

УДК 339.1

Л. И. Алексеева

Санкт-Петербургский Гуманитарный университет профсоюзов, Санкт-Петербург,
e-mail: alekseeva48@bk.ru

С. С. Зенин

Санкт-Петербургский Гуманитарный университет профсоюзов, Санкт-Петербург,
e-mail: gendir@himsnab-spb.ru

ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ В НЕСТАБИЛЬНОЙ РЫНОЧНОЙ СРЕДЕ

Ключевые слова: управление предпринимательской деятельностью, сфера торговли, когнитивный подход, цифровизация экономики, экологические организации.

Статья посвящена комплексному исследованию ситуации в сфере розничной торговли в эпоху цифровизации после пандемии и введенных санкций. Особое внимание уделяется специфическим торговым организациям на рынке химических веществ и химреагентов. При когнитивном подходе и смене традиционной парадигмы хозяйственной деятельности эти торговые организации могут выходить на иные рынки и повышать результативность экономической деятельности. Взаимодействие с экологическими организациями и участие в проектах и программах различного таксономического уровня приведет к синергетическому эффекту и созданию новых рынков.

L. I. Alekseeva

Saint-Petersburg University of Humanities and Social Sciences, Saint-Petersburg,
e-mail: alekseeva48@bk.ru

S. S. Zenin

Saint-Petersburg University of Humanities and Social Sciences, Saint-Petersburg,
e-mail: gendir@himsnab-spb.ru

DIGITAL ECONOMY AND ENTREPRENEURIAL ACTIVITY IN THE FIELD OF TRADE IN AN UNSTABLE MARKET ENVIRONMENT

Keywords: business management, trade, cognitive approach, digitalization of the economy, environmental organizations.

The article is devoted to a comprehensive study of the situation in the retail sector in the era of digitalization after the pandemic and the sanctions imposed. Special attention is paid to specific trade organizations in the market of chemicals and chemicals. With a cognitive approach and a change in the traditional paradigm of economic activity, these trade organizations can enter other markets and increase the effectiveness of economic activity. Interaction with environmental organizations and participation in projects and programs of various taxonomic levels will lead to a synergistic effect and the creation of new markets.

Вопросы выживаемости, экономической эффективности, результативности, конкурентоспособности и методов управления предпринимательских структур в сложных условиях после пандемии и санкций, получили сегодня новый импульс и поставили перед коммерческими организациями всех форм и видов деятельности нетрадиционные задачи на российском рынке.

Подобный интерес к этой проблеме обусловлен существующей напряженной экономической ситуацией, которая наблюдается, в том числе, в сфере торговли, где высокая

конкуренция, растущие цены на различные виды товаров, услуг, на сырье и вновь возникающие длинные, иногда через третьи страны, логистические цепочки. Все это определяет проблемы торговых организаций с осуществлением своей финансово-хозяйственной деятельности, в том числе, в результате объективных низких макроэкономических и микроэкономических показателей в экономике.

Сегодня, залогом благополучного развития любой коммерческой компании в сфере розничной торговли, является не только её

финансовое состояние, которое безусловно является важной частью предпринимательской деятельности и гарантирует платежеспособность и привлекательность инвестиционной деятельности, но и насколько предприятие будет финансово устойчивым в новых экономических условиях. А это уже напрямую зависит от результатов его тактических и стратегических решений и здесь наиболее важную роль будут играть управленческие решения.

В нынешних обстоятельствах предприятиям розничной торговли все сложнее ориентироваться в рыночной экономике, быть конкурентоспособным, максимизировать свои доходы и находиться в тренде. Возможность достижения максимальной результативности в любой торговой организации имеет свою специфику и даже некую объективную ограниченность из-за практически полной невозможности повлиять на потребительские свойства продаваемых товаров и своего участия в производственной стадии жизненного цикла товара. Поэтому в сложившихся экономических условиях следует искать новые подходы именно в управлении и, в первую очередь, в сфере когнитивного суверенитета – то есть познавательно-технологического. Например, сегодня можно и нужно рассматривать торговые компании в хозяйственной связке с предпринимательскими структурами из иных сфер деятельности, ориентируясь при этом на формирование длинных цепочек с высокой прибавочной стоимостью и возможностью создавать принципиально новые рынки. Это может быть участие торговых компаний в различных программах и инвестиционных проектах – социальных, логистических, экологических и пр.

В условиях санкций и нестабильной экономической ситуации только грамотно построенное управление всем спектром факторов, влияющих на деятельность торговой компании, способно привести ее к устойчивому финансовому положению на рынке. Необходимость обеспечения непрерывного развития торговой организации, возможно только при постоянном мониторинге всех изменчивых факторов внешней среды: финансовых, экономических, административных, социальных, экологических, геополитических

В сфере торговли, в числе прочих, особняком стоят специфические товары, не от-

носящиеся к базовым – это химические вещества и химические реагенты. Цель данной статьи – рассмотреть возможности этих фирм находить новые рынки сбыта, благодаря участию в Федеральных проектах «Чистая страна», в национальных проектах «Экология» (от 2019 года) по утилизации отходов и ликвидации свалок, Федеральных проектах по оздоровлению рекреационных зон, рек и т.п. Найти свое место в этих программах помогают ежегодные сессии «Экология для бизнеса или бизнес для экологии». В текущей геополитической обстановке вопросы экологии становятся все более актуальными и тренд на экологический бизнес в ближайшие годы в России определён сохранится. В 2021 году отечественный бизнес в экологические проекты вложил более 1 трлн. рублей и это на 151 млрд. больше, чем годом ранее.

Чтобы найти свое место в различных экологических программах торговым предпринимательским структурам, работающим на этом поле деятельности, будет необходимо предпринять ряд шагов в сфере менеджмента:

- выявить различия в подходах к управлению деятельностью организаций розничной торговли в традиционных условиях и в нестабильной рыночной среде;

- разработать прикладной инструментарий новых методов управления в сфере розничной торговли с учетом потенциала фирмы при практической реализации мероприятий (программ, проектов) в сфере экологического предпринимательства различных уровней;

- осмыслить и ввести авторское понятие «длинных цепочек высокой прибавочной стоимости», определяющего участие и взаимопроникновение предпринимательских структур для реализации целевых экологических программ с целью повышения результативности собственной деятельности;

- выявить экономический потенциал и алгоритм участия в экологическом предпринимательстве, что связано с выполнением еще и социальных функций по сохранению окружающей среды на территориях различного таксономического ранга;

- разработать методические подходы, позволяющие оценить устойчивое развитие розничной торговли химическими веществами и реагентами, как составной

части длинных экономических цепочек, совместно с экологическим предпринимательством, для достижения высокой прибавочной стоимости и устойчивого развития на перспективу.

Нахождению новых форм сотрудничества в смежных областях экономики и в результате повышения результативности деятельности торговых организаций в период нестабильной внешней и внутренней среды, вводимых санкций потребует от них не только пересмотра роли менеджмента и когнитивного подхода, но и поэтапного введения инноваций цифровой экономики, что безусловно окажет положительное воздействие на поиск новых бизнес проектов из различных областей.

При стабильной экономике розничные торговые организации увеличивали результативность хозяйственной деятельности различными доступными и отработанными способами, к которым относились: ориентация системы управления на децентрализацию; повышение квалификации сотрудников; доведение сервиса до международных стандартов по ассортименту, мерчендайзингу, клиентоориентированности; сокращение расходов на заработную плату за счет внедрения инноваций и цифровых технологий. Применяя данные варианты, торговые организации добивались определенных успехов в сокращении себестоимости продукции, в повышении экономической эффективности, увеличении прибыли, занимая лидерские позиции в своем сегменте предпринимательской деятельности.

Тектонические подвижки в экономике, как в стране, так и в мире в период пандемии наложили определенные ограничения на хозяйственную деятельность организаций розничной торговли, причем на разные сегменты степень давления оказалась неодинаковой. Из других отрицательных факторов, вызванных пандемией, следует отметить значительный рост безработицы, которая увеличилась на 30%, по сравнению с 2019 годом, и по данным Росстата численность безработных в России превзошла показатель в 4,5 млн. человек. Сокращение штатов сотрудников на тот же период, по информации предприятий, составило 45% по всей стране. Основными причинами увольнений сотрудников были закрытие или банкротство организаций, отсутствие финансирования на содержание кадрового

состава, административные ограничения на деятельность ряда предприятий.

В период пандемии предприятия столкнулись также с проблемой банкротства поставщиков, что вызывало необходимость искать новых, причем в кратчайшие сроки, для налаживания производства или продаж, но при этом не всегда удавалось это сделать на паритетных, устраивающих обеих сторон, условиях. Например, зачастую не могли договориться о цене, объемах или сроках, что сразу ухудшало финансовое состояние торгового предприятия. Также санкции повлияли на рост закупочных цен и стоимость перевозок.

Многим торговым предприятиям розничной торговли в период пандемии помогли выстоять и избежать банкротства цифровые технологии, которые сегодня проникают во все сферы экономики, формируя в ней качественные структурные изменения. Продукты цифровой экономики имеют значительные преимущества перед традиционной материальной экономикой. Как показывает статистика, товары, проданные через электронные сети, зачастую дешевле, практически не ограничены в количестве и с точки зрения потребителя их приобретение намного удобнее привычных традиционных схем, а наибольшая капитализация характерна именно для IT-компаний.

Старт эпохи цифровой экономики пришелся на начало 2017 года и деловой мир постепенно стал наполнять повседневную жизнь граждан и предпринимательскую деятельность новыми терминами: криптовалюта, «умные города», блокчейн, биткойн, IT-технологии, искусственный интеллект, роботизация и многие другие. Электронные платежные системы, интернет-магазины, электронные сервисы услуг, различные приложения – все это стало постоянными спутниками предпринимателя и граждан. Уже сегодня малый и средний бизнес активно используют цифровые технологии, которые позволяют снизить издержки ведения хозяйственной деятельности – онлайн-платежи; таргетированную рекламу, CRM-системы.

Достоинствами цифровой экономики, по мнению специалистов этой области, являются: замена физического веса продукта информационным невесомым объемом, снижение затрат на производство товаров и их перемещение от производителя к потребителю через Интернет, снижение площадей

сетевых супермаркетов, сервис для покупателей и культура обслуживания.

Россия пока отстает от западных стран, Китая и США по развитию цифрового рынка – объем инвестиций частных компаний в цифровизацию у нас составляет всего 2,2% ВВП, тогда как в США он достигает 5%, в странах Западной Европы – 3,9%. В результате подобного отставания снижается конкурентоспособность российских компаний даже на внутреннем рынке, а на внешнем иностранные компании тем более становятся лидерами в сегментах электронной торговли, социальных и поисковых сетях даже в период санкций.

В России почти в два раза ниже доля организаций, имеющих интернет-сайты, к тому же активность самих граждан все еще невысока, особенно в старших возрастных группах, либо в тех регионах где сигнал интернета слабый или вовсе отсутствует. В соответствии со «Стратегией развития информационного общества в РФ» предполагается организовать системное развитие и внедрение цифровых технологий во всех областях жизни: в экономике, предпринимательстве, социальной сфере.

Весьма показательным является зарубежный опыт междисциплинарного подхода к решению экономических, экологических и проблем предпринимательской деятельности с помощью информационных систем, что подтверждает внедрение проекта City Data Exchange (Городская биржа данных) в Копенгагене. Инвестиции в эту цифровую систему составили 33 млн. евро. Здесь собираются и публикуются в открытом доступе данные от муниципальных информационных систем и от частных компаний в сфере ритейла. Система также отслеживает экологический урон, наносимый городу, здесь же идет информация для бизнеса, напоминая фирмам о событиях, которые могут на него повлиять, например, о необходимости уплаты налогов, о льготах, о новых проектах для инвесторов и пр. И согласно рейтингу шведской IT-компании EasyPark, в 2017 году Копенгаген, благодаря внедрению этой системы, стал самым «умным городом» мира, что позволяет ему экономить огромные бюджетные средства и разумно расходовать деньги налогоплательщиков.

Валовые внутренние затраты на развитие цифровой экономики в России в 2021 г составили 4,8 трлн руб., что на 19,3% выше,

чем в 2020 г. (в фактических ценах), и как отмечают отечественные профессиональные участники продвижения цифровых технологий, что именно они смогут создать синергетический эффект и привести к росту экономики в столь сложный период санкций и импортозамещения. Основными препятствиями на пути развития цифровой экономики в РФ является низкое финансирование, отсутствие слаженных действий со стороны государства, бизнеса и научного сообщества при слабой взаимоуязванности программы от 28 июля 2017 года «Цифровая экономика Российской Федерации» с федеральными, региональными и городскими проектами.

Еще одним существенным тормозом являются введенные санкции по ограничению поставок высокотехнологичной продукции и прекращение деятельности на российском рынке многих иностранных IT-компаний, в том числе Oracle, SAP и Microsoft, что ставит под угрозу планы цифровой трансформации экономики до 2030 года. Речь идет о приостановлении проектов с использованием иностранного ПО, ИКТ-оборудования и электроники до появления отечественных продуктов в этой сфере. А пока в импорте электроники, оборудования и прочих ИКТ-товаров 85% приходится на страны Азии, в том числе 65% – на Китай.

Внедрение новых систем цифровизации и IT-технологий, в нашей стране в первую очередь важно даже не для крупного бизнеса, а для малых и средних предпринимательских структур из разнообразных сфер деятельности, что можно объяснить следующими факторами:

- в совокупности именно организации/предприятия малого и среднего бизнеса повышают занятость населения, сокращая уровень безработицы;
- они определяют место и роль краудфандинга, как элемента цифровизации в малом бизнесе;
- малый бизнес более мобильный сектор быстрого реагирования на все инновации;
- в малом бизнесе преимущественно заняты молодые возрастные группы с креативным мышлением, способные генерировать новые идеи;
- у предприятий/организаций малого бизнеса нет длинных бюрократических цепочек по согласованию проектов, поскольку они берут все риски на себя, сокращая

сроки внедрения инноваций или реализации проектов;

- у малого бизнеса есть возможность предлагать свои программы городу с совместным финансированием, после утверждения бизнес-плана проекта.

Реализация когнитивного подхода в сфере предпринимательства позволит расширить односторонний подход к устаревшим методам хозяйственной деятельности в сфере

розничной торговли и перейти к современному менеджменту, отвечающему эпохе цифровизации экономики. Поиск и нахождение новых форм управления в предпринимательстве на базе междисциплинарного подхода, приведет в итоге к построению нетрадиционных моделей и форм взаимодействия предпринимательских структур и к созданию принципиально новых рынков.

Библиографический список

1. Гаврилов Л.П. Организация коммерческой деятельности: электронная коммерция: учеб. пособие для СПО. 2-е изд., доп. М.: Юрайт, 2019. 433 с.
2. Гварлиани Т.Е. Цифровая экономика: фактор финансово-экономического развития // Страховое дело. 2020. № 1(86). С. 32-39.
3. Куприяновский В.П., Фокин Ф.Ю., Буланча С.А. и др. Микросети – энергетика, экономика, экология и ИТС в умных городах // International Journal of Open Information Technologies. 2016. Т. 4, № 4. С. 10-19.
4. Сердюкова Л.О., Глушкова Ю.О., Нурулин Р.Н. Бизнес модели инновационного развития в условиях цифровизации // Инновационная деятельность. 2019. №4 (51). С. 69-77.