

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
«Тольяттинский государственный университет»

Институт финансов, экономики и управления

(наименование института полностью)

38.04.02 Менеджмент

(код и наименование направления подготовки)

Управление инновациями

(направленность (профиль))

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА (МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ)

на тему «Управление инновационным развитием в малом и среднем бизнесе
на примере внедрения электронных платежных систем»

Обучающийся

М.П. Пономарева

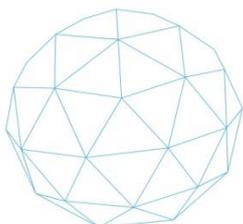
(Инициалы Фамилия)

(личная подпись)

Научный
руководитель

д-р экон. наук, доцент, В.В. Даньшина

(ученая степень (при наличии), ученое звание (при наличии), Инициалы Фамилия)



Тольятти 2024



Росдистант

ВЫСШЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ ДИСТАНЦИОННО

Оглавление

Введение.....	4
Глава 1 Особенности инновационного развития в малом и среднем бизнесе.....	11
1.1 Понятие инноваций и инновационной деятельности	11
1.2 Понятие инновационного менеджмента.....	14
1.3 Анализ развития предприятий малого бизнеса в РФ	16
1.4 Проблемы развития инноваций в сфере малого бизнеса.....	20
1.5 Стратегии инновационного развития в малом и среднем бизнесе	23
Глава 2 Электронные платежные системы в малом и среднем бизнесе	28
2.1 Электронные платежные системы как инструмент развития	28
малого бизнеса.....	28
2.2 Преимущества ЭПС перед традиционными методами оплаты	32
2.3 Значение ЭПС для малого и среднего бизнеса	35
2.4 Китайский опыт использования электронных платежных систем.....	40
2.5 Анализ методов и результатов внедрения ЭПС	43
2.5.1 Внедрение ЭПС в качестве стратегии	48
2.5.2 Идеи внедрения ЭПС на практике	50
2.5.3 Требования к внедрению ЭПС	51
2.5.4 Сложности во внедрении ЭПС	52
2.6 Развернутый анализ результатов внедрения электронных.....	53
платежных систем МСП по России	53
2.6.1 Определение переменных исследования	54
2.6.2 Популяция и выборка.....	55
2.6.3 Источники данных и инструменты сбора данных	56
2.6.4 Тест на валидность и надежность	56
2.6.5 Метод анализа данных	59
2.6.6 Характеристики респондентов	59
2.6.7 Дескриптивный статистический анализ	61
2.6.8 Тест на нормальность.....	62

2.6.9 Тест на Гетероскедастичность.....	64
2.6.10 Анализ множественной линейной регрессии	65
2.6.11 Влияние услуг электронных платежей (x1) и услуг электронной коммерции (x2) на производительность цепи поставок МСП (y)	66
2.6.12 Анализ ANOVA	67
Глава 3 Анализ результатов исследований и разработка рекомендаций	71
3.1 Анализ результатов исследований	71
3.2 Проблемы интеграции электронных платежных систем.....	73
российскими МСП	73
3.3 Практические шаги и решения для российских МСП,	76
на основе зарубежного опыта в области электронных платежей	76
3.4 Разработка концепции инновационного подхода к внедрению.....	77
ЭПС на малые и средние предприятия	77
3.5 Оценка результатов от внедрения концепции	80
«Платеж как Услуга» на предприятие, на примере расчётов.....	80
для компании ООО «Энергомекка»	80
Заключение	85
Список используемой литературы	88
Приложение А Анализ финансовых показателей ООО «Энергомекка» за 2021-2023гг.	94

Введение

В современном мире, где малый и средний бизнес играет немаловажную роль в экономике, инновационное развитие становится основополагающим фактором успеха и устойчивого развития. Управление таким развитием, особенно на примере внедрения электронных платежных систем, заслуживает особого внимания в контексте растущей цифровизации и изменения потребительских предпочтений. Эта работа направлена на исследование взаимодействия малых и средних предприятий с электронными платежными системами и оценку влияния таких систем на инновационное развитие бизнеса. Актуальность исследования подтверждается значительным вкладом МСП в мировую экономику и недостаточной интеграцией электронных платежных систем в бизнес-процессы российских предприятий. Задача работы - исследовать методы, условия внедрения и важность электронных платежных систем для МСП, а также определить преимущества и вызовы, сопутствующие этому процессу. Результаты данного исследования не только вносят вклад в научное понимание вопроса, но и предоставляют практические рекомендации для бизнеса, способствуя его инновационному развитию и повышению конкурентоспособности на рынке.

Тема выпускной квалификационной работы: «Управление инновационным развитием в малом и среднем бизнесе на примере внедрения электронных платежных систем».

База производственной преддипломной практики – ООО "ЭНЕРГОМЕККА".

Актуальность и научная значимость настоящего исследования заключается в том, что по оценкам на 2020-2021г более 70% компаний по всему миру являются МСП. Их доля в ВВП развитых стран в среднем составляет 64,8%, что говорит о их важной экономической роли. В России доля МСП в ВВП составляет лишь 21.9%, что сигнализирует о необходимости более

пристального внимания к развитию малого и среднего бизнеса в стране. Одним из рычагов повышения экономической эффективности малых и средних предприятий может являться внедрение электронных платежных систем. Особенно на предприятиях формата В2С особо важную роль играет возможность мгновенной оплаты со стороны клиента и зачисления средств на счёт продавца в один момент. От обработки платежей обычно зависит успешность деятельности МСП. В настоящее время поставщики платежных услуг играют важную роль в обеспечении выживания малых и средних предприятий на конкурентных рынках. В прошлом МСП полагались на традиционные способы оплаты. Однако безналичные платежи уже становятся тенденцией и многие МСП признают преимущества безналичных расчетов и готовы использовать их в долгосрочной перспективе. Успешная практика повсеместного использования электронных платежных систем в зарубежных странах, в частности Китае, и их содействие развитию малого бизнеса дает основание для создания и внедрения похожей системы в России. Появление электронных платежных систем представляет собой ключевой прогресс в финансовых технологиях, открывая беспрецедентные возможности для упрощения транзакций, повышения финансовой эффективности и конкурентоспособности предприятий. На примере реализации стратегии ЭПС в настоящей работе рассматриваются пути содействия инновационному развитию МСП.

Объектами исследования явились 120 предприятий малого и среднего бизнеса по России, большая часть которых уже внедрила ЭПС на свои предприятия.

Предмет исследования: взаимодействие МСП с электронными платежными системами, важность внедрения этих систем на предприятия, методы и условия внедрения ЭПС.

Цель исследования: Исследование взаимодействия малых и средних предприятий (МСП) с электронными платежными системами с целью оценки

влияния внедрения таких систем на инновационное развитие бизнеса. Анализ методов, условий и важности внедрения электронных платежных систем, а также препятствий и сложностей внедрения в контексте малых и средних предприятий с учетом их влияния на улучшение бизнес-процессов и эффективности управления в современной деловой среде.

Гипотеза исследования состоит в том, что внедрение электронных платежных систем (ЭПС) в малые и средние предприятия (МСП) существенно повышает уровень инновационного развития бизнеса, оптимизирует финансовые процессы, повышает оперативность и конкурентоспособность предприятия на рынке. В процессе исследования необходимо решить следующие задачи:

1. Анализ взаимодействия малых и средних предприятий с электронными платежными системами на основе изучения текущих моделей их использования.
2. Оценка влияния внедрения ЭПС на инновационные процессы и развитие бизнеса МСП.
3. Изучение методов и условий успешного внедрения электронных платежных систем в малых и средних предприятиях.
4. Определение преимуществ и вызовов, сопутствующих процессу внедрения ЭПС, а также выработка практических рекомендаций для оптимального использования электронных платежных систем в контексте МСП.
5. Исследование влияния электронных платежных систем на операционную деятельность малых и средних предприятий.
6. Проведение анализа уже существующих зарубежных и отечественных систем, выявления путей развития ЭПС в России.

Теоретико-методологическую основу исследования составили учебные материалы по специальности «Инновационный менеджмент», научные работы отечественных и зарубежных авторов по темам, связанным с электронными

платежными системами и их применением, данные Банка России, ФНС, статьи из научных журналов и открытые статистические данные.

Базовыми для настоящего исследования явились также результаты анкетирования и проведенных интервью с представителями МСП по России.

Методы исследования: анализ литературных источников и изучение методических, нормативных и проектных материалов по теме исследования; статистический; описание, обобщение и логический анализ; индукция; интервью. Обработка данных велась с использованием современных информационных технологий и таких пакетов, как: MSExcel, Statistica.

Опытно-экспериментальной базой исследования явились результаты проведенных полуструктурированных интервью и анкетирования с менеджерами и владельцами МСП, участвовавших в процессе внедрения ЭПС на свои предприятия.

Научная новизна исследования состоит в развитии теоретических положений и разработке методических рекомендаций по системной подготовке МСП к внедрению и использованию электронных платежных систем, разработке концепции универсальной платформы, упрощающей процесс интеграции ЭПС на предприятия.

К научным результатам, выносимым на защиту, относятся:

- в данной работе были дополнены и обоснованы теоретические аспекты по теме использования электронных платежных систем малыми и средними предприятиями, заполняя часть пробелов в исследовании данной темы в отечественной литературе. Это исследование не только частично заполнило пробелы в существующей отечественной литературе, но и внесло вклад в понимание вопросов применения ЭПС, обобщив мировой опыт и представив его в контексте национальной экономики;

- были развиты теоретические положения и разработаны методические рекомендации по системной подготовке МСП к внедрению и использованию электронных платежных систем, обеспечивающих необходимый уровень качества управления компанией в цифровой экономике для ускорения процессов транзакций и улучшения пользовательского опыта;
- была разработана концепция универсальной платформы "Платеж как Услуга" (Payment as a Service - PaaS), которая объединяет гибкость, масштабируемость и простоту использования в одном решении. Эта платформа предлагает МСП полный спектр платежных услуг, интегрированных с их существующими бизнес-процессами и системами управления.

Теоретическая значимость исследования расширении понимания о применении электронных платежных систем в контексте малого и среднего бизнеса. Анализируя и обобщая данные из различных источников, исследование выделяет ключевые аспекты успешной интеграции электронных платежных систем в деятельность предприятий малого и среднего размера. Предоставление эмпирических данных, подкрепленных интервью и анализом, углубляет наши знания о факторах, способствующих или препятствующих успешному внедрению ЭПС в данном сегменте экономики. Эти выводы могут пролить свет на принципиальные стратегии управления инновационным развитием в МСП и могут стать основой для разработки эффективных методик и рекомендаций для бизнес-сообщества, государственных органов и академической среды.

Практическая значимость исследования состоит в предоставлении ценных рекомендаций и реальных инсайтов, способствующих успешному внедрению электронных платежных систем в малых и средних предприятиях. Результаты и выводы, полученные в ходе анализа, могут быть непосредственно применены предпринимателями и руководителями МСП при планировании и

реализации стратегий усовершенствования платежных систем. Эти рекомендации имеют потенциал улучшить эффективность операций, повысить конкурентоспособность и обеспечить устойчивое развитие бизнеса.

Достоверность и обоснованность результатов исследования: Результаты данного исследования обоснованы комплексным подходом к анализу данных. Использовались проверенные и авторитетные источники на русском и английском языках, что обеспечило полное освещение темы. Качественные интервью с представителями бизнеса, столкнувшихся с процессом внедрения электронных платежных систем значительно обогатили полученные выводы. Методы контроля качества и систематический анализ данных минимизировали возможные ошибки, обеспечив более точные результаты, подтвержденные соответствием исходным гипотезам.

Личное участие автора в организации и проведении исследования состоит в сборе информации и проведении интервью, с последующим анализом данных непосредственно автором. Прямое взаимодействие с участниками позволило получить ценную и полезную информацию, уточнить данные и обеспечить качество информации, собранной для исследования.

Апробация и внедрение результатов работы велись в течении всего исследования. Концепции и основные выводы данной работы регулярно обсуждались на научных конференциях и семинарах, в том числе на мероприятиях, посвященных инновациям в бизнесе и применению электронных платежных систем. Важно отметить, что некоторые ключевые аспекты этой работы уже внедрены в практику управления малыми и средними предприятиями, о чем свидетельствуют положительные отзывы и рекомендации самих предпринимателей и руководителей бизнеса, а также представителей организаций, ориентированных на развитие МСП.

Результаты исследования были также отражены в публикации для международного журнала «Актуальные исследования» #8 (190), февраль '24.

Объем, структура и содержание работы. Магистерская работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка литературы (74 наименований) и приложения, включает 14 таблиц и 5 рисунков.

В первой главе «Особенности инновационного развития в малом и среднем бизнесе» проведено исследование категориального аппарата инновационной деятельности, инновационного менеджмента, выделены особенности и направления инновационного развития малых и средних предприятий в России.

Во второй главе «Электронные платежные системы в малом и среднем бизнесе» обобщена информация из зарубежных и отечественных источников по теме электронных платежных систем, проведен анализ и их влияние на операционную деятельность МСП в России, а также выявлены методы внедрения этих систем и вызовы, с которыми предприятия сталкиваются во время этого процесса.

В третьей главе «Анализ результатов исследований и разработка рекомендаций» были проанализированы результаты исследований из второй главы, разработаны рекомендации для компаний малого и среднего бизнеса, предложена концепция платформы «Платеж как услуга».

В заключении представлены основные выводы и предложения по результатам исследования.

1 Особенности инновационного развития в малом и среднем бизнесе

1.1 Понятие инноваций и инновационной деятельности

В современном быстроразвивающемся мире инновации являются ключевой движущей силой прогресса и конкурентоспособности. Это включает в себя создание и внедрение новых идей, процессов, продуктов или услуг, которые могут привести к значительным позитивным изменениям. Инновации можно определить как процесс внедрения новых идей, методов или решений, которые улучшают результаты или повышают ценность. Он выходит за рамки простого изобретения и включает успешную реализацию и принятие новых идей в практическое применение. При стратегическом развитии организации руководителям необходимо создавать или корректировать процедуры и структуры для создания и укрепления надлежащей культуры, необходимой для эффективного осуществления выбранной стратегии. [26] Wang and Ahmed (2004) определяют организационные инновации «...как общую способность организации поставлять новые продукты на рынок или открывать новые рынки, сочетая стратегическую ориентацию с инновационным поведением и процедурами.» [5] В то же время, Varegheh, Rowley и Sambrook (2009) определяют инновации как «...многоэтапный процесс, в рамках которого организации преобразуют идеи в новые или улучшенные продукты, услуги или процессы, чтобы продвигаться вперед, конкурировать и успешно выделяться на своих соответствующих рынках.»[32] На основе этих определений можно отметить одну общую черту: инновации требуют создания новых или укрепления существующих структур. Тем не менее, разрыв находится в фокусной стороне. Однако первостепенной целью инноваций является достижение целей компании.

Российским законодательством «инновация» определяется как «...введенный в употребление новый или значительно улучшенный продукт или процесс, новый метод продаж или новый организационный метод в деловой практике, организации рабочих мест или во внешних связях.» [26] Инновации могут происходить на разных уровнях, в том числе на индивидуальном, организационном и социальном. На индивидуальном уровне инновации предполагают создание творческих идей и решение проблем. Организация способствует инновациям с помощью процессов, структуры и культуры, которая поощряет эксперименты, риски и обучение. Социальные инновации включают разработку и внедрение инноваций для решения сложных социальных проблем, таких как устойчивое развитие или здравоохранение.

Инновационную деятельность Федеральный закон «О науке и государственной научно-технической политике» определяет как «деятельность (включая научную, технологическую, организационную, финансовую и коммерческую деятельность), направленная на реализацию инновационных проектов, а также на создание инновационной инфраструктуры и обеспечение ее деятельности». [54] Концепция инноваций включает в себя ряд измерений, включая технологический прогресс, бизнес-модели, процессы и социальные инновации. Технологические инновации — это создание и применение новых или совершенствование существующих технологий. [5] Это способствует прогрессу и подрывной деятельности в различных отраслях. Примерами технологических инноваций являются смартфоны, искусственный интеллект, технологии возобновляемых источников энергии и геномная инженерия. Инновации бизнес-модели включают в себя переосмысление и реорганизацию основных способов создания, доставки и получения стоимости предприятием. Как правило, речь идет о том, чтобы бросить вызов существующим нормам и предположениям, что приведет к появлению новых источников дохода и рыночных возможностей.

Примечательным примером является переход на Netflix от DVD - проката к потоковому сервису, который полностью изменил индустрию развлечений. Инновации в области процессов направлены на повышение эффективности, результативности и качества операций путем внедрения новых методов, инструментов или технологий. Он предназначен для упрощения рабочих процессов, снижения затрат и улучшения клиентского опыта. Бережливое производство, шесть сигм и гибкая методология являются примерами технологических инноваций, которые оказывают значительное влияние на такие отрасли, как производство и разработка программного обеспечения. Социальные инновации связаны с разработкой и внедрением новых решений социальных и экологических проблем. Она включает инициативы по улучшению доступа к здравоохранению, образованию, сокращению масштабов нищеты и устойчивому развитию. К числу примеров социальных инноваций относятся схемы микрокредитования, социальные предприятия и проекты в области возобновляемых источников энергии в недостаточно обслуживаемых общинах.

Инновации играют ключевую роль в стимулировании экономического роста, повышении конкурентоспособности и решении социальных проблем. Это позволяет организациям адаптироваться и процветать на динамичных рынках, тем самым повышая производительность и устойчивость. Инновации также стимулируют создание рабочих мест, привлечение инвестиций и повышение уровня жизни. В контексте глобальных проблем, таких как изменение климата и здравоохранение, инновации помогают находить устойчивые решения и повышать качество жизни. Это многогранная концепция, которая включает в себя создание и реализацию новых идей, процессов, продуктов или услуг. Она является важной движущей силой прогресса и конкурентоспособности во всех секторах. Содействуя техническому прогрессу, перестройке бизнес - моделей, совершенствованию процессов и социальным инициативам, инновации позволяют организациям и

обществу адаптироваться, процветать и решать насущные проблемы. Принятие культуры инноваций и инвестиции в НИОКР имеют решающее значение для раскрытия инновационного потенциала. По мере того, как мир продолжает развиваться, инновации остаются ключевым фактором успеха и позитивных преобразований.

1.2 Понятие инновационного менеджмента

В свою очередь, внедрение инноваций на предприятие является очень сложным и комплексным процессом, требующим специальных знаний и навыков. Любая организация должна постоянно думать о внедрении инноваций и улучшении ситуации. Чтобы организация могла существовать в течение длительного времени, она, безусловно, должна заботиться о своих продуктах и услугах. Это напрямую связано с обновлениями. Инновации требуют от руководства принятия многих решений и понимания ожидаемых результатов. Инновации напрямую связаны с изменениями. Практически каждое нововведение подразумевает изменения в организации. «Как правило, изменение — это переход объекта из одного состояния в другое, когда исходное состояние заменяется более полным.» [38] Прямые организационные изменения — это поглощение компанией новых идей, улучшение процессов и увеличение гибкости. Многие ученые предлагают различные определения организационных изменений, в том числе: ученые Моран и Брайтман определяют управление изменениями как «процесс постоянного обновления организационной структуры и потенциала». [58] Кроме того, организационные изменения можно определить как «фундаментальные изменения в структуре, ценностях и нормах, которые создают новый образ мышления в организации». [10] «Именно процессом внедрения, создания и поддержания инноваций и инновационных процессов занимается инновационный менеджмент.» [9]

«Иновационный менеджмент — это системный подход, используемый организацией для содействия созданию, внедрению и распространению инноваций.» [27] Он включает в себя ряд мероприятий, таких как: генерирование идей, распределение ресурсов, управление проектами и оценку эффективности работы. Эффективное управление инновациями позволяет организации максимизировать ценность и влияние своих инновационных усилий, которые в конечном итоге способствуют росту, конкурентным преимуществам и устойчивому успеху. «Иновационный менеджмент – это совокупность принципов, методов и форм управления инновационными процессами, инновационной деятельностью организационных структур (НИИ, КБ, фирмы) и их персоналом.» [25] «Это самостоятельная область экономической науки и профессиональной деятельности. Она направлена на формирование и обеспечение достижения любой организационной структурой инновационных целей путем рационального использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов.» [4]

Ключевыми компонентами инновационного управления являются: «...выявление и коммерческая оценка технологических и организационных возможностей; управление исследованиями и разработками; интеграция технологии в общую деятельность организации; стратегическое управление интеллектуальной собственностью; поддержание конкурентоспособности, продвижение на рынок новых продуктов; управление текущими и радикальными инновациями.» [18] «Иновационное управление представляет процесс постоянного обновления различных сторон деятельности фирмы. Оно включает не только технические или технологические разработки, но и любые изменения в лучшую сторону во всех сферах деятельности предприятия, а также в управлении процессом новых знаний.» [15]

Иновационный менеджмент создает определенные сложности для организации. К ним относятся противодействие переменам, избежание рисков, отсутствие культуры поддержки, ресурсные ограничения и трудности с

сбалансированной разведкой и разработкой. Преодоление этих сложностей требует инициативного подхода, приверженности со стороны высшего руководства и разработки соответствующих стратегий и процессов для управления рисками и их снижения. Организации должны создавать механизмы для отслеживания и оценки идей из различных источников, таких как сотрудники, клиенты и внешние заинтересованные стороны. Платформы креативного менеджмента, мозговые штурмы и инновационные вызовы могут быть использованы для стимулирования творчества. Идеи должны систематически оцениваться с точки зрения их осуществимости, соответствия стратегическим целям и потенциальной ценности.

1.3 Анализ развития предприятий малого бизнеса в РФ

Развитие малого бизнеса в России всегда было интересной темой из-за его потенциального влияния на экономический рост, инновации и создание рабочих мест. Анализ этого развития включает изучение факторов, способствующих росту и решению проблем, с которыми сталкиваются малые предприятия в стране. «Малые и средние предприятия — коммерческие организации, показатели деятельности которых не превышают законодательно установленных пороговых значений.» [4] «На данный момент по данным статистики на 2023 год количество малых и средних предприятий (далее МСП) в России составляет 6.01 миллионов, а их оборот от общего по РФ — 2194 миллиарда.» [6] На основе анализа рынка, представленном на рисунке 1, «...в предпринимательской деятельности можно выделить наиболее распространенные сферы: торговля, деятельность автомобильного грузового транспорта, строительство, онлайн-торговля.» [20]

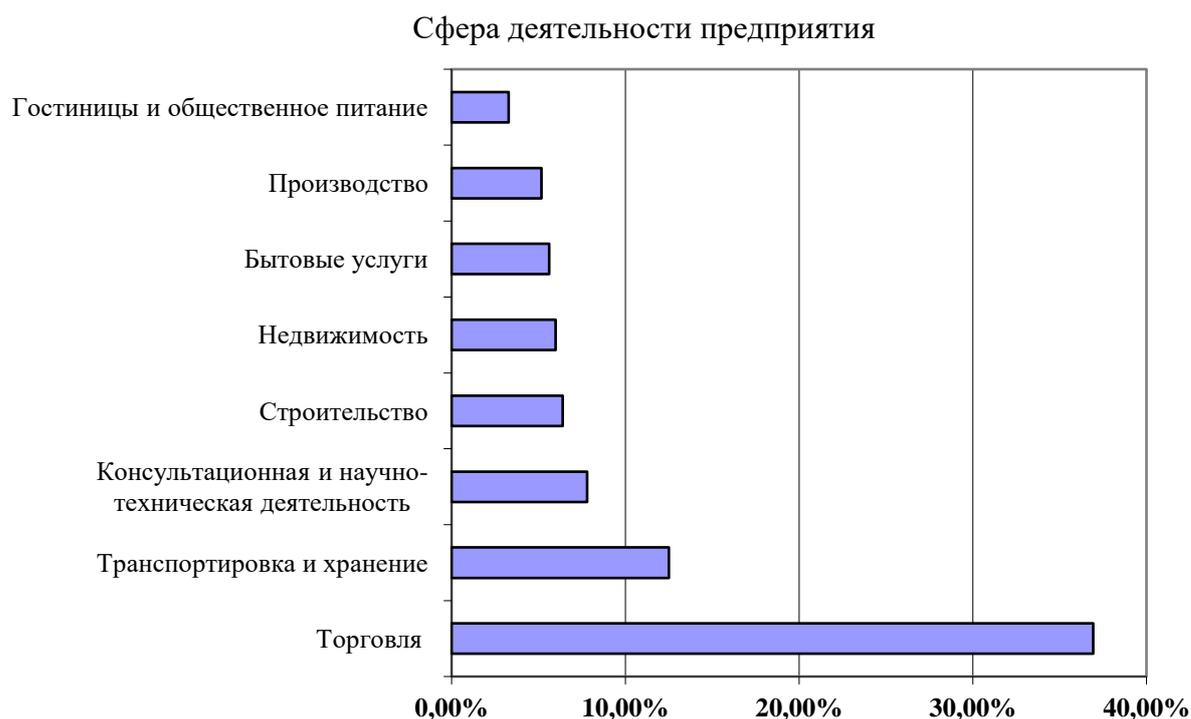


Рисунок 1 — Статистика российских МСП по сферам деятельности (разработано автором на основе данных сайта «ОПОРА РОССИИ» (opora.ru))

Малый инновационный бизнес отличается высокой эффективностью внедрения новых идей и технологий. «В зарубежных инновационных фирмах отношение числа нововведений к научному персоналу в четыре раза выше, чем в крупных организациях.» [61] В России, в организациях с числом сотрудников от 50 до 100 человек, доля инновационной продукции в общем объеме отгруженных товаров составляет 16,3%, в то время как средний показатель не превышает 12%. «Малые инновационные предприятия лидируют по количеству высококвалифицированных работников, объему инновационной продукции и услуг на одного сотрудника, а также по показателю наукоемкости продукции.» [50] «Важной характеристикой инновационной деятельности также является жизненный цикл производимой продукции, который у малых предприятий короче на 7 лет по сравнению с более крупными предприятиями.» [48] Таким образом, малый инновационный

бизнес имеет значительный потенциал экономического роста, который успешно реализуется во многих промышленно развитых странах, но пока не получил должного развития в РФ.

«В настоящее время только 6,2% всех предприятий в России занимаются внедрением инноваций, в промышленности этот показатель не превышает 10%, а в малом бизнесе составляет лишь около 3,5% предприятий, как оценивают разные источники.» [2] «Затраты на инновации не превышают 1,5% от стоимости промышленной продукции, в то время как в странах Европейского союза этот показатель составляет 4,2%.» [1] «В настоящий момент высокий инновационный потенциал предприятий малого бизнеса в РФ не используется на полную мощность. Только от 1 до 3% всех разработок, предложенных малым бизнесом в научно-технической сфере, реализуются. В промышленно развитых странах эта доля превышает 60%.» [21]

К факторам, влияющим на развитие МСП в России, можно выделить следующие:

- государственная политика и законодательство: государственная политика и законодательство играют важную роль в формировании среды для малого бизнеса. В России ведется работа по упрощению бюрократических процедур и снижению административной нагрузки на малый бизнес. Для поощрения предпринимательства были реализованы такие инициативы, как налоговые льготы, сокращение процедур регистрации и поддержка стартапов;
- каналы финансирования: доступ к финансированию имеет решающее значение для роста малых предприятий. Россия улучшила ситуацию, создав различные поддерживаемые правительством фонды и инициативы, направленные на финансовую поддержку стартапов и малого бизнеса. Тем не менее доступ к кредитам, предоставляемым традиционными

финансовыми учреждениями, по - прежнему сопряжен с трудностями, особенно в случае ранних предприятий, которые не имеют надежных данных о результатах своей деятельности;

- инфраструктура и технологии: наличие современной инфраструктуры и технологий имеет решающее значение для развития малого бизнеса. Наша страна работает над улучшением своей цифровой инфраструктуры, но есть возможности для дальнейшего развития, особенно в отдаленных районах. Доступ к высокоскоростному Интернету и цифровым инструментам может повысить конкурентоспособность малых предприятий, особенно тех, которые занимаются электронной торговлей и технологическими отраслями;
- инновации и НИОКР: инновации являются ключевым фактором роста малого бизнеса. Поощрение НИОКР может привести к созданию инновационных продуктов и услуг. Россия стремится продвигать инновации с помощью таких инициатив, как технологические парки, инкубаторы и гранты на исследовательские проекты;
- развитие навыков и человеческий капитал: квалифицированная рабочая сила имеет решающее значение для успеха малых предприятий. Россия имеет сильную систему образования, однако все ещё существует разрыв между академической подготовкой и практическими навыками, необходимыми бизнесу. Предоставление целевых учебных программ и поощрение образования в области предпринимательства может помочь подготовить группу квалифицированных предпринимателей и работников;
- культурные факторы и предпринимательство: культурное отношение к предпринимательству играет важную роль в развитии малого бизнеса. В России изменился

предпринимательский менталитет, и все больше людей задумываются о создании собственного бизнеса. Тем не менее, уклонение от риска и предпочтение стабильной занятости по-прежнему влияют на принятие решений людьми.

1.4 Проблемы развития инноваций в сфере малого бизнеса

Инновации являются ключевым фактором экономического роста и конкурентоспособности малого бизнеса в России. Тем не менее, путь инновационного развития был подорван различными проблемами, которые препятствовали прогрессу предприятий. В этой главе подробно рассматриваются препятствия, с которыми сталкивается малый бизнес в сложном стремлении к инновациям в России. Одной из причин, тормозящих развитие на малых и средних предприятиях, является недостаток собственного капитала. Кроме того, государство оказывает недостаточную финансовую поддержку таким предприятиям. Высокая стоимость внедрения новшеств и риск также оказывают негативное влияние на развитие инновационного бизнеса. Наконец, малое количество спроса на инновационные товары и услуги со стороны потребителей также является значимым фактором, ограничивающим рост и развитие таких предприятий.

Ограниченный доступ к финансированию является серьезным препятствием для инновационной деятельности малых предприятий. Несмотря на усилия правительства по стимулированию инноваций с помощью грантов и стимулов, обеспечение необходимых средств для исследований, разработок и расширения инновационных проектов остается сложной задачей. Традиционные финансовые учреждения, как правило, неохотно предоставляют кредиты малым предприятиям, не имеющим установленных

показателей деятельности, что приводит к значительному дефициту финансирования. [15]

Бюрократические барьеры еще больше усугубляют проблемы, связанные с инновациями. Преодоление сложных бюрократических процедур и нормативных барьеров является сложным процессом при поиске одобрения, патентования и лицензирования инновационных проектов. Эти сложности приводят к задержкам и росту затрат, мешают предпринимателям создавать инновационные предприятия и сдерживают потенциальный вклад малых предприятий в экономику. [14]

Вопросы защиты интеллектуальной собственности бросают тень на инновационные усилия. В то время как эффективная защита интеллектуальной собственности имеет решающее значение для стимулирования инноваций, в России сохраняется обеспокоенность по поводу соблюдения прав интеллектуальной собственности. Малые предприятия пытаются справиться с неопределенностью, связанной с нарушениями прав интеллектуальной собственности и сложностью их осуществления. Эти опасения часто мешают компаниям инвестировать в НИОКР и подрывают уверенность, необходимую для успешных инновационных инициатив. [61]

Культурная динамика и уклонение от рисков еще больше влияют на инновационные модели. В России культурные предпочтения стабильной и гарантированной занятости часто мешают людям заниматься бизнесом, который считается рискованным. Это культурное предубеждение ограничивает число потенциальных предпринимателей и препятствует развитию динамичной инновационной культуры. [17] Ограниченность сетей и препятствия на пути кооперации осложняют инновационное сотрудничество. Дефицитные сетевые платформы в сочетании с дефицитом доверия и менталитетом, основанным на конкуренции, препятствуют перекрестному слиянию идей, необходимых для управления инновациями. [19]

Необходимо также учитывать последствия введения экономических санкций против России. Санкции ограничивают доступ малых предприятий к международным рынкам, технологиям и инвестициям, что еще больше ограничивает их инновационный потенциал и тем самым усугубляет проблемы, с которыми они сталкиваются. [17] Эти санкции нарушают международные операции, ограничивают доступ к иностранным платежным сетям, но тем самым стимулируют разработку внутренних альтернатив.

Стимулируя локальные инновации, они, однако, препятствуют глобальной финансовой интеграции. Последующие колебания валютных курсов и обменных курсов усиливают неопределенность в международной торговле. Задача состоит в том, чтобы найти баланс между поощрением внутренних инноваций и поддержанием глобальных финансовых связей в период действия санкций. Именно на фоне санкционных действий Россия столкнулась с кризисом платежей. Сервисы бесконтактной оплаты Apple Pay, Google Pay, Samsung Pay приостановили деятельность для карт Visa, Mastercard и «Мир» на территории России. Что, однако, простимулировало развитие национальной платежной системы Мир. [19]

На основании графика по данным ЦБР на рисунке 2 видно, что с момента выпуска карты в 2015 по 2021 год увеличение выпуска карт шло постепенно, но с 2021 на 2022 год выпуск резко увеличился, что связано именно с уходом иностранных платежных систем и переход на национальную платежную систему. [57]



Рисунок 2 — Динамика эмиссии карт "Мир" (разработано автором)

1.5 Стратегии инновационного развития в малом и среднем бизнесе

В стремлении к устойчивому росту и повышению конкурентоспособности МСП признают ключевую роль инноваций. Основными целями участия МСП в инновационном развитии являются повышение конкурентоспособности, расширение бизнеса, адаптация к изменяющимся тенденциям, повышение эффективности деятельности и привлечение и удержание талантливых кадров. Для достижения этих целей МСП могут использовать ряд стратегических подходов. Стратегические рамки играют важную роль в руководстве МСП по инновационному развитию. Работа Calantone говорит о важности радикальных инноваций в стартапах как движущей силы инновационного развития. [34] Это подчеркивает необходимость того, чтобы малые и средние предприятия выходили за рамки инкрементных улучшений и вносили изменения в продукты, услуги или процессы.

Российские ученые также внесли значительный вклад в эту дискуссию. Евсеева М. (2019) подчеркивает важность стратегий, основанных на технологиях, в инновационном развитии МСП. [56] В исследовании подчеркивается роль внедрения, адаптации и интеграции технологий в качестве ключевых компонентов инновационных стратегий МСП и в соответствии с передовой мировой практикой.

Открытые инновационные модели и кооперативные предприятия становятся все более заметными в стремлении МСП к инновационному развитию. Зарубежными учеными была введена концепция открытых инноваций, интегрируя внешние знания и опыт в инновационный процесс. [43] Такой подход позволяет МСП использовать более широкий круг идей и ресурсов для ускорения инновационного цикла. «Открытые инновации представляют собой стратегию, которая заключается в целенаправленном обмене и использовании знаний для стимулирования внутренних инноваций и расширения рынков для внешнего применения инноваций» [31]. Данная стратегия подразумевает сотрудничество между компаниями и научно-исследовательскими учреждениями с целью обмена знаниями и идеями. «Открытые инновации также способствуют взаимодействию между стартапами, государственными исследовательскими институтами, университетами и внешними поставщиками.» [62] Этот подход позволяет более эффективно использовать внешние ресурсы и экспертизу для развития новых продуктов и услуг. Открытые инновации обеспечивают доступ к внешней информации и технологиям. [45]

Открытые инновации охватывают три ключевых элемента: привлечение внешних источников знаний, распространение собственных инноваций и создание партнерских сетей для совместного развития. [29] Первый аспект подразумевает активное использование идей и технологий извне для усиления инновационного потенциала компании, включая адаптацию внешних исследований и разработок для улучшения понимания рыночных тенденций и

потребностей потребителей. Второй аспект фокусируется на монетизации собственных разработок компании путем их предложения внешним партнерам или на рынке, что способствует расширению сфер применения инноваций. Синергия между входящими и исходящими процессами, другими словами, процесс сопряжения, способствует обмену знаниями и ресурсами с партнерами, что открывает новые рыночные возможности и укрепляет конкурентные позиции. [42]

В российских МСП открытые инновации могут играть важную роль в улучшении технических показателей и технологических процессов. Они ускоряют внутреннюю инновационную деятельность и способствуют повышению эффективности работы предприятий. На отечественном рынке открытые инновации чаще всего используются для коммерциализации уже существующих идей вместо проведения собственных научных исследований. Эффект от применения открытых инноваций заметен в улучшении продуктов, процессов и маркетинговых стратегий, а также в стимулировании цифровой готовности и успешной адаптации новшеств. [13] Концепция открытых инноваций позволяет бизнесу предлагать потребителям более качественные, оперативные, эффективные и экономичные решения. Внешние факторы, такие как конкуренты, партнеры, университеты, исследовательские институты, поставщики также играют важную роль в контексте открытых инноваций для МСП. Совместная работа в цепочках поставок подчеркивает взаимную пользу для всех участников от открытых инноваций. В целом, открытые инновации играют важную роль в развитии и улучшении МСП, помогая им повысить свою конкурентоспособность и достичь устойчивого роста.

В отечественных исследованиях подчеркивается роль межфирменного сотрудничества и создание сетей обмена знаниями в стимулировании инновационного развития МСП. [23] Эта совместная экосистема способствует обмену идеями и технологиями, а также инновациям в рамках МСП. Эпоха цифровой трансформации также привнесла новые измерения инновационного

развития в малые и средние предприятия. Цифровая трансформация добавляет новые аспекты к инновационному развитию, подчеркивая роль цифровых технологий в изменении бизнес-практик. Искусственный интеллект, аналитика больших данных и Интернет вещей становятся определяющими факторами в современной экономике. [55] Открытые инновации предлагают МСП новые возможности для расширения их деятельности, позволяя им внедрять передовые технологии и разрабатывать новаторские решения. Это открывает путь к более тесному взаимодействию с клиентами, а также к разработке более гибких и адаптивных бизнес-моделей, которые могут быстро реагировать на меняющиеся рыночные условия. Поддержка рискованных инициатив и признание возможности неудач создают благоприятную среду для инноваций, в которой сотрудники ощущают себя более свободными к экспериментам и творчеству. [65] Инвестиции в НИОКР представляют собой базовую стратегию, позволяющую предприятиям направлять свои ресурсы на изучение новых технологий и совершенствовать свою продукцию.

Заключение

В настоящее время, для малого бизнеса в России инновации становятся решающим фактором для экономического процветания и укрепления позиций на рынке. Однако, малые предприятия сталкиваются с рядом трудностей на пути к инновационному развитию. Высокие риски являются одним из основных факторов, замедляющих инновационные процессы на малых предприятиях. Сложности в получении финансирования, как внутреннего, так и внешнего, также значительно затрудняют возможности МСП внедрять инновации. Низкая выживаемость новых фирм, ограниченные возможности финансирования и недостаточная поддержка со стороны государства создают сложную среду для инновационного развития.

Инновационная невосприимчивость российской промышленности также является проблемой, создавая барьеры для успешного внедрения новых технологий и подходов. Ограниченный доступ к финансированию оставляет

предприятия в замкнутом круге, затрудняя выход на рынок с инновационными продуктами. Бюрократические препятствия также оказывают существенное воздействие на инновационное развитие. Долгие процедуры получения одобрений, патентования и лицензирования увеличивают временные и финансовые затраты на внедрение инноваций.

Проблемы защиты интеллектуальной собственности дополняют список проблем, с которыми сталкиваются малые предприятия. Неопределенность в соблюдении прав интеллектуальной собственности становится препятствием для инвестирования в научно-исследовательскую деятельность.

Однако, несмотря на эти препятствия, в российском малом бизнесе ценится роль инноваций как ключа к устойчивому развитию. Применение открытых инновационных подходов, создание кооперативов и интеграция цифровых технологий выступают как важные элементы для достижения успеха. Отечественные исследователи акцентируют внимание на значении технологических инноваций для малого бизнеса. Модели открытых инноваций и сети обмена знаниями помогают ускорить процесс внедрения новшеств. Для полноценного развития инноваций необходима активная государственная поддержка, лучший доступ к финансированию и минимизация бюрократических препон. Стратегии, ориентированные на клиента, и защита интеллектуальной собственности являются критически важными элементами успешного инновационного процесса малых и средних предприятий в нашей стране.

2 Электронные платежные системы в малом и среднем бизнесе

2.1 Электронные платежные системы как инструмент развития малого бизнеса.

В современной России стратегия экономического развития активно поддерживает инновации, охватывающие все секторы экономической деятельности с особым вниманием к развитию электронной и цифровой экономики. Это положительно сказывается на множестве отраслей, включая финансы, розничную торговлю, производство технологического оборудования, сельское хозяйство, транспорт и связь. «В эпоху цифровой трансформации участники финансового рынка активно продвигают цифровые продукты, включая системы онлайн-платежей. Платежные системы в мировой практике рассматриваются как средства и процедуры для совершения денежных операций между участниками.» [41] В современном мире онлайн-оплаты вытесняют традиционные наличные и пластиковые карты. Развитие онлайн-торговли создает благоприятные условия для совершенствования платежных систем, обеспечивая быстрые и безопасные транзакции. «Преимущества использования электронных платежей включают экономию времени, снижение риска потери денег, низкие транзакционные издержки, высокий уровень безопасности, точность данных, повышение эффективности процессов и увеличение объема продаж.» [61]

«Служба электронных платежей также известна как система безналичных платежей, при которой финансовые транзакции между покупателями и продавцами осуществляются онлайн» [63]. В результате исследования, проведенного Сапиан и Исмаил, «...использование безналичных транзакций оказывает влияние на производительность платежной системы, способствуя увеличению цифровых платежей и стимулируя экономический рост.» [52] Открытия в области финансовых

технологий, обозначенные Хутапеа, демонстрируют важные преимущества, которые IT-системы вносят в финансовую отрасль, помогая компаниям расти и совершенствовать обслуживание своих клиентов. [52] Исследование, проведенное Овусо и Джаджа, выявило прямую связь между использованием электронных платежей и повышением эффективности в логистике, особенно отмечая улучшения в доставке и соблюдении сроков. [60]

Исследование платежных систем включает анализ различных уровней их функционирования: «...различают макроэкономический уровень, включающий национальные, международные платежные системы, такие как Visa, MasterCard, платежная система банка России МИР, а также микроэкономический уровень, составляющий специализированные системы, которые обслуживают конкретные сегменты экономической деятельности (например, платежная система «Золотая корона»).» [7] Центральные банки играют ключевую роль, контролируя функционирование систем в качестве операторов, расчетных агентов и владельцев национальных систем.

Эффективная система платежей не только играет ключевую роль в обеспечении оперативности транзакций, но также влияет на экономические стратегии, включая регулирование процентных ставок и адаптацию монетарной политики. Регулирование платежных механизмов охватывает широкий круг вопросов: от совместимости международных систем до инноваций в технологиях и управлении рисками. В эпоху цифровизации, эти аспекты приобретают особое значение, поскольку цифровая трансформация кардинально изменяет структуру и принципы контроля над платежными процессами. Фокусируясь на снижении рисков, внедрении стандартов и поддержке новаторства, регуляторы стремятся разработать методы, способствующие гармонизации в платежной экосистеме.

Согласно "Мировому отчету о платежах за 2022 год", страны по всему миру принимают активные меры для улучшения платежных систем, как показано на рисунке 3.



Рисунок 3 — Статистика безналичных платежей в мире за 2016-2022 (млрд.) (разработано автором на основе: Global Payments Report 2022)

Расширение инфраструктуры цифровых платежей стимулирует рост безналичных транзакций. «Влияние COVID-19 подтолкнуло клиентов и бизнес внедрять цифровые технологии в повседневную жизнь, что поспособствовало распространению методов безналичной оплаты.» [16] В отчете международной консалтинговой компании PwC "Навигация в мире платежей" говорится, что «В период с 2020 по 2025 год мировые объемы безналичных операций вырастут на 80% с примерно 1 трлн транзакций почти до 1,9 трлн, а к 2030 году объемы вырастут в три раза. В Азиатско-Тихоокеанском регионе темпы роста будут выше: объем безналичных транзакций увеличится на 109% с 2020 по 2025 год и на 76% с 2025 по 2030 год. Далее следуют Африка (78%, 64%) и Европа (64%, 39%). Затем идет Латинская Америка (52%, 48%), а наименьшие темпы роста - у США и Канады (43%, 35%).» [51] Согласно данному отчету, 89% опрошенных представителей банковского, финтех и

платежного секторов выразили единодушное мнение о том, что динамика перехода к электронной коммерции будет продолжать увеличиваться, следовательно, требуется существенное вложение средств в технологии онлайн-платежей. Аналитики выделяют два параллельных течения в современных изменениях платежных систем. «Первое направление включает в себя эволюцию систем (с мгновенными платежами, оплатой счетов и требованиями об оплате, использованием пластиковых карт и электронными кошельками). Второе направление связано со структурными преобразованиями, в сущности, платежей, представленными инновациями вроде предложений "покупай сейчас, плати потом", криптовалют и цифровых валют центральных банков.» [8] «Среди макротрендов, оказывающих влияние на будущее платежей, особое внимание уделяется электронным кошелькам и цифровым валютам. Прогнозируется постоянный рост популярности мобильных платежей, с ожидаемыми совокупными темпами годового роста на уровне 23% в период с 2019 по 2024 год.» [44] Согласно экспертам, цифровые валюты находятся в фокусе внимания 60% центральных банков, причем 14% из них уже проводят пилотные проекты.

В контексте исследования российского платежного рынка выявляются такие тенденции, как "война" платежных систем, упрощение процесса смены банка обслуживания клиентов, а также работы по внедрению национальной цифровой валюты. «По статистическим данным Европейского Центрального банка, платежная система Еврозоны «Target» в течение трёх дней по своим каналам перераспределяет весь годовой европейский ВВП, что говорит о колоссальной значимости платёжных систем». [44]

Пандемия нанесла серьезный удар по малому и среднему бизнесу, который усугубился из-за мирового роста инфляции и продолжающихся геополитических конфликтов. Владельцы бизнесов из этого сегмента выражают потребность в платежных решениях, которые были бы не только просты и экономически выгодны в использовании, но также полностью

интегрированы в цифровую среду. Они также стремятся к получению товаров и услуг, которые могут быть максимально настроены под их уникальные бизнес-потребности. Таким образом, вопрос о внедрении электронных платежных систем становится стратегически важным в контексте современных трендов и потребностей рынка. В условиях глобальной неопределенности малые и средние предприятия акцентируют внимание на требованиях к удобству, экономичности и цифровой функциональности платежных систем. Неоспоримо, что электронные платежные системы (ЭПС) играют ключевую роль в удовлетворении этих потребностей. Обеспечивая удобство, оперативность и эффективность транзакций, ЭПС становятся неотъемлемым инструментом для повышения конкурентоспособности бизнеса в современной динамичной среде, а также способствуют более успешной адаптации к требованиям электронной экосистемы и предоставлению инновационных финансовых решений.

2.2 Преимущества ЭПС перед традиционными методами оплаты

В настоящее время мировая экономика переживает значительные изменения, на фоне которых наблюдается усиленный интерес и распространение электронных платежных систем. Этот тренд становится особенно заметным на фоне бурного развития цифровых технологий и сдвигов в предпочтениях потребителей. В этом параграфе представлен обзор основных преимуществ электронных платежей перед традиционными способами оплаты, как отражено в таблице 1.

Эффективность и быстрота транзакций: одним из основных преимуществ ЭПС является их непревзойденная эффективность и скорость. [12] В отличие от традиционных методов, таких как чеки или банковские переводы, которые могут потребовать значительного времени для обработки и подтверждения, ЭПС обеспечивают мгновенные переводы средств. Это

становится важным аспектом в мире, где бизнес-процессы и потребительский спрос требуют оперативных решений.

Удобство для предпринимателей и клиентов: ЭПС представляют собой удобный инструмент как для потребителей, так и для компаний. Пользователи могут легко осуществлять платежи, делать покупки и проводить финансовые операции, не выходя из дома. [12] Это существенно экономит время и упрощает весь процесс оплаты. С точки зрения предприятий внедрение ЭПС позволяет сократить обработку бумажной документации, уменьшить бюрократию и повысить эффективность финансовых операций.

Оптимизация затрат времени и ресурсов: внедрение электронных платежных систем способствует экономии времени и ресурсов для всех участников процессов. [64] Оплата осуществляется всего лишь несколькими касаниями, что исключает необходимость посещения банка и операций с наличными средствами. Это особенно актуально в международной торговле, где оперативные и эффективные финансовые транзакции играют ключевую роль.

Повышение безопасности и минимизация рисков: современные технологии шифрования и защиты данных активно интегрируются в электронные платежные системы, обеспечивая высокий уровень безопасности проводимых операций. [47] В отличие от наличных средств, которые могут быть потеряны или подделаны, ЭПС предоставляют средства для подтверждения личности и защиты информации, что необходимо для обеспечения доверия пользователей к цифровым платежам.

Расширенные возможности аналитики и учета: электронные платежные системы открывают уникальные перспективы для анализа и учета информации. Каждая совершенная транзакция оставляет цифровой след, что упрощает анализ денежных потоков, предпочтений клиентов и способствует повышению эффективности бизнес-процессов. Данная аналитика может быть использована для более точного прогнозирования тенденций, улучшения

маркетинговых стратегий и эффективного управления финансовыми ресурсами. [28]

Таблица 1 — Сравнительные характеристики ЭПС и традиционных способов оплаты (разработано автором)

Критерии сравнения	ЭПС	Традиционные способы оплаты
Безопасность	Электронные деньги невозможно утратить, но они подвержены риску кибератаки.	Кошельки и наличные деньги можно скрыть, но они могут быть похищены, если за ними не следить внимательно.
Конфиденциальность	Вводимые клиентские данные защищены передовыми инструментами.	О сохранности сбережений нужно беспокоиться самостоятельно.
Удобство	Онлайн-способы оплаты обеспечивают обратную связь с клиентами и могут быть автоматизированы.	С наличными деньгами требуется постоянное ношение и личные встречи с клиентами или их представителями.
Необходимость подсчёта	Электронные средства переносят функцию подсчёта на хранилище или платёжный инструмент.	Наличные всегда требуют физического взаимодействия и личный контроль.
Скорость	Онлайн-платежи не требуют длительного ожидания или перемещения – достаточно только интернет-соединения.	Оплата наличными занимает гораздо больше времени, чем онлайн-платежи.
Плата за сервис	Платёжные шлюзы и сторонние системы могут взимать плату за обслуживание.	Использование наличности не предполагает дополнительных платежей.
Экономия	Комиссии за электронные платежи обычно ниже, чем при оплате через банк.	В банках обычно взимается высокая комиссия.
Технические проблемы	Онлайн-платежи полностью зависят от интернет-соединения, что вызывает проблемы при возникновении проблем с сетью.	Технические затруднения с наличными обычно отсутствуют.

Предыдущие эмпирические исследования, изучающие факторы, которые мотивируют потребителей к использованию электронных платежей, выделяют такие аспекты, как: восприятие полезности, удобства, отношения к этой технологии, культурные особенности, ожидания от эффективности, безопасность, доверие, влияние социального окружения, вопросы управления и общее поведение пользователей. [30] Все эти элементы вносят свой вклад в положительное отношение потребителей к продолжению использования электронных платежей. Однако вопрос о готовности владельцев малого и среднего бизнеса применять электронные платежные системы (ЭПС) продолжает оставаться открытым и требует дополнительного анализа. «Возможные причины этого могут быть связаны с различными внутренними факторами, такими как возраст, пол, уровень знаний и опыта, стаж ведения бизнеса и особенности деловой среды. Кроме того, влияние на намерения могут оказывать изменения в поведении потребителей, технологические трансформации и внешние факторы, такие как рыночные условия и воздействие государственных сил.» [46] Перечисленные факторы следует рассматривать как потенциальные предикторы, учитывая характер предприятия и принадлежность к сегменту малого и среднего бизнеса. С точки зрения владельца, качество обслуживания будет напрямую влиять на готовность клиентов к повторным покупкам.

2.3 Значение ЭПС для малого и среднего бизнеса

Электронные платежные системы значительно улучшают процесс обмена платежами между предпринимателями, поставщиками, сотрудниками, клиентами и государством, что, в свою очередь, снижает транзакционные издержки. Эти системы предоставляют предпринимателям более удобный доступ к кредитным продуктам для открытия или расширения бизнеса, что стимулирует предпринимательскую активность.

Развивающиеся страны должны поддерживать цифровые финансовые услуги, инвестируя в необходимую физическую и нормативную инфраструктуру и работая с частными организациями над обучением пользователей. «В 2021 году 11% взрослого населения в странах с высоким уровнем дохода будут самозанятыми предпринимателями, в сравнении с 25% в развивающихся странах, где предпринимательская деятельность может стать основным источником дохода в условиях отсутствия официальных рабочих мест.» [59] Предпринимательство также способствует созданию новых платных рабочих мест и повышению уровня занятости населения.

Электронные платежные системы открывают для предпринимателей возможность проводить транзакции за товары и услуги с использованием разнообразных цифровых каналов, таких как мобильные приложения, онлайн-платформы и многие другие, минуя необходимость в обращении к наличным деньгам или чекам. «Доля взрослых в развивающихся странах, которые совершают или принимают цифровые платежи, выросла с 35% в 2014 году до 57% в 2021 году.» [40] Такая тенденция к использованию цифровых платежей не только упрощает повседневные операции для бизнесменов, особенно на новых рынках, но также способствует ускорению процесса регистрации предприятий и сокращению времени на осуществление платежей по лицензиям и разрешениям, необходимым для ведения бизнеса.

Зарплатные выплаты в электронном виде позволяют значительно экономить время, уменьшать издержки, повышать прозрачность финансовых операций и расширять доступ сотрудников к различным финансовым услугам, включая открытие счетов и получение кредитов. Это, в свою очередь, дает предпринимателям возможность формировать кредитную историю для улучшения условий доступа к рабочему и инвестиционному капиталу. Применение цифровых инструментов в налоговой отчетности и социальных выплатах сокращает расходы на соблюдение налогового законодательства. Электронные платежи упрощают процесс оплаты, обеспечивают безопасность операций и улучшают доступность сервисов. Они также повышают

эффективность государственных программ поддержки малого бизнеса, уменьшая утечку средств и обеспечивая прозрачность транзакций. Переход к таким формам оплаты может сэкономить время и средства для крупных предприятий с большим штатом сотрудников. «В 2021 году 17% взрослого населения в развивающихся странах (61% работников частного сектора) получали свою заработную плату непосредственно на банковские счета.» [33] Такие цифровые транзакции предоставили сотрудникам доступ к официальным финансовым услугам, таким как банковские счета и кредиты, что позволило им лучше контролировать свои финансы. «Исследование, проведенное в Бангладеш, показало, что в течение двух лет после начала прямых выплат работникам через цифровые банковские счета средние затраты на распределение заработной платы на заводах снизились более чем на 50%.» [35] Электронные платежные системы обеспечивают не только точность выплат, но также предоставляют дополнительные возможности для аудита и отчетности в цепочке поставок. Например, информация о времени и сумме выплат заработной платы фиксируется в ежемесячных цифровых записях от банков или мобильных платежных поставщиков. «По данным этого же исследования, проведенного в Бангладеш, стоимость выплаты заработной платы наличными работникам фабрик составляет около 0,44 доллара на одного работника в месяц.» [36]

Электронные выплаты заработной платы обладают значительными преимуществами для работников. Например, исследование в Бангладеш выявило, что работники, получающие заработную плату на банковский счет, удвоили свои сбережения по сравнению с теми, кто получал деньги наличными. Это способствовало более эффективному управлению финансами и упрощению проведения платежей. «Электронные выплаты зарплаты также позволяют работникам хранить деньги на традиционных счетах или электронных кошельках - в странах, с развивающейся экономикой, 71% взрослых, получающих зарплату в цифровом виде, хранят деньги на счетах.» [64]

Электронные платежи также способствуют укреплению экономических прав женщин, предоставляя им больший контроль над своими финансами. Это особенно важно в контексте социокультурных барьеров, с которыми женщины могут столкнуться при управлении собственными средствами. Цифровые переводы могут укрепить позиции женщин в семье, предоставляя конфиденциальность платежей и возможность скрыть информацию о поступлениях от других людей.

Кроме того, переход на цифровые платежи включает в финансовую систему тех работников, которые ранее были отрезаны от банковских услуг. Получая заработную плату на банковский счет, эти работники начинают регулярно совершать официальные финансовые операции, что расширяет их доступ к финансовым возможностям. «В 2021 году 32% взрослых в развивающихся странах открыли свой первый счет именно для получения заработной платы.» [59] Эксперты оценивают, что перевод зарплат в электронную форму в частном секторе может вовлечь в официальную финансовую систему до 175 миллионов взрослых, ранее не имевших банковских счетов. На рисунке 4 представлена статистика по странам, отражающая в какой форме взрослое население получает заработную плату.

«Согласно глобальной базе данных Findex 2021, 91% взрослых в развивающихся странах, получающих заработную плату в цифровом виде, осуществляют цифровые платежи (в том числе платежи за коммунальные услуги, платежи торговцев и денежные переводы), 48% официально занимают деньги, а 51% официально откладывают.» [33]

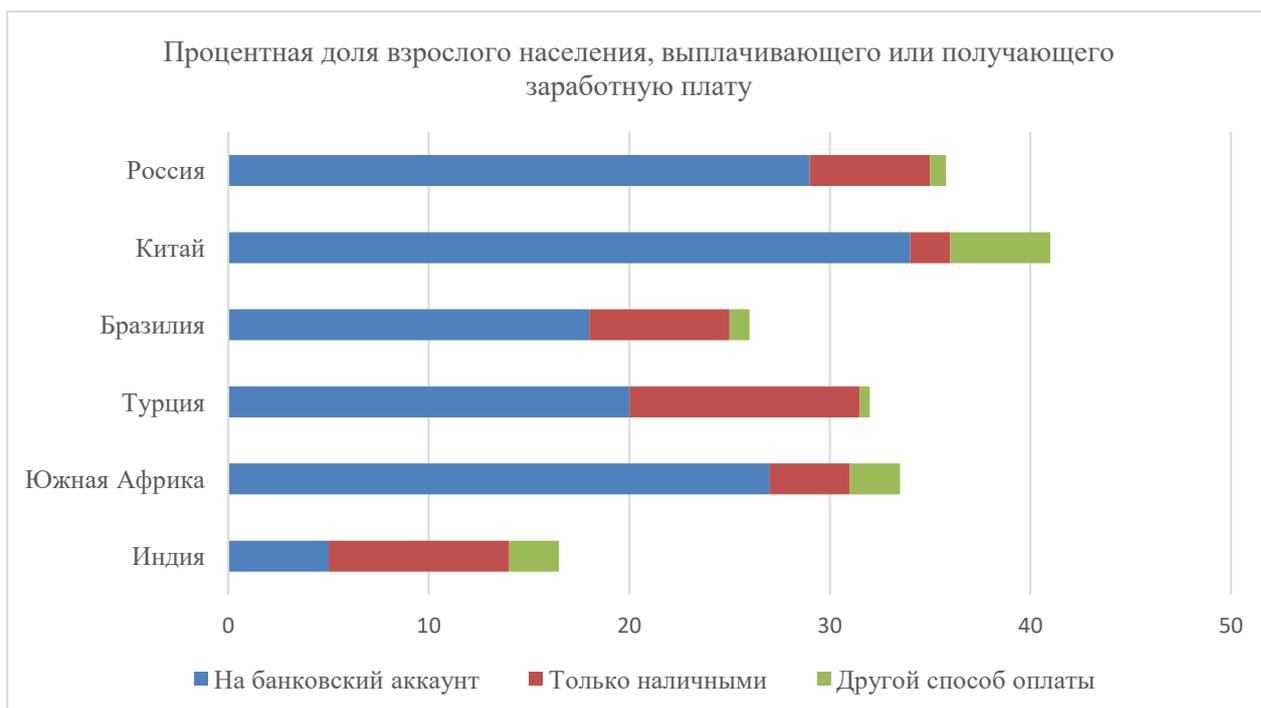


Рисунок 4 — Процентная доля взрослого населения, выплачивающего или получающего заработную плату (разработано автором)

Эффективные цифровые платежные решения могут значительно способствовать усилению вовлеченности рабочей силы в экономику развивающихся стран. В этом процессе важную роль играют как государственные органы, так и финансовые учреждения, активизируя доступность и применение цифровых платежей для предпринимателей, их клиентов и работников. основополагающим фактором здесь выступает обеспечение безопасности и доверия к цифровой платежной инфраструктуре со стороны правительств, что включает в себя разработку и поддержку законодательных рамок защиты прав потребителей. Отсутствие такой защиты может подорвать доверие к цифровым платежам и помешать достижению целей в области финансового доступа.

Цифровые платежные системы, несмотря на их удобство, тают в себе риски, связанные с безопасностью данных, такие как возможность кражи данных карт и аккаунтов. В связи с этим, системы должны обладать высокой

степенью защиты от мошенничества и киберугроз, а также иметь четкие планы действий на случай выявления уязвимостей или чрезвычайных ситуаций. Создание благоприятных условий для стимулирования инноваций, соревнования, а также обеспечение доступа к качественной цифровой инфраструктуре, особенно в удаленных районах, станет ключевой задачей для государственных органов. Финансовые организации и банки должны разрабатывать и предлагать новые продукты и услуги, отвечающие потребностям малого бизнеса, особенно в дистанционных зонах. Важно не только разрабатывать простые и понятные финансовые приложения, но и активно работать над повышением осведомленности населения о преимуществах цифровых платежей через образовательные программы. Для успешного внедрения цифровых платежных систем необходимо обеспечить обучение работников по основам использования электронных систем, включая безопасность PIN-кодов и решение возможных проблем. Успешные инновации в цифровых платежных системах показывают, что люди быстро адаптируются к новым технологиям и ценят комфорт и эффективность хорошо разработанных систем.

2.4 Китайский опыт использования электронных платежных систем

В середине 2023 года, Китай наблюдал заметный подъем в области мобильных платежей, что было стимулировано принятием государственных мер, нацеленных на поддержание устойчивого роста экономики. Эксперты ожидали, что к концу данного периода, объем мобильных транзакций через банки может взлететь до 140 триллионов юаней. Данные, предоставленные Econometric Analysis, показали, что объем транзакций через сторонние мобильные платежные сервисы увеличился до 86,01 триллиона юаней, что на 1,02% превышает результаты предыдущего квартала. Это свидетельствует о

возрастании потребительской активности в таких областях как жилье, общепит, культурные мероприятия и туризм. Был отмечен рост оффлайн-трафика, что поддержало роль потребительских расходов в качестве ключевого двигателя экономического прогресса, с общим объемом транзакций, достигшим 14,61 триллиона юаней. Повышение уровня доверия потребителей положительно отразилось на тенденциях онлайн-покупок и розничных продаж, укрепив позиции бизнеса, занимающегося сторонними мобильными платежами, в условиях фондовой нестабильности и колеблющихся настроений среди инвесторов.

Специальное внимание со стороны платежных организаций было уделено сегменту B2B, где предлагались уникальные платежные решения и электронные сервисы, направленные на цифровую трансформацию предприятий. За этот период компании вроде Alipay и Tencent Financial значительно расширили спектр своих услуг, внося вклад в развитие коммерческой деятельности и цифровизацию сервисного сектора.

Активный рост трансграничной электронной торговли и появление новых бизнес-моделей значительно усилили развитие трансграничных платежных систем. Для мелких и средних предприятий (МСП), стремящихся к быстрой реализации своих товаров и услуг и оперативному получению доходов, это стало особенно актуально. Взять хотя бы город Иу — крупнейший торговый хаб Китая, где была запущена система Yi Pay (YiwuPay). «Этот инновационный глобальный платежный канал предназначен для упрощения процессов оплаты для свыше 900 тысяч участников местного рынка и 2,1 миллиона МСП.» [66]

Китай демонстрирует, как значима роль трансграничных платежей в процессе глобализации деятельности МСП и как важно активно внедряться на международные рынки. Сотрудничество с передовыми технологическими компаниями и использование опыта выхода на новые рынки обеспечивают необходимую поддержку в удовлетворении потребностей трансграничных

платежей. Также нельзя не отметить динамику развития сторонних платежных платформ в Китае, которые активизируют стремления малого и среднего бизнеса к расширению своего присутствия на глобальной арене. Согласно информации от China UnionPay, трансграничные платежные операции растут с каждым днем, особенно это заметно на фоне постепенной интернационализации китайской валюты. [37] Технологически оснащенные китайские компании, благодаря своему опыту в расширении рынка, находят новые способы удовлетворения возрастающего спроса на трансграничные платежные услуги как среди бизнеса, так и среди населения.

Чтобы поддержать МСП в их стремлении выходить на международные рынки, им предлагаются доступные трансграничные финансовые услуги. Эти услуги обещают быструю и простую обработку платежей с минимальной комиссией, не превышающей 1%. Один из ярких примеров эффективного применения таких платежей — производитель экологически безопасных мешков для утилизации отходов домашних питомцев. Используя трансграничные платежные решения от Wanlihui, эта компания смогла сократить расходы на комиссии и ускорить процесс возврата средств на внутренний рынок.

Бурное развитие трансграничной электронной торговли стимулировало рост спроса на соответствующие платежные сервисы, что подтверждается увеличением объема международной торговли через электронные каналы до 2,11 триллиона юаней за 2022 год. Это свидетельствует о значительных перспективах для дальнейшего расширения данной сферы. Ли Мингтао, глава Исследовательского института при Китайском центре международной электронной коммерции, отмечает, что трансграничные операции занимают более 80% всего объема электронной торговли. Внедрение и развитие сервисов трансграничных платежей для электронной коммерции играют ключевую роль в росте и процветании данного направления бизнеса.

Платформы для трансграничных платежей предлагают мультивалютные и многоканальные сервисы, специально разработанные для малого и среднего бизнеса, участвующего в международной торговле. Эти решения играют критическую роль для компаний с ограниченными финансовыми ресурсами, ускоряя циркуляцию капитала и полностью обеспечивая специфические запросы этих бизнесов. Благодаря сниженным комиссиям, которые предлагают эти платформы, предприятия могут экономить на расходах, связанных с ведением бизнеса. Ранее, для осуществления трансграничных операций, малые предприятия прибегали к услугам международных финансовых гигантов и сталкивались с высокими комиссиями, превышающими 3%. Внедрение платформ китайских поставщиков, таких как Lianlian International и Ping Pong Payment, позволило существенно уменьшить эти расходы, установив размер комиссии около 1%.

Платформы вроде Wanli Hui, работающие в партнерстве с Alipay, обслуживают нужды китайских микрокомпаний, занимающихся ВЭД, предлагая им комплексные услуги для глобального сбора платежей, международных переводов, управления валютными рисками и прочих финансовых операций. Такое сотрудничество дает МСП возможность не только сократить затраты и упростить процессы оплаты, но и быстрее реализовывать международные бизнес-проекты. В результате такой интеграции число иностранных рынков, доступных для каждого такого предприятия, возросло с 3,5 в 2012 году до 6,5 в 2022.

2.5 Анализ методов и результатов внедрения ЭПС

Внедрение ЭПС в малые и средние предприятия (МСП) может быть реализовано с учетом трех различных подходов: «высокотехнологичное лидерство, подготовка к управленческой поддержке и активное обучение с

управлением потенциалом.» [11] Такие стратегии позволят российским компаниям эффективно использовать свои технологические ресурсы, человеческий капитал и другие бизнес-возможности для успешного внедрения электронных платежных систем.

Первый подход предполагает руководство, основанное на высоких технологических знаниях и навыках. «Он включает в себя способность объединить существующие корпоративные стратегии с техническими тенденциями, создавая тем самым ценность для электронных платежных систем (ЭПС).» [11] Недавние исследования показали, что многие менеджеры и владельцы предприятий часто не обладают необходимыми знаниями в области информационных технологий (ИТ). Это отсутствие навыков и технических знаний, совместно с фокусировкой на максимизации прибыли в текущий момент, остается ключевым барьером для эффективного внедрения и оптимизации инвестиций среди малых и средних предприятий (МСП) в России в краткосрочной и среднесрочной перспективах.

Второй подход акцентирует внимание на необходимости подготовки и поддержки управления, подчеркивая критическую роль эффективного лидерства владельцев средних и малых предприятий для успешного внедрения проектов по внедрению систем электронных платежей. «Участие владельцев МСП в таких проектах обеспечивает финансирование и повышает осведомленность сотрудников о важности внедрения подобных систем.» [11] Однако неудачи в реализации систем электронных платежей (ЭПС) могут быть вызваны отсутствием опыта у менеджеров, занимающихся разработкой и внедрением систем, а также «...нехваткой необходимых ресурсов, доверия, безопасности, сотрудничества и взаимной выгоды. Ключевое значение имеет вовлечение всех заинтересованных сторон, включая сотрудников, клиентов и партнеров, в процесс разработки системы.» [53] «Эффективное управление изменениями в области персонала, процессов и технологий является одним из наиболее значимых вызовов при реализации систем учета финансов и

бюджетирования, требующим активной поддержки со стороны высшего руководства.» [49]

Третий подход, связанный с активным обучением и управлением компетенциями, представляет собой стратегию, направленную на внутреннее обучение, адаптацию и применение новых инноваций в рамках собственного бизнеса. Эта идея также применима к внедрению систем электронных платежей (ЭПС), что способствует укреплению позиций компании. В таком контексте, руководители объединяют сотрудников вокруг общей миссии, доверия и совместных ценностей, чтобы гармонично адаптироваться к нововведениям в технологиях и системах. «Особенно важно, что в малых предприятиях иерархия устроена проще, что облегчает прямое взаимодействие и тесное общение между работодателями и работниками. Это способствует созданию более единой корпоративной культуры и предоставляет возможности для обучения и освоения новых знаний.» [49]

Данное исследование представляет собой качественный анализ, проведенный среди представителей малого и среднего бизнеса в Хабаровском крае, Россия. Цель исследования заключалась в понимании стратегий, методов внедрения, проблем и требований к инициативам по использованию электронных платежных систем (ЭПС) среди этих предприятий. Для этого были использованы личные полуструктурированные интервью через дистанционные технологии с 30 предпринимателями из различных секторов бизнеса, уже использующими ЭПС. Исследование охватывало широкий спектр малых и средних предприятий (МСП). На вопросы из интервью отвечали владельцы, менеджеры или ключевые лица, ответственные за принятие решений о включении электронных платежных систем (ЭПС) в их деятельность. Продолжительность беседы варьировалась от 30 до 45 минут, в течение которых обсуждались впечатления и точки зрения участников на тему стратегий и методов интеграции ЭПС в их предприятия. Это включало в себя проблемы и требования к внедрению ЭПС в их бизнесах. После записи интервью они были транскрибированы, а затем данные были анализированы с

использованием тематического анализа, который позволил выделить основные темы и коды, используя принципы обоснованной теории. Коды помогли обобщить информацию из интервью, что затем использовалось для выявления общих тем и паттернов. При проведении транскрипции интервью имена участников были заменены кодовыми номерами. Участники данного исследования были обозначены кодами МСП_1_В и МСП_2_М: "МСП" указывает на малое или среднее предприятие, "В" - владелец, "М" - менеджер или респондент, занимающийся маркетингом. Подробности о численности сотрудников, должности респондента, местоположении и секторе бизнеса в каждом случае были учтены и представлены в таблице 2. Для этого все интервью были транскрибированы буквально, затем проанализированы и подведены к обобщенным темам с использованием техник тематического анализа.

Повторное и систематическое исследование данных - ключевой аспект качественного анализа. Оно обеспечивает надежность и точность интерпретаций. Для этого проводилось повторное кодирование данных с использованием тематического кодирования. При этом некоторые кодировки прошли проверку и перепроверку исследователем, обеспечивая более точное понимание содержания. Итеративный процесс кодирования и анализа включал несколько этапов перед выявлением основных тем. Это позволило выделить ключевые темы и собрать мощные цитаты прямо из слов участников, что придает данным большую достоверность и контекстуальную значимость.

Таблица 2 — Информация об участниках опроса (разработано автором)

Участники интервью	Кол-во сотрудников	Сектор бизнеса	Стаж деятельности
МСП_1_В	1-30	Торговля	менее 1-го года
МСП_2_В	1-30	Строительство	менее 1-го года

Продолжение таблицы 2

Участники интервью	Кол-во сотрудников	Сектор бизнеса	Стаж деятельности
МСП_4_В	1-30	Консалтинг и научно-техническая деятельность	менее 1-го года
МСП_5_В	1-30	Недвижимое имущество	менее 1-го года
МСП_6_В	1-30	Строительство	от 1-го года до 3-х лет
МСП_7_В	1-30	Транспортировка и хранение	от 1-го года до 3-х лет
МСП_8_В	1-30	Торговля	от 1-го года до 3-х лет
МСП_9_В	1-30	Торговля	от 1-го года до 3-х лет
МСП_10_В	1-30	Торговля	от 3-х до 5-ти лет
МСП_11_В	1-30	Строительство	от 3-х до 5-ти лет
МСП_12_В	1-30	Гостиницы и общественное питание	от 3-х до 5-ти лет
МСП_13_М	1-30	Бытовые услуги	от 3-х до 5-ти лет
МСП_14_М	1-30	Образование	от 5-ти до 10-ти лет
МСП_15_М	1-30	Сфера бьюти-услуг	от 5-ти до 10-ти лет
МСП_16_М	1-30	Торговля	от 5-ти до 10-ти лет
МСП_17_В	1-30	Недвижимое имущество	от 5-ти до 10-ти лет
МСП_18_М	1-30	Строительство	от 3-х до 5-ти лет
МСП_19_М	1-30	Обрабатывающие производства	от 3-х до 5-ти лет
МСП_20_М	1-30	Торговля	более 10-ти лет
МСП_21_М	31-100	Недвижимое имущество	более 10-ти лет
МСП_22_В	31-100	Сельское, лесное, рыбное хозяйство	от 5-ти до 10-ти лет
МСП_23_М	31-100	Консалтинг и научно-техническая деятельность	от 5-ти до 10-ти лет
МСП_24_М	31-100	Аренда и деловые услуги	от 5-ти до 10-ти лет
МСП_25_В	31-100	Гостиницы и общественное питание	более 10-ти лет
МСП_26_М	31-100	Торговля	более 10-ти лет
МСП_27_М	31-100	Образование	более 10-ти лет

Продолжение таблицы 2

Участники интервью	Кол-во сотрудников	Сектор бизнеса	Стаж деятельности
МСП_28_В	31-100	Торговля	более 10-ти лет
МСП_29_М	31-100	Здравоохранение	более 10-ти лет
МСП_30_М	31-100	Гостиницы и общественное питание	от 1-го года до 3-х лет

Из общего числа 30 опрошенных, 60% (или 18 человек) представляют малый бизнес, а оставшиеся 40% — средний бизнес. При этом 72% участников опроса являются предпринимателями. Большая часть опрошенных указала, что их предприятия занимаются розничной и оптовой торговлей. Согласно данным в таблице 2, средний возраст компаний, участвующих в опросе, составляет примерно пять лет.

2.5.1 Внедрение ЭПС в качестве стратегии

Респонденты согласились с тем, что одной из основных причин, по которой их компании решили принять ЭПС, было использование ЭПС для повышения вовлеченности клиентов и создания положительного опыта работы с клиентами в своих брендах. Интеграция системы управления в обычные веб-сайты делает электронные платежные системы (ЭПС) важным инструментом для стратегического привлечения клиентов, предлагая им альтернативный способ оплаты. Это дает дополнительные преимущества для привлечения как нынешних, так и будущих покупателей, благодаря предоставлению удобных методов оплаты. Такой подход помогает создать уникальный и приятный опыт для клиентов, выделяясь среди конкурентов, которые не используют подобные решения. «Вы знаете, что потребители стремятся к более активному взаимодействию с брендами... Для удобства клиентов были добавлены новые варианты оплаты, чтобы обогнать наших конкурентов». [МСП_10_В]

В условиях жесткой конкуренции и динамичного развития МСП уделяют все больше внимания пониманию своих клиентов и их демографических,

психологических и поведенческих характеристик. Для получения информации о покупателях, на основе результатов интервью, использовались различные подходы к цифровым платежным системам в зависимости от типа клиентов. Особое внимание внедренной в электронную коммерцию системе цифровых платежей фокусировалось на потребностях онлайн-покупателей, для которых услуги доставки являлись неотъемлемой частью процесса. В отличие от них, офлайн-покупатели не зависели от этой услуги, так как могли самостоятельно забрать товар сразу после оплаты. «Такой подход, внедренный на уровне бизнеса и в индивидуальной работе, стал надежной стратегией.» [МСП_16_M]

Независимо от масштаба своего дела, большинство опрошенных отметили, что находятся на начальной фазе применения систем электронных платежей в своих организациях. Такое внедрение часто опирается на неформализованные методы принятия решений, что обусловлено возрастом владельцев бизнеса и их уровнем осведомленности в области технологий. Ограниченность ресурсов и знаний, которая характерна для многих мелких компаний, участвующих в исследовании, выступает преградой для более глубокой интеграции и формализации процессов в области электронных платежей через разработку конкретной стратегии. «На данный момент это скорее связано с ситуацией, а не определенной стратегией. У нас отсутствует четкий процесс, который мог бы действительно управлять этим и контролировать его. Здесь речь идет скорее о текущих обстоятельствах и тенденциях, чем о конкретной стратегии» [МСП_6_V]

Из-за отсутствия четко определенной стратегии внедрения ЭПС, собственники и менеджеры малых и средних предприятий выделялись высокой степенью неформальности и зависимости от личного опыта и знаний. «Так что да... неформально. Но, конечно, происходит много неформальных процессов принятия решений, так что это интуитивно». [МСП_17_V]

Несмотря на то, что их предприятия участвуют во внедрении ЭПС, конкретные

бизнес-цели не были привязаны к этой инициативе. На данном этапе цели внедрения ЭПС были связаны с целями и преимуществами их бизнеса и их клиентов. «По сути, у нас нет четкого плана действий или целей, связанных с этим. Мы внедряем эти системы, чтобы улучшить точность и надежность наших операций». [МСП18_M] Но лишь немногие из средних предпринимателей утверждали, что у них есть конкретные показатели, чтобы оценить, как внедрение электронных платежных систем напрямую влияет на достижение бизнес-целей. «Мы решили, какие показатели можно измерить, и привязали их к нашим бизнес-целям и задачам. У нас есть два счета: один для электронных платежей, другой для денежных выплат.». [МСП_20_M]

2.5.2 Идеи внедрения ЭПС на практике

Большинство опрошенных, отвечая на вопрос о том, как они внедряют системы электронных платежей, говорили о том, что их компания самостоятельно финансирует этот процесс и начальные идеи возникают внутри компании. «Я принял решение о внедрении. Мы выросли на технологиях и можем понять ход мыслей нашего заказчика». [МСП_2_V] Мнение всех респондентов подтверждает, что новые компании с активными денежными потоками, молодыми людьми и профессионалами чаще всего воспринимают социальные преимущества систем электронных платежей по сравнению с теми, что давно работают на рынке. «Видимо, мы, молодая компания, лучше воспринимаем социальные возможности просто потому, что наш денежный поток сейчас активнее». [МСП_4_V] Текущая невысокая стоимость вложений в социальные медиа с точки зрения ИТ и инфраструктуры является одной из причин, почему многие респонденты склонны использовать социальные медиа как часть электронных платежных систем. «Понятно, что это действительно не требует больших затрат... Инфраструктурные расходы и ИТ-программное обеспечение несущественны, так как наши сотрудники обладают соответствующими навыками, поэтому им легко справиться с этим., они молоды и знают, как с этим работать». [МСП_23_M]

Большинство участников отмечают, что внедрение ЭПС вызвало изменения в корпоративной культуре, что требовало от руководства расширения социальных возможностей и формирования общего видения среди сотрудников, что в конечном итоге привело к согласию и активному участию коллектива. «Важные проблемы касаются того, как создать рабочую культуру, соответствующую ожиданиям и запросам сотрудников» [МСП_12__В] Большинство представителей малых и средних предприятий подчеркнули, что методы управления изменениями внутри их бизнеса для внедрения электронных платежных систем были практичными, гибкими, оперативными и учитывал их контекст их работы. «Вы должны быть прагматиком, когда управляете бизнесом». [МСП_25_В]

Большинство респондентов указали, что владельцы бизнеса чаще всего являлись инициаторами внедрения электронных платежных систем. «Это наш начальник, он берет на себя всю ответственность за нововведения». [МСП_13_М] «Электронные платежи пересекаются со множеством различных функций нашей компании. Поэтому, в некотором смысле, это общая ответственность, и мы берем на себя совместную работу по выполнению различных функций... Например, мой брат хорошо разбирается в социальных сетях и различных видах электронных платежей... Он научил нас». [МСП_1_В]

2.5.3 Требования к внедрению ЭПС

Мнение участников сходится в том, что несмотря на то, что системы электронных платежей (ЭПС) приносят пользу предприятиям разных размеров, крупные компании с высокой частотой платежей и достаточными ресурсами имеют более широкие возможности для использования технологических преимуществ, предоставляемых ЭПС, по сравнению с малыми предприятиями. Эксперты считают, что у крупных компаний есть преимущества в создании гибридных структур для эффективного управления ЭПС. Как отмечает один из участников: «Я думаю, что все малые компании будут испытывать затруднения...». [МСП_20_М]

Большинство участников подчеркнули, что одним из ключевых аспектов является решительная поддержка высшего руководства и государственных органов. Активная поддержка от высшего управленческого состава и правительства становится одним из основных элементов успешного осуществления проектов по внедрению систем электронных платежей. Один из участников опроса выразил уверенность в том, что программа ЭПС получила необходимую поддержку со стороны правительства, подчеркивая значимость этого фактора. Другой участник высказал мнение о важности поддержки со стороны управляющих партнеров и высшего руководства для решения проблем, связанных с внедрением таких систем. [МСП_16_М].

Многие участники, особенно из среднего бизнеса, подчеркивают важность обучения или тренинга всех сотрудников для успешного внедрения ЭПС и минимизации связанных с этим проблем. «Образование — это ключевой момент. Если мы сможем объяснить, как это может помочь большинству людей в организации...» [МСП_25_В]. Участники также согласны, что для успешного внедрения ЭПС необходимы квалифицированные сотрудники с опытом управления подобными инициативами. «Следовательно, мне необходимо предоставить обучение сотрудникам по освоению навыков и инструментов для успешного управления данной системой.». [МСП_7_В]

Представители малых и средних предприятий подчеркивают, что они находятся на этапе обучения в процессе внедрения и осуществления своих проектов по цифровым платежным системам (ЭПС). Они осознают, что ключевую роль играет глубокое знание и понимание новых технологий, связанных с ЭПС. «Я могу посмотреть на всех своих конкурентов и увидеть, что они делают... и просто попытаться сделать это по-своему». [МСП_12_В]

2.5.4 Сложности во внедрении ЭПС

Говоря о сложностях и проблемах, с которыми компании столкнулись в процессе внедрения электронных платежных систем, многие участники отметили, что внедрение цифровых платежных систем (ЭПС) в малых и

средних предприятиях было обусловлено внешними факторами, включая государственную политику, нацеленную на развитие цифровых сервисов и повышение эффективности, а также давление со стороны заинтересованных сторон, конкурентов и поставщиков. «Понятно, что давление со стороны конкурентов, правительства и наших поставщиков побуждает нас к внедрению этой технологии. Мы должны показывать хорошие результаты, иначе мы потеряем долю рынка, и нам будет сложнее удержаться...». [МСП_20_М]

Большинство участников опроса отметили, что ограниченные навыки и опыт представляют собой препятствия для правильной идентификации и эффективного использования ресурсов при внедрении цифровых платежных систем (ЭПС). Один из респондентов выразил это следующим образом: «Найти подходящих людей и необходимые ресурсы представляет собой долгосрочную задачу», — отмечает один из респондентов» [МСП_6_В].

О мнению большинства участников опроса, ключевыми препятствиями для эффективного внедрения системы цифровых платежей являются недостаток времени, ресурсов и экспертизы для управления нынешней финансовой системой, а также потребность в изменении бизнес-стратегии.

Развернутое исследование влияния ЭПС и электронной коммерции на операционную деятельность МСП

2.6 Развернутый анализ результатов внедрения электронных платежных систем МСП по России

Результаты, полученные в ходе опросов, подтолкнули к более детальному и обширному изучению влияния ЭПС на российские малые и средние предприятия, в связи с чем был разработан дальнейший план исследований.

2.6.1 Определение переменных исследования

На основании результатов интервью в этом исследовании для определения влияния на операционную деятельность МСП одной из переменных были выбраны услуги электронных платежей, что обеспечивает множество преимуществ для бизнеса.

Данное исследование сосредоточено на розничных электронных платежах, включая транзакции, осуществляемые с помощью платежных карт, мобильные платежи, электронные переводы средств и виртуальные деньги, которые упоминались ранее в работе. В данном исследовании акцентируется внимание на изучении использования услуг электронных платежей в сфере МСП. Цель состоит в том, чтобы разобраться, насколько участники бизнеса осведомлены об этих услугах, как они интегрируют электронные платежи в свои бизнес-процессы, какие выгоды они приносят, а также как компетентность сотрудников и внешних партнеров способствует внедрению этих технологий. Ключевой аспект исследования включает также анализ готовности МСП в плане доступности необходимых ресурсов, инструментов и технической инфраструктуры для эффективного использования электронных платежей. Особое внимание уделяется оценке организационной приверженности и поддержки, которые считаются критически важными для улучшения бизнес-процессов МСП через электронные платежи. «Анализируются такие переменные, как уровень осведомленности, наличие квалифицированных кадров, доступность бизнес- и технологических ресурсов, а также степень приверженности и качество управления на основе данных из предшествующих исследований.» [55] Данные переменные зарекомендовали себя как рабочие и результаты исследователей из других стран дают основания использовать данные индикаторы для исследования влияния ЭПС на работу МСП. Исходя из этого для выбранных переменных в данном исследовании будут использоваться следующие индикаторы, как показано на рисунке 5.

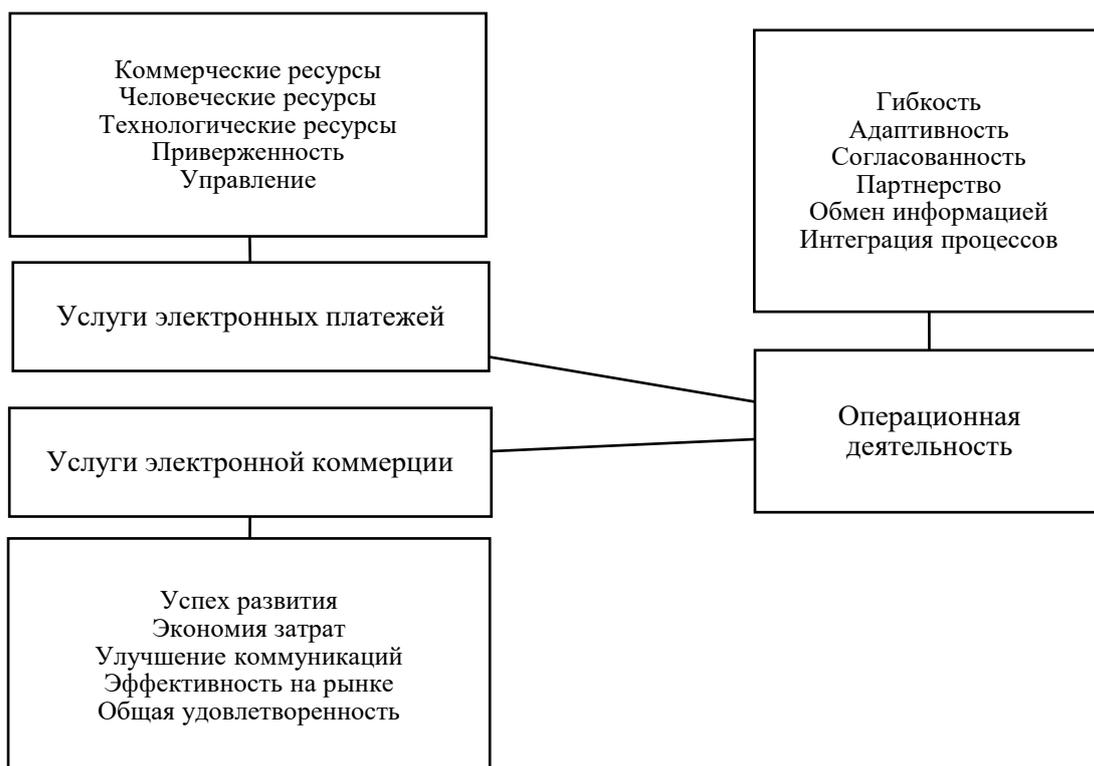


Рисунок 5 — Взаимосвязь элементов деятельности МСП (разработано автором на основе: Kilay, A.L.; Simamora, B.H.;Putra, D.P. The Influence of E-Payment and E-Commerce Services on Supply Chain Performance)

2.6.2 Популяция и выборка

В данном исследовании анализировались малые и средние предприятия из разных регионов России. При отборе участников использовалась вероятностная методика выборки, а именно кластерная выборка, основанная на заранее определенной территориальной границе популяции исходя из контекста исследования.

Ввиду масштабности исследуемой популяции, размер выборки соответствовал необходимым теоретическим требованиям. «Согласно Роско (1975), размер выборки должен быть как минимум в 10 раз больше числа рассматриваемых факторов; в свою очередь, теория Малхотры (1993) утверждает, что он должен составлять не менее чем в 5 раз больше числа исследовательских индикаторов.» [49] «В дополнение, существуют теории

определения объема выборки, согласно которым количество участников должно быть как минимум в пять раз больше количества переменных исследования и не более чем в десять раз больше. Это условие можно выразить формулами:

Минимальный размер выборки = Число индикаторов \times 5

Максимальный размер выборки = Число индикаторов \times 10» [39]

В данном исследовании приняли участие 120 субъектов малого и среднего предпринимательства (МСП) при наличии 17 исследовательских переменных, что удовлетворяет критериям: минимально необходимое количество участников составляет 85 (5×17) МСП, а максимально допустимое — 170 (10×17) МСП. Следовательно, размер выборки в исследовании соответствует требованиям.

2.6.3 Источники данных и инструменты сбора данных

«Методология исследования основывалась на количественных методиках, включая анализ литературы и проведение опросов среди участников. Для сбора данных были использованы анкеты.» [53] Анкета, примененная в исследовании, включала в себя четыре раздела. Часть 1 включала в себя информацию о компании, Часть 2 - об услугах электронных платежей, Часть 3 – об услугах электронной коммерции и Часть 4 – информация об операционной деятельности и производительности. Анкетиремым было предложено оценить каждый из пунктов по шкале Лайкерта от 1 до 5.

Опросники были разосланы анкетиремым по электронной почте в формате Гугл таблиц. Распространение анкет проводилось в течение трех месяцев с ноября 2023 года по январь (включительно) 2024 года.

2.6.4 Тест на валидность и надежность

Инструменты исследования, содержащие в себе 57 утверждений, были проверены на валидность и надежность. «Тест на валидность проводился путем анализа корреляции между оценкой каждого утверждения и общей

оценкой.» [24] Инструмент считался валидным, если вычисленное значение r было больше, чем критическое значение r , рассчитанное для подборки данных, равное 0.195. Для проведения тестов на валидность с использованием коэффициента корреляции Пирсона можно воспользоваться следующей формулой (1):

$$r_{xy} = \frac{n\sum x_i Y_i - \sum x_i \sum Y_i}{\sqrt{(n\sum x_i^2 - (\sum x_i)^2)(\sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2)}} \quad (1)$$

«Коэффициент корреляции r_{xy} определяет взаимосвязь между переменными X и Y , где X_i , Y_i обозначают значения соответствующих точек данных для каждой переменной, а n — общее число точек данных.» [24] Для проверки валидности инструмента применяется статистический уровень значимости 5% (или 0.05), соответствующий 95% уровню уверенности, используя специфическую формулу (2):

$$t = \frac{r_i \sqrt{(n-2)}}{\sqrt{1-r_i^2}} ; db = n - 2 \quad (2)$$

где r_i — коэффициент корреляции;

n — общее число данных.

В ходе анализа 3 переменных и 17 индикаторов было установлено, что инструмент исследования валиден, так как коэффициент корреляции r для каждого индикатора превышал критическое значение 0.195, что демонстрируют результаты, представленные в таблице 3.

Таблица 3 — Результаты теста на валидность индикаторов (разработано автором)

Показатель	R (коэффициент корреляции Пирсона)	Значение
Осведомленность	0,710	Действительный
Человеческие ресурсы	0,300	Действительный
Коммерческие ресурсы	0,512	Действительный
Технологические ресурсы	0,669	Действительный
Приверженность	0,515	Действительный
Управление	0,791	Действительный
Успех развития	0,231	Действительный
Экономия затрат	0,299	Действительный
Улучшение коммуникаций	0,554	Действительный
Эффективность на рынке	0,493	Действительный
Общая удовлетворенность	0,829	Действительный
Гибкость	0,415	Действительный
Адаптивность	0,392	Действительный
Согласованность	0,226	Действительный
Партнерство	0,228	Действительный
Обмен информацией	0,757	Действительный
Интеграция процессов	0,667	Действительный

После проведения проверки валидности для каждого из индикаторов исследуемых переменных, которая подтвердила валидность всех используемых в исследовании инструментов, был выполнен тест на надежность для каждой переменной, результаты которого представлены в таблице 4.

Таблица 4 — Результаты теста на надежность переменных (разработано автором)

Переменная	Альфа Кронбаха	Значение
Услуги ЭПС	0.831	Действительный
Услуги электронной коммерции	0.737	Действительный

Продолжение таблицы 4

Переменная	Альфа Кронбаха	Значение
Операционная деятельность	0.801	Действительный

2.6.5 Метод анализа данных

В данном исследовании применялись методики анализа данных, заимствованные у зарубежных ученых, для выявления связей между переменными исследования и проверки гипотез через анализ множественной линейной регрессии. Анализ данных был организован следующим образом:

Использование множественной линейной регрессии для оценки воздействия применения электронных платежей и электронной коммерции на эффективность операционной деятельности малых и средних предприятий.

Применение дескриптивного анализа для оценки вклада каждого из исследовательских индикаторов, что позволило определить их влияние на исследуемые явления, выявив наиболее и наименее значимые из них.

Использование качественного метода в виде интервью и дискуссий с экспертами для разработки инновационных подходов и решений для представителей бизнеса, государственных органов, учебных заведений и общества в целом, направленных на стимулирование процесса цифровизации малого и среднего бизнеса в России.

2.6.6 Характеристики респондентов

В данном исследовании информация о характеристиках участников была собрана через первую часть опросника, который был заполнен 120 участниками из шести разных регионов России: Московская область, Урал, Санкт-Петербург, Южный федеральный округ, Дальний Восток и Сибирь. Сведения о выборке включали данные о местоположении, категории малого и среднего предприятия (МСП), а также об использовании электронных

платежных систем и услуг электронной коммерции, детально представленные в таблице 5.

Таблица 5 — Характеристики участников (разработано автором)

Пункты	Категория	Частота (n = 120)	Доля (%)
Местонахождение МСП	Московская область	31	26%
	Урал	15	13%
	Санкт-Петербург	11	9%
	Южный федеральный округ	12	10%
	Дальний Восток	34	28%
	Сибирь	17	14%
Тип МСП	Пищевая промышленность	24	20%
	Ремесленные изделия	7	6%
	Мебель	15	13%
	Мода	7	6%
	Электроника	13	11%
	Экспорт	11	9%
	ИТ-консалтинг и разработка	23	19%
	Рестораны и кафе	20	17%
Использование электронных платежей	Электронные платежи доступны и активно используются	40	33%
	Электронные платежи доступны, но используются редко	50	42%
	Электронные платежи не доступны в МСП	30	25%
Использование электронной коммерции	МСП уже используют услуги электронной коммерции	86	72%
	МСП не используют услуги электронной коммерции	34	28%

В исследовании участвовали представители МСП из различных регионов и отраслей. Например, Московская область представлена 31 предприятием, что составляет 26% от общего числа. От Урала участвовали 15 МСП (13%), из Санкт-Петербурга — 11 (9%), Южного федерального округа —

12 (10%), Дальнего Востока — 34 (28%), а Сибирский регион представлен 17 предприятиями, что составляет 14% от общего числа.

Среди отраслей пищевая промышленность занимает 20% выборки с 24 МСП, ремесленные изделия и мода представлены 7 предприятиями в каждой категории (6%), мебельная индустрия — 15 МСП (13%), электроника — 13 предприятий (11%), экспорт — 11 (9%). Отрасли ИТ-консалтинга и разработки составили 19% с 23 МСП, а рестораны и кафе — 17% с 20 предприятиями.

Что касается использования электронных платежей, то 40 МСП (33%) сообщили о доступности и активном использовании таких услуг. Еще 50 МСП (42%) указали, что электронные платежи доступны, но используются нечасто. 30 предприятий (25%) отметили, что электронные платежи для них недоступны.

В сфере электронной коммерции 86 МСП (72%) уже внедрили соответствующие услуги, тогда как 34 (28%) не использовали услуги электронной коммерции в своей деятельности.

2.6.7 Дескриптивный статистический анализ

Для оценки средних значений ответов на опрос по каждому исследовательскому показателю был выполнен описательный статистический анализ, где среднее значение должно превышать стандартное отклонение.

Анализируя данные описательной статистики по 17 исследовательским показателям, представленным в таблице 6, было установлено, что минимальный показатель достиг 2, в то время как максимальный достиг 19. Это разнообразие было вызвано числом подындикаторов в каждом исследовательском показателе. При этом стандартное отклонение для всех исследовательских показателей оказалось ниже их средних значений, указывая на умеренное или незначительное расхождение в данных. Это дает основание считать собранные данные достоверными.

Таблица 6 — Результаты дескриптивного статистического анализа
(разработано автором)

Показатель	Мин.	Макс.	Срзнач.	Процент	СКО
Осведомленность:	6	14	11,18	79,82%	1,79
Человеческие ресурсы:	9	14	11,93	85,18%	1,10
Коммерческие ресурсы:	9	16	11,93	74,53%	1,25
Технологические ресурсы:	7	15	11,73	78,17%	1,41
Приверженность:	7	15	11,88	79,22%	1,31
Управление:	3	11	8,53	77,58%	1,55
Успех развития:	9	14	11,91	85,06%	1,04
Экономия затрат:	6	12	9,16	76,32%	1,08
Улучшение коммуникаций:	3	10	5,97	59,67%	1,11
Эффективность на рынке:	7	13	10,22	78,59%	1,20
Общая удовлетворенность:	10	19	13,57	71,40%	2,45
Гибкость:	6	13	10,07	77,44%	1,41
Адаптивность:	9	15	11,95	79,67%	1,12
Согласованность:	10	16	12,16	75,99%	1,14
Партнерство:	4	8	5,99	74,90%	0,81
Обмен информацией:	6	14	11,54	82,44%	1,70
Интеграция процессов:	2	8	5,79	72,40%	1,11

2.6.8 Тест на нормальность

Исследование требует статистической проверки классических предположений для анализа множественной линейной регрессии, включая проверку данных на нормальность и гетероскедастичность. Это осуществляется посредством анализа диаграмм и проведения статистических тестов для установления соответствия остатков регрессионного анализа нормальному распределению, с особым вниманием к независимым переменным, таким как услуги цифровых платежей (x_1) и услуги электронной торговли (x_2), и зависимой переменной — эффективность логистических операций (y). «Принято считать, что статистический тест указывает на

нормальное распределение, если уровень значимости больше 0.05.» [3]
 Результаты теста на нормальность показаны в таблице 7.

Таблица 7 — Результаты теста на нормальность (разработано автором)

	Нестандартизированный остаток
Кол-во	120
p-значение	0.154

P-значение используется для определения статистической значимости теста на нормальность. P-значение больше уровня значимости, обычно установленного на уровне 0.05, означает, что нет оснований отвергать нулевую гипотезу о нормальности распределения остатков. Таким образом, данные предполагают, что остатки распределены нормально, и основное предположение для проведения множественной линейной регрессии соблюдено.

В данном исследовании анализ мультиколлинеарности использовался для выявления взаимосвязей между независимыми переменными и одной зависимой. «Данные, имеющие результат VIF больше 10 ($VIF > 10$) и значение толерантности меньше 0.01 ($Tolerance < 0.01$), указывают на симптомы мультиколлинеарности» [72]. Результаты теста на мультиколлинеарность представлены в таблице 8.

Таблица 8 — Результат теста на мультиколлинеарность
 (разработано автором)

Переменная	Статистика коллинеарности	
	VIF	Tolerance
Услуги электронных платежей	1,273	0,786
Услуги электронной коммерции	1,273	0,786

Обе переменные имеют VIF около 1.27, что гораздо меньше порога 5-10, часто используемого для обозначения серьезной мультиколлинеарности. Это означает, что между Услугами электронных платежей и Услугами электронной коммерции нет значительной мультиколлинеарности. Также Tolerance близка к 1, что подтверждает низкую мультиколлинеарность.

В целом, данные показывают, что между независимыми переменными (услугами электронных платежей и услугами электронной коммерции) нет значительной мультиколлинеарности, и они могут использоваться в модели множественной регрессии без опасений по этому поводу.

2.6.9 Тест на Гетероскедастичность

Тест на гетероскедастичность направлен на определение наличия неравенства дисперсии между остатками одного наблюдения и другого в регрессионной модели. В данной работе тест на гетероскедастичность был проведен с использованием теста Бройша-Пагана, при котором результаты теста с значением значимости меньше выбранного уровня значимости (например, 0.05), то нулевая гипотеза отвергается, и предполагается гетероскедастичность. Результаты теста представлены в таблице 9.

Таблица 9 — Результаты теста на гетероскедастичность
(разработано автором)

Модель	T-статистика	P-значение
Услуги электронных платежей	2,218	0.1364
Услуги электронной коммерции	12,365	0.0004

Для переменной "Услуги электронных платежей" T-статистика равна 2.218, а P-значение равно 0.1364. Это говорит о том, что на текущем уровне значимости (0.05) нет статистически значимых доказательств наличия гетероскедастичности для этой переменной. Для переменной "Услуги электронной коммерции" T-статистика равна 12.365, а P-значение равно 0.0004. Это говорит о том, что на текущем уровне значимости есть статистически

значимые доказательства наличия гетероскедастичности для этой переменной. То есть ошибка в модели может быть негомоскедастичной для переменной "Услуги электронной коммерции". Для перепроверки данных на гетероскедастичность был проведен дополнительный тест Шапиро-Уилка, показавший следующие результаты, представленные в таблица 10.

Таблица 10 — Результаты теста Шапиро-Уилка (разработано автором)

Модель	Статистика теста	P-значение
1	0,984	0,154

Статистика теста измеряет, насколько близко данные подходят к нормальному распределению. В данном случае статистика теста равна 0,9836, что близко к 1, что говорит, что значение 0,9836 говорит о том, что данные все равно относительно близки к нормальному распределению.

P-значение используется для определения статистической значимости теста, р-значение равно 0,1541, что больше чем обычно используемый уровень значимости 0,05. Следовательно, на основе результатов теста Шапиро-Уилка можно предположить, что данный набор данных приблизительно соответствует нормальному распределению.

2.6.10 Анализ множественной линейной регрессии

Был проведен анализ множественной линейной регрессии для изучения взаимосвязей между двумя независимыми переменными (услуги электронных платежей и услуги электронной коммерции) и зависимой переменной (производительность операционной деятельности МСП). Данный анализ предназначался для оценки степени воздействия между упомянутыми переменными в контексте проверки научных гипотез. «Математическая модель, применяемая для множественной линейной регрессии в рамках данного исследования, была сформулирована так, как показано в формуле (3):

$$Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + \dots + b_n x_n \quad (3)$$

где Y — это независимая переменная (значение переменной, которую необходимо предсказать);

a — постоянный член, b_1, b_2, \dots, b_n — коэффициенты регрессии;

x_1, x_2, \dots, x_n — значения свободных переменных.» [3]

2.6.11 Влияние услуг электронных платежей (x_1) и услуг электронной коммерции (x_2) на производительность цепи поставок МСП (y)

Измерения для определения влияния использования услуг электронных платежей (x_1) и услуг электронной коммерции (x_2) на производительность операционной деятельности (y) с целью поддержки цифровой трансформации МСП в России были проведены с помощью множественных линейных регрессионных тестов с использованием Пайтона. Результаты измерений представлены в таблице с представленной в таблице 11.

Таблица 11 — Результаты теста методом линейной регрессии
(разработано автором)

Модель	R	R Квадрат	Скорректированный R Квадрат	Станд. ошибка
1	0.6598	0.4354	0.4258	4,8692

На основе данных из модели, коэффициент корреляции (R) составил 0,6598, а коэффициент детерминации (R квадрат) равен 0,4354. Эти значения свидетельствуют о наличии умеренной положительной связи между использованием услуг электронных платежей и услуг электронной коммерции с производительностью операционной деятельности МСП.

Скорректированный коэффициент детерминации (скорректированный R квадрат) составляет 0,4258, что указывает на то, что предложенная модель хорошо объясняет изменчивость в операционной деятельности МСП после

учета числа предикторов. Стандартная ошибка составляет 4,8692, что указывает на разброс данных вокруг регрессионной линии.

Таким образом, данная модель показывает, что использование услуг электронных платежей и услуг электронной коммерции имеет умеренное положительное влияние на производительность операционной деятельности МСП, и предложенная модель является статистически значимой для объяснения этой связи.

2.6.12 Анализ ANOVA

В рамках данного исследования была поставлена задача изучить влияние услуг электронной коммерции и услуг электронных платежей на производительность операционной деятельности предприятий. Для достижения этой цели использовался метод множественной линейной регрессии, позволяющий оценить степень влияния каждого из предикторов на зависимую переменную. Такой подход дает возможность не только выявить наличие связи между переменными, но и качественно оценить эту связь, опираясь на статистически значимые показатели, результаты которых представлены в таблице 12.

Таблица 12 — Результаты теста ANOVA (разработано автором)

Источник вариации	Степени свободы (df)	Сумма квадратов (sum_sq)	Средний квадрат (mean_sq)	F-статистика	P-значение
Regression	2	2139,479	2139,479	90,238	0,00079
Residual	117	2773,987	23,709		
Общее значение	119	4913,466			

На основе проведенного анализа ANOVA получены следующие результаты:

- регрессия: сумма квадратов, приходящаяся на регрессионную часть модели, составила 2139,479, что соответствует двум степеням свободы. Это указывает на значительное влияние предикторов на

производительность операционной деятельности. Средний квадрат (2139,479) и F-статистика (90,238) подтверждают высокую степень этого влияния. Р-значение, равное 0,00079, свидетельствует о высокой статистической значимости полученных результатов;

- остатки: сумма квадратов остатков составила 2773,987 при 117 степенях свободы, что дает средний квадрат 23,709. Эти значения свидетельствуют о том, что, несмотря на значительное влияние рассматриваемых предикторов, в данных присутствует доля необъясненной вариативности;
- общее значение: общая сумма квадратов для всей модели составляет 4913,466 при 119 степенях свободы. Это подтверждает, что выбранная модель адекватно отражает взаимосвязь между переменными.

На основе этих результатов можно заключить, что услуги электронной коммерции и услуги электронных платежей оказывают значительное и статистически значимое влияние на производительность операционной деятельности. Таким образом, интеграция и активное использование этих услуг могут быть рекомендованы предприятиям как эффективные инструменты для повышения их операционной эффективности. Эти выводы подчеркивают важность цифровизации бизнес-процессов и могут служить основой для дальнейших исследований в данной области.

Заключение

На основании проведенного исследования, можно сделать следующие выводы:

ЭПС подразумевает использование возможностей и технологий социальных медиа для расширения и углубления традиционного маркетингового подхода. Появление ЭПС изменило масштабы и перспективы участия брендов в СМ и повысило уровень вовлеченности бизнеса в работу с клиентами и людьми. Как видно из анализа, создание брендов путем

предложения альтернативных способов оплаты является одной из ключевых целей внедрения ЭПС, и поэтому Электронные платежные системы (ЭПС) часто рассматриваются как "стратегия маркетинговой поддержки", которая призвана оживить взаимоотношения с клиентами или пользователями путем изменения восприятия бренда. Это включает в себя создание новых значимых связей, акцентирование идеи модернизации бизнеса и интеграцию более позитивного клиентского опыта в бренд, особенно с точки зрения технологических инноваций. Таким образом, предполагается, что в будущем процесс перехода к бизнес-модели, например, мотивирование офлайн-клиентов перейти в онлайн, станет более упрощенным и останется одной из ключевых задач для бизнеса. Это подчеркивает, что внедрение ЭПС не только предоставляет малому и среднему бизнесу инструменты для решения финансовых операций, но также указывает на готовность бизнеса эффективно управлять отношениями с заинтересованными сторонами, такими как поставщики и дистрибьюторы. В частности, это содействует более вероятному переходу от наличных к электронным платежам в сфере B2B.

Внедрение электронных платежных систем (ЭПС) в малых и средних предприятиях (МСП) в России может значительно улучшить их операционную эффективность и конкурентоспособность, при условии использования трех ключевых стратегий: высокотехнологичное лидерство, подготовка к управленческой поддержке и активное обучение с управлением потенциалом. Эти подходы помогут предприятиям мобилизовать их технологические ресурсы и человеческий капитал для успешной интеграции ЭПС. Простая иерархическая структура МСП способствует более тесному общению и сотрудничеству между сотрудниками, что облегчает обучение и развитие корпоративной культуры. Отдел маркетинга, например, обычно отвечает за планирование и управление деятельностью, связанной с ЭПС, в то время как отдел информационных технологий следит за разработкой и контролем технологических решений и приложений, необходимых для поддержки этих инициатив. Распределение ролей внутри бизнеса с целью интенсивного

усвоения новых знаний о системах электронных платежей помогает компании расширить свои возможности и умения для успешного участия в ЭПС. Кроме того, владельцы бизнеса, обладающие компетенциями в области информационных технологий, активно находят новые способы использования цифровых технологий для взаимодействия с клиентами и перестраивают основные бизнес-процессы, чтобы максимально использовать их потенциал в условиях быстрого технологического прогресса и изменяющейся бизнес-среды.

Немаловажную роль в процессе развития инициатив по внедрению электронных платежных систем сыграло государство, при поддержке которого в регионе была запущена программа по внедрению СБП – системы быстрых платежей, сопровождающаяся семинарами для предпринимателей, для повышения их осведомленности о системе и том, как ей пользоваться, а также программой компенсации, действующей с июля 2021 года и до конца 2022. [22]

3 Анализ результатов исследований и разработка рекомендаций

3.1 Анализ результатов исследований

Введение в эру цифровизации выдвинуло электронные платежные системы (ЭПС) на передний план изменений, затрагивающих малые и средние предприятия (МСП) по всей России. В результате опросов, проведенных среди представителей МСП, стало ясно, что для глубокого понимания воздействия ЭПС на бизнес-среду необходимо расширить объем исследований.

Это исследование ставило целью заполнить этот пробел, сосредотачиваясь на розничных электронных платежах — от транзакций с использованием платежных карт до мобильных платежей и виртуальных денег. Определение ключевых переменных для этого исследования базировалось на предварительных интервью и предыдущих работах, которые выявили услуги электронных платежей как значительный фактор, влияющий на операционную деятельность МСП. Таким образом, исследование стремилось углубить понимание уровня осведомленности среди МСП об ЭПС, их интеграции в бизнес-процессы, выгод, которые они могут принести, и роли компетенции сотрудников и внешних партнеров в этом процессе. Чтобы достичь этих целей, была разработана методология, включающая кластерную выборку МСП из разных регионов России, обеспечивающую репрезентативность и достоверность результатов. Размер выборки исследования, охватывающий 120 предприятий, обеспечил широкую базу для анализа, позволяя делать обобщения о тенденциях в разных регионах и отраслях. Применение кластерной выборки усилило представительность результатов, делая их релевантными для широкого круга МСП. Анкетирование показало, что использование ЭПС распространено среди МСП, при этом значительная часть из них активно внедряет такие системы в свои операционные процессы. Тесты на валидность и надежность подтвердили доверие к собранным данным,

указывая на аккуратность и достоверность используемых методов исследования. Анализ множественной линейной регрессии выявил положительное влияние электронных платежей и электронной коммерции на операционную деятельность МСП, подчеркивая важность этих инструментов для повышения производительности и конкурентоспособности. Результаты анализа ANOVA подтвердили статистическую значимость полученных выводов, демонстрируя, что электронные платежи и электронная коммерция могут оказывать существенное положительное воздействие на бизнес МСП. Итоги проведенного анализа настоятельно рекомендуют малым и средним предприятиям более активно интегрировать и использовать системы электронных платежей, чтобы достичь высокой операционной эффективности и улучшить общение с клиентами. Это подчеркивает важность продолжения исследовательской работы и разработки методик для эффективного применения и усовершенствования электронных платежных процессов, что является ключом к устойчивому развитию и успеху МСП в современной цифровой среде.

Использование современных методов анализа данных выявило умеренно положительное влияние электронных платежных систем (ЭПС) на деятельность малых и средних предприятий (МСП), что подтверждает важность этих технологий для оптимизации бизнес-процессов. Исследование внесло существенный вклад в разбор вклада ЭПС в работу МСП в России, подчеркнув, что их применение может существенно повысить эффективность работы предприятий, упростить проведение финансовых операций и улучшить обслуживание клиентов. Кроме того, выделена роль осведомленности и профессионализма как сотрудников, так и партнеров в процессе внедрения и использования этих систем.

Анализ также указал на обширные возможности ЭПС для расширения бизнеса МСП на новые рынки и укрепления экспортных позиций. Электронные платежи выступают важным инструментом международной

торговли, обеспечивая легкий доступ к мировым рынкам и минимизацию входных барьеров для небольших компаний. Однако, чтобы полностью раскрыть этот потенциал, необходимы дополнительные усилия по интеграции российского бизнеса в международные платежные системы и преодолению существующих технических, законодательных и культурных препятствий.

3.2 Проблемы интеграции электронных платежных систем российскими МСП

Исследование выяснило, что хотя многие малые и средние предприятия (МСП) осознают преимущества электронных платежей, они сталкиваются с рядом сложностей при их внедрении. Основные трудности связаны с ограниченными ресурсами, недостатком технических знаний и нехваткой поддержки от управленческого состава. Это указывает на значимость образовательных программ и поддержки, направленной на помощь МСП в преодолении этих препятствий.

Анализируя ответы участников, стало очевидно, что компании энергично включают электронные платежные системы (ЭПС) не только для усовершенствования внутренних операций, но и как средство для улучшения связей с клиентами. Большинство опрошенных выразили мнение, что ЭПС увеличивают лояльность клиентов и уровень удобства за счет предложения разнообразных опций оплаты. Вместе с тем, процесс интеграции ЭПС в бизнес-структуру представляет собой определенные вызовы даже при наличии очевидных преимуществ.

Одним из главных выводов стало то, что успешное применение ЭПС требует не просто технической оснащенности и инвестиций в инфраструктуру, но и детального понимания нужд и предпочтений целевой аудитории. Участники подчеркнули важность приспособления платежных решений к

уникальным требованиям и условиям своего бизнеса. Это подчеркивает, что для эффективного использования ЭПС необходим целенаправленный стратегический подход и ясное понимание потребностей аудитории.

Дополнительно, в исследовании было выявлено, что в процессе внедрения электронных платежных систем (ЭПС), малые и средние предприятия (МСП) сталкиваются с рядом внутренних трудностей, включая ограниченные ресурсы, необходимость в обучении сотрудников и необходимость адаптации бизнес-процессов к новым технологическим требованиям. Хотя большинство опрошенных МСП находятся на ранних этапах использования ЭПС, уже очевидно, что отсутствие систематического подхода и четкой стратегии может серьезно замедлить их цифровую трансформацию и ограничить потенциальные выгоды от внедрения ЭПС.

Кроме того, результаты подчеркивают важность поддержки со стороны внешних партнеров, включая платежные системы, финансовые институты и государственные органы. Такое сотрудничество может значительно упростить процесс интеграции ЭПС и предоставить дополнительные ресурсы и знания, необходимые для их эффективного использования. Исследование также указывает на значительные возможности, которые открываются для МСП благодаря внедрению ЭПС, в том числе улучшение бизнес-процессов и взаимодействия с клиентами. Для реализации этих возможностей необходим комплексный подход, включающий стратегическое планирование и адаптацию к особенностям бизнеса и рынка, а также активное взаимодействие с внешними партнерами и органами власти.

Особое внимание в исследовании уделяется проблемам безопасности транзакций и защиты данных клиентов, которые являются ключевым беспокойством для МСП в свете растущих угроз кибербезопасности. Предприятия выражают необходимость в сотрудничестве с банками и специализированными ИТ-компаниями для обеспечения высокого уровня защиты данных и транзакций. Важной частью успешного внедрения ЭПС

является развитие нормативно-правовой базы и регулятивной поддержки, которые способствуют прогрессу в области электронных платежей в России. Участники исследования подчеркивают необходимость активного участия государства в стимулировании инноваций и предоставлении налоговых льгот для инвестиций в цифровую инфраструктуру. Поднимается вопрос развития человеческого капитала и повышения уровня цифровой грамотности как среди предпринимателей, так и среди их клиентов. Обучение и развитие навыков работы с цифровыми инструментами и платформами выступают как ключевые элементы успешной адаптации и использования ЭПС.

Исследование подчеркивает, что внедрение электронных платежных систем открывает перед МСП значительные возможности для роста и развития, однако требует комплексного подхода, который включает в себя не только техническую подготовку и стратегическое планирование, но и активное сотрудничество с внешними партнерами. Это исследование ставит перед предпринимателями задачу глубже погружаться в цифровую экономику, адаптируясь к ее требованиям и используя все доступные ресурсы для усиления своего присутствия на рынке.

Осознавая вызовы, связанные с безопасностью данных и транзакций, а также необходимость повышения цифровой грамотности среди персонала и клиентов, МСП должны искать пути для развития и внедрения комплексных стратегий защиты. Одним из важнейших аспектов, наряду с активным взаимодействием с платежными провайдерами, финансовыми институтами и правительственными органами, является создание устойчивой и безопасной среды для использования электронных платежей. Это не только повысит доверие клиентов, но и укрепит позиции предприятий на рынке, позволяя МСП не только преодолеть существующие трудности, но и получить доступ к новым ресурсам и знаниям, которые сделают процесс цифровой трансформации более простым и эффективным.

3.3 Практические шаги и решения для российских МСП, на основе зарубежного опыта в области электронных платежей

Анализируя успех китайского рынка электронных платежей и стратегии, применяемых китайскими предприятиями для их интеграции в свои процессы, российскому малому и среднему бизнесу предоставляется возможность адаптировать лучшие практики, на основании своих потребностей. В этой главе рассматриваются конкретные шаги и решения, которые могут помочь российским МСП повысить свою конкурентоспособность и расширить возможности на международном рынке:

Российским МСП необходимо активно внедрять цифровые технологии и интегрировать электронные платежные системы в свою деятельность. Это включает в себя переход на электронную коммерцию, использование мобильных приложений для обслуживания клиентов и приема платежей, а также разработку персонализированных цифровых решений для удовлетворения конкретных потребностей бизнеса.

Подобно китайским компаниям, таким как Alipay и Tencent Financial, российские предприятия должны стремиться к стратегическому партнерству с платежными провайдерами и финансовыми институтами. Такое сотрудничество может облегчить процесс интеграции платежных систем и предоставить доступ к новым технологиям и рынкам.

Разработка и развитие трансграничных платежных систем может стать ключом к успеху на международном рынке.

Для повышения конкурентоспособности и привлекательности своих услуг предприятиям следует сосредоточиться на улучшении пользовательского опыта, что включает в себя разработку удобных и интуитивно понятных интерфейсов платежных систем, предоставляющих широкий спектр платежных опций и гарантию безопасности транзакций.

Российским компаниям необходимо инвестировать в обучение и повышение квалификации своих сотрудников в области цифровых технологий и мобильных платежей. Развитие цифровой грамотности и специализированных навыков поможет предприятиям эффективнее использовать новые технологии, адаптироваться к изменениям рынка и лучше понимать потребности своих клиентов.

Анализ данных для изучения поведения и предпочтений клиентов может предоставить МСП ценную информацию для оптимизации своих продуктов и услуг.

Безопасность платежей является критически важным аспектом в цифровой экономике, необходимо обеспечить внедрение надежных мер защиты данных и транзакций, чтобы повысить доверие клиентов и защититься от потенциальных кибератак.

Постоянное исследование рынка и анализ конкурентов помогут компаниям увидеть новые возможности и адаптировать свои стратегии в соответствии с текущими трендами и потребностями рынка.

3.4 Разработка концепции инновационного подхода к внедрению ЭПС на малые и средние предприятия

Инновационный способ внедрения электронных платежных систем для малых и средних предприятий может включать в себя создание универсальной платформы «Платеж как Услуга» (Payment as a Service — PaaS), которая объединяет гибкость, масштабируемость и простоту использования в одном решении. Эта платформа предлагает компаниям полный спектр платежных услуг, интегрированных с их существующими бизнес-процессами и системами управления:

а) концепция: универсальная платформа «платеж как услуга» для МСП:

1) гибкая интеграция через программный интерфейс приложения и плагины (арі):

- предоставление арі с открытым исходным кодом для интеграции в любые бизнес-платформы и crm-системы, позволяет бизнесу легко подключать и настраивать платежные функции;
- разработка плагинов для популярных торговых и бухгалтерских платформ, обеспечивающая интеграцию в «один клик».

2) индивидуальные платежные решения:

- предложение модульной системы, в которой каждая компания может выбрать нужные ей платежные методы (например, онлайн-платежи, мобильные платежи, переводы со счета на счет);
- возможность настройки персонализированных платежных воронок и процессов оплаты в соответствии с уникальными требованиями каждого бизнеса.

3) обучение и поддержка:

- организация вебинаров, онлайн-курсов и разработка руководства по использованию платформы и интеграции платежных систем в бизнес-процессы;
- предоставление круглосуточной технической поддержки через чат, телефон и электронную почту;
- безопасность и соответствие нормативам

- внедрение передовых технологий защиты данных и транзакций, включая шифрование и многофакторную аутентификацию;
- автоматизация процессов для обеспечения соответствия требованиям федеральных законов и другим международным и локальным нормативам.

4) гибкая тарификация и оптимизация затрат:

- введение гибкой подписной модели с планами, адаптированными под размер и потребности бизнеса;
- предоставление инструментов для анализа платежных данных, помогающих оптимизировать процессы и снижать затраты.

b) внедрение:

- 1) запуск пилотного проекта с участием нескольких предприятий разных размеров и отраслей для тестирования функциональности и сбора обратной связи;
- 2) анализ полученной обратной связи для улучшения и оптимизации платформы, адаптация функций под конкретные нужды МСП;
- 3) расширение доступности платформы для широкого круга МСП посредством активной маркетинговой кампании и партнерских программ с бизнес-ассоциациями;
- 4) внедрение системы непрерывных обновлений для запуска новых функций, улучшений безопасности и адаптации к изменяющимся требованиям.

c) ключевые инновации:

- 1) разработка ai-инструментов для анализа бизнес-процессов предприятия и автоматической настройки платформы для максимальной эффективности и удобства использования;

- 2) внедрение блокчейн-технологий для повышения безопасности транзакций, снижения комиссий и обеспечения прозрачности платежных процессов;
- 3) интеграция возможности совершения платежей с помощью голосовых команд через ai-ассистентов, обеспечивающая доступность платежных услуг для всех категорий пользователей;
- 4) создание собственной криптовалюты для вознаграждения пользователей за транзакции, отзывы и участие в развитии сервиса, что стимулирует долгосрочное сотрудничество и лояльность клиентов;
- 5) внедрение умных контрактов для автоматизации процессов оплаты, выполнения условий сделок и расчетов, для минимизации рисков и издержек для бизнеса.

Этот инновационный подход к внедрению электронных платежных систем предполагает не только технологическое обновление платежной инфраструктуры МСП, но и фундаментальное изменение в восприятии и использовании платежных услуг, делая их более доступными, безопасными и интегрированными в ежедневные бизнес-процессы.

3.5 Оценка результатов от внедрения концепции «Платеж как Услуга» на предприятие, на примере расчётов для компании ООО «Энергомекка»

ООО «Энергомекка» учреждено 27 апреля 2012 года в соответствии с Федеральным законом «Об обществах с ограниченной ответственностью» от 08.02.1998г. №14-ФЗ, требованиями Гражданского Кодекса РФ (часть1), на основании Решения №1 от 08.12.2011 года. Свидетельство о регистрации Общества получено зарегистрирована 27.04.2012 регистратором Межрайонная инспекция Федеральной налоговой службы №15 по Санкт-

Петербургу. Организации ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ "ЭНЕРГОМЕККА" присвоены ИНН 7806476856, ОГРН 1127847240850. В соответствии с Уставом основными видами деятельности ООО «Энергомекка» являются: строительство жилых и нежилых зданий, подготовка строительной площадки, производство электромонтажных, санитарно-технических и прочих строительномонтажных работ, работы строительные отделочные; работы строительные специализированные прочие, не включенные в другие группировки; торговля оптовая лесоматериалами, строительными материалами и санитарно-техническим оборудованием; торговля розничная строительными материалами, не включенными в другие группировки, в специализированных магазинах; аренда грузового автомобильного транспорта с водителем; деятельность в области архитектуры, инженерных изысканий и предоставление технических консультаций в этих областях; деятельность в области гидрометеорологии и смежных с ней областях, мониторинга состояния окружающей среды, ее загрязнения; деятельность в области технического регулирования, стандартизации, метрологии, аккредитации, каталогизации продукции; аренда и лизинг прочих машин и оборудования и материальных средств.

Чтобы предсказать результаты от внедрения концепции «Платеж как Услуга» для ООО «Энергомекка», можно сделать предположения на основе анализа текущих финансовых показателей, представленных в таблице 13, и потенциального влияния новой системы на ключевые аспекты бизнеса. Полная финансовая отчетность представлена в таблице А.1, в приложении А.

Таблица 13 — Финансовые результаты ООО «Энергомекка» за 2021-2023 год (разработано автором на основе бухгалтерской отчетности ООО «Энергомекка»)

Показатели	2021г.	2022г.	2023г.	Изменение			
				2021-2022гг.		2022-2023гг.	
				Абс. изм (+/-)	Темп прироста %	Абс. изм (+/-)	Темп прироста %
1	2	3	4	5	6	7	8
1. Выручка тыс.руб.	50701	44148	32180	-6553	-12,92%	-11968	-27,11%
2. Себестоимость продаж тыс.руб.	44487	37748	26088	-6739	-15,15%	-11660	-30,89%
3. Валовая прибыль (убыток) тыс.руб.	6214	6400	6092	186	2,99%	-308	-4,81%
4. Управленческие расходы тыс.руб.	152	168	136	16	10,53%	-32	-19,05%
5. Коммерческие расходы тыс. руб.	5910	5956	5320	46	0,78%	-636	-11,96%
6. Прибыль (убыток) от продаж тыс. руб.	304	444	636	140	46,05%	192	43,24%
7. Чистая прибыль тыс. руб.	326	221	400	-105	-32,21%	179	81,00%

Для этого анализа нужно принять во внимание, что внедрение системы электронных платежей, согласно данной концепции, может привести к повышению продаж за счет упрощения процесса покупки, снижению управленческих и коммерческих расходов через автоматизацию и оптимизацию внутренних процессов, а также к росту общей эффективности работы.

Для оценки влияния рассматриваются следующие ключевые показатели:

- выручка;
- себестоимость продаж;
- валовая прибыль;
- управленческие и коммерческие расходы;
- чистая прибыль.

Учитывая специфику бизнеса компании «Энергомекка» и предполагаемую эффективность внедрения системы PaaS в качестве гипотетического сценария, ключевыми аспектами, на которые концепция «Платеж как Услуга» может оказать влияние, будут:

- улучшение управления денежными потоками: система PaaS может оптимизировать процессы составления счет-фактуры и платежей, что улучшит управление денежными потоками, особенно в долгосрочных строительных проектах;
- эффективность закупок: автоматизация закупочных операций поможет снизить время и затраты на приобретение строительной техники и материалов;
- повышение лояльности клиентов: упрощение процесса оплаты для клиентов, приобретающих строительную технику, может увеличить их удовлетворенность;
- сокращение операционных расходов: автоматизация финансовых операций снижает потребность в ручном труде и сопутствующих расходах.

Учитывая эти аспекты, прогноз с учетом реальных условий работы компании в строительной отрасли и торговле строительной техникой, с предположением более консервативного роста выручки, оценивается следующим образом, как показано в таблице 14.

Таблица 14 — гипотетическая оценка результатов от внедрения РааS
(разработано автором)

Показатель	2023 год	2024 год	Абс, изменение	Темп прироста (%)
1. Выручка тыс.руб.	32180	34754,4	2574,4	8%
2. Себестоимость продаж тыс.руб.	26088	24783,6	-1304,4	-5%
3. Валовая прибыль (убыток) тыс.руб.	6092	9970,8	3878,8	63,70%
4. Управленческие расходы тыс.руб.	136	129,2	-6,8	-5%
5. Коммерческие расходы тыс. руб.	5320	5183,2	-136,8	-2,64%
6. Прибыль (убыток) от продаж тыс. руб.	636	4658,4	4022,4	632%
7. Чистая прибыль тыс. руб.	400	2929,81	2529,81	632%

Данный консервативный прогноз отражает умеренный рост выручки на 8% и снижение затрат на 5%, что приводит к значительному увеличению валовой и чистой прибыли. С применением концепции «Платеж как Услуга» ожидается улучшение управления денежными потоками и операционной деятельностью. Эти изменения могут привести к повышению лояльности клиентов, что особенно важно для компании, работающей в строительной отрасли и занимающейся торговлей строительной техникой, и улучшению общей финансовой устойчивости компании.

Заключение

На сегодняшний день инновации играют важную роль в экономическом росте и усилении рыночных позиций малого и среднего бизнеса в России. Тем не менее, эти предприятия сталкиваются с препятствиями, встречающимися на пути к инновационному прогрессу, и высокими рисками, которые подавляют инновационную активность. Проблемы в области финансирования и недостаточная государственная поддержка усугубляют ситуацию, создавая трудности для внедрения инноваций. К тому же, отраслевая неготовность к инновациям и бюрократические барьеры усугубляют эти проблемы, делая процессы получения необходимых одобрений и защиты интеллектуальной собственности дорогостоящими и затратными по времени. Однако, несмотря на все препятствия, важность инноваций для малого бизнеса в России остаётся высокой. Принятие открытых инноваций, стратегическое партнерство и цифровизация представляют собой ключевые стратегии для преодоления этих барьеров. Исследователи подчёркивают значимость технологических нововведений для малого бизнеса. Активная государственная поддержка, улучшенный доступ к финансированию и уменьшение бюрократии необходимы для устойчивого инновационного развития.

Активная поддержка инноваций для экономического развития в современной России, с фокусом на электронной и цифровой экономике, оказывает положительное влияние на различные отрасли, от финансов и розничной торговли до сельского хозяйства и транспорта. Развитие и интеграция электронных платежных систем является ярким примером технологического прогресса, который обеспечивает быстроту и безопасность финансовых операций, снижает транзакционные издержки и повышает объем продаж. Пандемия COVID-19 ускорила процесс цифровизации, подталкивая компании и потребителей к использованию безналичных платежей, что способствовало их широкому распространению

и внедрению. Регуляция и развитие платежных систем, нацеленные на снижение рисков и поддержку инноваций, играют ключевую роль в формировании устойчивой и эффективной финансовой среды, способствующей экономическому росту. В условиях глобальных изменений и неопределенности, малый и средний бизнес акцентирует внимание на необходимости интеграции в цифровую экосистему, при этом электронные платежные системы выступают в качестве ключевого инструмента для повышения их конкурентоспособности и адаптации к современным требованиям рынка.

Несмотря на очевидные преимущества, существуют значительные барьеры и вызовы, которые МСП могут столкнуться при попытке интеграции ЭПС. К ним относятся технические ограничения, недостаток знаний и опыта управления, а также сложности в адаптации бизнес-процессов под новую систему. Важно, чтобы эти проблемы рассматривались как возможности для дальнейшего обучения и совершенствования. Государственные регулятивные и поддерживающие меры могут существенно облегчить процесс интеграции и расширения использования данных систем на предприятиях малого и среднего бизнеса. Внедрение стимулирующих налоговых льгот, грантовых программ и образовательных инициатив может способствовать более широкому приятию электронных платежных систем.

Анализ международного опыта показал, что сотрудничество с ведущими зарубежными платформами и адаптация лучших практик могут значительно улучшить эффективность и безопасность ЭПС для МСП. Заимствование успешных моделей обслуживания и инноваций может стать ключевым фактором для расширения возможностей российских компаний в области электронных платежей. МСП следует принимать активное участие в процессе цифровизации, не ограничиваясь лишь внедрением ЭПС, но и пересматривая свои бизнес-модели и процессы под новые условия. Важно

строить стратегические партнерства, инвестировать в обучение персонала и применять гибкие подходы к управлению изменениями.

Для российских малых и средних предприятий, стремящихся укрепить свою конкурентоспособность и расширить свои возможности на международном рынке, важно сосредоточить усилия на следующих стратегических направлениях: цифровая трансформация и интеграция платежных систем, стратегическое партнерство, развитие трансграничных платежей, повышение качества пользовательского опыта, обучение персонала, анализ данных и персонализация, повышение безопасности платежей, разработка и внедрение инновационных подходов к электронным платежам. Последнее раскрывается на примере предложенной концепции платформы "Платеж как Услуга", предлагающей гибкую интеграцию, индивидуализированные платежные решения и поддержку, что способствует упрощению процесса платежей и улучшению эффективности бизнес-процессов. На примере компании ООО «Энергомекка» было проиллюстрировано, как внедрение электронных платежных систем может положительно сказаться на ключевых финансовых показателях предприятия, включая выручку, себестоимость продаж, валовую и чистую прибыль. Улучшение управления денежными потоками, оптимизация операционной эффективности и повышение лояльности клиентов могут сыграть важную роль в укреплении позиций МСП на рынке. Таким образом, принятие этих мер позволит российским предприятиям не только повысить свою конкурентоспособность, но и обеспечить устойчивый рост в динамично меняющемся экономическом ландшафте.

Список используемой литературы

1. Айзина Ф.Р. Малый инновационный бизнес: Контрольная работа по курсу: Инновационный менеджмент // Университет управления ТИСБИ
2. Алексеев В.С., Макаренченко Марина Арнольдовна Управление инновационной деятельностью в малом бизнесе // Экономика и экологический менеджмент. 2014. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/up/> (дата обращения: 22.11.2023)
3. Бородич С.А. Вводный курс эконометрики (БГУ)
4. Википедия / (дата обращения: 15.06.2022)
5. Горшкова Н.В., Иванов В.Ю. Исследование дефиниций «инновация» и «инновационная деятельность»: теоретический подход // Фундаментальные исследования. – 2016. – № 10-2. – С. 380-385
6. данные ФСН России
7. Дубынина Анна Валерьевна, Савинова Елизавета Николаевна Развитие инновационных платежных технологий в России на примере системы быстрых платежей // Мир науки и мысли. The World of Science and
8. Иванченко Анастасия Дмитриевна Преимущества и недостатки электронных платежных систем, используемых в Российской Федерации // Евразийский Союз Ученых. 2015. №3-2 (12).
9. Инновационный менеджмент: Учебник для вузов /С. Д. Ильенкова, Л. М. Гохберг, С. Ю. Ягудин и др.; под ред. С. Д. Ильенковой. – М.: ЮНИТИ, 2002. – 327с.
10. Инновационный менеджмент: Учебное пособие / Семиглазов В.А. Томск: ЦПП ТУСУР, 2014. 172
11. Казанцева, Н. В. Проблемы финансирования инновационных проектов малого и среднего предпринимательства / Н. В. Казанцева, К. Н. Сергеева // Вестник евразийской науки. — 2022. — Т. 14. — № 3.
12. Карвай К. В. Электронные платежные системы и возможные пути их развития // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). 2013.

13. Кузнецов Н.В., Лесных Ю.Г., Прохорова Т. А. Цифровизация экономики: Россия на пути к технологическому первенству // E-Management. 2020. № 3. С. 45-52.
14. Малый инновационный бизнес / URL: <http://diplomba.ru/work/72854/> (дата обращения: 26.03.2023)
15. Маховикова Г. А. Инновационный менеджмент / Г. А. Маховикова, Н. Ф. Ефимова. — М. : Изд-во «Эксмо», 2010. — 208 с. ISBN : 5-699-29540-2,
16. МОСКВА, 23 сентября. /ТАСС. <https://tass.ru/ekonomika/12488787/> (дата обращения: 18.01.2024)
17. Н. Карлова, А. Морозов, Е. Пузанова Ограничения на импорт сдерживают экспорт: результаты опроса предприятий. Аналитическая записка, 2023
18. Научно-образовательный портал «Большая российская энциклопедия» URL: <https://bigenc.ru/c/malyi-biznes2614d7?ysclid=lu2ugo362q820967553/> (дата обращения: 12.10.2023)
19. Национальная платежная система. Бизнес-энциклопедия : энциклопедия / В. В. Адрианов, М. Я. Букирь, С. А. Бутенко [и др.] ; редактор-составитель А. С. Воронин. — Москва : ЦИПСИР, 2013. — 424 с.
20. ОПОРА России поддержка и развитие малого и среднего предпринимательства в России (opora.ru) (дата обращения: 10.03.2023)
21. Равнянский А.К., Таланцев В.И. Малое инновационное предпринимательство в России на современном этапе: проблемы и пути развития // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ» Том 8, №6 (2016)
22. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 24.08.2022 № 2391-р
23. Решетникова И.Г., Гусарова М.С., Копытова А.В. Анализ методов управления проектом // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2019. Том 9. № 1А. С. 13-19
24. Субботина А. В., Гржибовский Андрей Мечиславович Описательная статистика и проверка нормальности распределения количественных

- данных // Экология человека. 2014. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/> (дата обращения: 28.07.2023)
25. Сущность инновационного менеджмента (2) - Курсовая работа
URL: <http://works.doklad.ru/view/Uxs9OIz0uJU/all.html/> (дата обращения: 15.09.2023)
26. Теории инноваций: учеб. пособие / Н.А. Маматова, А.В. Маматов. - Белгород: ИД «Белгород» НИУ «БелГУ», 2017. - 100 с.
27. Управление инновациями : учебное пособие / А. В. Богомолова. — 2-е изд., доп. — Томск: Эль Контент, 2015. — 144 с.
28. Чеканов В.С., Егорова М.Ю. ЭЛЕКТРОННЫЕ ПЛАТЁЖНЫЕ СИСТЕМЫ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ // Научное обозрение. Экономические науки. – 2020. – № 2. – С. 27-32
29. Anshari, M.; Almunawar, M.N. Adopting open innovation for SMEs and industrial revolution 4.0. J. Sci. Technol. Policy Manag. 2021, 13, 405–427.
30. Apasrawirote, Darlin & Yawised, Kritcha. (2021). The Factors Influencing the Adoption of E-Payment System by SMEs. International Journal of Innovation, Creativity and Change.. 15. 2021.
31. Barbara, B.; Francesco, G. Which factors hinder the adoption of open innovation in SMEs? Technol. Anal. Strateg. Manag. 2016, 28, 869–885.
32. Baregheh, Anahita & Rowley, Jennifer & Sambrook, Sally. (2009). Towards a Multidisciplinary Definition of Innovation. Management Decision. 47. 10.1108/00251740910984578.
33. Breza, E., Kanz, M., Klapper, L., Farrell, M. Electronic Wage Payments: Saving Time and Money for Employers and Workers. A Better Than Cash Alliance Case Study. New York: UNCDF, 2017.
34. Calantone, R. J., Cavusgil, S. T., & Zhao, Y. (2002). Learning orientation, firm innovation capability, and firm performance. Industrial Marketing Management, 31(6), 515–524.
35. Chesbrough, H. W. (2010). Business model innovation: opportunities and barriers. Long range planning, 43(2-3), 354-363.

36. Chesbrough, H.W. Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology; Harvard Business School Press: Cambridge, MA, USA, 2003.
37. China Union pay/ официальный сайт URL: <https://cn.unionpay.com/upowhtml/cn/templates/index/index.html/> (дата обращения: 10.03.2024)
38. Cummings, T.G. and Worley, C.G. (2009) Organization Development & Change. 9th Edition, South Western Cengage Learning, Mason.
39. Debbie L. Haahs-Vaughn, Foundational methods: descriptive statistics: bivariate and multivariate data (correlations, associations), International Encyclopedia of Education (Fourth Edition), Elsevier
40. Demirci-Kunt, A., Klapper, L., Singer, D., Ansar, S. The Global Findex Database 2021: Financial Inclusion, Digital Payments, and Resilience in the Age of COVID-19. Washington, DC: World Bank,
41. Djankov, S., McLiesh, C., & Ramalho, R. M. (2006). Regulation and growth. Economics Letters, 92(3), 395-401.
42. Efremova M., Chkalova O. (2021). Digital innovations of small and medium-sized businesses as a factor of sustainable development of the Russian economy
43. Enkel, E.; Gassmann, O.; Chesbrough, H. Open R&D and Open Innovation: Exploring the Phenomenon. RD Manag. 2009, 39, 311–316.
44. European Central Bank: [сайт]. URL: <https://www.ecb.europa.eu/home/html/index.en.html/> (дата обращения: 21.05.2023)
45. Expósito, A.; Fernández-Serrano, J.; Liñán, F. The impact of open innovation on SMEs' innovation outcomes: New empirical evidence from a multidimensional approach. J. Organ. Chang. Manag. 2019
46. Gallup World Poll Survey. Washington, DC: Gallup, Inc, 2022.
47. Green, P. (2020). "Enhancing Security in Electronic Transactions." Journal of Cybersecurity Research, 25(4), 211-228.

48. Gulati, R. (1998). Alliances and networks. *Strategic Management Journal*, 19(4), 293-317.
49. Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., & Anderson, R.E. (2010). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective* (7th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson.
50. Hofstede, G. (2001). *Culture's consequences: Comparing values, behaviors, institutions, and organizations across nations*.
51. https://finance.rambler.ru/markets/47259692/?utm_content=finance_media&utm_medium=read_more&utm_source=copylink
52. Hutapea, R.S. The Effect of Financial Technology (Fin-Tech) on Customer Satisfaction Level (A Case Study on SMEs). In *Proceedings of the International Seminar of Science and Applied Technology*
53. Kaur, P., Dhir, A., Singh, N., Sahu, G., & Almotairi, M. 2020. An innovation resistance theory perspective on mobile payment solutions. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 55: 1-11.
54. Kharkheli, Manana & Gavardashvili, Davit. (2022). The Need for Organizational Changes in Companies. *Economics and Business*. 14. 10.56079/20221/7.
55. Kilay, A.L.; Simamora, B.H.; Putra, D.P. The Influence of E-Payment and E-Commerce Services on Supply Chain Performance: Implications of Open Innovation and Solutions for the Digitalization of
56. Kowalski, S.P. SMES, Open Innovation and IP Management: Advancing Global Development. In *Proceedings of the WIPO International Convention on Intellectual Property and Competitiveness of Micro,*
57. Marina V. Evseeva (2019). Experience of Using Real Options in the Practice of the Enterprise's Innovation Activity: A case study
58. Moran, J. W., & Brightman, B. K. (2011). Leading organizational change. *Career Development*, 6 (2), 111-118.
59. Muralidharan, K., Niehaus, P., Sukhtankar, S. "Building state capacity: Evidence from biometric smartcards in India" *American Economic Review* 106:10 (2016): 2895–2929.

60. Owuso, S.M.; Jaja, H. Effect of Technology on Supply Chain Performance of Courier Firm in Nigeria: Implication for Post Pandemic Era. *Int. J. Res. Educ. Sustain. Dev.* 2022, 2, 32–42.
61. Park, G., Srivastava, M. K., & Gnyawali, D. R. (2014). Walking the talk in multiparty alliances: Effects of procedural justice climate on satisfaction, trust, and partner cooperation. *Strategic Management Journal*, 35(13), 1891-1909.
62. Puriwat, W.; Tripopsakul, S. Exploring Factors Influencing Open Innovation Adoption in SMEs: The Evidence from Emerging Markets. *Emerg. Sci. J.* 2021, 5, 533–544.
63. Sopian, N.M.; Ismail, S.N. The Impact of Using Cashless Transactions Among Malaysian Consumers Towards Payment Systems Performance. *Res. Manag. Technol. Bus.* 2021, 2, 420–436.
64. White, S., et al. (2021). "Efficiency Gains through Electronic Payment Systems." *Journal of Digital Economics*, 18(3), 102-118.
65. World Bank. (2020). *Doing Business 2020: Comparing Business Regulation in 190 Economies*. World Bank Publications.
66. YiwuPay 引领跨境贸易新潮流，诠释比较常用的跨境支付平台是怎样的/生活日报/URL: <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1792109149767211065&wfr=spider&for=pc/> (дата обращения: 28.02.2024).

Приложение А
Анализ финансовых показателей ООО «Энергомекка» за 2021-2023гг.

Таблица А.1 – Анализ основных организационно-экономических показателей деятельности ООО «Энергомекка» за 2021-2023гг.

Показатели	20021г	2022 г.	2023г	Изменение			
				2021-2022гг.		2022-2023гг.	
				Абс. изм (+/-)	Темп прироста %	Абс. изм (+/-)	Темп прироста %
1	2	3	4	5	6	7	8
1. Выручка ¹ тыс.руб.	50701	4414 8	32180	- 6553	-12,92%	- 11968	-27,11%
2. Себестоимость продаж ¹ тыс.руб.	44487	3774 8	26088	- 6739	-15,15%	- 11660	-30,89%
3. Валовая прибыль ¹ (убыток) тыс.руб.	6214	6400	6092	186	2,99%	-308	-4,81%
4. Управленчески е расходы ¹ тыс.руб.	152	168	136	16	10,53%	-32	-19,05%
5. Коммерческие расходы ¹ тыс. руб.	5910	5956	5456	46	0,78%	-500	-8,39%
6. Прибыль (убыток) от продаж тыс. руб.	304	444	636	140	46,05%	192	43,24%
7. Чистая прибыль ¹ тыс. руб.	326	221	400	-105	-32,21%	179	81,00%
8. Основные средства тыс. руб.	1273	1091	1491	-182	-14,30%	400	36,66%
9. Оборотные активы ² тыс. руб.	15472	1042 4	8324	- 5048	-32,63%	-2100	-20,15%
10. Численность ППП чел.	10	15	13	5	50,00%	-2	-13,33%

Продолжение Приложения А

Продолжение таблицы А.1

Показатели	20021г.	2022 г.	2023 г.	Изменение			
				2021-2022гг.		2022-2023гг.	
				Абс. изм (+/-)	Темп прироста %	Абс. изм (+/-)	Темп прироста %
1	2	3	4	5	6	7	8
11. Фонд оплаты труда ППП тыс. руб.	4979	6461	6227	1482	29,77%	-234	-3,62%
12. Производительность труда работающего тыс.руб.	5070,1	2943,2	2475,38	-2126,9	-41,95%	-467,815	-15,89%
13. Среднегодовая заработная плата работающего тыс. руб.	497,9	430,733	479	-67,1667	-13,49%	48,26667	11,21%
14. Фондоотдача	39,8279654	40,4656	21,5828	0,637662	1,60%	-18,8828	-46,66%
15. Оборачиваемость активов раз	3,27695191	4,23523	3,86593	0,958274	29,24%	-0,3693	-8,72%
16. Рентабельность продаж %	0,60%	1,01%	1,98%	0,004061	67,73%	0,009707	96,52%
17. Рентабельность производства %	0,60%	1,01%	2,01%	0,004106	68,28%	0,009955	98,37%
18. Затраты на рубль выручки	99,7002032	99,3748	98,4462	-0,32537	-0,33%	-0,92859	-0,93%