

ПРОЦЕССЫ ЦИФРОВИЗАЦИИ В МАЛОМ И СРЕДНЕМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ РОССИИ И КИТАЯ, СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ

Аннотация. В статье представлен сравнительный анализ цифровизации малого и среднего предпринимательства (МСП) в России и Китае. Раскрыты ключевые направления государственной политики обеих стран, масштабы цифровой трансформации и уровень вовлечённости МСП в цифровую экономику. Выявлены основные препятствия и барьеры, затрудняющие оцифровку бизнес-процессов, проанализированы типовые решения и модели государственной поддержки. На основе анализа статистических данных и программных инициатив сформулированы выводы о различиях в темпах цифровизации и подходах к модернизации МСП. Подчёркнута важность расширения доступа малых предприятий к цифровым технологиям, обучению и финансовым ресурсам. Определены перспективные направления сотрудничества России и Китая в сфере цифровой трансформации МСП.

Ключевые слова: цифровизация, малое предпринимательство, средний бизнес, цифровая трансформация, государственная поддержка, облачные технологии, электронная коммерция, инновационная экономика

Введение

Цифровизация малого и среднего предпринимательства (МСП) рассматривается как стратегически важный процесс, способствующий повышению эффективности бизнеса и экономической устойчивости страны. Отмечается, что внедрение цифровых технологий позволяет МСП расширять рынки сбыта, оптимизировать операционные процессы и повышать инновационный потенциал компаний [Гималетдинова, 2024, с. 82]. В условиях динамичного развития цифровой экономики и усиления конкуренции переход МСП на современные технологические платформы становится необходимым условием для их выживания и роста. При этом цифровая трансформация

малого бизнеса имеет свои особенности – ограниченные ресурсы и компетенции требуют особого подхода и поддержки со стороны государства и иных институтов развития.

Цифровизация МСП в России

В Российской Федерации сектор МСП насчитывает миллионы предприятий, однако их вклад в экономику остаётся относительно скромным – порядка одной пятой части ВВП [Росстат, 2020, с. 10]. Государственная политика ставит цель увеличить роль малого бизнеса, в том числе через ускорение его цифровизации. На национальном уровне реализуется ряд инициатив и программ, призванных стимулировать внедрение цифровых решений в МСП. В 2019 г. в рамках нацпроекта «Цифровая экономика» был запущен федеральный проект по поддержке цифровой трансформации, по мнению К.А. Мызровой, - «предоставляющий малым предприятиям доступ к льготному приобретению отечественного программного обеспечения – до 50% стоимости компенсируется из бюджета» [Мызрова и др., 2024, с. 385]. Кроме того, создаются цифровые платформы для предпринимателей (например, порталы МСП.РФ), объединяющие онлайн-сервисы и меры поддержки бизнеса. Эти шаги направлены на снижение барьеров входа МСП в цифровую среду.

Тем не менее, уровень цифровой зрелости многих российских МСП остаётся низким. По результатам исследований, четверть малых и средних компаний вообще не инициировали процессы цифровизации, а почти 40% испытывают нехватку финансовых ресурсов для реализации соответствующих проектов [Мызрова и др., 2024, с. 383]. Среди ключевых препятствий предприниматели также выделяют недостаток ИТ-кадров и низкую мотивированность руководства к внедрению новых технологий. Пандемия COVID-19, с одной стороны, обострила эти проблемы, с другой – дала толчок к цифровому развитию – даже традиционные малые предприятия вынужденно осваивали онлайн-каналы и удалённые форматы работы. В результате ускорилось принятие базовых цифровых инструментов – например, все

больше фирм начали использовать электронную коммерцию, маркетинг в социальных сетях, облачные сервисы и онлайн-документооборот. Это подтверждается статистикой – к концу 2020 г. доля малых предприятий, активно применяющих электронный маркетинг и коммуникации, существенно выросла по сравнению с предыдущим годом. Однако для углубленной цифровой трансформации недостаточно точечного освоения инструментов – требуется комплексное перестроение бизнес-процессов, на что решаются пока немногие представители МСП. Таким образом, в России цифровизация МСП находится на начальном этапе – имеется понимание необходимости и примеры успешного внедрения, но широкое распространение сдерживается ограниченностью ресурсов и компетенций. Государственная поддержка играет важную роль в преодолении этих барьеров, дополняясь инициативами крупных технологических компаний (обучающие программы, готовые ИТ-решения для малого бизнеса и т.д.).

Цифровизация МСП в Китае

В Китае сектор МСП значительно более масштабен – по официальным данным, к концу 2022 года число малых и средних предприятий в стране превышало 30 миллионов, что составляет более 99% от общего количества компаний [Chen, 2024, p. 133]. Они обеспечивают около 60% ВВП и свыше 80% городских рабочих мест экономики Китая. Государство уделяет приоритетное внимание цифровому развитию этого сектора, рассматривая его как двигатель инноваций и роста. Уже с конца 2000-х годов в стране реализуются стратегии, направленные на интеграцию МСП в цифровую экономику (инициативы «Интернет+», развитие электронной коммерции, доступ к онлайн-платформам торговли и платежей). Благодаря этому китайские малые предприятия массово вовлечены в электронную торговлю и цифровые экосистемы – для многих из них продажи через маркетплейсы и соцсети, использование суперприложений (таких как WeChat) и онлайн-сервисов стали обыденной практикой ведения бизнеса.

В последние годы курс на цифровизацию МСП получил новое ускорение. Министерство промышленности и информатизации КНР (МИИТ) в 2022 г. объявило план действий по цифровой трансформации малого и среднего бизнеса. Документ устанавливает амбициозные целевые показатели, пишет в своем исследовании J. Wang – например, «к 2027 году не менее 40% всех МСП должны внедрить облачные решения» [Wang, 2025, p. 55]. Для достижения этих целей реализуется программа пилотных «городов цифровой трансформации» – в двух этапах отобрано 66 городов, где более 30 тысяч предприятий получили поддержку в оцифровке бизнеса. Особый акцент сделан на так называемых «малых гигантах» – технологически продвинутых компаниях МСП, которые обладают высоким инновационным потенциалом; планируется сформировать несколько тысяч таких образцовых предприятий, демонстрирующих успешный опыт цифровизации.

Несмотря на очевидные успехи Китая в создании цифровой инфраструктуры и цифровых платформ, уровень трансформации самих малых предприятий пока остаётся неравномерным. Исследования показывают, что подавляющее большинство китайских МСП (около 89%) находятся в начальной стадии цифровой трансформации, в то время как лишь 3% достигли этапа глубокой интеграции цифровых технологий в бизнес-процессы [Chen, 2024, p. 134]. Многие предприятия ограничиваются базовым набором онлайн-инструментов, и им предстоит пройти значительный путь для полноценного перехода на цифровые рельсы. В качестве основных препятствий указываются недостаток квалифицированных специалистов, проблемы кибербезопасности, а также необходимость существенных инвестиций, которые не все малые фирмы могут себе позволить. Тем не менее, в целом по стране наблюдается положительная динамика – увеличивается доля МСП, использующих облачные сервисы, системы управления ресурсами (ERP) и аналитику данных. Важную роль играют крупные китайские интернет-компании, предлагающие малому бизнесу готовые решения «под ключ» – от онлайн-маркетинга до облачных платформ для управления торговлей. Таким образом, Китай

демонстрирует более высокую скорость и масштабы цифровизации МСП, хотя и там основная масса предприятий ещё только осваивает возможности цифровой экономики.

Сравнительный анализ процессов цифровизации

Проведем сравнительный анализ ключевых показателей и условий цифровизации сектора МСП в России и Китае (см. табл. 1).

Таблица 1 – Сравнительная характеристика цифровизации МСП в России и Китае

Показатель	Россия	Китай
Количество МСП	~6,3 млн (2023 г.)	>30 млн (2022 г.) [Chen, 2024, p. 133]
Доля МСП в ВВП страны	~20–22% (оценка на 2020–2022 гг.) [Росстат, 2020, с. 10]	~60% (2022 г.) [Chen, 2024, p. 133]
Национальные программы цифровизации МСП	Федеральные проекты нацпрограммы «Цифровая экономика»; платформа МСП.РФ; гранты на ИИ и др. [Мызрова и др., 2024, с. 385]	План МПТ (2022) – города-пилоты (>60 городов, >30 тыс. предприятий); программа «малые гиганты» [Wang, 2025, p. 55]
Уровень внедрения цифровых технологий	Низкий – большинство компаний на начальном этапе, единичные кейсы продвинутой цифровизации (по оценкам, не более 15–20% МСП активно используют цифровые инструменты)	Средний – широкое применение базовых онлайн-инструментов, но глубокую цифровую трансформацию завершили лишь 3% МСП [Chen, 2024, p. 134]
Основные барьеры	Дефицит финансов, недостаток квалифицированных ИТ-кадров, слабая мотивация руководства [Мызрова и др., 2024, с. 383]	Недостаток кадров и экспертизы, киберриски, высокие затраты на внедрение, разрыв между городскими и сельскими МСП [Huang, 2021, p. 348]
Примеры цифровых платформ и лидеров	Ozon, Яндекс.Маркет (электронная коммерция); платформы госуслуг и «Мой бизнес» для МСП; региональные маркетплейсы	Alibaba, JD.com, WeChat (экосистемы электронной торговли и платежей); государственная платформа 服务 («на едином окне» для МСП)

Примечание: составлено автором на основании указанных источников.

Из таблицы видно, что процессы цифровизации малого бизнеса в Китае опережают российские по масштабам и глубине внедрения. В КНР создана более развитая цифровая экосистема, которой охвачено подавляющее

большинство предпринимателей – от онлайн-торговли до облачных сервисов. В России же цифровое проникновение в сегмент МСП происходит медленнее и носит фрагментарный характер. Китайские МСП в среднем активнее используют возможности интернета и мобильных технологий, тогда как российским зачастую не хватает ресурсов и знаний для полноценной цифровой трансформации. Например, в Китае уже более 40% малых предприятий задействуют облачные технологии и стремятся повысить цифровую зрелость, тогда как в России аналогичный показатель существенно ниже. В обеих странах признаётся важность цифровизации для повышения конкурентоспособности МСП, однако инструменты поддержки и контекст различаются. В Китае государство напрямую стимулирует технологическое перевооружение малого бизнеса крупномасштабными программами, объединяя усилия центральных и местных органов власти, крупных корпораций и финансовых институтов. Российская модель опирается на точечные меры – субсидии, льготное ПО, образовательные проекты – которые начинают приносить результаты, но пока не привели к массовому скачку цифровизации. Тем не менее, есть и общие черты – и в России, и в Китае главным двигателем процесса стала пандемия, заставившая МСП искать цифровые решения для выживания. Исследования китайских учёных, Guo H., Yang Z., Huang R., Guo A., подтвердили, что «цифровизация позволила малым предприятиям эффективнее справиться с кризисными явлениями и даже улучшила их показатели в условиях пандемии» [Guo, 2020, p. 63]. Аналогичные тенденции отмечались и в России, где компании, активно присутствующие онлайн, показали большую гибкость в период локдаунов.

Кроме того, для обеих стран характерно усиленное внимание к развитию искусственного интеллекта, больших данных и других передовых технологий в МСП. В Китае такие технологии интегрируются через сеть технопарков и «инкубаторов», помогая малым предприятиям тестировать и внедрять инновации. В России делаются первые шаги в этом направлении при поддержке центров «Сколково», Фонда содействия инновациям и профильных

акселераторов для МСП. Также и в России, и в Китае расширяется предложение готовых цифровых продуктов для бизнеса – от облачных бухгалтерских систем до сервисов электронной коммерции, что снижает порог входа для предприятий с ограниченными ресурсами. В то же время, разрыв между лидерами и аутсайдерами цифровизации внутри стран остаётся значительным. В КНР часть малых компаний в отдалённых регионах и традиционных отраслях также слабо оцифрована, несмотря на общенациональный прогресс. Таким образом, обеим экономикам предстоит продолжать работу над вовлечением максимального числа МСП в цифровую экономику, обмениваться успешными практиками и преодолевать возникающие препятствия. Эксперты подчёркивают, что для МСП критически важно устранить «цифровой разрыв» с крупными компаниями, обусловленный ресурсными ограничениями [Huang, 2021, p. 348]. Это подразумевает расширение доступа малого бизнеса к финансированию цифровых проектов, обучению персонала и современным инфраструктурным решениям.

Заключение

Сравнительный анализ процессов цифровизации МСП в России и Китае показывает, что, несмотря на разницу в масштабах и темпах, обе страны движутся в одном направлении – интеграции малого бизнеса в цифровую экономику. Китай значительно продвинулся в этом вопросе – созданная экосистема электронных платформ и активная государственная политика обеспечили массовое подключение МСП к цифровым услугам. Россия отстаёт, но предпринимает усилия для ускорения цифровой трансформации малого бизнеса, осознавая её важность для экономического роста и конкурентоспособности. Можно отметить, что успех цифровизации МСП во многом зависит от комплексной государственной поддержки, доступности технологий и готовности самих предпринимателей к организационным изменениям. Китайский опыт – масштабные инвестиции в инфраструктуру, вовлечение крупных IT-платформ, установка измеримых целевых ориентиров

– может быть полезен России. В свою очередь, российские МСП, преодолевая санкционные и финансовые ограничения, демонстрируют примеры гибкости и нишевой специализации, что тоже представляет интерес. В перспективе цифровизация станет обязательным условием выживания для подавляющего большинства малых и средних предприятий на обоих рынках. Таким образом, объективный тренд таков, что роль цифровых технологий в секторе МСП будет неуклонно расти, способствуя повышению производительности, появлению новых бизнес-моделей и усилению взаимодействия экономик России и Китая в цифровой сфере.

Список литературы

1. Гималетдинова Д.Ю. (2024). Цифровизация малого и среднего предпринимательства: возможности и перспективы развития. – С. 80–84.
2. Мызрова К.А., Панько Ю.В., Овчинникова С.В., Брюхачев В.А. (2024). Цифровая трансформация малого бизнеса: возможности, перспективы и препятствия // Креативная экономика. – № 12. – С. 380–390.
3. Росстат (2020). Основные показатели сектора малого и среднего предпринимательства в экономике России (статистические данные).
4. Chen J. (2024). Digital Transformation of Small and Medium Enterprises in China // Academic Journal of Sociology and Management. Vol. 2, No. 2. – pp. 130–138.
5. Guo H., Yang Z., Huang R., Guo A. (2020). The digitalization and public crisis responses of SMEs: Implications from a COVID-19 survey // Frontiers of Business Research in China. 14(1): 19.
6. Huang Y., Sun M. (2021). Three Challenges to Manufacturing Digitalization and How to Overcome Them: Lessons from SMEs in PRC // Harnessing Digitalization for Sustainable Economic Development: Insights for Asia. Asian Development Bank Institute. – pp. 139–156.

7. Wang J. (2025). Promoting Digital Transition of SMEs // Science and Technology Daily, 09.01.2025.