

# ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИЙ

DOI: 10.15838/t di.2021.5.60.4

УДК 338.4 | ББК 65.290

© Усков В.С.

## АНАЛИЗ ТЕНДЕНЦИЙ И ПРОБЛЕМ ЦИФРОВИЗАЦИИ СФЕРЫ УСЛУГ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ<sup>1</sup>



**ВЛАДИМИР СЕРГЕЕВИЧ УСКОВ**

Вологодский научный центр Российской академии наук

г. Вологда, Российская Федерация

e-mail: v-uskov@mail.ru

ORCID: 0000-0001-5158-8551; ResearcherID: T-6713-2017

Одной из глобальных тенденций развития современной экономики является феноменальное расширение сферы услуг, характерное для всех стран. Но в каждой из них этот процесс происходит по-разному, что зависит от внутренних предпосылок и существующего уровня экономического развития государства. В настоящее время сфера услуг в значительной степени опережает промышленность и сельское хозяйство по вкладу в ВВП, лидирует по количеству новых рабочих мест и показателю занятости, влияет на показатели развития мировой экономики, экономики страны и конкретных территорий. Современные процессы, происходящие в сфере услуг, характеризуются ростом цифровизации и развитием процессов цифровой трансформации, которые изменили традиционные услуги и сформировали новый рынок, сочетающий информационные технологии на всех этапах цикла создания услуг. Процесс цифровизации услуг улучшает их безопасность, доступность и функциональность, а между традиционными свойствами продуктов и услуг и новыми «цифровыми» образуется сложная конфигурация. Это подтверждает актуальность изучения сущности услуг и особенностей происходящих изменений с целью выявления тенденций и проблем цифровизации и формирования институциональных условий развития данной сферы с учетом влияния цифровой трансформации экономики. В работе исследовано содержание категории «услуга», проведена систематизация и классификация услуг; дана характеристика уровня развития цифровых услуг за рубежом и в РФ, проанализированы тенденции и проблемы цифровизации сферы услуг в России.

Цифровизация, услуги, сфера услуг, тенденции, проблемы, информационное развитие территорий.

<sup>1</sup> Статья подготовлена в рамках государственного задания № 0168-2019-0007 «Обеспечение конкурентоспособности регионов в условиях научно-технологических изменений и цифровизации экономики».

Стремительное развитие цифровых технологий за последние десять лет коренным образом меняет характер производительных сил и рыночных отношений в мире, предлагает совершенно разные формы и пути развития, основанные на сочетании цифровых возможностей и ресурсов. На сегодняшний день создан ряд цифровых и информационных технологий, которые предусматривают переход на новый этап развития производительных сил (Индустрия 4.0, новый уровень автоматизации всех процессов и т. д.) [1]. Меняя архитектуру современного бизнеса, эффект цифровизации стирает границы отраслей, структуру рынков и поведение компаний, снижает способность производить уникальные продукты, поэтому конкурентоспособность достигается за счет предоставляемой потребительской ценности и качества обслуживания.

Таким образом, одной из основных глобальных тенденций развития современной экономики является феноменальное расширение сферы услуг, которая в значительной степени опережает промышленность и сельское хозяйство по вкладу в ВВП, лидирует по количеству новых рабочих мест и показателю занятости населения, влияет на показатели развития мировой экономики. Развитие сферы услуг характерно для всех стран, но в каждой из них происходит по-разному, что зависит от внутренних предпосылок и существующего уровня экономического развития государства. В связи с этим цель работы заключается в анализе тенденций и проблем цифровизации сферы услуг в Российской Федерации. Задачи исследования: рассмотреть содержание категории «услуга»; провести систематизацию и классификацию услуг; выявить уровень развития цифровых услуг за рубежом и в РФ; проанализировать тенденции проблемы цифровизации сферы услуг в России.

В настоящее время категориальный аппарат в отношении понятия «услуга» окончательно не сложился. В связи с этим следует

рассматривать услугу как множество видов деятельности с разной структурой. У понятия есть много объяснений: экономические продукты, товары, работа, то есть различные виды деятельности с определенными результатами [2]. Применительно к услуге исполнителю платят не за результат его работы, а за процесс ее выполнения [3]. Два определения: «услуга» и «работа» – имеют наибольшую степень соприкосновения, что подтверждается фактом их объединения в законодательстве разных стран. Разберем концепцию понятия «услуга» с помощью различных определений.

К.В. Штерн, Е.А. Те считают, что услугой является какое-либо действие без учета финансовой стороны проблемы. Действие, называемое услугой, предназначено для лица, на которое оно направлено, и для лица, выполняющего это действие, предоставление услуги может считаться работой [4].

С.И. Ожегов дает два варианта определения услуги. В первом он обозначает ее как деятельность, удовлетворяющую чьи-либо запросы. Во втором определении подразумевается, что услуга должна давать человеку некоторую пользу<sup>2</sup>. По мнению Д. Ушакова, Т.Ф. Ефремовой, Д.В. Дмитриева, услуга – это деятельность по удовлетворению потребностей одной группы людей за счет другой<sup>3</sup>.

Следует отметить, что в экономической науке работой называется такая трудовая деятельность, которая характеризуется оцененным и оплачиваемым положительным результатом. Но объем услуги не ограничивается достижением желаемого результата.

Все сказанное выше приводит к наличию в настоящее время большого количества определений свойств и черт услуг. Проведенные исследования показывают, что можно выделить четыре характеристики услуг: несохраняемость, неотделимость производства и потребления, неосвязаемость, непостоянство качества [5]. Именно эти свойства являются наиболее важными характеристиками услуг по мнению большинства ученых (табл. 1).

<sup>2</sup> Ожегов С.И. Словарь русского языка: 70000 слов / под ред. Н.Ю. Шведова. 21-е изд., перераб. и доп. М.: Русский язык, 1989. 924 с.

<sup>3</sup> Толковый словарь русского языка / под ред. Д.В. Дмитриева. М., 2003.

Таблица 1. Классификация свойств услуг

№ п/п	Свойство	Особенность
1	Неосвязаемость	Услуга является нематериальной, ее невозможно «почувствовать» перед покупкой
2	Неотделимость	Услуга неотделима от источника и невозможна без человека, который ее предоставляет
3	Непостоянство качества	Качество услуги зависит от того, кто, как и где ее предоставляет
4	Недолговечность	Услугу невозможно сохранить для использования в будущем
5	Отсутствие передачи прав собственности	При оказании услуги не переходит право собственности

Составлено по: [6].



Рис. 1. Классификация услуг с точки зрения функционального подхода

Источник: Зворыкина Т.И., Платонова Н.А. Техническое регулирование: сфера услуг: учебн. пособие. М.: Альфа-М, 2011. 544 с.

Также значительное внимание уделяется классификации услуг по другим принципам, важнейшим из которых (с точки зрения применения) является классификация по функциональным характеристикам. В ее основе лежит принцип разделения услуг на потребительские, социальные, производственные, распределительные (рис. 1).

В научной литературе помимо определения «услуга» существует понятие «сервис». Сфера сервиса и сфера услуг тождественны<sup>4</sup>. В целом их можно определить как экономическую сферу, которая производит блага, их положительное влияние проявляется в процессе ее создания<sup>5</sup>.

Обобщение теоретических основ при изучении понятия «услуга» позволяет за-

ключить, что категориальный аппарат в ее определении окончательно не сложился. Это обусловлено сложностью и многообразием действий, которые можно назвать услугами, а также объектов, на которые направлены эти действия. Как показало исследование, услуга является сложным социально-экономическим феноменом, лежащим в основе человеческих взаимоотношений и общественного разделения труда; при определенных условиях может приобретать товарную форму и выступать предметом гражданского оборота.

Следовательно, сферой услуг являются все отрасли в экономике, производство в которых можно классифицировать как услуги. Сфера услуг, таким образом, это совокупность отраслей экономики. Она обладает

<sup>4</sup> Сервисная деятельность: учебн. пособие / С.Н. Коробкова [и др.]; под общ. ред. В.К. Романович. 3-е изд. СПб.: Питер, 2005. 156 с.

<sup>5</sup> Сфера услуг // Кругосвет: онлайн-энцикл. URL: [http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye\\_nauki/ekonomika\\_i\\_pravo/SFERA\\_USLUG.html](http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye_nauki/ekonomika_i_pravo/SFERA_USLUG.html)

существенным потенциалом развития и высокими темпами роста (рис. 2, 3).

В России показатель вклада сферы услуг в ВВП составил в 2018 году 49,2%, что значительно ниже мирового уровня и не позво-

ляет признать Россию страной с развитой постиндустриальной экономикой (табл. 2).

Достигнутый уровень развития цифровых технологий оказал наиболее значительное влияние на трансформацию сектора

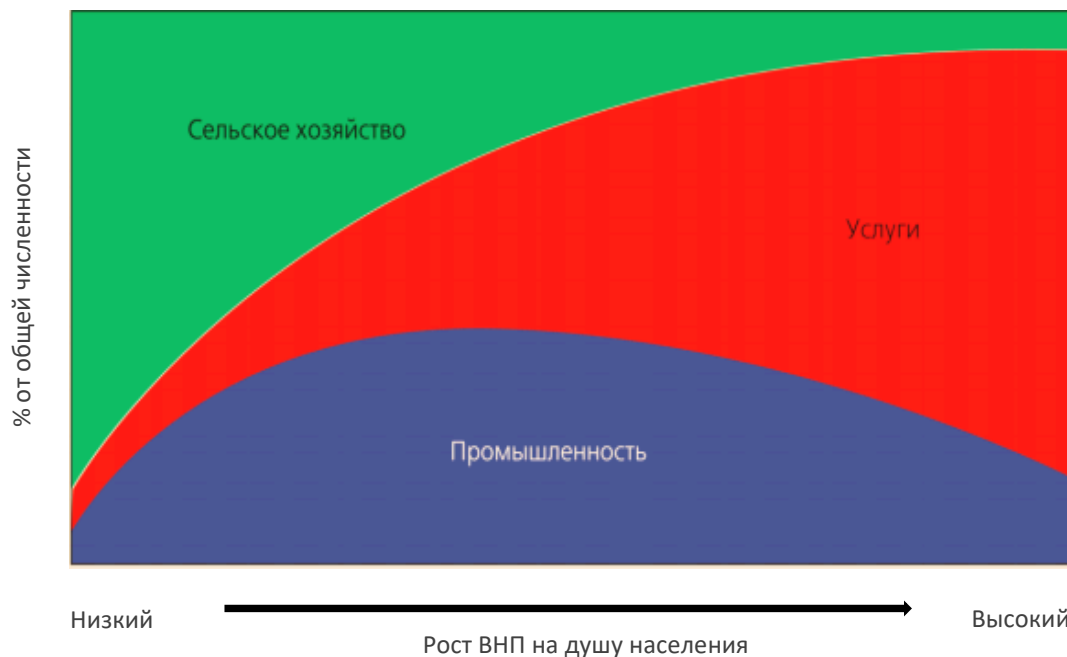


Рис. 2. Изменение структуры занятости по мере экономического роста страны

Источник: Всемирный Банк. URL: [http://web.worldbank.org/archive/website01558/WEB/IMAGES/WNR\\_09.PDF](http://web.worldbank.org/archive/website01558/WEB/IMAGES/WNR_09.PDF)

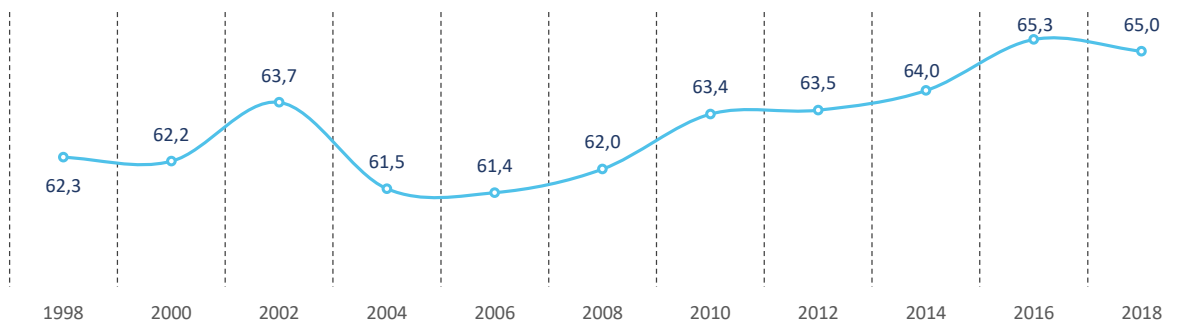


Рис. 3. Доля сферы услуг в мировом ВВП, %

Источник: Всемирный Банк. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/NV.SRV.TOTL.ZS>

Таблица 2. Структура валового внутреннего продукта по секторам экономики, %

Показатель	2017 год		2018 год		2019 год	
	мир в целом	Россия	мир в целом	Россия	мир в целом	Россия
Сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство	3,5	4,2	3,4	3,9	4,0	3,5
Промышленный сектор	25,5	44,6	25,2	45,3	27,0	47,3
Сфера услуг	71,0	51,2	71,4	50,8	69,0	49,2

Источник: данные Росстата.

услуг, привел к неограниченному масштабированию бизнеса и экспоненциальному снижению ценности создания спроса и цен на услуги для потребителей (транспорт, образование, здравоохранение, туризм и др.), а также в сфере взаимодействия между участниками рынка, государственными службами и службами безопасности.

В течение последних десятилетий материальное производство активно росло, стимулировалось потребление товаров, что обусловило превышение предложения над спросом и, как следствие, значительную неэффективность мировой экономики: психологическое устаревание предметов сегодня происходит в значительной степени раньше физического [7].

Потребление услуг, в отличие от потребления товаров, не имеет ограничений. В предыдущие периоды потребление услуг и рост их разнообразия сдерживались локальным характером потребления и локальностью их предложения из-за ограничений спроса ниже эффективного уровня.

Цифровизация меняет сам характер производства и предоставления услуг за счет внедрения совершенно новых технологий и платформ, цифровых форматов для предоставления услуг, устранения посредников, пересмотра принципов взаимодействия с клиентами, поставщиками и партнерами, возможности создания экосистем и под-

ключения в инфраструктуру партнеров и подрядчиков с использованием новых схем оплаты.

Развитие сферы услуг определяется сочетанием следующих ключевых тенденций (рис. 4):

- 1) цифровая трансформация экономики и социальной жизни;
- 2) социально-экономические процессы глобализации и устойчивого развития;
- 3) тенденции сервисизации и появление гибридных продуктов;
- 4) развитие экономики совместного потребления и экономики сотрудничества.

Цифровизация несет в себе большой экономический потенциал, который может быть реализован в ближайшие годы. Ряд технологий станут основным источником общего роста экономики. Как показывают исследования MGI [9], к 2030 году мировой ВВП увеличится на 13 трлн долларов за счет цифровых технологий, которые открывают большие возможности для бизнеса, доходы от их использования реинвестируются в экономику.

То, как фирмы применяют цифровые технологии, наглядно демонстрирует возможные преимущества от цифровизации. Отрасли с высоким уровнем цифровизации демонстрируют наибольший рост производительности.

Среди отраслей, имеющих высокий уровень цифровизации, можно выделить сферу

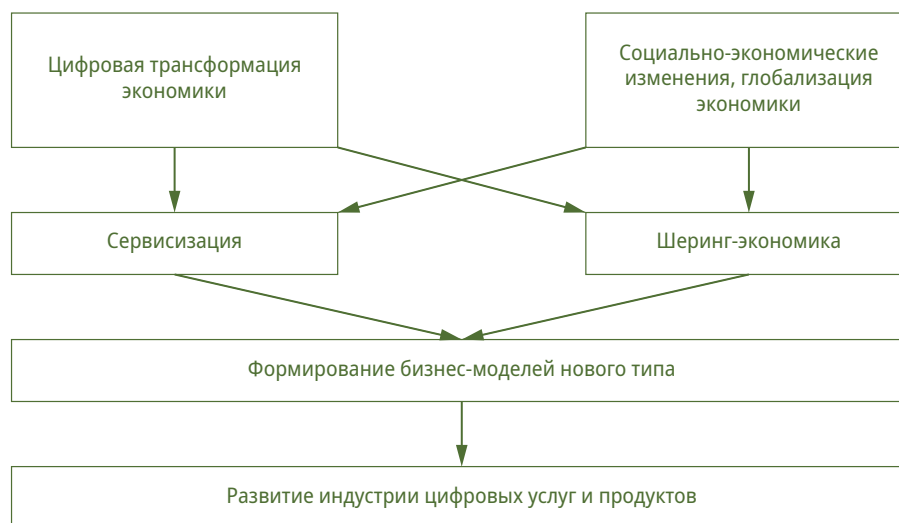


Рис. 4. Тенденции, определяющие развитие цифровых услуг в настоящее время

Источник: [8].

Таблица 3. Уровень использования цифровых технологий по отраслям в США, странах ЕС и Китае

Отрасль	Организации, использующие цифровые технологии, %	Факторы, сдерживающие развитие отрасли в условиях цифровизации		
		денежные поступления	автоматизация и цепочка поставок	цифровая рабочая сила
Фармацевтика	13,4	+	+	+
Деловые и профессиональные услуги	17,0		+	+
Здравоохранение	24,3	+		
СМИ	25,0			+
Потребительские товары	28,5	+		
Финансовые услуги	29,7	+	+	
Телекоммуникационные услуги	31,0		+	+
Розничная торговля	46,0	+		
Туристические услуги	51,0		+	
Средний уровень по отраслям	25,0			

Источник: данные McKinsey.

услуг, включающую прямую связь с потребителями и обеспечивающую более быстрый оборот капитала. В развитых странах к секторам с высоким уровнем цифровизации относятся СМИ и организации финансовых услуг, с низкой степенью цифровизации – фармацевтика и крупные отрасли обрабатывающей промышленности.

Тем не менее, несмотря на достижения в области новых технологий, на макроэкономическом уровне рост производительности труда в развитых странах был незначительным, снижаясь в среднем на 0,5% в период с 2010 по 2014 год (подробнее см. [10; 11]). Исследования, проведенные зарубежными учеными, свидетельствуют, что эффект от цифровизации, вероятно, появится только тогда, когда компании начнут массово внедрять цифровые технологии в рабочие процессы. В среднем процесс полного распространения новых цифровых технологий во всем мире может продолжаться до 2045 года [12–14].

Как показывает практика, в различных странах множество компаний начинают внедрять цифровые технологии в производство, но анализ различных практик их примене-

ния говорит о том, что этот процесс остается сложным и медленным.

Опыт компаний по внедрению цифровых технологий в производство в США, ЕС и Китае показывает, что в этих странах уровень цифровизации все еще не высок. В среднем уровень цифровизации составляет лишь около 25% от общего потенциала сектора (табл. 3).

Результаты опроса компаний о степени использования цифровых технологий в производстве свидетельствуют, что наибольший уровень цифровизации имеют организации сферы услуг (туристические, финансовые услуги) и торговли, а наименьший – фармацевтической отрасли. Остальные отрасли имеют средний уровень цифровизации – 25%. Кроме того, опрос позволил выявить факторы, сдерживающие развитие отрасли в условиях цифровизации, а именно: низкий процент продаж, осуществленных с помощью цифровых технологий, невысокий процент автоматизированных операций, низкий процент использования цифровых технологий при взаимодействии в цепочках поставок<sup>6</sup>.

Мировой опыт говорит о том, что в наиболее развитых в цифровом отношении сек-

<sup>6</sup> A winning operating model for digital strategy, McKinsey Digital, January 2019; Jacques Bughin and Tanguy Catlin, 3 digital strategies for companies that have fallen behind, Harvard Business Review, February 12, 2019; A winning operating model for digital strategy, McKinsey Digital, January 2019.

торах экономики работает принцип «победитель получает все». На сегодняшний день на 10% компаний с наибольшим доходом от цифровизации приходится до 80% дохода, получаемого в их секторе: от 60% в сфере профессиональных услуг до более 90% в области СМИ и телекоммуникаций (рис. 5).

Процессы цифровизации в России получили импульс к развитию в последние годы. Существенных успехов достигли частные компании, постепенно меняется рынок труда, государство реализует крупные инфраструктурные проекты, широко внедряются интернет, мобильная и широкополосная связь. Несмотря на предпринимаемые усилия, Россия пока отстает по ключевым показателям развития цифровизации экономики от стран – цифровых лидеров, в частности от стран Европейского союза (табл. 4). Так, в России почти в два раза ниже доля организаций, имеющих интернет-сайты, наблюдает-

ся низкая активность граждан, получающих госуслуги через интернет и совершающих покупки онлайн, а также меньшее число организаций, имеющих CRM-системы.

Вместе с тем, по отдельным параметрам, выступающим индикаторами уровня цифровизации общества, Россия не только не отстает, но и опережает некоторые ведущие страны: например, в 2018 году на одного человека в России приходилось в среднем 2,8 подключенных к интернету устройства, в то время как во Франции и Германии аналогичный показатель находился на уровне 2,5 и 2,6 устройства на человека соответственно (табл. 5).

Схожая ситуация наблюдается и по такому показателю, как доля людей, ежедневно пользующихся доступом в интернет: Россия (66%) отстает от Японии (81%), Южной Кореи (81%) и Великобритании (69%), но в целом находится на уровне развитых стран.



Рис. 5. Доля дохода 10% крупнейших компаний, использующих цифровые технологии, % от дохода, получаемого в секторе

Источник: данные McKinsey.

Таблица 4. Сравнительная характеристика уровня развития цифровых услуг в РФ и странах ЕС в 2019 году, %

Показатель	Россия	Страны ЕС
Доля населения, совершающего покупки онлайн	42	75
Доля организаций, использующих CRM-системы	17	38
Доля электронной торговли в общем объеме розничной торговли	3,9	14,8
Доля населения, получающего госуслуги онлайн	40	56
Доля организаций, имеющих интернет-сайт	51	75
Уровень проникновения мобильного интернета	65	68
Уровень проникновения интернета	76	88

Составлено по: Тенденции развития интернета в России и зарубежных странах: аналит. докл. / Г.И. Абдрахманова [и др.]; Координационный центр национального домена сети Интернет, Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: НИУ ВШЭ, 2020. 144 с.; Tadvise; Росстат; Коммерсант; Тинькофф; Eurostat, Profit.

**Таблица 5. Среднее количество подключенных к интернету устройств и доля людей, ежедневно пользующихся доступом в интернет в отдельных странах**

Страна	Среднее количество подключенных к интернету устройств, ед.			Доля людей, ежедневно пользующихся доступом в интернет, %		
	2016 год	2017 год	2018 год	2016 год	2017 год	2018 год
Великобритания	3,0	3,1	3,3	63	70	69
США	2,9	3,1	3,2	66	63	64
Россия	2,1	2,4	2,8	51	66	66
Германия	2,2	2,4	2,6	59	62	64
Южная Корея	2,8	2,3	2,5	71	73	81
Франция	2,3	2,2	2,5	60	60	66
Япония	1,8	2,3	2,4	74	81	81
Китай	1,4	1,9	1,9	44	60	61

Источник: Google Consumer Barometer.

Благодаря прошедшим в предыдущие годы реформам в области телекоммуникаций в России появился практически самый дешевый высокоскоростной интернет в мире.

Достигнутый уровень развития цифровых технологий оказал наиболее значительное влияние на трансформацию сектора услуг, привел к неограниченному масштабированию бизнеса и экспоненциальному снижению ценности создания спроса и цен на услуги для потребителей.

По итогам 2018 года вклад интернет-экономики в экономику России, составил 3,9 трлн руб. Данные о структуре цифровой экономики по результатам исследования представлены в *табл. 6*.

Отметим, что эти данные отражают не все виды электронных услуг, реализуемых на возмездной основе, однако с их помощью можно судить об общей структуре рынков цифровой экономики. Как видно из *табл. 6*, основную долю занимают сектор электронной коммерции (финансов и торговли) и рынок электронных платежных услуг, который является наиболее быстрорастущим сектором цифровой экономики, поскольку обеспечивает осуществление онлайн и иных электронных платежей в экономике в целом.

Выборочные показатели, характеризующие динамику использования электрон-

ных услуг в Российской Федерации в период 2013–2108 гг., представлены в *табл. 7*.

Основным фактором развития цифровой экономики и информационного общества принято считать уровень проникновения интернета. По данным компании GfK, последние годы аудитория интернета растет медленно, в основном за счет подключения пользователей старшего поколения. Среди других возрастных групп показатель проникновения интернета близок к предельному уровню. Основная же тенденция последних лет – увеличение доли пользователей мобильного интернета, к началу 2019 года достигшей 61%. Годом ранее этот показатель составлял 56%<sup>7</sup>.

Показатель проникновения интернета в предпринимательский сектор и социальную сферу также является высоким. Он практически не изменился с 2013 года, что свидетельствует о наличии системных барьеров для его увеличения. При этом использование облачных услуг и электронного обмена данными за тот же период росло более высокими темпами, что также свидетельствует не о влиянии технологических и инвестиционных факторов, а об исчерпании потенциала экстенсивного роста, когда и в сфере B2B (бизнес для бизнеса) и в сфере B2C (бизнес для потребителя) дальнейшее развитие

<sup>7</sup> Исследование GfK: проникновение интернета в России // GfK. 2019. 15 января. URL: <https://www.gfk.com/ru/insaity/press-release/issledovanie-gfk-pronikновение-interneta-v-rossii>



Таблица 6. Объемы рынков цифровой экономики в составе основных сегментов, 2018 год

Сегмент рынка цифровой экономики	Объем рынка, млрд руб.	Рост объемов рынка относительно 2017 года, %
<b>Маркетинг и реклама</b>	262,9 млрд руб.	
Web и мобильная разработка	30,3	7,8
Контекстная реклама	165,4	18,0
Медийная реклама	26,7	11,7
Видеореклама	10,0	25,0
Контент-маркетинг и маркетинг в соцсетях	30,5	26,0
<b>Финансы и торговля</b>	3978,4 млрд руб.	
Онлайн-ритейл	1027,8	14,0
Онлайн-трэвел	670,6	8,2
Рынок электронных платежных услуг	1125,0	37,7
Транспортные услуги, доставка еды	148,6	н. д.
Билеты на мероприятия	11,0	н. д.
Профессиональные и бытовые услуги	95,4	н. д.
<b>Инфраструктура и связь</b>	106,2 млрд руб.	
Рынок доменов	3,3	3,1
Рынок программного обеспечения как услуги (SaaS)	12,8	21,9
Рынок хостинга (кроме облачного)	7,4	10,5
Рынок инфраструктуры (облачный хостинг и т. д.)	82,7	18,0
<b>Медиа и развлечения</b>	75 млрд руб.	
Онлайн-видео	5,8	13,7
Игры	62,0	5,0
Онлайн-музыка	3,5	16,7
Электронные книги	3,7	23,3

Источник: Казарян К., Сайкина М. Экономика рунета – 2018 // Цифровая экономика России – 2018. Ассоциация электронных коммуникаций (РАЭК). URL: <https://raec.ru/upload/files/ru-ecbooklet.pdf>

рынка электронных услуг лишь в малой степени будет обусловлено ростом численности пользователей интернета.

В целом доля населения, использующего интернет для заказа товаров и услуг, значительно ниже показателя проникновения интернета. В 2020 году она составляла всего 35%, или лишь половину от численности населения, постоянно использующего интернет (рис. 6). То есть потенциальная аудитория платных для потребителей электронных услуг равна общей интернет-аудитории.

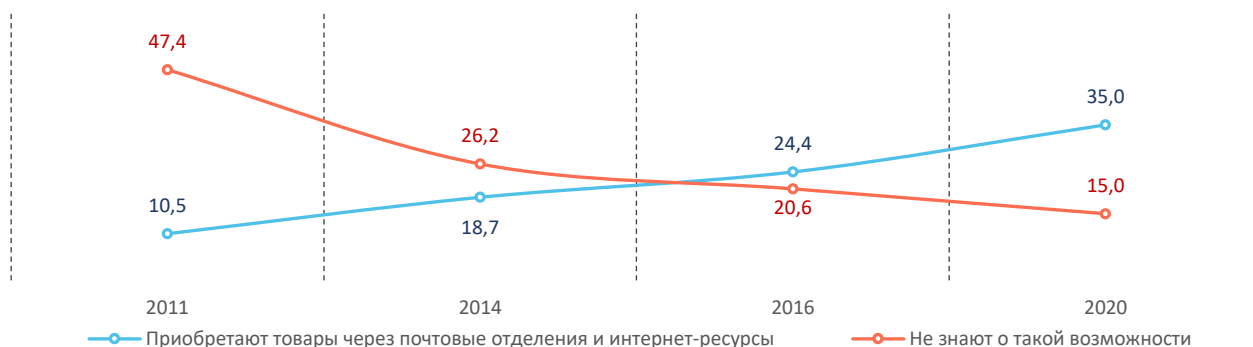
В связи с этим необходимы меры по снижению их стоимости, а также повышению качества, в первую очередь простоты, полезности и безопасности. Восприятие качества электронных услуг и намерение их использовать находятся под влиянием лич-

ностных, социальных и маркетинговых факторов, поэтому формирование положительного имиджа электронных услуг, повышение уровня информационной грамотности населения и накопление положительного опыта пользования услугами оказывают в настоящее время основное влияние на увеличение аудитории пользователей.

Важным фактором, воздействующим на использование электронных услуг, является доступность осуществления платежей через интернет. По данным компании Mediascope, в 2018 году 95,8% пользователей интернета в России в возрасте от 18 до 55 лет как минимум раз в полгода платили с компьютера или смартфона с помощью электронных денег, онлайн-банкинга, банковских карт, систем бесконтактной опла-

**Таблица 7. Выборочные показатели, характеризующие динамику использования электронных услуг в Российской Федерации в период 2013–2018 гг., %**

Показатель	Год						2018 год к 2013 году
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	
Удельный вес населения, когда-либо использовавшего интернет, в общей численности населения в возрасте 15–74 лет	71,0	74,1	77,7	80,8	83,7	87,3	122,9
Удельный вес населения, использующего интернет практически каждый день, в общей численности населения в возрасте 15–74 лет	48,0	51,6	55,1	57,7	60,6	68,8	143,3
Удельный вес населения, использующего интернет для заказа товаров, услуг, в общей численности населения в возрасте 15–74 лет	15,3	17,8	19,6	23,1	29,1	34,7	226,8
Удельный вес населения, использующего интернет для получения государственных и муниципальных услуг в электронной форме, в общей численности населения в возрасте 15–72 лет, получавшего за последние 12 месяцев государственные и муниципальные услуги	30,8	35,2	39,6	51,3	64,3	74,8	242,9
Удельный вес организаций предпринимательского сектора (в их общем числе), использующих:							
Широкополосный интернет	80,8	81,4	78,9	80,5	81,6	–	101,0*
Облачные сервисы	11,0	13,8	18,4	20,5	22,6	–	205,5*
Электронный обмен данными между своими и внешними информационными системами	24,1	53,1	59,2	61,6	62,2	–	258,1*
Удельный вес организаций социальной сферы (в их общем числе), использующих:							
Широкополосный интернет	75,8	79,2	79,3	81,5	83,5	–	110,2*
Облачные сервисы	12,0	14,1	20,0	21,8	24,4	–	203,3*
Электронный обмен данными между своими и внешними информационными системами		49,8	57,6	61,0	62,6	–	125,7**
Удельный вес населения, использующего мобильный интернет с помощью смартфонов	12,0	18,0	37,0	42,0	52,0	59,0	491,7
* Отношение показателя 2017 года к показателю 2013 года. ** Отношение показателя 2017 года к показателю 2014 года. Источники: Индикаторы цифровой экономики – 2017: стат. сб. / Г.И. Абдрахманова [и др.]; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: НИУ ВШЭ, 2017. 320 с.; Индикаторы цифровой экономики – 2019: стат. сб. / Г.И. Абдрахманова [и др.]; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: НИУ ВШЭ, 2019. 248 с.; Исследование GfK: проникновение интернета в России // GfK. 2019. 15 января. URL: <a href="https://www.gfk.com/ru/insaity/press-release/issledovanie-gfk-proniknovenie-interneta-v-rossii">https://www.gfk.com/ru/insaity/press-release/issledovanie-gfk-proniknovenie-interneta-v-rossii</a>							



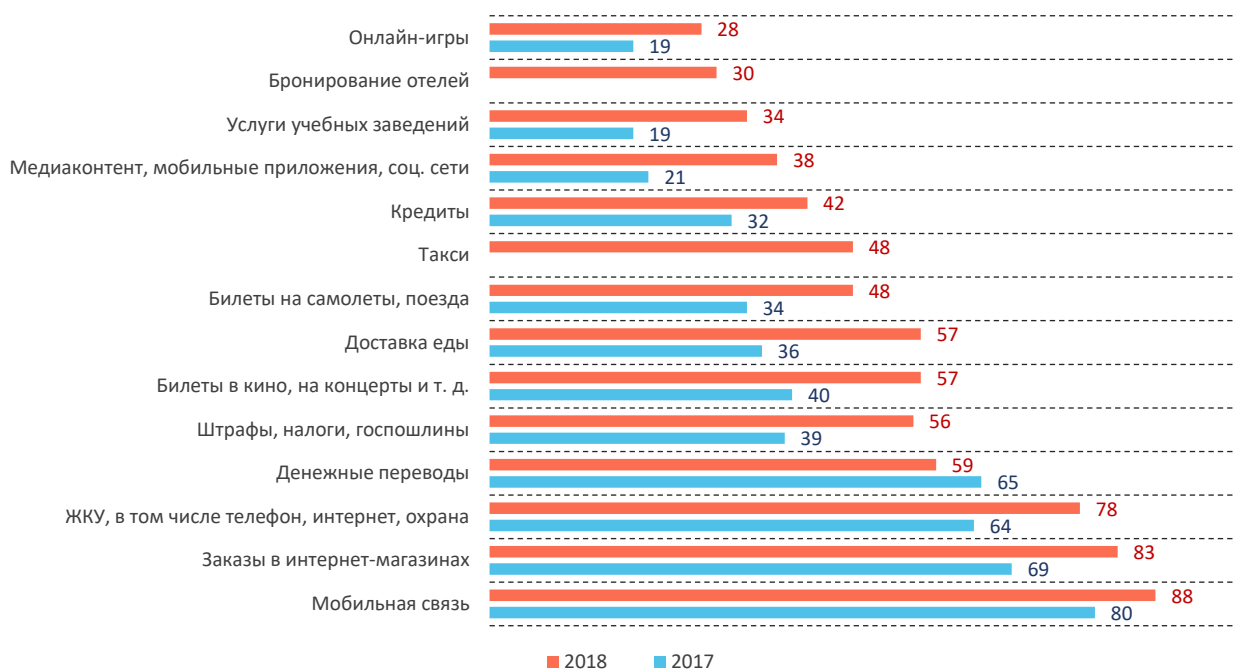
**Рис. 6. Динамика приобретения товаров в России с использованием почты и интернета, %**

Источник: данные Росстата.

**Таблица 8. Данные об использовании платежных систем для осуществления онлайн-платежей в Российской Федерации за период 2017–2018 гг., %**

Платежная система	2017 год	2018 год					
	18–55 лет	18–55 лет	12–17 лет	18–24 года	25–34 года	35–44 года	45–55 лет
Электронные деньги	57,8	71,0	61,0	72,6	72,8	70,9	67,8
Интернет-банкинг	80,1	87,2	61,1	87,7	89,8	86,8	83,6
Банковские карты	79,2	88,9	59,7	88,1	90,8	90,4	84,8
Бесконтактные платежи	10,2	36,3	32,5	44,0	46,5	31,8	22,4

Источник: Электронные платежи россиян. 2018. URL: <https://money.yandex.ru/i/forms/mediascope2018.pdf>



**Рис. 7. Удельный вес россиян в возрасте 18–55 лет, которые минимум раз в полгода платят за товары/услуги через интернет, 2017–2018 гг., %**

Источник: Электронные платежи россиян. 2018. URL: [https://money.yandex.ru/i/forms/mediascope\\_2018.pdf](https://money.yandex.ru/i/forms/mediascope_2018.pdf)

ты в самых популярных категориях товаров и услуг<sup>8</sup>.

Данные об использовании платежных систем для осуществления онлайн-платежей гражданами РФ за 2017–2018 гг. свидетельствуют, что в последнее время доверие к электронным деньгам возросло (табл. 8). За указанный период доля россиян, воспользовавшихся этим инструментом при оплате, увеличилась до 71% (в группе 18–55 лет). Вместе с тем по-прежнему главными платежными системами остаются банковские карты и интернет-банкинг.

По данным Банка России, доля безналичных платежей за товары (работы, услуги) в совокупном объеме розничной торговли, общественного питания и платных услуг населению увеличилась на 8% и в 2018 году составила почти 56%.

Анализ назначений платежей в определенной степени отражает структуру розничной интернет-экономики, несмотря на то, что онлайн-платежи совершаются и для оплаты традиционных услуг, таких как кредиты, полученные офлайн, услуги ЖКХ или образовательных организаций (рис. 7).

<sup>8</sup> Электронные платежи россиян. 2018. UR: [https://money.yandex.ru/i/forms/mediascope\\_2018.pdf](https://money.yandex.ru/i/forms/mediascope_2018.pdf)

Как видно из приведенных данных, за период с 2017 по 2018 год выросла доля граждан, совершающих онлайн-платежи, практически по всем категориям услуг. Наиболее высокими темпами роста обладали доли услуг по оплате медиаконтента (181%), учебных заведений (179%), доставке еды (158%), госуслуг (144%).

Проникновение электронных услуг может быть охарактеризовано данными об аудитории различных ресурсов на основе статистики, предоставляемой WebIndex (рис. 8). К ведущим субъектам рынка услуг, предоставляемых через интернет, можно отнести

ресурсы с разными видами бизнес-модели (чистые цифровые услуги, гибридные и т. д.). Вместе с тем в лидерах ресурсы, получающие доход от рекламы, а не от конечных пользователей – физических лиц.

Наиболее полные данные по объемам продаж электронных услуг доступны по рынку электронной коммерции или интернет-торговли. Ассоциация компаний интернет-торговли включает в указанные объемы внутреннюю и трансграничную торговлю (рис. 9). Так, за период с 2014 по 2019 год в три раза (306%) увеличился объем торговли через интернет, при этом рост внутренней

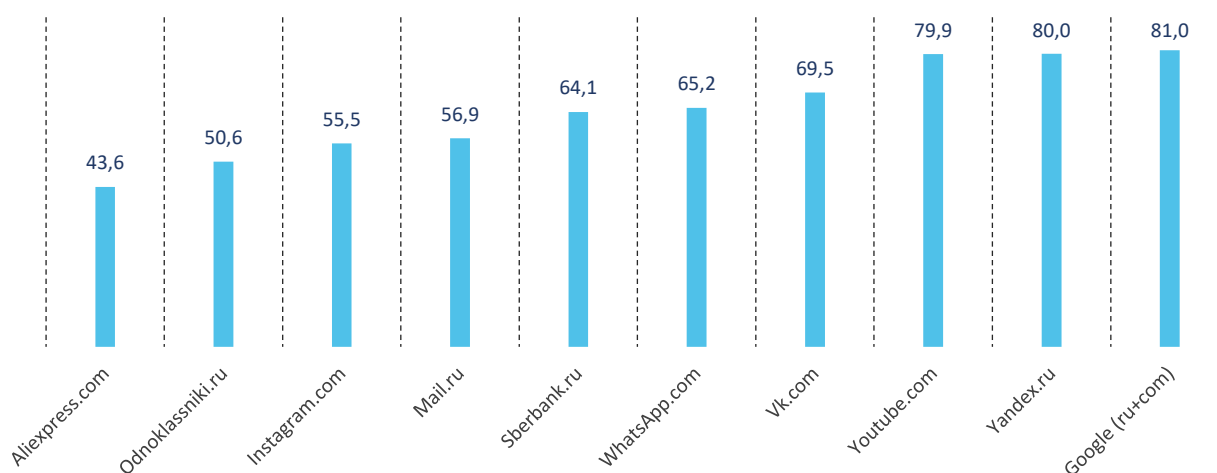


Рис. 8. Среднемесячная аудитория интернет-ресурсов в Российской Федерации в возрасте 12–64 лет за период март – август 2019 года, млн чел.

Источник: Аудитория интернета в России // MediaScope. URL: <https://webindex.mediascope.net>

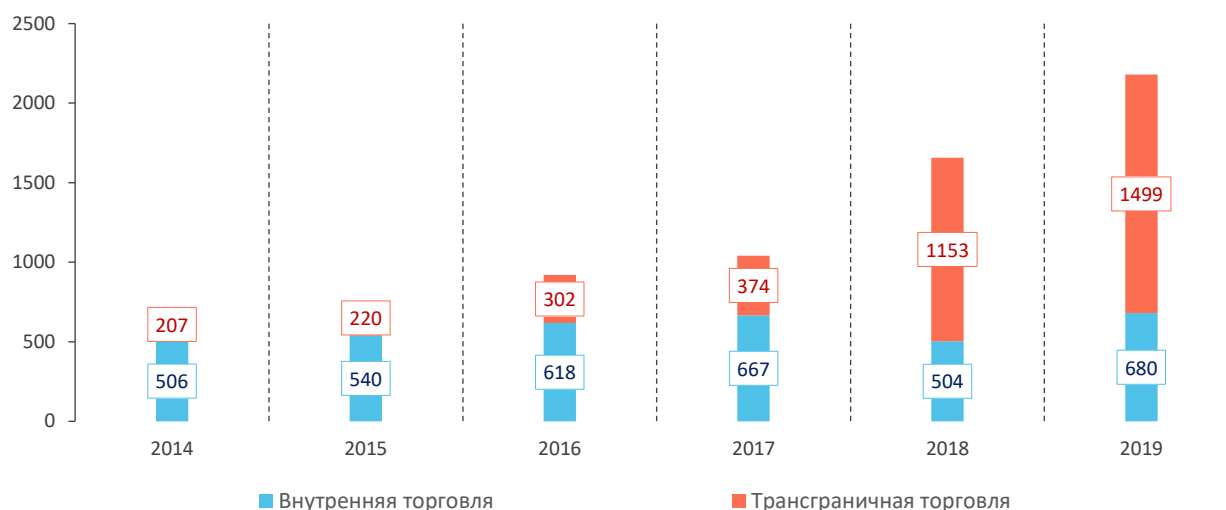


Рис. 9. Динамика объемов российского рынка интернет-торговли за 2014–2019 гг., млрд руб.

Источник: Аналитика по рынку e-commerce в России – 2019 // Ассоциация компаний интернет-торговли. URL: <https://yadi.sk/i/0ff9iSibAkpUnw>



Рис. 10. Причины осуществления покупок в интернете, % от всех онлайн-покупателей

Источник: Развитие розничной онлайн-торговли в России // Яндекс. 2018. 29 ноября. URL: [https://yandex.ru/company/researches/2018/market\\_gfk](https://yandex.ru/company/researches/2018/market_gfk)

торговли и трансграничной торговли составлял 295 и 327% соответственно.

Необходимо отметить, что оценки основных показателей интернет-торговли достаточно сильно различаются. Как отмечается в исследовании Data Insight, объемы торговли растут за счет роста числа покупателей и числа заказов на одного покупателя, а не за счет среднего чека, стоимость которого уменьшается второй год подряд, составляя в 2018 году 3920 руб.<sup>9</sup>

В товарной структуре рынка интернет-торговли самые большие доли на локальном рынке в 2018 году занимали цифровая и бытовая техника (31%), одежда и обувь (23%), мебель и товары для дома (10,7%), продукты питания (7,7%), автозапчасти и аксессуары (6%). Почти четверть всего оборота как внутренней (24,4%), так и трансграничной торговли (24,3%) приходится на Москву.

Вместе с тем более 60% оборота приходится на крупные и средние интернет-магазины. Около 30% выручки генерируют 50 крупных онлайн-продавцов. Всего в РФ более 300 тыс. интернет-магазинов разного размера, по оценкам DataInsight. Крупнейшими игроками в 2018 году, согласно рейтингу, составленному DataInsight, стали WildBerries (одежда, обувь, аксессуары), Си-

тилинк и М.Видео (электроника и техника), Ozon (универсальный магазин), DNS-Shop (электроника и техника)<sup>10</sup>.

По данным Яндекс.Маркет и компании ОРК основные причины совершения покупок в интернете следующие: более низкие цены в интернет-магазинах, чем в обычном магазине, покупатели могут сравнивать цены, искать выгодные предложения и делать покупки в любое время и из любого места (рис. 10). Следовательно, указанные причины связаны с ключевыми характеристиками качества услуг, которые отличают их от традиционных, – доступность, функциональность, удобство, скорость и децентрализация.

Таким образом, результаты анализа говорят о том, что цифровизация сферы услуг в Российской Федерации растет опережающими темпами по сравнению с основными национальными макроэкономическими показателями, демонстрируя показатели проникновения от 87 до 95% взрослого населения, формируя 2,4 трлн рублей вклада в ВВП. Основную долю по объемам валовой добавленной стоимости занимают услуги населению. По численности аудитории лидируют электронные услуги поисковых систем, социальных сетей, финансовые услуги, госу-

<sup>9</sup> Интернет-торговля в России – 2018 // Data insight. URL: <http://datainsight.ru/sites/default/files/DIEcommerce%202018.pdf>

<sup>10</sup> Развитие розничной онлайн-торговли в России // Яндекс. 2018. 29 ноября. URL: [https://yandex.ru/company/researches/2018/market\\_gfk](https://yandex.ru/company/researches/2018/market_gfk)

дарственные услуги и услуги электронной коммерции, растет доля электронных услуг, которые оплачиваются потребителем, что ведет к увеличению объемов интернет-экономики.

Однако Россия пока отстает от стран – цифровых лидеров по ключевым показателям развития цифровизации экономики и сферы услуг. Так, в России почти в два раза ниже доля организаций, имеющих интернет-сайты, наблюдается низкая активность граждан, получающих госуслуги через интернет и совершающих покупки онлайн, а также меньше организаций, имеющих CRM-системы. Показатель проникновения интернета в предпринимательский сектор и социальную сферу также является высоким, практически не изменился за последние семь лет, что свидетельствует о наличии системных барьеров к его увеличению.

Вместе с тем потенциал роста уровня проникновения, интенсивности использования и объемов продаж электронных услуг можно считать далеким от исчерпания, учитывая высокую долю населения, постоянно использующего интернет. Реализация данного потенциала, на наш взгляд, может быть обеспечена за счет влияния следующих факторов:

1) числа пользователей интернета, так как оно является необходимым формальным условием уровня проникновения электронных услуг любого типа;

2) развития свободной торговли, информационно-коммуникационных инноваций, международной торговли и диффузии технологий, развития инфраструктуры международных транзакций и обеспечения их безопасности;

3) государственного регулирования сферы электронных услуг и защиты прав потребителей, развития опережающей стандартизации в сфере электронных услуг, обновления стандартов на традиционные услуги с учетом процессов цифровой трансформации, стимулирования инноваций и поддержки инвестиционной активности предприятий, реализующих электронные услуги, обеспечения информационной без-

опасности и верховенства закона, наличия необходимой технологической, финансовой и социальной инфраструктуры, уровня цифровой компетентности работников сектора ИКТ и населения в целом, финансирования научных исследований в сфере ИКТ, наличия и регулирования механизма доступа к открытым данным;

4) активного проникновения фиксированного и мобильного интернета, сглаживания дисбаланса информационного развития регионов, роста общей технической грамотности населения и становления оригинальной цифровой-аудитории, развития логистической инфраструктуры гибридных услуг и налаживания надежных логистических связей.

Анализ динамики и факторов развития электронных услуг в Российской Федерации показал, что у различных участников рынка существует потребность в изучении границ, уровня проникновения и объемов цифровой экономики, поэтому соответствующие исследования проводят независимые рейтинговые и консалтинговые агентства, отдельные организации сферы услуг, научные и образовательные учреждения, национальные отраслевые регуляторы и средства массовой информации. Однако полученные данные не только не консолидированы, но часто несопоставимы ввиду методических различий, несовпадения подходов к определению обследуемой выборки населения, отсутствия единой терминологии. Иногда неясными остаются цели исследования и выбор показателей или областей оценки.

Таким образом, на первый план выходит задача по разработке методического подхода к идентификации электронных услуг как объекта гражданского оборота, а также их классификации. Это позволит определить действительные показатели интернет-экономики, ее долю в национальной экономике, разрабатывать научные и практические рекомендации по интеграции материальной и виртуальной бизнес-среды, формированию новых типов стратегий и подходов к изучению рынков.

Дальнейшими этапами исследования, на наш взгляд, должны стать:

1) разработка и апробация методического инструментария для комплексной оценки тенденций цифровизации сферы услуг, включая разработку математического аппарата и обоснование значений системы показателей развития электронных услуг,

телекоммуникационной инфраструктуры, использования интернета населением и бизнесом, сектора ИКТ;

2) диагностика цифровизации социально-экономических систем;

3) исследование институциональных условий развития сферы услуг в рамках цифровизации.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Шваб К. Четвертая промышленная революция. М.: Эксмо, 2016. С. 230.
2. Экономика здравоохранения / под ред. М.Г. Колосницыной, И.М. Шеймана, С.В. Шишкина; Гос. ун-т «Высшая школа экономики». М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2008. 479 с.
3. Котляров И.Д. Сущность услуги как экономического блага // Вестн. Омск. ун-та. Сер.: Экономика. 2012. № 3. С. 79–86.
4. Те Е.А., Штерн К.В. Медицинская услуга с позиции определения понятия медицинской помощи // Медицина в Кузбассе. 2007. № 4. С. 3–6.
5. Волкова А.А., Горшкова Н.М. Особенности функционирования компаний сферы услуг: роль стратегического планирования при организации развития предприятия сферы услуг // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. 2015. № 1 (23). С. 80–83.
6. Zeitaml V.A., Parasuraman A., Berry L.L. Problems and strategies in services marketing. *Journal of Marketing*, 1985, vol. 49, pp. 33–46.
7. Проблемы экономического роста территории: монография / Т.В. Ускова [и др.]. Вологда: ИСЭРТ РАН, 2013. 170 с.
8. Горбашко Е.А., Ватолкина Н.Ш. Тенденции развития сферы услуг в условиях цифровой трансформации экономики // Техничко-технологические проблемы сервиса. 2019. № 3 (49). С. 45–52.
9. Assessing the economic impact of artificial intelligence. *ITUTrends*, 2018, September, issue paper no. 1.
10. Усков В.С. К вопросу о цифровизации российской экономики // Проблемы развития территории. 2020. № 6 (110). С. 157–175. DOI: 10.15838/ptd.2020.6.110.10
11. Усков В.С. Научно-технологическое развитие российской экономики в условиях перехода к новому технологическому укладу // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2020. Т. 13. № 1. С. 70–86. DOI: 10.15838/esc.2020.1.67.4
12. Nurmilaakso Ju.-M. ICT solutions and labor productivity: Evidence from firm-level data. *Electronic Commerce Research*, 2009, no. 9 (3), pp. 173–181.
13. Aral S., Brynjolfsson E., van Alstyne M. Information, technology, and information worker productivity. *Information Systems Research*, 2012, vol. 23, no. 3, pp. 849–867.
14. Bughin Ja., Catlin T., Bryce H., van Zeebroeck N. Improving Your Digital Intelligence. *MIT Sloan Management Review*, 2017, October 20.

## ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Владимир Сергеевич Усков – кандидат экономических наук, старший научный сотрудник, Федеральное государственное бюджетное учреждение науки «Вологодский научный центр Российской академии наук». Российская Федерация, 160014, г. Вологда, ул. Горького, д. 56а; e-mail: v-uskov@mail.ru

Uskov V.S.

## ANALYSIS OF DIGITALIZATION TRENDS AND ISSUES OF THE SERVICE SECTOR IN RUSSIA

One of the global trends in modern economic development is the phenomenal expansion of the service sector, typical of all countries. But in each of them, this process occurs in different ways, which depends on the internal prerequisites and the existing economic development rate of the state. Currently, the service sector is largely ahead of industry and agriculture in terms of its contribution to GDP, leading in terms of the number of new jobs and employment, affecting the indicators of the development of the world economy, the economy of the country and specific territories. Modern processes taking place in the service sector are characterized by digitalization growth and development of digital transformation processes that have changed traditional services and formed a new market combining information technology at all stages of the service creation cycle. The process of digitalization of services improves their security, accessibility and functionality, and a complex configuration is formed between the traditional properties of products and services and the new “digital” ones. This confirms the relevance of studying the essence of services and the features of the ongoing changes in order to identify trends and issues of digitalization and formation of institutional conditions for developing this sphere taking into account the impact of the economy’s digital transformation. The paper examines the content of the category “service”, systematizes and classifies services; characterizes the development level of digital services abroad and in Russia, and analyzes digitalization trends and issues of the service sector in Russia.

*Digitalization, services, service sphere, trends, issues, information development of territories.*

### REFERENCES

1. Schwab K. *Chetvertaya promyshlennaya revolyutsiya* [The Forth Industrial Revolution]. Moscow: Eksmo, 2016. 230 p.
2. Kolosnitsyna M.G., Sheiman I.M., Shishkin S.V. (Eds.). *Ekonomika zdavookhraneniya* [Healthcare Economics]. Moscow: Izd. dom GU VShE, 2008. 479 p.
3. Kotlyarov I.D. Services as the economic benefit. *Vestnik Omskogo universiteta. Ser.: Ekonomika=Herald of Omsk University. Series “Economics”*, 2012, no. 3, pp. 79–86 (in Russian).
4. Te E.A., Shtern K.V. Medical service from the point of view of the definition of the concept of medical care. *Meditsina v Kuzbasse=Medicine in Kuzbass*, 2007, no. 4, pp. 3–6 (in Russian).
5. Volkova A.A., Gorshkova N.M. Features of the functioning of service companies: The role of strategic planning in the organization of the development of a service enterprise. *Teoriya i praktika servisa: ekonomika, sotsial'naya sfera, tekhnologii=Theory and Practice of the Service: Economy, Social Sphere, Technology*, 2015, no. 1 (23), pp. 80–83 (in Russian).
6. Zeitaml V.A., Parasuraman A., Berry L.L. Problems and strategies in services marketing. *Journal of Marketing*, 1985, vol. 49, pp. 33–46.
7. Uskova T.V. et al. *Problemy ekonomicheskogo rosta territorii: monografiya* [Economic Growth Issues of the Territory: Monograph]. Vologda: ISERT RAN, 2013. 170 p.
8. Gorbashko E.A., Vatolkina N.Sh. Trends in service development in the era of digital transformation. *Tekhniko-tekhnologicheskie problemy servisa=Technical and Technological Problem Services*, 2019, no. 3 (49), pp. 45–52 (in Russian).
9. Assessing the economic impact of artificial intelligence. *ITUTrends*, 2018, September, issue paper no. 1.
10. Uskov V.S. On the issue of the Russian economy digitalization. *Problemy razvitiya territorii=Problems of Territory's Development*, 2020, no. 6 (110), pp. 157–175. DOI: 10.15838/ptd.2020.6.110.10 (in Russian).



11. Uskov V.S. Scientific and technological development of the Russian economy in the transition to a new technological order. *Ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny: fakty, tendentsii, prognoz=Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecast*, 2020, vol. 13, no. 1, pp. 70–86. DOI: 10.15838/esc.2020.1.67.4 (in Russian).
12. Nurmilaakso Ju.-M. ICT solutions and labor productivity: Evidence from firm-level data. *Electronic Commerce Research*, 2009, no. 9 (3), pp. 173–181.
13. Aral S., Brynjolfsson E., van Alstyne M. Information, technology, and information worker productivity. *Information Systems Research*, 2012, vol. 23, no. 3, pp. 849–867.
14. Bughin Ja., Catlin T., Bryce H., van Zeebroeck N. Improving your digital intelligence. *MIT Sloan Management Review*, 2017, October 20.

#### INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Vladimir S. Uskov – Candidate of Sciences (Economics), Senior Researcher, Federal State Budgetary Institution of Science “Vologda Research Center of the Russian Academy of Sciences”. 56A, Gorky Street, Vologda, 160014, Russian Federation; e-mail: v-uskov@mail.ru