровых платформ и, как следствие, рост сектора электронной коммерции носит в себе и определенные экономические риски.

В ранее упомянутом исследовании А. А. Михайловой по выявлению цифрового разрыва между регионами России, ввиду различного уровня цифровой культуры и инфраструктурной обеспеченности, было проведено измерение уровня вовлеченности населения в цифровую экономику и его ранжирование [8]. Согласно полученным результатам, уровень вовлеченности между регионами-лидерами и регионами-аутсайдерами отличался в 31,6 раза [8, с. 173, рис. 2]: нижние позиции в распределении субъектов РФ заняли Забайкальский край, Республика Бурятия, Республика Саха (Якутия), которые, в то же время, в 2021 г. вошли в топ регионов, увеличивших свое присутствие на Wildberries. Это может свидетельствовать о том, что хоть предприниматели и проявили большую активность в процессе цифровизации своего бизнеса, тем не менее данный канал реализации продукции не стал релевантным для потребителей их коммерческого ареала. Можно предположить, что основной целевой аудиторией стали регионы с более высоким уровнем цифровой культуры, находящиеся в первой половине приведенного распределения: доступ к ним был получен ввиду разрушения пространственных ограничений цифровыми платформами. Тем не менее

в перспективе подобная схема реализации продукции может привести к стагнации или же к сокращению числа предпринимателей из отстающих регионов на цифровых площадках, ввиду увеличения издержек на транспортировку, влияющих на цену конечного продукта, и растущей конкуренции.

Помимо обозначенной проблемы, связанной с цифровым разрывом, также существует проблема возникновения издержек, связанных с неготовностью предпринимателей прибегать к цифровым решениям и переходить из офлайна в онлайн, обозначенная М. В. Рыжковой и М. В. Чиковым [9]. Ее причиной также может являться низкий уровень цифровой культуры.

Минимизацию обозначенных рисков можно осуществить при помощи государства. Так, решением проблемы цифрового разрыва будет являться развитие технической инфраструктуры, обеспечивающей всеобщий равный доступ граждан различных регионов к интернету и использованию цифровых сервисов, а также повышение уровня цифровой культуры населения посредством проведения различных образовательных программ в данной сфере. Согласно А. А. Михайловой, необходимость подобных действий подтверждается наличием положительной зависимости между осведомленностью пользователей о способах и механизмах безопасного и эффективного использования цифровых технологий и активностью внедрения ими цифровых рутин [8]. В настоящий момент в контексте государственного управления данная проблема отчасти решается при помощи реализации национального проекта «Цифровая экономика», одной из задач которого является обеспечение малочисленных населенных пунктов интернетом. Тем не менее в части повышения цифровой культуры данный проект фокусируется исключительно на подготовке специалистов в области информационных технологий, оставляя проблему образования широких масс населения в стороне.

Решением другой проблемы может стать развитие уже функционирующей инфраструктуры поддержки субъектов МСП, способной оказывать всестороннюю помощь предпринимателям в рамках цифровой трансформации бизнеса. Данное предложение полностью коррелирует с реализацией одной из основных нормативных рамок в данной сфере — «Стратегией развития малого и среднего предпринимательства до 2030 г.», определяющей «вывод на новый качественный уровень мер и инструментов поддержки малых и средних предприятий» как один из приоритетных направлений государственной политики в сфере малого и среднего предпринимательства на современном этапе¹.

Заключение

Проведенное исследование показывает, что на данный момент есть все основания утверждать: использование цифровых платформ и сервисов, в качестве экономического института в условиях турбулентности экономической среды, выступает ресурсом роста экономических показателей и развития предпринимательского потенциала. Однако для этого государству необходимо нивелировать риски, связанные с использованием данного ресурса, а именно риски цифрового разрыва и возникновения издержек, связанных с цифровой трансформацией бизнеса.

В данной работе были проанализированы только два вида рисков использования цифровых платформ. Можно предположить, что их намного больше. Кроме того, цифровые платформы не являются единственным институциональным цифровым

¹ Распоряжение Правительства РФ от 02.06.2016 № 1083-р (ред. от 30.03.2018) «Об утверждении Стратегии развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 года» (вместе с «Планом мероприятий («дорожной картой») по реализации Стратегии развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 года» // Консультант плюс: справочно-правовая система.

ресурсом развития предпринимательства, который может применять государство при поддержке субъектов МСП. Выявление этих рисков и поиск новых ресурсов — задача дальнейших исследований.

Литература

1. Анненкова А. А., Филичева Т. А., Филичева М. С. Инструменты государственной поддержки малого и среднего предпринимательства в условиях пандемии // Естественно-гуманитарные исследования. 2021. № 3. Вып. 35. С. 31–38. DOI: 10.24412/2309-4788-2021-11119.
2. Аузан А. А. Цифровая экономика как экономика: институциональные тренды // Вестник Московского университета. Сер. 6. Экономика. 2019. № 6. С. 12–19.
3. Гелисханов И. З., Юдина Т. Н., Бабкин А. В. Цифровые платформы в экономике: сущность, модели, тенденции развития // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. 2019. Т. 11. № 6. С. 22–36.
4. Головина Т. А., Полянин А. В., Авдеева И. Л. Развитие цифровых платформ как фактор конкурентоспособности современных экономических систем // Вестник Пермского университета. Серия: Экономика. 2019. Т. 14, № 4. С. 551–564. DOI: 10.17072/1994-9960-2019-4-551-564.
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. Т. 10. № 5. С. 1337–1350.
6. Исламутдинов В. Ф. Институциональные изменения в контексте цифровой экономики // Journal of institutional Studies. 2020. № 12. Вып. 3. С. 142–156.
7. Мамедьяров З. А. Ускорение цифровизации на фоне пандемии: мировой опыт и Россия // Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право. 2021. Т. 14. № 4. С. 92–108. DOI: 10.23932/2542-0240-2021-14-4-6.
8. Михайлова А. А. Оценка восприимчивости населения регионов России к внедрению цифровых технологий // Балтийский регион. 2021. Т. 13, № 3. С. 168–184. DOI 10.5922/2079-8555 2021-3-9.
9. Рыжкова М. В., Чиков М. В. Институциональная природа цифровых платформ // Вестник Бурятского государственного университета. Экономика и менеджмент. 2019. № 4. С. 72–80.
10. Coase R. H. The firm, the market and the law, Chicago, London : Univ. of Chicago press, 1990.
11. Demsetz H. Some Aspect of Property Rights // Journal of Law and Economics. 1996. № 9. С. 61–70.
12. Demsetz H. Information and Efficiency: Another Viewpoint // Journal of Law and Economics. 1996. № 12. Вып. 1. С. 1–22.
13. Fairlie R. The impact of Covid-19 on small business owners: Evidence of early-stage losses from the April 2020 current population survey // Journal of Economics & Management Strategy. 2020. № w27309. Т. 29. Вып. 0. С. 727–740.
14. Geliskhanov I. Z., Yudina T. N. Digital platform: A new economic institution // Quality — Access to Success. 2018. № S2. Т. 19. С. 20–26.
15. Henten A. H., Windekilde I. M. Blockchains and Transaction Costs // Nordic and Baltic Journal of Information and Communications Technologies. 2020. Т. 2020. Вып. 1. С. 33–52.
16. Lundin N. Covid-19 and digital transformation — What do we see now and what will we see soon? // Offices of Science and Innovation. 27 April 2020.
17. North D. Institutions, Institutional Change, and Economic History. NY : Cambridge University Press, 1990.
18. Williamson O. E. The Economic Institutions of Capitalism: Firms, Markets, Relational Contracting. NY : Free Press, 1985.

Об авторах:

Демидов Михаил Олегович, научный сотрудник научно-исследовательской лаборатории стратегии, территориального развития и качества жизни, Директор проекта Центра исследований и прикладных разработок Северо-Западного института управления РАНХиГС (Санкт-Петербург, Российская Федерация); demidov-mo@ranepa.ru

Пашковская Екатерина Витальевна, студент направления «Бизнес-информатика» Северо-Западного института управления РАНХиГС (Санкт-Петербург, Российская Федерация); katerina.pashkovskaya@gmail.com

References

1. Annenkova A.A., Filicheva T.A., Filicheva M.S. (2021). Tools of state support for small and medium-sized businesses in the context of a pandemic // *Natural humanitarian studies [Estestvenno-gumanitarnye issledovaniya]*. N 3. Is. 35. P. 31–38. DOI :10.24412/2309-4788-2021-11119 (in Rus).
2. Auzan A.A. Digital economy as an economy: institutional trends // *Moscow University Bulletin. Ser. 6. Economics [Vestnik Moskovskogo universiteta. Ser. 6. Ekonomika]*. 2019. N 6. P. 12–19 (in Rus).
3. Geliskhanov I.Z., Yudina T.N., Babkin A.V. Digital platforms in economics: essence, models, development trends // *Scientific and technical statements of SPbSPU. Economic sciences [Nauchno-tehnicheskie vedomosti SPbGPU. Ekonomicheskie nauki]*. 2019. Vol. 11. N 6. P. 22–36 (in Rus).
4. Golovina T.A., Polyanin A.V., Avdeeva I.L. Development of digital platforms as a competitiveness factor of modern economic systems // *Perm University Bulletin. Series: Economics [Vestnik Permskogo universiteta. Seriya: Ekonomika]*. 2019. Vol. 14. N 4. P. 551–564. DOI: 10.17072/1994-9960-2019-4-551-564 (in Rus).
5. Zimovets A.V., Sorokina I.V., Khanina A.V. Analysis of the impact of the COVID-19 pandemic on the development of enterprises in the Russian Federation // *Economics, entrepreneurship and law [Ekonomika, predprinimatel'stvo i pravo]*. 2020. Vol. 10. N 5. P. 1337–1350 (in Rus).
6. Islamutdinov V.F. Institutional change within the context of digital economy // *Journal of institutional Studies*. 2020. N 12. Is. 3. P. 142–156 (in Rus).
7. Mamedyarov Z.A. Accelerating Digitalization during the Pandemic: Global and Russian Cases // *Outlines of global transformations: politics, economics, law [Kontury global'nykh transformatsii: politika, ekonomika, pravo]*. 2021. Vol. 14. N 4. P. 92–108. DOI: 10.23932/2542-0240-2021-14-4-6 (in Rus).
8. Mikhailova A.A. Assessment of population responsibility in the regions of Russia to the introduction of digital technologies // *Baltic Region [Baltiiskii region]*. 2021. Vol. 13. N 3. P. 168–184. DOI: 10.5922/2079-8555 2021-3-9 (in Rus).
9. Ryzhkova M.V., Chikov M.V. The institutional nature of digital platforms // *Bulletin of the Buryat State University. Economics and Management [Vestnik Buryatskogo gosudarstvennogo universiteta. Ekonomika i menedzhment]*. 2019. N 4. P. 72–80 (in Rus).
10. Coase R.H. *The firm, the market and the law*. Chicago, London : Univ. of Chicago press. 1990.
11. Demsetz H. Some Aspect of Property Rights // *Journal of Law and Economics*. 1996. N 9. P. 61–70.
12. Demsetz H. Information and Efficiency: Another Viewpoint // *Journal of Law and Economics*. 1996. N 12. Is. 1. P. 1–22.
13. Fairlie R. The impact of Covid-19 on small business owners: Evidence of early-stage losses from the April 2020 current population survey // *Journal of Economics & Management Strategy*. 2020. N w27309. Vol. 29. Is. 0. P. 727–740.
14. Geliskhanov I.Z., Yudina T.N. Digital platform: A new economic institution. Quality — Access to Success. 2018. Vol. 19. N S2. P. 20–26.
15. Henten A.H., Windekilde I.M. Blockchains and Transaction Costs // *Nordic and Baltic Journal of Information and Communications Technologies*. 2020. Vol. 2020. Is. 1. P. 33–52.
16. Lundin N. Covid-19 and digital transformation — What do we see now and what will we see soon? // *Offices of Science and Innovation*. 27 April 2020.
17. North D. *Institutions, Institutional Change, and Economic History*. NY : Cambridge University Press, 1990.
18. Williamson O. E. *The Economic Institutions of Capitalism: Firms, Markets, Relational Contracting*. NY : Free Press, 1985.

About the authors:

Mikhail O. Demidov, Researcher, Laboratory of Territorial Development Strategy and Quality of Life, Project director, Center for Applied Research and Development of North-West Institute of Management of RANEPa (Saint Petersburg, Russian Federation); demidov-mo@ranepa.ru
Ekaterina V. Pashkovskaia, Student of North-West Institute of Management of RANEPa (Saint Petersburg, Russian Federation); katerina.pashkovskaya@gmail.com