

оригинальная статья

Развитие цифрового сегмента российского предпринимательства в условиях пандемии

Абалакин Александр Алексеевич
Московский финансово-промышленный университет
«Синергия», Россия, Москва
<http://orcid.org/0000-0001-9661-731x>
economresearch@mail.ru

Яковлев Андрей Васильевич
Воронежский государственный лесотехнический
университет им. Г. Ф. Морозова, Россия, Воронеж
<http://orcid.org/0000-0003-3164-2762>

Акименко Вера Анатольевна
Калужский филиал Финансового университета
при Правительстве Российской Федерации,
Россия, Калуга
<http://orcid.org/0000-0001-7765-8458>

Денисова Елена Владимировна
Калужский филиал Финансового университета
при Правительстве Российской Федерации,
Россия, Калуга
<http://orcid.org/0000-0002-3454-2380>

Поступила 11.03.2023. Принята после рецензирования 20.04.2023. Принята в печать 10.05.2023.

Аннотация: Цифровизация стала неизбежным процессом, сопровождающим развитие общества. Спрос на цифровые услуги со стороны потребителей возрастает в силу преимуществ цифровых технологий. Цель статьи – изучить динамику развития цифрового сегмента российского предпринимательства во время и после пандемии, а также обосновать вектор его перспективного развития. Задачи исследования: анализ динамики развития российского малого и среднего предпринимательства на современном этапе развития; оценка влияния на предпринимательские структуры пандемии как фактора внешней среды; выявление особенностей цифрового развития малых и средних предпринимательских структур; разработка рекомендаций по развитию цифрового сегмента российского предпринимательства. Доказывается авторское предположение о существовании дуализма, заключающегося в том, что, с одной стороны, пандемия способствовала появлению новых ограничений в развитии предпринимательской деятельности, что привело к сокращению количества хозяйствующих субъектов, численности занятых и снижению их активности. С другой стороны, изменение потребительского спроса и высокая адаптивность бизнес-структур к изменяющимся условиям позволила расширить цифровой сегмент российского малого и среднего предпринимательства за счет интенсивной цифровизации, открытия новых направлений деятельности и применения новых цифровых инструментов продвижения. В исследовании авторами были использованы методы систематизации, сравнения, экономического анализа, графический метод и системный подход. Проанализировано развитие российского сектора цифрового предпринимательства в разрезе цифровизации внутренних бизнес-процессов, процессов коммуникаций с потребителем, внешних связей. Используя результаты, полученные при проведении исследования, сделан вывод о высоком потенциале цифровых технологий для развития российского малого и среднего предпринимательства. Предложены рекомендации по реализации мер государственной политики, направленной на оптимизацию развития цифрового предпринимательства в России: институциональное регулирование перехода взаимодействия предпринимательских структур с контрагентами, потребителями, органами власти; организационные меры противодействия кибербезопасности, такие как ужесточение требований к организации торговли на цифровых площадках и установление ответственности сторон за совершаемые действия; повышение цифровой грамотности всех участников в рамках реализуемых программ развития цифровой экономики; применение организационно-экономических механизмов государственного стимулирования цифровых преобразований бизнеса и трансформации операционных моделей, применяемых предпринимательскими структурами.

Ключевые слова: предпринимательство, цифровизация, цифровые технологии, Интернет, электронная коммерция, кибербезопасность, цифровые платформы, цифровая грамотность

Цитирование: Абалакин А. А., Яковлев А. В., Акименко В. А., Денисова Е. В. Развитие цифрового сегмента российского предпринимательства в условиях пандемии. *Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки*. 2023. Т. 8. № 2. С. 148–159. <https://doi.org/10.21603/2500-3372-2023-8-2-148-159>

full article

Digital Entrepreneurship in Russia: Development during the Pandemic

Alexander A. Abalakin

Moscow University for Industry and Finance "Synergy",
Russia, Moscow
<http://orcid.org/0000-0001-9661-731x>
economresearch@mail.ru

Andrey V. Yakovlev

Voronezh State University of Forestry and Technologies
named after G. F. Morozov, Russia, Voronezh
<http://orcid.org/0000-0003-3164-2762>

Vera A. Akimenko

Kaluga Branch of the Financial University under the
Government of the Russian Federation, Russia, Kaluga
<http://orcid.org/0000-0001-7765-8458>

Elena V. Denisova

Kaluga Branch of the Financial University under the
Government of the Russian Federation, Russia, Kaluga
<http://orcid.org/0000-0002-3454-2380>

Received 11 Mar 2023. Accepted after peer review 20 Apr 2023. Accepted for publication 10 May 2023.

Abstract: Digitalization has become inevitable as the demand for digital services increases. The purpose of the article is to study the development dynamics of Russian digital segment during and after the pandemic and to predict the vector of its long-term development. The authors provide evidence of dualism: on one hand, the pandemic led to new restrictions in the development of entrepreneurial activity; on the other hand, the change in demand and the high adaptability of business structures made it possible to expand the digital segment of Russian small and medium-sized businesses. The authors use methods of systematization, comparison, economic analysis, graphical method and systematic approach. The development of the Russian digital entrepreneurship sector in the context of digitalization of internal business processes, consumer communication processes, and external relations is analyzed. The authors conclude that digital technologies have high potential for the development of Russian small and medium-sized businesses and provide recommendations on the implementation of state policy measures aimed at optimizing the development of digital entrepreneurship in Russia.

Keywords: entrepreneurship, digitalization, digital technologies, Internet, e-commerce, cybersecurity, digital platforms, digital literacy

Citation: Abalakin A. A., Yakovlev A. V., Akimenko V. A., Denisova E. V. Digital Entrepreneurship in Russia: Development during the Pandemic. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Politicheskie, sotsiologicheskie i ekonomicheskie nauki*, 2023, 8(2): 148–159. (In Russ.) <https://doi.org/10.21603/2500-3372-2023-8-2-148-159>

Введение

Предпринимательство является своеобразным индикатором благополучия внешней и внутренней обстановки хозяйственной системы. Волнения, флуктуации и турбулентность внешней среды моментально отражаются на активности предпринимательских структур, в особенности наиболее восприимчивых к изменениям – малых и средних. По динамике роста численности предпринимательских структур можно судить об эффективности государственной экономической политики. Если государством создаются благоприятные институциональные, экономические и налоговые условия, население начинает реализовывать свои инициативы и создавать свои компании.

Кризисы и спады, с одной стороны, приводят сектор в замешательство, что оказывается поводом для банкротства некоторых предпринимателей. С другой стороны, это подталкивает другие компании к поиску новых направлений, путей и ниш развития бизнеса [1]. За счет быстрой реакции на изменение потребительских предпочтений и рыночных условий

субъекты малого и среднего предпринимательства способны оперативно изменять стратегию, тактику развития и принципы управления, своевременно подстраиваясь под новые тренды. Примером такого кризиса может служить период пандемии, когда внешние условия были кардинально трансформированы. В то время как большинство участников рынка пытались удержать баланс, именно малые и средние предпринимательские структуры отреагировали развитием сервисов доставки продуктов питания, расширением лабораторных и медицинских услуг, созданием сервисов для поддержания здоровья, занятий спортом, консалтинговых услуг в области психологии, образовательных услуг и т.д. [2].

Для выживания на рынке малые и средние предпринимательские структуры, несмотря на сдержанные бюджеты, вовремя включают в процессы цифровизации [3–5]. При этом цифровизация касается как автоматизации процессов внутрифирменного управления, взаимодействия с поставщиками

и подрядчиками, так и взаимоотношений с потребителями. Каков же потенциал и перспективы цифрового сегмента российского предпринимательства, и что сдерживает его развитие в современном обществе?

Цифровизация стала неизбежным процессом развития общества, поскольку спрос на цифровые услуги со стороны потребителей возрастает в силу преимуществ цифровых технологий. В свою очередь, развитие предпринимательских структур на современном этапе определяется их способностью следовать за изменением потребностей потребителей [6].

В научном обороте все больше укореняется термин *цифровое предприятие*. Н. Г. Устинова определяет его как организацию, использующую информационные технологии в качестве конкурентного преимущества во всех сферах своей деятельности [7]. А. S. Molchan et al. [8] делают акцент на неотъемлемом свойстве предпринимательских структур, использующих технологии и упрощающих финансовые процедуры: их способности повышать свою конкурентоспособность за счет быстрой адаптации к меняющимся окружающим условиям. На наш взгляд, предпринимательская структура может быть отнесена к цифровой в том случае, если она осуществляет полную трансформацию бизнес-процессов¹, включая производственные отношения, взаимосвязи с клиентами, управление предприятием, на основе внедрения цифровых технологий. Отдельного внимания заслуживают компании, осуществляющие деятельность в области информации и связи: разработки и консультаций по компьютерному программному обеспечению, телекоммуникаций и информационных технологий².

Таким образом, под цифровым сегментом российского предпринимательства в настоящем исследовании мы будем понимать всю совокупность малых и средних предпринимательских структур, осуществляющих цифровую трансформацию бизнес-процессов, а также ИТ-компаний, осуществляющих деятельность в области информатизации и связи, разработки компьютерного программного обеспечения, оказания консультационных услуг в данной области.

В период пандемии в структуре потребительского спроса произошли существенные изменения. Этот вопрос исследовали различные авторы, в том числе А. В. Полянин и др. [6], Е. К. Кагунина et al. [9]. Успех предпринимательских структур сейчас зависит от скорости их адаптации к новым условиям, способностей к ускорению цифровизации деятельности, расширению доступа к цифровой инфраструктуре

и внедрению информационных технологий для организации внутренних процессов [1]. В таких условиях важна государственная поддержка и создание благоприятных условий для развития цифрового сегмента российского предпринимательства. Такие задачи уже ставятся перед системой российского государства, однако существует необходимость в их регулярном мониторинге и совершенствовании [3; 10; 11].

Гипотеза исследования состоит в существовании дуализма в развитии российского предпринимательства: с одной стороны, пандемия способствовала появлению новых ограничений в развитии предпринимательской деятельности, что привело к сокращению количества хозяйствующих субъектов, численности занятых и снижению их активности. С другой стороны, изменение потребительского спроса и высокая адаптивность бизнес-структур к изменяющимся условиям позволила расширить цифровой сегмент российского предпринимательства.

Цель исследования состоит в изучении динамики развития цифрового сегмента российского предпринимательства в условиях пандемии, а также в обосновании вектора их перспективного движения на этапе восстановления после пандемии COVID-19.

Задачи исследования:

- проанализировать динамику развития российского предпринимательства на современном социально-экономическом этапе развития;
- оценить влияние пандемии как фактора внешней среды на динамику развития российского предпринимательства;
- выявить особенности цифрового развития малых и средних предпринимательских структур в период пандемии и последующий этап восстановления;
- изучить состояние малых и средних предпринимательских структур, осуществляющих деятельность в сфере информатизации и связи;
- предложить рекомендации по совершенствованию процесса формирования цифрового сегмента российского предпринимательства.

В исследовании использованы следующие методы: анализ и синтез, сравнение, систематизация, экономический анализ, системный подход.

Результаты

Проанализируем общее состояние российского малого и среднего предпринимательства в период 2017–2022 гг. Для наглядности будем использовать следующие показатели: количество малых и средних предпринимательских структур; численность

¹ Баранов М. Цифровое предприятие: пришло время перемен. *PC Week*. 2016. № 10. URL: <https://ibs.ru/media/media/tsifrovoe-predpriyatie-prishlo-vremya-peremen/> (дата обращения: 12.01.2023).

² Малое и среднее предпринимательство в России. 2022. Статистический сборник. М.: Росстат, 2022. 101 с. URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/mal_pred_2022.pdf (дата обращения: 10.01.2023).

занятых в малых и средних предпринимательских структурах; объем выручки. Динамика числа субъектов малого и среднего предпринимательства в России в период 2017–2022 гг. представлена в таблице 1³.

В целом за период 2017–2022 гг. численность субъектов малого и среднего предпринимательства в России изменилась на 923 единицы или 0,02 %. Таким образом, в 2022 г. общая численность субъектов малого и среднего предпринимательства достигла 5866703 единиц. Однако можно заметить переломные моменты в едином векторе развития предпринимательства. Вплоть до начала 2020 г. количество предпринимательских структур росло (в период 2017–2019 гг. оно увеличилось на 3 %), а в 2020 г., наоборот, начало сокращаться (в 2019–2021 гг. произошло сокращение на 6 %). Безусловно, такое сокращение вызвано влиянием пандемии на социально-экономические процессы в стране. Помимо этого, влияние оказали: приостановка работы предприятий в период локдаунов; неотрегулированные процессы компенсации затрат на оплату труда работникам коммерческих предприятий; высокий уровень долговой нагрузки и арендных платежей, которые не были компенсированы за период санитарных простоев [12; 13]. В наибольшей степени негативное влияние пандемии сказалось на микро- и макропредприятиях, которые оказались более уязвимыми к внешней турбулентности. Так, количество микропредприятий только за 2020 г. сократилось на 4 %, малых предприятий – на 3,3 %. Больше всего пострадала сфера торговли

(47 % прекративших существование предпринимательских структур) и услуг: ремонт, салоны красоты, туристические агентства, подбор персонала, строительство, страховая и финансовая деятельность (20 % убывших предприятий)⁴.

Численность средних предприятий, напротив, снизилась в период до пандемии 2017–2019 гг. на 7,6 %, а в период 2020–2022 гг. их количество увеличилось на 5,5 %. Такая динамика может объясняться большей адаптивностью субъектов среднего предпринимательства к внешней турбулентности, а также повышением прозрачности предпринимательской деятельности в период пандемии и необходимостью легализации доходов [10].

Другим показателем, позволяющим судить о динамике развития малого и среднего предпринимательства и о выполнении им социальной функции, является численность занятых в малых и средних предпринимательских структурах [14]. Данные об изменении численности занятых в данном секторе представлены в таблице 2⁵.

Вплоть до 2019 г. численность занятых на микропредприятиях росла на фоне сокращения работников малых предприятий. Побочный эффект пандемии – сокращение работников в 2020 г. – составил 3,5 % в сравнении с аналогичным периодом 2019 г. В начале 2021 г. произошел незначительный рост показателя (на 1,1 % относительно начала 2020 г.), а в течение года численность занятых в малом и среднем предпринимательстве сократилась на 5,4 %.

Табл. 1. Численность субъектов малого и среднего предпринимательства в России, 2017–2022 гг.

Tab. 1. Number of small and medium businesses in Russia, 2017–2022

Тип предприятия	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Микропредприятия	5576939	5751885	5771626	5675756	5450261	5636287
Малые	268488	267055	250758	224105	216615	212429
Средние	20353	20298	18811	17045	17685	17977

Табл. 2. Численность занятых в субъектах малого и среднего предпринимательства, 2017–2022 гг.

Tab. 2. Number of employees in small and medium businesses, 2017–2022

Тип предприятия	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Микропредприятия	6463949	7029955	7522729	7429623	7,519,074	6970884
Малые	7432979	7099040	6538893	6189172	6,143,489	5824977
Средние	1958821	1977586	1811967	1702993	1,828,581	1866336

³ Сост. по: Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства. Федеральная налоговая служба РФ. URL: <https://ofd.nalog.ru/index.html> (дата обращения: 10.01.2023).

⁴ В РФ впервые за шесть лет растет число созданных компаний. Audit-it.ru. URL: <https://www.audit-it.ru/news/finance/1064533.html> (дата обращения: 12.01.2023).

⁵ Сост. по: Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства. Федеральная налоговая служба РФ. URL: <https://ofd.nalog.ru/index.html> (дата обращения: 12.01.2023); Численность занятых указана по состоянию на 1 января отчетного года.

Ситуация может объясняться тем, что в острой фазе пандемии государство вводило меры поддержки населения и защиты от безработицы. Кроме того, на предпринимательский сектор была возложена ответственность по выплате заработных плат в период простоев и недопущению массового увольнения сотрудников [15; 16]. К 2021 г. часть мер была отменена, и произошло естественное резкое снижение показателя, свидетельствующее о росте безработицы. Наибольшее сокращение занятых произошло на малых предприятиях и микропредприятиях. В это же время динамика показателя занятости в средних предпринимательских структурах в течение 2021 г. выправились и вернулась к допандемийному уровню.

Что касается оборота сектора предпринимательства, то следует отметить, что его наибольшую долю составляют оптовая и розничная торговля – 60,4 %, 10,4 % приходится на обрабатывающие производства, 7,5 % – на строительство. Однако из-за пандемии все четче прослеживается тенденция сокращения доли торговли и ремонта в связи с интенсивным развитием интернет-сервисов [17]. Реализация мер социального дистанцирования и самоизоляции привела к стремительному развитию различных интернет-услуг, таких как доставка и образовательные сервисы, а также интенсификации электронной коммерции. В целом, в 2020 г. оборот малых предприятий (без учета микропредприятий) снизился на 3,1 трлн руб.⁶ Однако, данная динамика могла бы быть более выраженной, если бы сокращение рынка не было компенсировано доходами сектора цифрового предпринимательства.

Проанализируем развитие цифрового сегмента российского предпринимательства в разрезе цифровизации внутренних бизнес-процессов (цифровая инфраструктура, производство, персонал, взаимодействие); цифровизации внешних связей (поставщики, подрядчики, органы власти); цифровизации коммуникаций с потребителем.

Отдельной статистики по цифровизации малого и среднего предпринимательства в России практически нет, однако с учетом того, что 95 % коммерческих организаций составляют субъекты малого и среднего

бизнеса, мы будем экстраполировать имеющиеся статистические данные в отношении интересующей нас группы коммерческих предприятий [18].

Вектор цифровой трансформации предпринимательских структур и развития цифрового сегмента российского предпринимательства был задан программой «Цифровая экономика Российской Федерации»⁷, направленной на создание экосистемы цифровой экономики. Особенности расчета основных показателей достижения цифровой зрелости ключевых отраслей экономики и социальной сферы представлены в соответствующей методике, утвержденной приказом Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций РФ⁸.

Базовое условие цифровизации предпринимательских структур – доступ к сети Интернет [19]. За последние 5 лет данный показатель имел растущую динамику с сокращением в период пандемии по причине вынужденных локдаунов и перехода предпринимательских структур на удаленный формат работы (рис. 1⁹).

Оснащенность предпринимательского сектора персональными компьютерами остается высокой. Однако в период 2017–2021 гг. по причине санитарных локдаунов она сократилась на 11 %. При этом число персональных компьютеров в расчете на 100 работников организаций в 2017–2021 гг. увеличилось на 22 %¹⁰. Количество предпринимательских

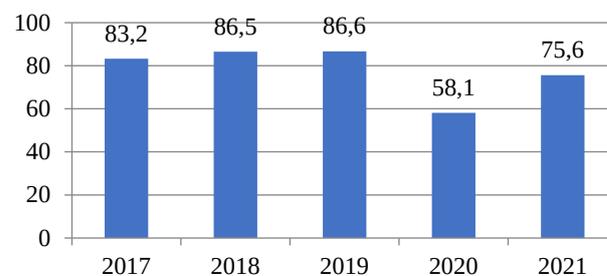


Рис. 1. Доля предпринимательских структур, имеющих широкополосный доступ к сети Интернет, % от общего числа организаций, 2017–2021 гг.

Fig. 1. Share of business structures with broadband Internet access, % in the total number of organizations, 2017–2021

⁶ Специальный доклад Президенту Российской Федерации 2021. МСП/Постковид. Время для системных решений. Уполномоченный при президенте Российской Федерации по защите прав предпринимателей. URL: <http://doklad.ombudsmanbiz.ru/2021/7.pdf> (дата обращения: 12.01.2023).

⁷ Об утверждении программы «Цифровая экономика Российской Федерации». Распоряжение Правительства РФ № 1632-р от 28.07.2017. СПС КонсультантПлюс.

⁸ Об утверждении методик расчета целевых показателей национальной цели развития Российской Федерации «Цифровая трансформация». Приказ Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации № 600 от 18.11.2020. СПС КонсультантПлюс.

⁹ Сост. по: Мониторинг развития информационного общества в Российской Федерации. Федеральная служба государственной статистики. Строчка табл. № 2.2.12. URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/infocommunity> (дата обращения: 14.01.2023).

¹⁰ Мониторинг развития информационного общества в Российской Федерации. Федеральная служба государственной статистики. Строчка табл. № 2.4.4. URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/infocommunity> (дата обращения: 14.01.2023).

структур, использующих доступ к сети Интернет со скоростью не менее 2 Мбит/с, также растет. В 2017 г. доля таких организаций в общем числе организаций составляла 58,4 %, в 2021 г. – 67,2 %¹¹.

Цифровизация внутренних бизнес-процессов предпринимательских структур проявляется в использовании ими цифровых технологий для оптимизации внутрифирменного взаимодействия и организации производственных процессов. Например, в 2017–2019 гг. произошел рост использования ERP-систем, а также систем электронного документооборота. В 2020 г. рост этих показателей сошелся, после чего вышел на новый виток роста в 2021 г. Однако, проникновение электронных систем интеграции производства и операций, управления трудовыми ресурсами, финансового менеджмента и управления активами для оптимизации внутренней среды организаций остается на низком уровне (рис. 2¹²).

Практически невозможно разграничить использование предпринимательскими структурами систем электронного обмена данными между внутренними и внешними информационными системами. В период 2017–2019 гг. наблюдалось планомерное наращивание данного показателя, затем в 2020 г. произошло его резкое сокращение на 19 %.

Похожая динамика свойственна и в части использования организациями CRM и SCM-систем. Уровень их применения в российском предпринимательстве минимален (табл. 3¹³).

Предпринимательские структуры также используют в своей деятельности специальные программные средства для управления закупками и продажами товаров и услуг (табл. 4¹⁴). Вплоть до 2019 г. наблюдался рост использования специальных программных средств для управления закупками и продажами.

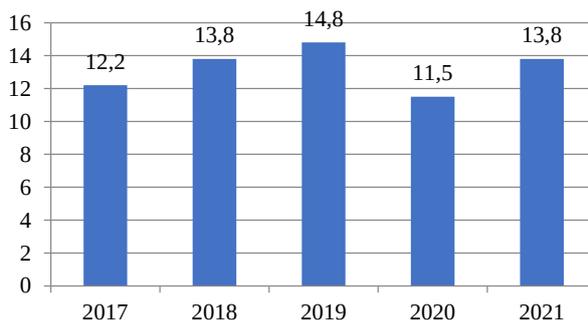


Рис. 2. Доля предпринимательских структур, использующих ERP-системы, % в общем числе организаций, 2017–2021 гг.
Fig. 2. Share of business structures using ERP systems, % in the total number of organizations, 2017–2021

Табл. 3. Доля предпринимательских структур, использующих CRM-системы, SCM-системы и системы электронного обмена данными между внутренними и внешними информационными системами, % в общем числе организаций, 2017–2021 гг.
Tab. 3. Share of business structures using CRM and SCM systems, systems of electronic data exchange between internal and external information, % in the total number of organizations, 2017–2021

Вид системы	2017	2018	2019	2020	2021
Электронный обмен данными между внутренними и внешними информационными системами	63,1	64,9	67,0	54,3	55,4
CRM	10,3	13,2	13,9	10,8	13,4
SCM	4,7	6,4	6,6	4,3	4,8

Табл. 4. Доля предпринимательских структур, использующих специальные программные средства для управления закупками и продажами товаров (работ, услуг), % в общем числе организаций, 2017–2021 гг.
Tab. 4. Share of business structures using special software tools for managing purchases and sales of goods (works, services), % in the total number of organizations, 2017–2021

Типы программ	2017	2018	2019	2020	2021
Специальные программные средства для управления закупками товаров (работ, услуг)	36,2	38,3	39,0	23,7	26,9
Программные средства для управления продажами товаров (работ, услуг)	22,0	25,9	26,0	16,0	18,6

¹¹ Там же, строка табл. № 2.2.13.

¹² Сост. по: Мониторинг развития информационного общества в Российской Федерации. Федеральная служба государственной статистики РФ. Строка табл. № 2.2.23. URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/infocommunity> (дата обращения: 17.01.2023).

¹³ Сост. по: Мониторинг развития информационного общества в Российской Федерации. Федеральная служба государственной статистики РФ. Строки табл. № 2.2.26; 2.2.24; 2.2.27. URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/infocommunity> (дата обращения: 14.01.2023).

¹⁴ Там же. Строка табл. № 2.2.21.

В 2020 г. произошло их резкое сокращение на 39 % и 38 % соответственно. Восстановление позитивной динамики началось в 2021 г., однако еще не достигло доковидного уровня.

Необходимо отметить, что повышение открытости информационных систем в период пандемии требует от предпринимательских структур усиленного внимания к обеспечению информационной безопасности и предотвращению кибератак [20; 21]. Однако российское предпринимательство на угрозы безопасности реагирует слабо, прежде всего, в силу низкой цифровой грамотности и отсутствия свободных средств для организации систем информационной безопасности в период кризиса (рис. 3¹⁵).

Пандемия изменила потребительские предпочтения россиян, а режим самоизоляции и невозможность

осуществления покупок в магазинах способствовали интенсификации взаимодействия потребителей и производителей через сервисы электронной коммерции [22; 23].

В целом в пандемийном 2020 г. рост российского рынка электронной коммерции составил 22 % [24]. Исследователи отмечают, что произошло изменение потребительского поведения в части совершения онлайн-покупок, а также предпочтения определенных групп товаров. Например, товаров для здоровья и средств индивидуальной защиты от вируса, товаров с длительным сроком хранения¹⁶. Снятие ограничительных мер и регулярное использование предпринимательскими структурами цифровых инструментов продвижения товаров и услуг при непрерывном росте потребительского спроса способствуют дальнейшему развитию рынка электронной коммерции в России.

Если проследить динамику роста предпринимательских структур, размещавших заказы на товары (работы, услуги) в сети Интернет, то можно заметить незначительный спад их количества в 2020 г. и последующее повышение в 2021 г. По динамике доли организаций, получавших заказы на выпускаемые товары (работы, услуги) в сети Интернет, можно судить об усилении активности предпринимателей в период пандемии. Теперь их усилия должны быть направлены на завоевание доверия потребителей в цифровой среде (табл. 5¹⁷).

Резкий рост доли населения, использующего сеть Интернет для заказа товаров и / или услуг в период пандемии, также подтверждает интенсификацию взаимодействия предпринимательского сектора и потребителей в цифровой среде: в 2020 г. рост показателя составил 13 % относительно 2019 г., в 2021 г. – 16 % относительно 2020 г.

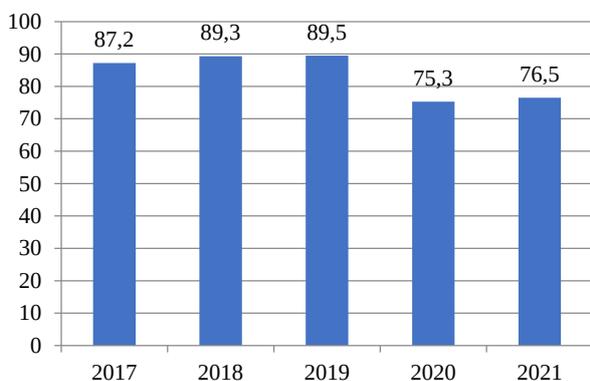


Рис. 3. Доля предпринимательских структур, использующих средства защиты информации, передаваемой по глобальным сетям, % от общего числа организаций, 2017–2021 гг.

Fig. 3. Share of business structures using means of protecting information transmitted over global networks, % in the total number of organizations, 2017–2021

Табл. 5. Доля предпринимательских структур, использующих Интернет для взаимодействия с заказчиками товаров и услуг, % в общем числе организаций, 2017–2021 гг.

Tab. 5. Share of business structures using the Internet to interact with customers of goods and services, % in the total number of organizations, 2017–2021

Показатель	2017	2018	2019	2020	2021
Доля предпринимательских структур, размещавших заказы на товары (работы, услуги) в сети Интернет	41,2	42,2	43,3	40,7	42,0
Доля предпринимательских структур, получавших заказы на выпускаемые товары (работы, услуги) в сети Интернет	20,1	22,5	23,7	24,7	26,4

¹⁵ Сост. по: Мониторинг развития информационного общества в Российской Федерации. Федеральная служба государственной статистики РФ. Строки табл. № 2.2.21; 2.2.22. URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/infocommunity> (дата обращения: 05.02.2023).

¹⁶ Опыт регулирования рынка электронной коммерции в США. Proright. URL: <https://proright.ru/2020/09/11/the-rule-ecommerce/> (дата обращения: 20.01.2023).

¹⁷ Сост. по: Мониторинг развития информационного общества в Российской Федерации. Федеральная служба государственной статистики РФ. Строка табл. № 2.2.28. URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/infocommunity> (дата обращения: 15.01.2023).

Следует отметить, что в период пандемии повысилась инновационная активность предпринимательских структур. В 2020 г. увеличение составило 18,7 % по сравнению с аналогичным периодом 2019 г. В 2021 г. рост продолжился до 11,9 % (увеличение на 10 % относительно 2020 г.)¹⁸. Вероятно, такую динамику можно объяснить стремлением к достижению антикризисного эффекта за счет ускорения запуска новых пилотных проектов, направленных на поддержание устойчивости и операционной эффективности [25]. В период пандемии основным драйвером инноваций стала возможность снижения издержек и внедрение цифровых технологий, направленных на быструю адаптацию производственных процессов к изменившимся условиям [26]. Инновационная продукция, производимая предпринимательскими структурами, основана на новых технологиях либо на их сочетании с уже существующими. Некоторые продукты подверглись усовершенствованию за счет технологического обновления методов производства или передачи¹⁹.

Проанализируем состояние малых и средних предпринимательских структур, осуществляющих деятельность в сфере информатизации и связи, в период 2017–2021 гг.

Динамика средней численности работников малых и средних предпринимательских структур представлена в таблице 6²⁰. Данные позволяют сделать вывод о росте сектора малых и средних предпринимательских структур в области информации и связи по численности занятых в течение всего исследуемого периода. Следует подчеркнуть, что имеет место ускорение роста в период пандемии 2020 г. и некоторое замедление на этапе постковидного восстановления. Наибольший вклад в развитие сектора вносит вид деятельности «разработка компьютерного программного обеспечения, консультационные услуги в данной области и другие сопутствующие услуги».

В период 2017–2021 гг. оборот малых предпринимательских структур по виду экономической деятельности «деятельность в области информации и связи» увеличился на 56 %, в том числе по виду деятельности

Табл. 6. Средняя численность работников малых и средних предпринимательских структур по виду деятельности в области информации и связи, 2017–2021 гг.

Tab. 6. Average number of employees of small and medium businesses in information and communication activities, 2017–2021

Показатель	2017		2018		2019		2020		2021	
	малые	средние								
Средняя численность работников предприятий по виду экономической деятельности <i>деятельность в области информации и связи</i> , тыс. человек	385,8	30,0	406,2	33,3	394,0	31,1	453,1	41,2	407,2	38,8
В том числе:										
Разработка компьютерного программного обеспечения, консультационные услуги в данной области и другие сопутствующие услуги	186,1	14,2	210,6	16,5	201,3	16,3	249,8	21,1	210,9	20,7
Средняя численность работников предприятий по виду экономической деятельности (<i>деятельность в области информации и связи</i>), в % к итогу	3,2	1,9	3,4	2,2	3,5	2,2	4,1	2,5	3,8	2,4

¹⁸ Наука, инновации и технологии. Уровень инновационной активности организаций. Федеральная служба государственной статистики РФ. URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/science> (дата обращения: 17.01.2023).

¹⁹ Инновационная среда сегодня: какое влияние оказала пандемия на инновационные процессы компаний. Vc.ru. URL: <https://vc.ru/generations/130451-innovacionnaya-sreda-segodnya-kakoe-vliyanie-okazala-pandemiya-na-innovacionnye-processy-kompaniy> (дата обращения: 12.01.2023).

²⁰ Сост. по: Малое и среднее предпринимательство в России. 2019. Статистический сборник. М.: Росстат, 2019. 87 с. URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Mal-pred_2019.pdf; Малое и среднее предпринимательство в России. 2022. Статистический сборник. М.: Росстат, 2022. 101 с. URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/mal_pred_2022.pdf (дата обращения: 14.01.2023).

«разработка компьютерного программного обеспечения, консультационные услуги в данной области и другие сопутствующие услуги» на 60,8 %. Оборот средних предпринимательских структур по виду деятельности «деятельность в области информации и связи» в этот же период увеличился на 115,3 %, в том числе по виду деятельности «разработка компьютерного программного обеспечения, консультационные услуги в данной области и другие сопутствующие услуги» на 130,8 %. Это является свидетельством интенсивного развития сектора.

В таблице 7²¹ представлены данные о сальдированном финансовом результате по виду экономической деятельности «деятельность в области информации и связи», 2017–2021 гг. В период 2017–2021 гг. сальдированный финансовый результат по виду экономической деятельности «деятельность в области информации и связи» вырос на 126 % по малым предпринимательским структурам, по средним – на 29,3 %. Отметим, что в пандемийном 2020 г. наблюдался стремительный рост показателя по средним предпринимательским структурам на 56,8 %, который затормозился к 2021 г.

Представленные данные свидетельствуют о позитивной динамике роста цифрового сегмента предпринимательства в исследуемый период, в том числе в активной стадии пандемии, что объясняется ростом спроса на цифровые услуги и сервисы при введении режимов самоизоляции.

Таким образом, можно говорить, что эффект пандемии является двойственным для малых и средних предпринимательских структур в России. Во-первых, пандемия оказала негативное влияние в форме нарастания новых угроз для развития предпринимательской деятельности, таких как сокращение

количества субъектов и снижение их активности. Пандемия привлекла внимание к существующим проблемам доступа малых и средних предпринимательских структур к цифровой инфраструктуре. Во-вторых, резко изменившиеся условия хозяйствования вызвали стимулирующий эффект, состоящий в том, что после временного замешательства и действий «вслепую», малый и средний бизнес пошел по пути интенсивной цифровизации, открытия новых направлений и активизации своей инновационной функции. Расширение сектора электронной коммерции в период пандемии и на этапе постковидного восстановления позволяет сделать вывод о высокой адаптивности российских предпринимательских структур к изменяющимся условиям.

Однако бизнесу требуется поддержка, и возможности государства в этом нельзя недооценивать. В связи с этим считаем целесообразным определить направления государственной политики по совершенствованию процесса формирования цифрового сегмента российского предпринимательства.

1. Переход в цифровой формат взаимодействия предпринимательских структур с контрагентами, потребителями, органами власти должен быть институционально отрегулирован. В условиях шока такой переход не был гладким и на данный момент требует совершенствования. В настоящее время отсутствует единый понятийный и терминологический аппарат. В частности, существуют несоответствия между Директивой 2000/31/ЕС «О некоторых правовых аспектах информационных услуг на внутреннем рынке, в частности, об электронной коммерции»²², типовым законом Комиссии ООН по праву международной торговли об электронной торговле²³ и статьями Гражданского Кодекса РФ.

Табл. 7. Сальдированный финансовый результат малых и средних предпринимательских структур по виду экономической деятельности *деятельность в области информации и связи*, 2017–2021 гг.

Tab. 7. Balanced financial result of small and medium businesses in *information and communication activities*, 2017–2021

Финансовый результат	2017		2018		2019		2020		2021	
	малые	средние								
млрд рублей	111,2	12,3	125,2	8,8	153,9	18,3	192,3	28,7	251,5	15,9
% к итогу	5,1	5,1	3,8	2,3	4,9	6,3	4,9	4,8	4,8	1,8

²¹ Сост. по: Малое и среднее предпринимательство в России. 2019. Статистический сборник. М.: Росстат, 2019. 87 с. URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Mal-pred_2019.pdf; Малое и среднее предпринимательство в России. 2022. Статистический сборник. М.: Росстат, 2022. 101 с. URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/mal_pred_2022.pdf (дата обращения: 20.01.2023).

²² О некоторых правовых аспектах информационных услуг на внутреннем рынке, в частности, об электронной коммерции. Директива Европейского парламента и Совета Европейского Союза 2000/31/ЕС от 8.06.2000 г. *СПС Гарант*.

²³ Типовой закон об электронной торговле Комиссии Организации Объединенных Наций по праву международной торговли. Принят на 29-й сессии Комиссии Организации Объединенных Наций по праву международной торговли. Рекомендован резолюцией 51/162 Генеральной Ассамблеи от 16.12.1996. *ООН*. URL: https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/commerce.shtml (дата обращения: 14.01.2023).

Возникают сложности в идентификации участников онлайн-сделок; для отношений, складывающихся в виртуальной сфере, не определена правомерность вмешательства государства; не установлена степень соотношения саморегулирования и государственного регулирования отношений в интернет-среде²⁴. Возникает необходимость создания онлайн-сервиса урегулирования споров в сфере защиты прав потребителей на портале «Госуслуги» с функциями подачи претензий, привлечения экспертов в спорных ситуациях, урегулирования разногласий между участниками электронного взаимодействия.

2. Еще одной нарастающей проблемой является рост кибератак и повышение открытости и, соответственно, уязвимости в интернет-пространстве [20]. Необходимы организационные меры государства как регулятора. Например, ужесточение требований к организации торговли на цифровых площадках для повышения качества взаимодействия агентов и продвигаемой продукции; установление ответственности сторон за совершаемые действия. Сами предпринимательские структуры должны понимать, что инвестиции в системы информационной безопасности оправданы в условиях нарастания киберопасности.

3. Важным шагом к установлению порядка на интернет-площадках является повышение цифровой грамотности всех участников коммуникации. При разработке мер поддержки в рамках программ развития цифровой экономики государству следует правильно расставить акценты и сформировать научно-образовательные комплексы, привязанные к единой информационной платформе, которая сможет обеспечить консультативную и информационную поддержку. Платформа может представлять собой единую систему, в которой будут осуществляться договорные отношения с различными образовательными организациями, исследовательскими институтами, инновационными лабораториями, ИТ-компаниями и другими многочисленными субъектами инфраструктуры поддержки цифровизации бизнеса.

4. Организационно-экономические механизмы государственного стимулирования цифровых преобразований бизнеса и трансформации операционных моделей, применяемых предпринимательскими структурами. В данном аспекте, исходя из имеющегося позитивного зарубежного опыта, государству целесообразно использовать льготное кредитование для внедрения ИТ-решений, инновационный налоговый кредит, а также систему грантов, наград и налоговые льготы.

Заключение

Авторы проанализировали влияние пандемии COVID-19 на динамику развития малого и среднего предпринимательства в России на современном социально-экономическом этапе развития. Определено, что пандемия способствовала появлению новых ограничений для развития предпринимательской деятельности в России и вызвала сокращение количества хозяйствующих субъектов, численности и активности занятых.

Выявлены особенности цифрового развития малых и средних предпринимательских структур в период 2017–2021 гг. Проанализированы показатели доступа малых и средних предпринимательских организаций к цифровой инфраструктуре; использования цифровых технологий во внутренних бизнес-процессах, оптимизации внешних связей, совершенствовании процессов коммуникаций с потребителями. Сделан вывод, что изменение потребительского спроса и высокая адаптивность бизнес-структур к изменяющимся условиям позволила расширить цифровой сегмент российского малого и среднего предпринимательства за счет интенсивной цифровизации, открытия новых направлений деятельности и применения новых цифровых инструментов продвижения.

Авторы сформировали рекомендации по совершенствованию формирования цифрового сегмента российского предпринимательства:

1. Институциональное регулирование перехода взаимодействия предпринимательских структур с контрагентами, потребителями, органами власти.

2. Организационные меры противодействия киберопасности, такие как ужесточение требований к организации торговли на цифровых площадках и установление ответственности сторон за совершаемые действия.

3. Повышение цифровой грамотности всех участников в рамках реализуемых программ развития цифровой экономики.

4. Применение организационно-экономических механизмов государственного стимулирования цифровых преобразований бизнеса и трансформации операционных моделей, применяемых предпринимательскими структурами.

Конфликт интересов: Авторы заявили об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и / или публикации данной статьи.

Conflict of interests: The authors declared no potential conflicts of interests regarding the research, authorship, and / or publication of this article.

²⁴ Электронная торговля: понятие, правовое регулирование, судебная практика. *Юрист компании*. URL: <https://www.law.ru/article/23109-elektronnaya-torgovlya-ponyatie-pravovoe-regulirovanie-sudebnaya-praktika> (дата обращения: 13.01.2023).

Критерии авторства: А. А. Абалакин – концептуализация, научное руководство. А. В. Яковлев – сбор и анализ статистических данных. В. А. Акименко – обработка статистических данных, подготовка визуализации. Е. В. Денисова – оформление и редактирование статьи.

Contribution: A. A. Abalakin created the research concept and performed scientific management of the study. A. V. Yakovlev collected and analyzed statistical data. V. A. Akimenko processed the data and created visualization. E. V. Denisova wrote the draft and edited the article.

Литература / References

1. Khanagha S., Volberda H., Oshri I. Customer co-creation and exploration of emerging technologies: the mediating role of managerial attention and initiatives. *Long Range Planning*, 2017, 50(2): 221–242. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2015.12.019>
2. Gukasyan Z. O., Tavbulatova Z. K., Aksenova Zh. A., Gasanova N. M., Karpunina E. K. Strategies for adapting companies to the turbulence caused by the COVID-19 pandemic. *Business 4.0 as a Subject of the Digital Economy*, ed. Popkova E. G. Springer, Cham, 2022, 639–645. https://doi.org/10.1007/978-3-030-90324-4_102
3. Иванова Н. М., Орлов М. А. Инновационное развитие российского бизнеса в условиях пандемии COVID-19. *Вопросы инновационной экономики*. 2022. Т. 12. № 2. С. 771–784. [Ivanova N. M., Orlov M. A. Innovative development of Russian business amidst the COVID-19 pandemic. *Voprosy innovatsionnoy ekonomiki*, 2022, 12(2): 771–784. (In Russ.)] <https://doi.org/10.18334/vinec.12.2.114559>
4. Heinonen K., Strandvik T. Reframing service innovation: COVID-19 as a catalyst for imposed service innovation. *Journal of Service Management*, 2020, 32(1): 101–112. <https://doi.org/10.1108/JOSM-05-2020-0161>
5. Прохорова В. В., Схаплок Р. Б., Власов М. И. Адаптация организаций к неблагоприятной экономической ситуации, сложившейся в результате пандемии COVID-19. *Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования*. 2021. № 3. С. 92–97. [Prokhorova V. V., Skhaplok R. B., Vlasov M. I. Adaptation of organizations to the unfavorable economic situation resulting from the COVID-19 pandemic. *Innovatsionnaia ekonomika: perspektivy razvitiia i sovershenstvovaniia*, 2021, (3): 92–97. (In Russ.)] <https://doi.org/10.47581/2021/FA-09/IE/53/03.016>
6. Полянин А. В., Соболева Ю. П., Тарновский В. В. Цифровизация процессов малого и среднего предпринимательства. *Управленческое консультирование*. 2020. № 4. С. 80–96. [Polyanin A. V., Soboleva Yu. P., Tarnovskiy V. V. Digitalization of processes of small and average business. *Administrative consulting*, 2020, (4): 80–96. (In Russ.)] <https://doi.org/10.22394/1726-1139-2020-4-80-96>
7. Устинова Н. Г. Цифровая экономика и предпринимательство: вопросы взаимодействия. *Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета*. 2019. № 3. С. 32–37. [Ustinova N. G. Digital economy and entrepreneurship: problems of interaction. *Vestnik Saratovskogo gosudarstvennogo sotsialno-ekonomicheskogo universiteta*, 2019, (3): 32–37. (In Russ.)] <https://www.elibrary.ru/jggpcc>
8. Molchan A. S., Karpunina E. K., Kochyan G. A., Petrov I. V., Velikanova L. I. Effects of digitalization: new challenges for economic security systems. *Vision 2025: Education Excellence and Management of Innovations through Sustainable Economic Competitive Advantage: Proc. 34th Intern. Business Information Management Association Conf.*, Madrid, 13–14 Nov 2019. International Business Information Management Association, 2019, 6631–6639. <https://www.elibrary.ru/yngyoh>
9. Karpunina E. K., Ruzhanskaya N. V., Podorova-Anikina O. N., Zubareva N. N., Luchaninov R. S. Transformation of consumer behavior during the COVID-19 pandemic. *Geo-Economy of the Future. Sustainable Agriculture and Alternative Energy*. Springer, Cham, 2022, 85–96. https://doi.org/10.1007/978-3-030-92303-7_10
10. Земцов С. П., Царева Ю. В. Тенденции развития сектора малых и средних предприятий в условиях пандемии и кризиса. *Экономическое развитие России*. 2020. Т. 27. № 5. С. 71–82. [Zemtsov S. P., Tsareva Yu. V. Development trends of small and medium-sized enterprises amid pandemic-induced crisis. *Russian Economic Development*, 2020, 27(5): 71–82. (In Russ.)] <https://www.elibrary.ru/myxtiv>
11. Chesbrough H. To recover faster from Covid-19, open up: managerial implications from an open innovation perspective. *Industrial Marketing Management*, 2020, 88: 410–413. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2020.04.010>
12. Polujanova N. V. Guidelines for the region's socio-economic policies during the pandemic. *Geo-Economy of the Future*. Springer, Cham, 2022, 733–743. https://doi.org/10.1007/978-3-030-92303-7_76
13. Shurchkova J. V., Zinov'yeva I. S., Polujanova N. V., Galitskaya Y. N., Berlizev R. N. Tools for overcoming the crisis phenomena of the pandemic in the socio-economic development of the countries. *Geo-Economy of the Future*. Springer, Cham, 2022, 175–187. https://doi.org/10.1007/978-3-030-92303-7_20

14. 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. [Zimovets A. V., Sorokina Yu. V., Khanina A. V. Analysis of the impact of the COVID-19 pandemic on the development of enterprises in the Russian Federation. *Ekonomika, predprinimatelstvo i pravo*, 2020, 10(5): 1337–1350. (In Russ.)] <https://doi.org/10.18334/epp.10.5.110126>
15. Moiseev S. S., Bolonina S. E., Petrov I. V., Zanyukov E. V., Konovalenko D. A. Economic security of regions during a pandemic: methods for diagnosing problem areas and ensuring sustainability. *Towards an Increased Security: Green Innovations, Intellectual Property Protection and Information Security. ISC 2021. Lecture Notes in Networks and Systems*. Springer, Cham, 2022, vol. 372, 583–598. https://doi.org/10.1007/978-3-030-93155-1_64
16. Voronov A. A., Sobolevskaya T. G., Smirnova E. V., Shugaeva O. V., Ponomarev S. V. Managerial problems of enterprise development during the pandemic COVID-19. *Towards an Increased Security: Green Innovations, Intellectual Property Protection and Information Security. ISC 2021. Lecture Notes in Networks and Systems*. Springer, Cham, 2022, vol. 372, 841–851. https://doi.org/10.1007/978-3-030-93155-1_91
17. Антонова М. П., Баринова В. А., Громов В. В., Земцов С. П., Красносельских А. Н., Милогов Н. С., Потапова А. А., Царева Ю. В. Развитие малого и среднего предпринимательства в России в контексте реализации национального проекта. М.: «Дело» РАНХиГС, 2020. 88 с. [Antonova M. P., Barinova V. A., Gromov V. V., Zemtsov S. P., Krasnoselskikh A. N., Milogov N. S., Potapova A. A., Tsareva Yu. V. *Development of small and medium-sized entrepreneurship in Russia in the context of the implementation of the national project*. Moscow: "Delo" RANEP, 2020, 88. (In Russ.)]
18. Юсупова С. М. Роль малого предпринимательства в экономике России. *Вектор экономики*. 2020. № 8. [Yusupova S. M. Small business in the Russian economy. *Vektor ekonomiki*, 2020, (8). (In Russ.)] URL: <http://www.vectoreconomy.ru/images/publications/2020/8/worldeconomy/Yusupova.pdf> (дата обращения: 12.01.2023).
19. Molchan A. S., Osadchuk L. M., Anichkina O. A., Ponomarev S. V., Kuzmenko N. I. The 'Digitalisation trap' of Russian regions. *International Journal of Technology, Policy and Management*, 2023, 23(1): 20–41. <https://doi.org/10.1504/IJTPM.2023.129468>
20. Karpunina E. K., Shurchkova J. V., Kochetkova E. V., Ponomarev S. V., Tretyak V. P. Cybercrime in the system of economic security threats. *The 35th IBIMA conference: Proc. Intern. Sci. Conf.*, Seville, 1–2 Apr 2020, 2679–2690.
21. Strelnikova T. D., Klimentova E. A., Piven I. G., Starodubtceva A. S., Ivinskaya I. V. The impact of the COVID-19 recession on the Russian labor market. *Digital Technologies and Institutions for Sustainable Development*. Springer, Cham, 2022, 3–9. https://doi.org/10.1007/978-3-031-04289-8_1
22. Podorova-Anikina O. N., Karpunina E. K., Gukasyan Z. O., Nazarchuk N. P., Perekatieva T. A. E-commerce market: intensification of development during the pandemic. *Imitation Market Modeling in Digital Economy: Game Theoretic Approaches. ISC 2020. Lecture Notes in Networks and Systems*. Springer, Cham, 2022, vol. 368, 363–373. https://doi.org/10.1007/978-3-030-93244-2_40
23. Карпунина Е. К., Губернаторова Н. Н., Соболевская Т. Г. Эффекты пандемии COVID-19: новые паттерны потребительского поведения. *Вестник Северо-Кавказского федерального университета*. 2022. № 1. С. 63–76. [Karpunina E. K., Gubernatorova N. N., Sobolevskaya T. G. Effects of the COVID-19 pandemic: new patterns of consumer behavior. *Newsletter of North-Caucasus Federal University*, 2022, (1): 63–76. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/iyhzbo>
24. Ревина С. Ю., Третьякова Д. А. Электронная коммерция в России в условиях пандемических ограничений COVID-19. *Вопросы инновационной экономики*. 2021. Т. 11. № 4. С. 1319–1338. [Revinova S. Yu., Tretiakova D. A. E-commerce in Russia amid COVID-19 restrictions. *Voprosy innovatsionnoy ekonomiki*, 2021, 11(4): 1319–1338. (In Russ.)] <https://doi.org/10.18334/vinec.11.4.113757>
25. Taalbi J. What drives innovation? Evidence from economic history. *Research Policy*, 2017, 46(8): 1437–1453. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2017.06.007>
26. Савенко Н. Е. Форс-мажор и предпринимательские риски в период пандемии коронавируса. *Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Право*. 2020. Т. 20. № 3. С. 50–56. [Savenko N. E. Force majeure and business risks during the coronavirus pandemic. *Bulletin of the South Ural State University. Ser. Law*, 2020, 20(3): 50–56. (In Russ.)] <https://doi.org/10.14529/law200307>