
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА

SOCIO-ECONOMIC PROBLEMS OF MODERN SOCIETY

Оригинальная статья / Original article

<https://doi.org/10.21869/2223-1552-2021-11-5-208-219>



Отношение малого бизнеса Курского региона к цифровой экономике: социологический анализ

Б. Б. Подгорный¹ ✉, М. В. Обозная¹

¹ Юго-Западный государственный университет
ул. 50 лет Октября 94, г. Курск 305040, Российская Федерация

✉ e-mail: b.podgorny46@gmail.com

Резюме

Актуальность исследования заключается в необходимости уточнения отношения малого бизнеса к цифровой экономике и определении наиболее значимых характеристик, формирующих сложившееся отношение. Результаты проведенных ранее экспертных интервью показали, что часть экспертов – представителей малого бизнеса – не поддерживают развитие цифровой экономики.

Цель – уточнение отношения малого бизнеса Курской области к цифровой экономике.

Задачи: определение отношения малого бизнеса к развитию цифровой экономики; определение общих, цифровых и габитуальных характеристик малого бизнеса региона и исследование их влияния на отношение к цифровой экономике.

Методология. Для выполнения поставленных задач применялись следующие методы: анализ статистической информации; анкетный опрос малого бизнеса. Определение габитуальной структуры малого бизнеса произведено методом сопоставления направленности основной диспозиции респондентов и их эффективного капитала.

Результаты. 26 процентов предпринимателей относятся к процессу цифровизации положительно, 50 процентов выбрали ответ «скорее положительно, чем отрицательно», у 16 процентов отношение скорее отрицательное, чем положительное, 4 процента относятся к цифровой экономике отрицательно. Эталонная габитуальная структура малого бизнеса Курского региона показывает, что около 90 процентов малого бизнеса могут поддерживать развитие цифровой экономики и относиться к процессу цифровизации положительно.

Выводы. Результаты выполненного исследования позволяют утверждать, что общие и цифровые характеристики могут оказывать лишь незначительное влияние на отношение малого бизнеса к цифровой экономике; основное влияние на отношение малого бизнеса к цифровой экономике оказывают габитуальные характеристики. При этом большинство респондентов, высказавших отрицательное отношение к процессу цифровизации, являются обладателями габитусов направленности диспозиции «сохранение», и их мнение практически изменить невозможно. Однако также существует ряд респондентов, чье высказанное мнение может измениться при создании для этого необходимых условий, направленных на реализацию габитуальных практик, что может выражаться в реальных мероприятиях, касающихся повышения цифровых показателей и информированности о возможностях и поддержке, предоставляемых государством для развития цифровой экономики.

Ключевые слова: малый бизнес; цифровая экономика; цифровая грамотность; направленность диспозиций; габитусы.

Конфликт интересов: В представленной публикации отсутствует заимствованный материал без ссылок на автора и (или) источник заимствования, нет результатов научных работ, выполненных авторами публикации лично и (или) в соавторстве, без соответствующих ссылок. Авторы декларируют отсутствие конфликта интересов, связанных с публикацией данной статьи.

© Подгорный Б. Б., Обозная М. В., 2021

Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент /
Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics, Sociology and Management. 2021; 11(5): 208–219

Финансирование: Исследование выполнено при поддержке гранта РФФИ №20-011-00228 «Российская цифровая экономика как социальное поле».

Для цитирования: Подгорный Б. Б., Обозная М. В. Отношение малого бизнеса Курского региона к цифровой экономике: социологический анализ // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2021. Т. 11, № 5. С. 208–219. <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2021-11-5-208-219>.

Поступила в редакцию 06.08.2021

Принята к публикации 02.09.2021

Опубликована 29.10.2021

The Attitude of Small Business in the Kursk Region to the Digital Economy: a Sociological Analysis

Boris B. Podgorny¹ ✉, Mariya V. Oboznaya¹

¹ Southwest State University
50 Let Oktyabrya str. 94, Kursk 305040, Russian Federation

✉ e-mail: b.podgorny46@gmail.com

Abstract

The relevance of the study lies in the need to clarify the attitude of small businesses to the digital economy and to determine the most significant characteristics that this attitude. The results of expert interviews showed that some experts - representatives of small businesses - do not support the development of the digital economy.

The purpose is clarification of the attitude of small business in the Kursk region to the digital economy.

Objectives: determination of the attitude of small business to the development of the digital economy; determination of general, digital and habitual characteristics of small business in the region and study of their impact on attitudes towards the digital economy.

Methodology. To accomplish the assigned tasks, the following methods were used: analysis of statistical information; small business questionnaire. The definition of the habitual structure of small business was made by comparing the orientation of the main disposition of the respondents and their effective capital.

Results. 26 percent of entrepreneurs have a positive attitude towards the digitalization process, 50 percent chose the answer "rather positively than negatively", 16 percent have a more negative than positive attitude, 4 percent have a negative attitude to the digital economy. The reference habitual structure of small business in the Kursk region shows that about 90 percent of small businesses can support the development of the digital economy and have a positive attitude towards the digitalization process.

Conclusions. The results of the study allow us to assert that general and digital characteristics can have only a slight effect on the attitude of small businesses to the digital economy, the main influence on the attitude of small businesses to the digital economy is exerted by habitual characteristics. At the same time, the majority of respondents who expressed a negative attitude to the digitalization process have a "preservation" disposition orientation, and it is practically impossible to change their opinion. However, there are also a number of respondents whose expressed opinion may change when creating the necessary conditions for this, aimed at implementing habitual practices, which can be expressed in real events related to increasing digital indicators and awareness of the opportunities and support provided by the state for the development of the digital economy.

Keywords: small business; digital economy; digital literacy; orientation of dispositions; habitus.

Conflict of interest: In the presented publication there is no borrowed material without references to the author and (or) source of borrowing, there are no results of scientific works performed by the authors of the publication, personally and (or) in co-authorship, without relevant links. The author declares no conflict of interest related to the publication of this article.

Funding: The research was carried out with the support of the RFBR grant No. 20-011-00228 "The Russian digital economy as a social field".

For citation: Podgorny B. B., Oboznaya M. V. The Attitude of Small Business in the Kursk Region to the Digital Economy: a Sociological Analysis. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika. Sotsiologiya. Menedzhment* = *Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics, Sociology and Management*. 2021; 11(5): 208–219. (In Russ.) <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2021-11-5-208-219>.

Received 06.08.2021

Accepted 02.09.2021

Published 29.10.2021

Введение

В Указе Президента РФ от 09.05.2017 г. № 203 «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы» дано определение цифровой экономики как хозяйственной деятельности, в которой «ключевым фактором производства являются данные в цифровом виде, обработка больших объемов и использование результатов анализа которых по сравнению с традиционными формами хозяйствования позволяют существенно повысить эффективность различных видов производства, технологий, оборудования, хранения, продажи, доставки товаров и услуг» [1]. Государственная программа «Цифровая экономика Российской Федерации» [2] от 28 июля 2017 г. предполагает развитие взаимодействия поставщиков и потребителей товаров, работ и услуг.

Следовало бы ожидать, что бизнес-сообщество, в т. ч. малый бизнес Курского региона, окажет с учетом открывающихся перспектив активную поддержку цифровой экономике. Однако в процессе проведения экспертных интервью с основными акторами поля цифровой экономики нами определены важные противоречия, касающиеся мнения и поддержки цифровизации представителями малого бизнеса. Так, половина этой категории экспертов высказала отрицательное отношение к процессу цифровизации [3]. С учетом того что, согласно Единому реестру субъектов малого и среднего предпринимательства, в Курской области ведет деятельность около 9 тысяч юридических лиц и более 23 тысяч индивидуальных предпринимателей [4], отнесенных к микропредприятиям, проблема положительного отношения и поддержки процесса цифровизации со стороны малого бизнеса является сверхактуальной.

Научное сообщество акцентирует исследовательский интерес на роли малого бизнеса как участника цифровой экономики, представляя теоретические

обобщения и результаты прикладных исследований.

Зарубежные ученые обращают внимание на то, что устойчивое развитие любой страны вряд ли возможно без жизнеспособного малого бизнеса. Ведь малый бизнес способствует насыщению рынка услугами и товарами, преодолению отраслевых и территориальных монополий, повышению уровня конкуренции [5]. Более того, малый бизнес, являясь важным сектором экономики, все больше использует информационные технологии для увеличения производительности и достижения конкурентных преимуществ [6].

Ученые отмечают, что цифровые технологии существенно снижают многие виды затрат [7], а эмпирическое исследование, проведенное в 10 странах ОЭСР в четырех отраслях, в которых МСП составляют большинство (отели, рестораны, такси и розничная торговля), показало, что цифровизация способствует повышению производительности фирмы [8]. Другое недавнее исследование показало, что цифровизация оказывает положительное влияние на рост производительности труда для МСП [9].

Также среди прикладных исследований зарубежных авторов мы выделили результаты исследования микробизнеса на предмет взаимосвязи между личностными качествами и предпринимательским успехом [10].

В последнее время ученые также исследуют необходимость использования цифровых технологий малым бизнесом в связи с пандемией COVID-19, отмечая, что на фоне пандемии малые предприятия активнее внедряют цифровые технологии (платформы, услуги и инструменты) и извлекают из них выгоду [11].

В докладе 2021 г. Международного центра конкурентного права и политики БРИКС [12] упоминается, что Казахстан, Армения, Россия и Беларусь являются государствами-членами СНГ с наиболее высоким уровнем цифровизации эконо-

мики, при этом Беларусь – лидер среди стран по темпам цифрового развития с примерами активно развивающихся малых и средних цифровых компаний.

Российское научное сообщество также уделяет внимание участию малого бизнеса в процессе цифровизации. Так, Н. В. Молоткова затрагивает проблемы формирования и перспективы функционирования малого бизнеса в сложившейся ситуации развития цифровой экономики, а также основные тенденции цифровой трансформации, которые играют важную роль для малого бизнеса [13].

Е. А. Боркова в своей работе подчеркивает основные проблемные зоны, с которыми сталкиваются средний и малый бизнес, несмотря на положительную динамику в национальной экономике [14].

Е. А. Панфилова анализирует различные модели финансово-правовой и нефинансовой поддержки субъектов МСП по цифровизации в рамках «регуляторных песочниц» с учетом оперативной готовности малого бизнеса к цифровой трансформации на основе индекса Business Digitalization Index и его структурных характеристик [15].

И. А. Бондаренко указывает на роль и место малого бизнеса в развитии цифровой экономики, влияние цифровизации на ключевые аспекты малого бизнеса и реакцию бизнес-сообщества на объективные процессы усиления цифровой конкуренции в глобальном масштабе [16].

А. В. Лукьянова в своей статье рассматривает тенденции и возможности цифровизации малого и среднего бизнеса, обозначает роль предпринимателей в обеспечении экономического роста и поддержании стабильности в стране [17].

Г. Ф. Варнакова подчеркивает проблемы малого бизнеса при внедрении цифровых технологий и пути их преодоления, что позволит ему предопределить выход на новый уровень развития [18].

Также фиксируется внимание на исследовании различных аспектов участия

малого бизнеса Курского региона в реализации программы «Цифровая экономика». Так, Н. В. Кубикова и А. В. Хорошлова пришли к выводу, что у малого бизнеса Курского региона существует потенциал для участия в модернизации страны [19]. В. М. Кузьмина рефлексировала над проблемой развития малого и среднего бизнеса и усиление их роли в модернизации экономики и социальной сферы, что является приоритетом в деятельности региональной власти [20].

С. А. Евсеева, О. А. Евсеева и О. А. Кальченко в качестве основных направлений для стимулирования развития применения цифровых технологий в малом и среднем бизнесе выдвигают идею о повышении цифровой грамотности, совершенствование инфраструктуры поддержки стартапов, развитие единой информационно-коммуникационной среды через цифровые платформы [21].

М. Г. Клевцова, Ю. С. Положенцева и И. О. Логвинова выдвигают меры для формирования благоприятных условий для развития и поддержания малого и среднего предпринимательства [22].

П. В. Сергеев, Т. С. Колмыкова и В. П. Сергеев пришли к выводу, что развитие цифровых технологий позволяет оперативно взаимодействовать науке, бизнесу и власти [23].

Также статистические сведения, касающиеся в первую очередь экономических показателей деятельности, представлены Курскстатом [24].

Таким образом, существует достаточное количество исследований малого бизнеса как участника цифровой экономики, однако отношению малого бизнеса к цифровой экономике уделено пока недостаточно внимания.

Цель исследования – уточнить отношение малого бизнеса Курской области к цифровой экономике.

Задачи исследования:

1. Определение отношения малого бизнеса к развитию цифровой экономики.

2. Определение общих, цифровых и габитуальных характеристик малого бизнеса региона и исследование их влияния на отношение к цифровой экономике.

Материалы и методы

Для достижения поставленной цели и задач в ходе написания научной работы применялись следующие методы: анализ российского законодательства и официальной статистической информации; количественное социологическое исследование малого бизнеса в виде анкетного опроса. Целесообразность исследования именно в виде анкетного опроса вызвана тем, что в процессе проведения экспертных интервью представители малого бизнеса высказывали обеспокоенность о сохранности результатов интервью и недопущении раскрытия их персональных данных в возможных научных публикациях. Применение анкетного опроса позволило обезличить респондентов, а также охватить большее их число.

Общие характеристики – возраст, пол, образование, среднемесячный доход – определены через анализ частотности ответов на вопросы анкеты.

Определение цифровых характеристик – индекса цифровой грамотности, уровня самозащиты информации, индекса самооценки своей цифровой грамотности – выполнено с использованием разработанной и апробированной авторской методологии [25]. Для наглядности произведено сравнение цифровых характеристик малого бизнеса и населения региона.

Для определения структуры габитусов малого бизнеса мы применили подход и классификацию, разработанную на основе теории социального пространства П. Бурдье [26]. Суть разработанного подхода заключается в установлении характеристик габитусов с помощью сочетания направленности основной диспозиции актора и его эффективного капитала [27].

Обработка результатов, их анализ и сравнение выполнялись с использовани-

ем программы SPSS (статистические таблицы и таблицы сопряженности).

Информационная и эмпирическая база исследования:

1. Программа «Цифровая экономика Российской Федерации» [2].

2. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства [4].

3. Материалы экспертных интервью (2020 год) с представителями экономики по теме цифровизации и развития цифровой экономики – 6 интервью [3].

4. Материалы социологического исследования представителей малого бизнеса Курского региона. Выборочная совокупность – 50 респондентов. Метод выборки – квотный, по видам деятельности.

Результаты и их обсуждение

Отношение к цифровой экономике

Для определения отношения к внедрению и развитию цифровой экономики респондентам было предложено выбрать ответ из предложенных четырех вариантов. Результаты представлены ниже (рис.).

Характеристики малого бизнеса региона и их влияние на отношение к цифровой экономике

Общие характеристики малого бизнеса:

1. *Возраст.* В дополнение к уже представленным коллегами и органами региональной статистики сведениям о количестве и экономических показателях деятельности мы проанализировали структуру возраста представителей малого бизнеса Курской области в рамках пяти возрастных когорт. Как показал выполненный анализ, наибольшее количество предпринимателей (34 процента) относятся к возрастной когорте 25-34 года. На втором месте (26 процентов) – представители возрастной когорты от 35 до 44 лет, несколько меньшее количество (22 процента) входят в возрастную когорту от 45 до 60 лет. На четвертом месте (12 процентов) – пред-

ставители молодого поколения – возраст от 18 до 24 лет. И завершает структуру группа представителей в возрасте

старше 60 лет, составляющая 6 процентов от общего количества предпринимателей.

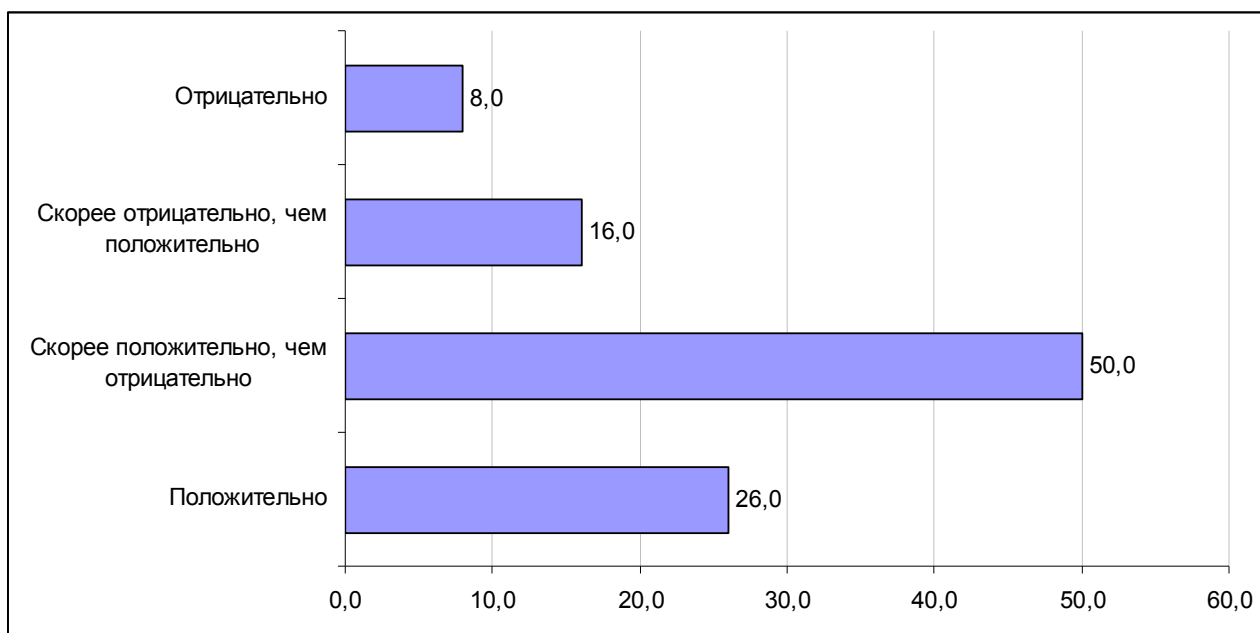


Рис. Отношение малого бизнеса к цифровой экономике

2. *Пол.* При этом среди предпринимателей женщин 58 процентов, а мужчин – 42 процента. С учетом погрешностей это соответствует половой структуре населения области [28].

3. *Образование.* Среди представителей малого бизнеса наибольшее количество (64 процента) составляют лица с высшим образованием, 24 процента имеют среднее специальное образование, 10 процентов – незаконченное высшее, 2 процента – ученую степень. Этот показатель также соответствует уровню образования населения Курской области [29, с. 162].

Показатель *среднемесячного дохода* от предпринимательской деятельности показал, что средний доход составляет 60-70 тыс. руб. При этом наибольшее количество предпринимателей – 30% с доходом 30-50 тыс., на втором месте (28 процентов) – с доходом 50-70 тыс., на третьем месте (22 процента) – с доходом до 30 тыс. Доход от 70 до 100 тыс. получают около 12 процентов предпринимателей, а доход более 100 тыс. по-

лучают лишь 8 процентов предпринимателей.

Анализ таблиц сопряженности показал, что представленные выше общие характеристики не оказывают влияния на отношение к цифровой экономике: несмотря на то, что хи-квадраты по всем характеристикам превышают расчетные хи-квадраты по степеням свободы, асимптотическая значимость по всем характеристикам значительно выше 0,05.

Цифровые характеристики малого бизнеса Курской области представлены в таблице 1, там же для сравнения представлены показатели по совершеннолетнему населению Курской области:

1. *Уровень цифровой грамотности.* Как видно из таблицы 1, индекс цифровой грамотности МБ превышает средний уровень совершеннолетнего населения Курской области. При этом очень высокому уровню соответствует только 2 процента респондентов, высокому – 6 процентов; удовлетворительный уровень имеет 34 процента, низкий – 38 процентов, очень низкий – 20 процентов.

Таблица 1. Цифровые характеристики малого бизнеса Курской области

Показатели	МБ	Население
Индекс цифровой грамотности (100-балльная шкала)	36	27,56
Индекс цифровой грамотности (5-балльная шкала)	2,32	1,87
Уровень самозащиты информации (100-балльная шкала)	19,10	19,10
Уровень самозащиты информации (5-балльная шкала)	1,65	1,65
Индекс самооценки цифровой грамотности (100-балльная шкала)	59,3	39,04
Индекс самооценки цифровой грамотности (5-балльная шкала)	3,44	2,53

2. *Уровень самозащиты информации* малого бизнеса соответствует уровню самозащиты информации совершеннолетнего населения. При этом 74 процента имеют очень низкий и низкий уровень, 12 процентов – удовлетворительный, только 14 процентов соответствуют высокому и очень высокому уровню самозащиты личной информации.

3. *Индекс самооценки своей цифровой грамотности* у малого бизнеса Курской области значительно превышает этот же показатель по населению, а также значительно превышает реальный индекс цифровой грамотности. Так, 50 процентов считают, что у них высокий и очень высокий уровень ЦГ, 22 процента причисляют себя к категории с удовлетворительным уровнем ЦГ, и только 28 процентов указали, что они соответствуют низкому (18%) и очень низкому (10%) уровню ЦГ. При этом только у 14 процентов ИЦГ и ИСЦГ соответствуют, у 72 процентов ИЦГ выше, чем ИСЦГ. Респондентов с индексом самооценки ниже, чем реальный индекс ЦГ, нет.

Анализ таблиц сопряженности показал, что представленные выше цифровые характеристики не оказывают влияния на выраженное отношение к цифровой экономике, что подтверждается значительным превышением асимптотической значимости над ее допустимым значением для всех представленных показателей.

Габитуальная структура малого бизнеса Курского региона

Структура направленности диспозиций, формирующих габитусы малого бизнеса, представлена в таблице 2.

Из таблицы 2 видно, что структура направленности диспозиций малого бизнеса значительно отличается от структуры направленности диспозиций всего населения области.

Анализ сочетания направленности основной диспозиции актора и его эффективного капитала позволил определить структуру габитусов малого бизнеса Курской области. Структура состоит из 24 (из 48 имеющихся) видов габитусов, которым соответствуют от 12 до 2 процентов представителей малого бизнеса. Подробные данные представлены в таблице 2.

Таблица 2. Структура направленности диспозиций малого бизнеса Курского региона, %

Направленность диспозиций	Малый бизнес	Население региона
Сохранение	12,0	20,3
Исполнение	14,0	19,5
Развитие	44,0	18,2
Влияние	2,0	14,1
Управление	18,0	21,1
Дистанцирование	10,0	6,8

Таблица 3. Габитуальная структура малого бизнеса Курского региона

Габитусы	Проценты	Габитусы	Проценты
Коммерсант	12,0	Лидер	4,0
Общественник	10,0	Традиционалист	2,0
Реформатор	10,0	Архивариус	2,0
Наемник	6,0	Обыватель	2,0
Исследователь	6,0	Службист	2,0
Минималист	6,0	Реорганизатор	2,0
Хранитель	4,0	Режиссер	2,0
Модератор	4,0	Импресарио	2,0
Чиновник	4,0	Координатор	2,0
Новатор	4,0	Управленец	2,0
Менеджер	4,0	Отшельник	2,0
Руководитель	4,0	Скептик	2,0

Расчет эталонного варианта отношения малого бизнеса к цифровой экономике позволил установить, что согласно габитуальной структуре около 86 процентов малого бизнеса Курской области с большой вероятностью должны поддерживать развитие цифровой экономики и относиться к процессу цифровизации положительно, около 6 процентов могут относиться к процессу цифровизации как положительно, так и отрицательно, около 8 процентов могут относиться к цифровизации и всему, что с ней связано, отрицательно.

Важно отметить, что структура габитусов малого бизнеса кардинально отличается от структуры габитусов населения Курской области, где первые три места занимают обладатели габитусов «наемник», «менеджер», «зожник» [30]. Детальное описание всех габитусов представлено в базе проекта «Российская цифровая экономика как социальное поле» [31].

Анализ таблиц сопряженности показал, что габитуальная структура малого бизнеса с большой вероятностью оказывает влияние на выраженное отношение к цифровой экономике, что подтверждается как превышением хи-квадрата над его расчетным значением по степеням свободы, так и значением асимптотической значимости, которое для показателей габитуальной структуры меньше 0,05.

Выводы

Полученные результаты анкетирования зафиксировали данные, что только четверть респондентов высказала твердое положительное отношение к цифровизации, у 65 процентов респондентов пока не сложилось в той или иной степени твердого мнения о цифровой экономике, 4 процента высказали отрицательное отношение к цифровой экономике. При этом, согласно эталонному варианту габитуальной структуры, около 90 процентов малого бизнеса могут поддержать развитие цифровой экономики и относиться к процессу цифровизации положительно.

Результаты выполненного исследования позволяют утверждать, что общие и цифровые характеристики могут оказывать лишь незначительное влияние на отношение малого бизнеса к цифровой экономике, основное влияние на отношение малого бизнеса к цифровой экономике оказывают габитуальные характеристики.

Большинство респондентов, высказавших отрицательно отношение к процессу цифровизации, являются обладателями габитусов направленности диспозиции «сохранение», и их мнение практически изменить невозможно.

Необходимо обратить внимание на вторую группу, мнение которой будет стремиться к эталонному варианту при создании для этого необходимых условий, направленных на реализацию габитусов.

туальных практик, что может выражаться в реальных мероприятиях, касающихся повышения цифровых показателей и ин-

формированности о возможностях и поддержке, предоставляемых государством для развития цифровой экономики.

Список литературы

1. О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017-2030 годы: Указ Президента РФ от 9 мая 2017 г. № 203. URL: <https://base.garant.ru/71670570/> (дата обращения: 11.06.2021).
2. Об утверждении программы «Цифровая экономика Российской Федерации»: Распоряжение Правительства РФ от 28 июля 2017 г. N 1632-р. URL: <https://base.garant.ru/71734878/> (дата обращения: 11.06.2021).
3. Подгорный Б. Б., Обозная М. В. Исследование основных акторов социального поля российской цифровой экономики: тематический анализ // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2021. Т. 11, № 1. С. 199–209.
4. Количество юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, сведения о которых содержатся в Едином реестре субъектов малого и среднего предпринимательства. Курская область // Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства. URL: <https://rmsp.nalog.ru/statistics.html?statDate=&level=0&fo=1&ssrf=46> (дата обращения: 08.06.2021).
5. Towards sustainable development via enhancing viability of small businesses through lending: a case study / A. Seisenbayeva, N. Gumar, M. Imramziyeva, S. Lapbayeva, N. Shmanova // Journal of Security and Sustainability Issues. 2020. N 10(2). P. 943–950.
6. Ellitan L. The Importance of Entrepreneurship and Information Technology for SMEs Strategic Planning // International Journal of Trend in Scientific Research and Development. 2021. Vol. 5. P. 1004–1009.
7. Goldfarb A., Tucker C. Digital Economics // Journal of Economic Literature. 2019. Vol. 57, N 1. P. 3–43.
8. Rivas B. "Like it or not? The impact of online platforms on the productivity of incumbent service providers" // Organisation for Economic Co-operation and Development. URL: <http://www.oecd.org>...publicdisplaydocumentpdf/?cote=ECO...2019...> (дата обращения: 18.06.2021).
9. Costa H. Are online platforms killing the offline star? Platform diffusion and the productivity of traditional firms // Organisation for Economic Co-operation and Development. URL: <http://www.oecd.org>...publicdisplaydocumentpdf/?cote=ECO...2019...> (дата обращения: 18.06.2021).
10. Diputra I., Arismunandar A., Jufri M. Entrepreneurial Self-Efficacy Compromising The Pros And Cons Of The Relationship Between Personality Traits And Entrepreneurial Success // Lticultural Education. 2021. Vol. 7, is. 7. P. 176–187.
11. Geibel R. The DMA and Small Business. Startup ecosystems in the US and in Germany. URL: https://www.researchgate.net/publication/353123124_The_DMA_and_Small_Business (дата обращения: 05.06.2021).
12. МСП и цифровизация: антимонопольное регулирование и перспективы для региона СНГ. Доклад для Регионального диалога ЮНКТАД-ЕЭК ООН. URL: <https://www.hse.ru/mirror/pubs/share/457165575.pdf> (дата обращения: 05.06.2021).
13. Molotkova N. V., Khazanova D. L., Ivanova E. V. Small Business in Digital Economy // Problems of Enterprise Development: Theory and Practice. 2018. URL: https://www.researchgate.net/publication/331785040_Small_Business_in_Digital_Economy (дата обращения: 17.06.2021).
14. Боркова Е. А., Подкатилина В. А., Завьялова П. Е. Динамика развития малого и среднего бизнеса: проблемы и перспективы // Государственный советник. 2019. № 2. С. 83–89.
15. Панфилова Е. А., Комарова С. Н. Формы поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства в условиях цифровой трансформации // Естественно-гуманитарные исследования. 2020. № 29(3). С. 282–289.
16. Бондаренко И. А. Институт предпринимательства в условиях цифровизации экономической системы // Вестник Академии знаний. 2020. № 39(4). С. 104–110.
17. Лукьянова А. В. Тенденции и возможности цифровизации малого и среднего бизнеса // Евразийское научное объединение. 2019. № 6-4 (52). С. 246–251.

18. Варнакова Г. Ф. Малый бизнес на пути цифровизации экономики // *Аллея науки*. 2019. № 1(28). С. 825–828.

19. Кубикова Н. В., Хорошилова А. В. Модернизационный потенциал развития региона и механизмы управления малым предпринимательством (на примере Центрального Черноземья) // *Теория и практика общественного развития*. 2017. № 2. С. 28–30.

20. Варинова А. С., Павлова А. И., Кузьмина В. М. Роль малого предпринимательства в региональном развитии Курска и Курской области // *Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования*. 2015. № 2 (7). С. 66–68.

21. Евсеева С. А., Евсеева О. А., Кальченко О. А. Возможности цифровизации российского малого и среднего бизнеса на региональном уровне // *Известия высших учебных заведений. Серия: Экономика, финансы и управление производством*. 2019. № 1(39). С. 28–32.

22. Клевцова М. Г., Положенцева Ю. С., Логвинова И. О. Анализ перспективных инструментов поддержки малого и среднего бизнеса в Российской Федерации // *Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент*. 2019. Т. 9, № 5. С. 87–102.

23. Сергеев П. В., Колмыкова Т. С., Сергеев В. П. Взаимодействие науки, бизнеса и власти в условиях цифровой трансформации экономики // *Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент*. 2020. Т. 10, № 4. С. 77–86.

24. Малое и среднее предпринимательство // Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Курской области. URL: https://kurskstat.gks.ru/changes_economy (дата обращения: 11.06.2021).

25. Podgorny B., Volokhova N. Digital Literacy Of The Population: Regional Features // *European Proceedings of Social and Behavioural Sciences EpSBS*. 2020. Vol. 105. P. 696–707. <https://doi.org/10.15405/epsbs.2021.04.74>.

26. Bourdieu P. *Le sens pratique*. Paris: Les Editions de Minuit, 1980. 479 p.

27. Подгорный Б. Б. Социальные габитусы населения: методология и классификация: монография. Курск: Университетская книга, 2021. 226 с.

28. Население // Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Курской области. URL: <https://kurskstat.gks.ru/population> (дата обращения: 11.06.2021)

29. Подгорный Б. Б. Российский фондовый рынок как социальное поле: монография. Курск: Университетская книга, 2018. 313 с.

30. Подгорный Б. Б. Социальные габитусы населения Курской области: структура и региональные особенности // *Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент*. 2021. Т. 11, № 4. С. 215–225.

31. Russian digital economy as a social field. Data for the Kursk region of Russia. URL: <https://data.mendeley.com/datasets/2fcff7jj82/5> (дата обращения: 08.07.2021).

References

1. O Strategii razvitiya informatsionnogo obshchestva v Rossiiskoi Federatsii na 2017-2030 gody [On the Strategy for the Development of the Information Society in the Russian Federation for 2017-2030]. Decree of the President of the Russian Federation dated May 9, 2017 No. 203. Available at: <https://base.garant.ru/71670570/>. (accessed 11.06.2021)

2. Ob utverzhdenii programmy "Tsifrovaya ekonomika Rossiiskoi Federatsii" [On the approval of the program "Digital Economy of the Russian Federation"]. Decree of the Government of the Russian Federation of July 28, 2017 № 1632-r. Available at: <https://base.garant.ru/71734878/>. (accessed 11.06.2021)

3. Podgorny B. B., Oboznaya M. V. Issledovanie osnovnykh aktorov social'nogo polya rossijskoj cifrovoj ekonomiki: tematicheskij analiz [Research of the main actors of the social field of the Russian digital economy: a thematic analysis]. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika. Sociologiya. Menedzhment = Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics. Sociology. Management*, 2021, vol. 11, no. 1, pp. 199–209.

4. Kolichestvo yuridicheskikh lits i individual'nykh predprinimatelei, svedeniya o kotorykh soderzhatsya v Edinom reestre sub"ektov malogo i srednego predprinimatel'stva. Kurskaya oblast' [The number of legal entities and individual entrepreneurs, information about which is contained in the Unified

Register of Small and Medium-sized Businesses. Kursk region]. Edinyi reestr sub'ektov malogo i srednego predprinimatel'stva [Unified Register of small and medium-sized businesses]. Available at: <https://rmsp.nalog.ru/statistics.html?statDate=&level=0&fo=1&ssrf=46>. (accessed 08.06.2021)

5. Seisenbayeva A., Gumar N., Imramziyeva M., Lapbayeva S., Shmanova N. Towards sustainable development via enhancing viability of small businesses through lending: a case study. *Journal of Security and Sustainability Issues*, 2020, no. 10(2), pp. 943–950.

6. Ellitan L. The Importance of Entrepreneurship and Information Technology for SMEs Strategic Planning. *International Journal of Trend in Scientific Research and Development*, 2021, vol. 5, pp. 1004–1009.

7. Goldfarb A., Tucker C. Digital Economics. *Journal of Economic Literature*, 2019, vol. 57, no. 1, pp. 3–43.

8. Rivas B. "Like it or not? The impact of online platforms on the productivity of incumbent service providers". Organisation for Economic Co-operation and Development. Available at: <http://www.oecd.org>...publicdisplaydocumentpdf/?cote=ECO...2019...> (accessed 18.06.2021)

9. Costa H. Are online platforms killing the offline star? Platform diffusion and the productivity of traditional firms. Organisation for Economic Co-operation and Development. Available at: <http://www.oecd.org>...publicdisplaydocumentpdf/?cote=ECO...2019...> (accessed 18.06.2021)

10. Diputra I., Arismunandar A., Jufri M. Entrepreneurial Self-Efficacy Compromising The Pros And Cons Of The Relationship Between Personality Traits And Entrepreneurial Success. *Liticultural Education*, 2021, vol. 7, is. 7, pp. 176–187.

11. Geibel R. The DMA and Small Business. Startup ecosystems in the US and in Germany. Available at: https://www.researchgate.net/publication/353123124_The_DMA_and_Small_Business. (accessed 05.06.2021)

12. MSP i cifrovizaciya: antimonopol'noe regulirovanie i perspektivy dlya regiona SNG. Doklad dlya Regional'nogo dialoga YuNKTAD-EE'K OON [SMEs and digitalization: antimonopoly regulation and prospects for the CIS region. Report for the UNCTAD-UNECE Regional Dialogue]. Available at: <https://www.hse.ru/mirror/pubs/share/457165575.pdf>. (accessed 05.06.2021)

13. Molotkova N. V., Khazanova D. L., Ivanova E. V. Small Business in Digital Economy. Problems of Enterprise Development: Theory and Practice. 2018. Available at: https://www.researchgate.net/publication/331785040_Small_Business_in_Digital_Economy. (accessed 17.06.2021)

14. Borkova E. A., Podkatilina V. A., Zavyalova P. E. Dinamika razvitiya malogo i srednego biznesa: problemy i perspektivy [Dynamics of development of small and medium-sized businesses: problems and prospects]. *Gosudarstvennyj sovetnik = State Adviser*, 2019, no. 2, pp. 83–89.

15. Panfilova E. A., Komarova S. N. Formy podderzhki sub'ektov malogo i srednego predprinimatel'stva v usloviyakh cifrovoy transformacii [Forms of support for small and medium-sized businesses in the conditions of digital transformation]. *Estestvenno-gumanitarnye issledovaniya = Natural Sciences and Humanities Research*, 2020, no. 29(3), pp. 282–289.

16. Bondarenko I. A. Institut predprinimatel'stva v usloviyakh cifrovizacii ekonomicheskoy sistemy [Institute of Entrepreneurship in the conditions of digitalization of the economic system]. *Vestnik Akademii znanij = Bulletin of the Academy of Knowledge*, 2020, no. 39(4), pp. 104–110.

17. Lukyanova A.V. Tendencii i vozmozhnosti cifrovizacii malogo i srednego biznesa [Trends and opportunities of digitalization of small and medium-sized businesses]. *Evrazijskoe nauchnoe ob`edinenie = Eurasian Scientific Association*, 2019, no. 6-4 (52), pp. 246–251.

18. Varnakova G. F. Malyj biznes na puti cifrovizacii ekonomiki [Small business on the way of digitalization of the economy]. *Nauchno-prakticheskij elektronnyj zhurnal Alleya Nauki = Scientific and Practical Electronic Journal Alley of Science*, 2019, no. 1(28), pp. 825–828.

19. Kubikova N. V., Khoroshilova A.V. Modernizacionnyj potencial razvitiya regiona i mexanizmy upravleniya malym predprinimatel'stvom (na primere Central'nogo Chernozem'ya) [Modernization potential of the region's development and mechanisms of small business management (on the example of the Central Chernozem region)]. *Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya = Theory and Practice of Social Development*, 2017, no. 2, pp. 28–30.

20. Varinova A. S., Pavlova A. I., Kuzmina V. M. Rol' malogo predprinimatel'stva v regional'nom razvitiy Kurska i Kurskoj oblasti [The role of small entrepreneurship in the regional development of Kursk and the Kursk region]. *Innovacionnaya ekonomika: perspektivy razvitiya i sovershenstvovaniya = Innovative Economy: Prospects for Development and Improvement*, 2015, no. 2 (7), pp. 66–68.

21. Evseeva S. A., Evseeva O. A., Kalchenko O. A. Vozmozhnosti cifrovizacii rossijskogo malogo i srednego biznesa na regional'nom urovne [Possibilities of digitalization of Russian small and medium-

sized businesses at the regional level]. *Izvestiya vysshikh uchebnykh zavedenii. Seriya: E'konomika, finansy i upravlenie proizvodstvom = Proceedings of Higher Educational Institutions. The Series: Economics, Finance and Production Management*, 2019, no. 1(39), pp. 28–32.

22. Klevtsova M. G., Polozhentseva Yu. S., Logvinova I. O. Analiz perspektivnykh instrumentov podderzhki malogo i srednego biznesa v Rossijskoj Federacii [Analysis of promising tools for supporting small and medium-sized businesses in the Russian Federation]. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: E'konomika. Sociologiya. Menedzhment = Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics. Sociology. Management*, 2019, vol. 9, no. 5, pp. 87–102.

23. Sergeev P. V., Kolmykova T. S., Sergeev V. P. Vzaimodejstvie nauki, biznesa i vlasti v usloviyakh cifrovoj transformacii e'konomiki [Interaction of science, business and government in the conditions of digital transformation of the economy]. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: E'konomika. Sociologiya. Menedzhment = Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics. Sociology. Management*, 2020, vol. 10, no. 4, pp. 77–86.

24. Maloe i srednee predprinimatel'stvo [Small and medium-sized enterprises]. Territorial'nyj organ Federal'noj sluzhby gosudarstvennoj statistiki po Kurskoj oblasti [Territorial body of the Federal State Statistics Service for the Kursk region]. Available at: https://kurskstat.gks.ru/changes_economy. (accessed 11.06.2021)

25. Podgorny B., Volokhova N. Digital Literacy Of The Population: Regional Features. *European Proceedings of Social and Behavioural Sciences EpSBS*, 2020, vol. 105, pp. 696–707. <https://doi.org/10.15405/epsbs.2021.04.74>

26. Bourdieu P. *Le sens pratique*. Paris, Les Editions de Minuit, 1980. 479 p.

27. Podgorny B. B. Social'ny'e gabitusy naseleniya: metodologiya i klassifikaciya [Social habits of the population: methodology and classification]. Kursk, Universitetskaya kniga Publ., 2021. 226 p.

28. Naselenie [Population]. Territorial'nyj organ Federal'noj sluzhby gosudarstvennoj statistiki po Kurskoj oblasti [Territorial body of the Federal State Statistics Service for the Kursk region]. Available at: <https://kurskstat.gks.ru/population>. (accessed 11.06.2021)

29. Podgorny B. B. Rossijskij fondovyj rynek kak social'noe pole [The Russian stock market as a social field]. Kursk, Universitetskaya kniga Publ., 2018. 328 p.

30. Podgorny B. B. Social'ny'e gabitusy naseleniya Kurskoj oblasti: struktura i regional'ny'e osobennosti [Social habits of the population of the Kursk region: structure and regional features]. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: E'konomika. Sociologiya. Menedzhment = Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics. Sociology. Management*, 2021, vol. 11, no. 4, pp. 215–225.

31. Russian digital economy as a social field. Data for the Kursk region of Russia. Available at: <https://data.mendeley.com/datasets/2fcff7jj82/5>. (accessed 08.07.2021)

Информация об авторах / Information about the Authors

Подгорный Борис Борисович, доктор социологических наук, профессор кафедры философии и социологии, Юго-Западный государственный университет, г. Курск, Российская Федерация,
e-mail: b.podgorny46@gmail.com,
ORCID: 0000-0002-2972-3603,
Scopus Author ID: 56179962200,
Researcher ID: G-5862-2016

Boris B. Podgorny, Doctor of Sociological Sciences, Professor of the Department of Philosophy and Sociology, Southwest State University, Kursk, Russian Federation,
e-mail: b.podgorny46@gmail.com,
ORCID: 0000-0002-2972-3603,
Scopus Author ID: 56179962200,
Researcher ID: G-5862-2016

Обозная Мария Владимировна, социолог научно-образовательного межвузовский центра социальной теории и инновационных технологий, Юго-Западный государственный университет, г. Курск, Российская Федерация,
e-mail: manayoboz@mail.ru,
ORCID: 0000-0002-1122-0397

Mariya V. Oboznaya, Sociologist of the Scientific and Educational Interuniversity Center for Social Theory and Innovative Technologies, Southwest State University, Kursk, Russian Federation,
e-mail: manayoboz@mail.ru,
ORCID: 0000-0002-1122-0397