

Цифровой бизнес, самозанятость, микропредпринимательство и технологизация экономики



**Елена Валерьевна
ТРОФИМОВА,**

доцент кафедры
предпринимательского
и корпоративного права
Университета имени
О.Е. Кутафина (МГЮА),
кандидат юридических наук
evtrofimova@msal.ru
125993, Россия, г. Москва,
ул. Садовая-Кудринская, д. 9



**Николай Артурович
ТРОИЦКИЙ,**

генеральный директор
ООО «БИТ»,
кандидат химических наук
ntroitsky@it-bq.com
117042, Россия, г. Москва,
Плавский проезд, д. 7

Цифровой бизнес, микропредпринимательство и самозанятость: синергия, обеспечивающая инновации¹

Аннотация. Достижение национальной цели цифровой трансформации общества обусловлено доступностью современных и качественных цифровых сервисов широким слоям бизнеса, среди которых количественно преобладают микропредприятия и самозанятые. В свою очередь, цифровой бизнес испытывает потребность в получении больших объемов данных от субъектов предпринимательства, анализ которых позволяет принимать важнейшие управленческие решения и обеспечивает разработку новых цифровых продуктов на основе алгоритмов искусственного интеллекта. Представлен обзор онлайн-сервисов, предназначенных для самозанятых, микропредприятий и используемых ими как на безвозмездной, так и на возмездной основе. Сделан вывод о симбиотическом характере рассматриваемых отношений. Выявлены такие факторы риска, как попадание самозанятых и микропредприятий в зависимость от цифровых сервисов крупных поставщиков, невозможность для субъектов МСП, разрабатывающих аналогичные цифровые сервисы, на равных конкурировать с «цифровыми гигантами». Результаты исследования могут быть использованы для совершенствования цифровой экосистемы, ориентированной на потребности субъектов МСП и самозанятых граждан.

Ключевые слова: самозанятые, микропредприятия, субъекты МСП, Корпорация развития МСП, цифровой бизнес, цифровая трансформация, цифровые сервисы, онлайн-банкинг, искусственный интеллект.

DOI: 10.17803/2311-5998.2023.108.8.112-121

Elena V. TROFIKOVA,

Associate Professor of the Entrepreneurial
and Corporate Law Department
of the Kutafin Moscow State Law University (MSAL),
Cand. Sci. (Law)
evtrofimova@msal.ru

9, ul. Sadovaya-Kudrinskaya, Moscow, Russia, 125993

Nikolay A. TROITSKIY,

CEO and Co-Founder, IT Boutique Ltd,
Cand. Sci. (Chemistry)
ntroitsky@it-bq.com
7, Plavsky proezd, Moscow, Russia, 117042

Digital business, micro-entrepreneurship and self-employment: synergy enabling innovation

Abstract. The achievement of the national goal of digital transformation of society is due to the availability of modern and high-quality digital services to a wide range of businesses, among which microenterprises and the self-employed prevail quantitatively. In turn, digital business is in need of obtaining large amounts of data from business entities, the analysis of which makes it possible to make important management decisions and ensures the development of new digital products based on artificial intelligence algorithms. An overview of online services intended for self-employed and microenterprises, and used by them both free of charge and on a reimbursable basis, is presented. The conclusion is made about the symbiotic nature of the relations under consideration. Such risk factors as the self-employed and microenterprises becoming dependent on the digital services of large suppliers, as well as the impossibility for SMEs developing similar digital services to compete on an equal footing with “digital giants” are identified. The results of the study can be used to improve the digital ecosystem focused on the needs of SMEs and self-employed citizens.

Keywords: self-employed, microenterprises, SME entities, SME Development Corporation, digital business, digital transformation, digital services, online banking, artificial intelligence.

Когда цветок расцветет, прилетит пчела.

Шрикумар Рао

В условиях стремительной цифровизации экономических отношений, когда не только предложение товаров, работ и услуг, но и совершение сделок происходит преимущественно в сети Интернет, достаточно трудно провести границу между цифровым бизнесом и иными его сегментами. Тем не менее подавляющее большинство субъектов предпринимательства, к которым могут



быть отнесены самозанятые и микропредприятия, используют цифровую среду лишь как средство для повышения эффективности ведения бизнеса, тогда как создание цифровых продуктов и сервисов является делом не столь многочисленной группы, включающей как крупные и специализированные компании, так и сравнительно небольшие команды разработчиков.

Классификация субъектов цифровой экономики может быть проведена прежде всего исходя из функции, которую они выполняют, обеспечивая функционирование цифровой инфраструктуры или являясь участниками рынка цифровых продуктов и услуг². В целях обеспечения информационной безопасности деятельность большинства из них регулируется государством и требует приобретения специального статуса, закрепленного в профильном законодательстве.

Включение цифровых инноваций в бизнес-процессы связано с определенными финансовыми затратами и привлечением квалифицированных кадров, что обуславливает большую их доступность для средних и наиболее крупных из малых предприятий, тогда как для микропредприятий и самозанятых граждан такие вложения, исходя из масштабов их деятельности, могут быть недоступны. При этом в литературе отмечается объективная неготовность большинства малых и средних предприятий к цифровой трансформации³, поскольку они «способны пока лишь внедрять отдельные элементы цифровых технологий и осуществлять отдельные цифровые преобразования»⁴. Поэтому для целей настоящего исследования наибольший интерес представляет деятельность тех субъектов цифрового предпринимательства, которые обеспечивают интеграцию в онлайн-среду широких слоев самозанятых и микропредприятий. При этом первые из них видятся в качестве доноров цифровых инноваций, а вторые — их реципиентов.

Достижение «цифровой зрелости» ключевых отраслей экономики, предполагающей принятие управленческих решений на основе данных, как и четырехкратное увеличение вложений в отечественные решения в сфере информационных технологий, были обозначены в качестве национальных целей развития⁵. Взаимосвязь названных целей очевидна: обеспечивая переход на цифровое взаимодействие граждан, бизнеса и власти и стимулируя внедрение цифровых технологий, государство одновременно создает спрос на использование в экономике

² См. подробнее: Цифровая экономика: концептуальные основы правового регулирования бизнеса в России : монография / отв. ред. В. А. Лаптев, О. А. Тарасенко. М. : Проспект, 2020. С. 106—112.

³ См., например: *Янченко Е. В.* Устойчивая цифровизация в малом и среднем бизнесе: специфичные системные риски // *Инновационная деятельность*. 2023. № 1 (64). С. 43—55.

⁴ *Виноградов О. В., Кокорин И. С., Янковская Е. С.* Цифровизация малых и средних предприятий в Российской Федерации: правовое регулирование, тенденции, факторы, механизмы // *Ленинградский юридический журнал*. 2022. № 2 (68). С. 77.

⁵ Единый план по достижению национальных целей развития Российской Федерации на период до 2024 года и на плановый период до 2030 года (Правительство РФ, 01.10.2021) // СПС «Гарант».

конкурентоспособных отечественных ИТ-решений⁶, который, в свою очередь, повышает интерес к инвестициям в рассматриваемую сферу.

Так, в перечне российского программного обеспечения, использование которого субъектами малого и среднего предпринимательства до 2024 г. субсидируется государством, присутствуют «программы для хранения данных и управления базами данных, средства электронного документооборота, средства управления диалоговыми роботами, управления жизненным циклом изделия, интеллектуальные средства управления экспертной деятельностью, средства автоматизированного проектирования и др.»⁷.

В связи с этим необходимо прежде всего отметить деятельность Акционерного общества «Федеральная корпорация по развитию малого и среднего предпринимательства» (Корпорация развития «МСП»), активно внедряющего цифровые сервисы, воспользоваться которыми могут не только средние, малые и микропредприятия, но и самозанятые. Портал Бизнес-навигатора МСП (smbn.ru) и Цифровая платформа МСП — сервисы для бизнеса (МСП.РФ) — информируют об оказываемой поддержке, а также позволяют в онлайн-режиме обращаться за ее получением.

Так, на Цифровой платформе МСП.РФ, созданной в рамках национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы», сосредоточено более 20 онлайн-сервисов, предоставляющих возможность выбрать организационно-правовую форму бизнеса и его налоговый режим, оформить электронную подпись и пройти процедуру регистрации, получить доступ к федеральным и региональным мерам поддержки, обратиться за получением кредита или оборудования в лизинг на льготных условиях, проверить контрагента. Названная платформа обеспечивает предпринимателей аналитическими данными, необходимыми для продвижения товаров и услуг.

Обратим также внимание на меры поддержки развития высокотехнологичных компаний, реализуемые в рамках федерального проекта «Взлет — от стартапа до IPO» государственной программы «Экономическое развитие и инновационная экономика»⁸, направить заявку на получение которых через Цифровую платформу МСП.РФ могут субъекты МСП, действующие в приоритетных направлениях, включающих искусственный интеллект, коммуникационные интернет-технологии и интернет вещей.

Несмотря на то, что Корпорация «МСП» имеет организационно-правовую форму акционерного общества, являющегося коммерческой организацией, основное назначение ее деятельности заключается не в получении прибыли, а в

⁶ Постановление Правительства РФ от 28.06.2021 № 1031 «Об утверждении Правил предоставления субсидии из федерального бюджета Российскому фонду развития информационных технологий на возмещение затрат по использованию субъектами малого и среднего предпринимательства российского программного обеспечения» // СЗ РФ. 2021. № 27 (ч. III). Ст. 5413.

⁷ Виноградов О. В., Кокорин И. С., Янковская Е. С. Указ. соч. С. 91—92.

⁸ Постановление Правительства РФ от 15.04.2014 № 316 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Экономическое развитие и инновационная экономика» // СЗ РФ. 2014. № 18 (ч. II). Ст. 2162.



реализации полномочий органов государственной власти Российской Федерации по вопросам развития субъектов МСП⁹. Таким образом, функционирование агрегатора названных онлайн-сервисов для самозанятых и субъектов МСП финансово и организационно обеспечено государством и способствует выполнению его функций.

Иначе обстоит дело с теми цифровыми продуктами, которые разрабатываются крупным бизнесом для микробизнеса и самозанятых. Поскольку многие из предоставляемых цифровых сервисов являются бесплатными, не может не возникать вопрос об интересе, преследуемом «цифровыми гигантами». Учитывая направленность деятельности предпринимателей на извлечение прибыли, вряд ли оправданно ожидать предложения цифровых благ самозанятым и микропредприятиям на альтруистической основе. Складывающиеся отношения, скорее, напоминают симбиотические отношения растений и пчел, в которых каждая из сторон получает вознаграждение за сотрудничество. Так, в документах European Digital Sme Alliance подчеркивается, что «Устойчивая цифровизация — это долгосрочный процесс симбиотических отношений между организациями и предприятиями, в результате которого нецифровые компании становятся цифровыми лидерами»¹⁰. Рассмотрим содержание данных отношений подробнее.

Ландшафт цифровых сервисов, потребителями которых являются микропредприятия и самозанятые, следует рассматривать с точки зрения потребностей этих участников экономической деятельности, которые можно разделить на следующие основные категории:

- доступ к финансам для обеспечения текущей деятельности или инвестиций в перспективные проекты;
- осуществление документооборота для внутренних целей и взаимодействия с контрагентами;
- ведение бухгалтерского и налогового учета;
- доступ к деловой информации и рыночной аналитике;
- доступ к средствам производства;
- доступ к информационно-телекоммуникационной инфраструктуре.

Доступ к финансовым услугам (кредитованию, расчетно-кассовому обслуживанию, зарплатным проектам) поставлен на первое место в списке неспроста, поскольку именно банки являются в России лидерами цифровизации бизнеса. Так, «Сбер», банки «Открытие», «Тинькофф» и ряд других крупных банков, помимо дистанционного банковского обслуживания, предлагают целый спектр сопутствующих услуг для малого бизнеса и самозанятых.

Самозанятым гражданам специальные цифровые сервисы доступны уже на стадии легитимации бизнеса. Так, приложение «СберБанк Онлайн» позволяет осуществлять постановку на учет в качестве плательщика налога на

⁹ См. подробнее: *Андреев В. К.* Корпорация развития малого и среднего предпринимательства как институт развития // Актуальные проблемы российского права. 2016. № 2. С. 119—128.

¹⁰ Sustainable Digitalisation: Strengthening Europe's Digital Sovereignty // URL: https://www.digitalsme.eu/digital/uploads/position-paper-sustainable-digital-transformation_final.pdf (дата обращения: 31.07.2023).

профессиональный доход, после чего с помощью сервиса «Свое дело», число пользователей которого превысило 1,5 млн человек¹¹, самозанятые могут оформлять онлайн-чеки и уплачивать налог. В функционал пакета услуг «Свое дело» также входят оформление цифровой карты, онлайн-запись клиентов, конструктор сайтов (uoom.shop), обучающая платформа «Деловая среда» (dasreda.ru) и три бесплатные консультации юриста. При этом «Сбербанк» — отнюдь не единственная кредитная организация, предусмотревшая специальные возможности для самозанятых. Похожий функционал и пакет дополнительных услуг предоставляют своим клиентам «Альфа-банк», «Ак Барс» банк, «МТС Банк» и ряд других кредитных организаций. Тем самым банковские цифровые сервисы для самозанятых составляют известную конкуренцию мобильному приложению «Мой налог», разработанному ФНС России для нужд легализации доходов самозанятых. Благодаря этой возможности кредитные организации могут привлечь новых клиентов, повысить степень лояльности существующих, а также получают дополнительный канал продвижения своих классических продуктов, прежде всего кредитных.

При этом, по отзывам самозанятых, сравнивающих качество рассматриваемых цифровых сервисов «в полевых условиях», картина получается не вполне радужной: «В целом по сервису “Сбербанка” “Свое дело” чувствую себя обманутой: функционал бедненький, и даже создание хотя бы иллюзии эксклюзива у клиента не состоялось»¹².

Рассмотрим на примере «Сбербанка» цифровые предложения для МСП. Целе-направленную работу с этим сегментом бизнеса банк начал более 10 лет назад, когда появился дочерний проект «Деловая среда». Предполагалось, что в рамках проекта образуется целая экосистема из клиентов, относящихся к сектору МСП, между которыми будут развиваться горизонтальные бизнес-взаимоотношения, обслуживаемые «Сбербанком».

Однако в конечном счете платформой цифровизации для малого бизнеса стала система дистанционного обслуживания «Сбербанк Бизнес», доступная как веб-приложение и в виде приложения для мобильного телефона и планшета. Именно «Сбербанк Бизнес» является точкой доступа ко всему многообразию сервисов для предпринимателей. Упомянутый проект «Деловая среда» играет в настоящее время прежде всего роль платформы образовательных услуг для бизнеса.

Спектр финансовых услуг в экосистеме «Сбербанка» охватывает обслуживание точек продаж, включая сервисы онлайн-платежей, онлайн-кассы, полноценное решение для интернет-магазина («Моя Торговля») и сервис безналичной оплаты чаевых «СберЧаевые» для точек общественного питания. Если компания осуществляет продажи Tax Free, предлагается отдельный сервис для осуществления и учета таких операций, а для участников внешнеэкономической деятельности имеется сервис для проведения таможенных платежей.

Для документооборота и контрактной работы предназначен сервис «Бухгалтерия». При этом дополнительная подключаемая услуга позволяет вести в рамках

¹¹ URL: <https://sberbusiness.live/news/chislo-polzovatelei-servisa-sbera-dlia-samozaniatykh-svoe-delo-prevysilo-1-5-mln-chelovek> (дата обращения: 31.07.2023).

¹² URL: <https://www.livemaster.ru/topic/3308974-article-na-ruchnike-samozanyatyj-vs-spetspredlozheniya-sberbanka-istoriya-dlinoyu-v-mesyats> (дата обращения: 31.07.2023).



этого сервиса аналитический учет по счетам. Имеется встроенная система электронного документооборота с электронным архивом (объем хранимых в «облаке» документов и количество формируемых документов зависит от уровня подписки пользователя). Система дистанционного банковского обслуживания позволяет автоматически создавать счета контрагентам. Предлагается также встроенный сервис подачи налоговой отчетности, где о приближении сроков заблаговременно информируют уведомления в системе.

Опция консалтинга реализована в сервисе «Юрист для бизнеса», тогда как сервис «Комплаенс-помощник» служит для контроля соблюдения требований законодательства о противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма. Через систему дистанционного обслуживания клиенту «Сбербанка» доступны проверки контрагентов, причем при совершении платежей базовые проверки контрагента выполняются автоматически.

Наконец, клиенты «Сбербанка» могут арендовать в «облаке» вычислительные мощности и доступ к иному оборудованию за счет сервиса «ИТ услуги и оборудование». В части инфраструктуры следует также отметить «СберЛид» — сервис по привлечению клиентов, «СберТаргет» — помощник настройки целевой аудитории рекламных кампаний «Яндекс». Одним из продуктов многолетней разработки средств искусственного интеллекта является «СберБизнесБот» — внедряемый в вебсайт чат-бот для автоматических ответов на часто задаваемые вопросы клиентов, который тарифицируется по количеству успешных полностью автоматических ответов, т.е. без участия менеджеров или специалистов технической поддержки компании.

Отметим, что большинство рассмотренных цифровых сервисов «Сбербанка» (как и подавляющего большинства других поставщиков цифровых услуг) функционирует на возмездной основе, причем их стоимость может составлять от нескольких сотен рублей до нескольких десятков тысяч рублей.

Таким образом, клиенту «Сбербанка» предлагается полноценное «единое окно», встроенное в онлайн-банкинг, охватывающее большинство потребностей, с которыми могут столкнуться начинающее или действующее микропредприятие или самозанятый.

Аналогичными возможностями, хотя и в несколько более ограниченном ассортименте, располагает «Точка Банк» от финансовой группы «Открытие» и банк «Тинькофф» для бизнеса.

Приведем рейтинги Топ-10 популярных банковских платформ в 2022 г. по версии компании Markswebb¹³:

Рейтинг	Для малого бизнеса	Для ИП
1	«ПСБ»	«Альфа-Банк»
2	«Альфа-Банк»	«ПСБ»
3	«Точка»	«Делобанк»

¹³ Business Internet Banking Rank 2022 // URL: <https://www.markswebb.ru/report/business-internet-banking-rank-2022/> (дата обращения: 31.07.2023).

Рейтинг	Для малого бизнеса	Для ИП
4	«Делобанк»	«Точка»
5	«Сбербанк»	«Сбербанк»
6	«Тинькофф»	«Тинькофф»
7	«Ак Барс»	«Открытие»
8	«Открытие»	«Ак Барс»
9	«Модульбанк»	«Модульбанк»
10	«Уралсиб»	«Уралсиб»

Однако то, что почти все перечисленные онлайн-услуги предоставляются в режиме «единого окна» от одного поставщика, имеет и обратную сторону, метко названную самими представителями «Сбербанка» «цифровой приманкой»¹⁴. В итоге клиент оказывается тесно связанным с данным банком узами «цифрового рабства», и при необходимости осуществления расчетно-кассового обслуживания в другой кредитной организации перенос данных может быть крайне непростым или невозможным в принципе.

В цифровой индустрии сходное явление называется вендор-лок, что означает попадание в зависимость от одного единственного поставщика программного обеспечения или оборудования, полностью формирующего ИТ-окружение клиента. В этом случае вендор получает весомые рычаги давления на заказчика и в одностороннем порядке может к своей выгоде менять тарифную политику и стоимость поддержки, причем противиться этому заказчику будет весьма затруднительно. По этой причине большинство средних и крупных компаний стараются взвешенно подбирать состав используемого программного обеспечения, оборудования и поставщиков различных услуг, чтобы иметь в будущем при необходимости свободу для маневра. Осмотрительные субъекты малого бизнеса проблеме с возможным навязыванием услуг или тарифным давлением банка решают, открывая расчетные счета в нескольких банках, через которые приобретают те цифровые услуги, которые оказываются удобнее и дешевле.

Действительно, невозможно объять необъятное и добиться таких же удобства и эффективности от универсального «сервисного комбайна», какие могут обеспечить цифровые сервисы, созданные и оптимизированные для закрытия какой-либо одной потребности целевой аудитории, а также предполагающие персонализацию оказываемых цифровых услуг. Именно здесь видится «окно возможностей» для субъектов МСП, разрабатывающих специализированные цифровые продукты в рамках стартапов, на поддержку которых государство тратит значительные средства¹⁵, тогда как в сегменте банковских цифровых сервисов,

¹⁴ URL: <https://www.comnews.ru/content/215847/2021-08-09/2021-w32/cifrovaya-primanka> (дата обращения: 31.07.2023).

¹⁵ URL: https://mcn.pf/services/news/detail/okolo-23-mlrd-rubley-sostavil-obem-zaklyuchennykh-dogovorov-po-programme-vzletot-ot-starta-do-ipo/?utm_source=email&utm_medium=portal_bn&utm_campaign=07_08_2023_news_digest_fl_opened (дата обращения: 31.07.2023).



массово используемых самозанятыми и микропредприятиями, конкуренция с «цифровыми гигантами» практически немыслима. Повышению конкурентоспособности разработчиков цифровых сервисов, относящихся к субъектам МСП, призвано также способствовать принятие «пятого антимонопольного пакета»¹⁶, направленного на недопущение злоупотребления доминирующим положением владельцами цифровых платформ.

Среди других животрепещущих вопросов — обеспечение информационной безопасности самозанятых и субъектов МСП при использовании компаниями, предоставляющими доступ к онлайн-сервисам, данных, переданных бизнесом, в том числе персональных. Если правовой режим последних в настоящее время достаточно определен, включая установление ответственности за его нарушение (ст. 13.11 КоАП РФ и ст. 137 УК РФ), то иная информация, сообщаемая субъектами предпринимательства (за исключением сведений, составляющих коммерческую тайну), не только может использоваться свободно, но и позволяет поставщику цифровых услуг зарабатывать на ее анализе.

Использование владельцем цифрового сервиса информации из профиля клиента и данных о потреблении им услуг абсолютно непрозрачно для потребителя бизнес-сервисов банков и других массовых провайдеров бизнес-услуг. Если даже объем собираемых в операционных системах поставщика услуг данных и не подпадает под определение «больших данных» (миллиарды записей в базах данных), то он вполне достаточен для получения достоверной аналитической информации, которая конвертируется в более глубокое понимание того, какие продуктовые предложения следует сделать целевой аудитории.

С применением искусственного интеллекта собранные и обогащенные информацией из сторонних источников данные могут использоваться для построения прогностических моделей и позволяют самому провайдеру регулировать свой каталог сервисов, цены на них и формировать персонализированные предложения своим подписчикам новых сервисов или оптимизированных тарифных планов. Таким образом, владелец цифрового сервиса решает целый пласт задач для формирования своей маркетинговой и продуктовой стратегии.

Второй путь использования результатов анализа полученных данных предполагает их предоставление широкому кругу компаний, занятых в соответствующих отраслях, причем даже в обезличенном и обобщенном виде они могут обеспечить значительно лучшую детализацию отраслевой информации, чем официальная статистическая информация.

Таким образом, имеющие несоизмеримо большие возможности для создания и продвижения на рынок цифровых сервисов для самозанятых и микропредприятий крупные банки имеют явное преимущество перед более мелкими поставщиками таких услуг, которые из-за ограниченности ресурсов находятся в тени гигантов, не всегда уступая им в качестве. Это требует более действенных механизмов популяризации и продвижения цифровых услуг субъектов МСП для самозанятых и микропредприятий, в том числе со стороны государства.

¹⁶ Федеральный закон от 10.07.2023 № 301-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон “О защите конкуренции”» // СЗ РФ. 2023. № 29. Ст. 5319.

Кроме того, выгоды, получаемые поставщиками цифровых услуг, не ограничиваются только абонентской платой, так как данные клиентов и их транзакций создают возможности для глубокой аналитики рынка и маркетинга, т.е. имеют коммерческую ценность. В случае, если клиенты цифровых сервисов могут воспользоваться этим благом, выгода обоюдна. В противном случае цветок только приманивает пчелу, не спеша расстаться с нектаром.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. *Андреев В. К.* Корпорация развития малого и среднего предпринимательства как институт развития // Актуальные проблемы российского права. — 2016. — № 2 — С. 119—128.
2. *Виноградов О. В., Кокорин И. С., Янковская Е. С.* Цифровизация малых и средних предприятий в Российской Федерации: правовое регулирование, тенденции, факторы, механизмы // Ленинградский юридический журнал. — 2022. — № 2 (68). — С. 75—97.
3. Цифровая экономика: концептуальные основы правового регулирования бизнеса в России : монография / отв. ред. В. А. Лаптев, О. А. Тарасенко. — М. : Проспект, 2020. — 488 с.
4. *Янченко Е. В.* Устойчивая цифровизация в малом и среднем бизнесе: специфичные системные риски // Инновационная деятельность. — 2023. — № 1 (64). — С. 43—55.

