

Цифровая экономика

ЦИФРОВАЯ АКТИВНОСТЬ РОССИЙСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ СФЕРЫ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ УСЛУГ: ТЕНДЕНЦИИ И ВЕКТОРЫ ЦИФРОВЫХ РАЗРАБОТОК В ОБЛАСТИ РАЗВИТИЯ ТЕХНОЛОГИЙ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ И МАРКЕТИНГА

Статья рекомендована к публикации членом редакционного совета С.Б. Шапошником 20.02.2022.

Лола Инна Сергеевна

Кандидат экономических наук

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Институт статистических исследований и экономики знаний, Центр конъюнктурных исследований, заместитель директора

Член Общероссийской общественной организации «Российская ассоциация статистиков»

Член Новой экономической ассоциации

Москва, Российская Федерация

ilola@hse.ru

Бакеев Мурат Булатович

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Центр конъюнктурных исследований, Институт статистических исследований и экономики знаний, аналитик

Москва, Российская Федерация

mbakeev@hse.ru

Аннотация

В работе представлены ключевые тенденции развития российских ИТ-организаций, занимающихся разработкой цифровых решений в области технологий электронной коммерции и маркетинга в итоговой динамике развития за 2020 г., а также их краткосрочные планы на 2021 г. Отражена репрезентативная картина деловой конъюнктуры, технологических ориентиров, дифференцированность востребованности цифровых решений со стороны заказчиков в условиях COVID-19. Установлено, что пандемия оказалась важным драйвером цифровой активности. На фоне замедления экономической активности в условиях коронакризиса ИТ-организации оказались достаточно стрессоустойчивы к экзогенным и эндогенным параметрам конъюнктуры.

Ключевые слова

цифровая активность; цифровизация; конъюнктурный мониторинг; ИТ-организации; электронная коммерция и маркетинг; цифровые технологии; индекс барьеров цифрового климата

Введение

В течение последних как минимум пяти лет дистанционные форматы торговли в России набирают все большую популярность. По сравнению с более традиционными рынками, электронная торговля, даже в стагнационном режиме функционирования российской экономики, развивалась относительно неплохо, в меньшей степени реагируя на общеэкономические проблемы и накануне входа в «новую пандемическую реальность» 2020 г. располагала достаточно мощным потенциалом к дальнейшему ускорению темпов роста.

COVID-19 привел к всплеску электронной коммерции и ускорению цифровой трансформации, усилив уже наметившиеся технологические тренды. По мере того, как

© Лола И.С., Бакеев М.Б., 2022.

Производство и хостинг журнала «Информационное общество» осуществляется Институтом развития информационного общества.

Данная статья распространяется на условиях международной лицензии Creative Commons «Атрибуция — Некоммерческое использование — На тех же условиях» Всемирная 4.0 (Creative Commons Attribution – NonCommercial - ShareAlike 4.0 International; CC BY-NC-SA 4.0). См. <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/legalcode.ru>

https://doi.org/10.52605/16059921_2022_03_27

ограничения стали новой нормой, предприятия и потребители все чаще «переходили на цифровые технологии», предлагая и покупая больше товаров и услуг в Интернете. Принятые ограничительные меры усилили наметившуюся ранее тенденцию в сторону повышения удельного веса дистанционных каналов в совокупных продажах торговых организаций.

Согласно данным Data Insight, объем рынка интернет-торговли в России в 2020 г. составил 2,7 трлн рублей и 830 млн заказов [1]. В период пандемии рынок онлайн-торговли в России вырос на 40% и достиг 60–65 млн человек. За прошлый год количество заказов онлайн B2C выросло на 78%. Почти 50% заказов онлайн составили заказы на крупных универсальных маркетплейсах. По данным обследования Росстата, доля всего населения в возрасте 15-74 лет, осуществляющего заказ товаров и услуг в Интернете, выросла в 2020 г. на 4,6% до 40,3%, а среди пользователей Интернета в этой же возрастной группе доля людей, прибегающих к электронным покупкам, в 2020 г. увеличилась на 4,5% до 46,2%¹.

Как свидетельствуют актуальные оценки, мировые розничные продажи электронной коммерции достигнут нового максимума к 2021 году. Компании, занимающиеся электронной торговлей, могут вырасти до 4,9 триллиона долларов, увеличив долю от общего объема розничных продаж в мире на 2% до 17,5% [2].

ИТ-организации, оказывающие услуги в области электронной коммерции, являются ключевыми проводниками изменений, позволяя ритейлерам вливаться в новую экономику глубже и эффективнее. Как значимый институт цифровой экономики, электронная коммерция проникает во все большее количество правоотношений и охватывает весь их спектр – прямое взаимодействие потребителей с потребителями (C2C), продавцов с потребителями (B2C) и между предпринимателями (B2B), бизнеса и государства в электронной форме (B2G) и др.

Цель данной работы заключалась в определении тенденций цифрового развития российских ИТ-организаций, оказывающих услуги в области электронной коммерции и маркетинга, на базе обобщенных предпринимательских мнений относительно внедрения на производствах цифровых технологий в 2020 г. в условиях шока пандемии COVID-19, а также в выявлении намерений по их развитию в 2021 г. Соответственно, объектом исследования выступил сегмент ИТ-отрасли, специализирующийся на электронной торговле. В частности, в статье проанализированы тенденции цифровой конъюнктуры и планы развития в сегменте, спрос на разработку технологий со стороны заказчиков, уровень разработок технологий и соотношение спроса на цифровые услуги и предложения, лимитирующие факторы для цифровой трансформации.

1 Методология исследования. Данные

Эмпирической базой настоящего исследования выступили результаты ежегодного пилотного конъюнктурного обследования, характеризующего сложившуюся цифровую и деловую активность в сегменте услуг в области информационных технологий, которое проводится с 2018 г. АНО Информационно-издательский центр «Статистика России» по заказу Института статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ в рамках Программы фундаментальных исследований по теме «Конъюнктурный мониторинг экономических настроений предприятий и организаций различных видов экономической деятельности» с целью измерения динамики и анализа тенденций ключевых составляющих процесса цифровой трансформации. Опросы осуществляются в рамках специально разработанного инструментария - «Обследование деловой активности организаций, оказывающих информационно-компьютерные услуги», который подлежит регулярной актуализации. Анкеты заполняют обладающими необходимым уровнем компетенций в отношении задаваемых вопросов респонденты (директора или менеджеры организаций) в конце II полугодия обследуемого периода.

В 2020 г. был проведен третий пул мониторинговых наблюдений, в рамках которого получены результаты, в том числе отражающие детализированные оценки руководителей предприятий относительно оказанного COVID-19 влияния на динамику деловой, цифровой, кадровой и инвестиционной активности. Используемая в данной работе выборочная совокупность ежегодных исследований представлена 100 ИТ-организациями, зарегистрированными на территории России и занимающимися разработкой цифровых решений в области технологий электронной коммерции и маркетинга. Выборка репрезентативна по всем единицам наблюдения,

¹ URL: https://gks.ru/free_doc/new_site/business/it/ikt20/index.html (дата обращения: 24.12.2021).

многомерна, стратифицирована, а также представительна по основным экономическим параметрам тридцати регионов России².

Подробное описание используемых в работе процедур квантификации и агрегирования качественной информации, собираемой в рамках конъюнктурных обследований, представлено в следующей работе [3].

2 Тенденции цифровой конъюнктуры. Планы развития

Согласно результатам пилотного обследования, в итоговой динамике 2020 г. российский сегмент ИТ-организаций, занимающихся разработками технологий в сфере электронной торговли и маркетинга, в определенной степени оказался подвержен общим негативным тенденциям, связанным с последствиями ограничительных мер, направленных на борьбу с пандемией COVID-19. Однако совокупность поступивших вызовов лишь отчасти ослабила наметившуюся эскалацию положительного тренда развития деловой активности в сегменте по сравнению с 2019 г., выразившись в обострении «классических» проблем. В числе таких, например, руководителями ключевыми были признаны фискальные и финансовые факторы, а также недостаточная платежеспособность клиентов. Индекс барьеров³ показал незначительный рост до 99,8 с 99,6%, продемонстрировав некоторое повышение чувствительности к экономическому фону. Сохранение значения индекса в благоприятной зоне ниже 100% свидетельствует о достаточной стрессоустойчивости ИТ-компаний к экзогенным и эндогенным параметрам развития.

Несмотря на высокую турбулентность экономической конъюнктуры по сравнению 2019 г., 33% руководителей сообщили об отсутствии изменений в динамике цифровой активности, 19% отмечали укрепление конкурентных позиций на рынке, а 17% увидели дополнительные возможности для наращивания бизнес-активности в кризисных условиях.

Одновременно 46% участников опроса охарактеризовали сложившийся деловой климат для развития ИТ-услуг в области электронной торговли и маркетинга в России как благоприятный и/или скорее благоприятный; противоположное мнение выразили 30%, см. рис. 1.

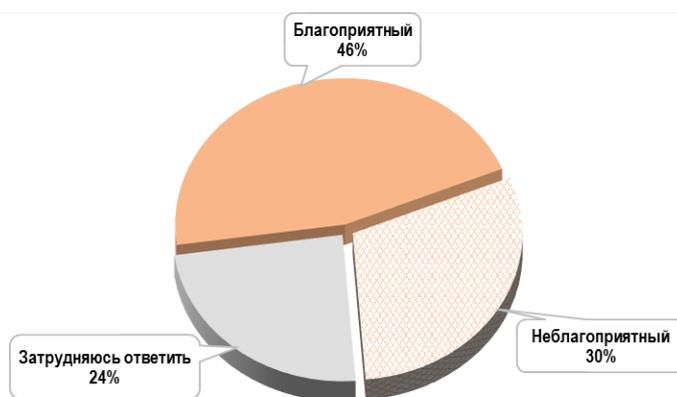


Рис. 1. Оценка состояния делового климата для развития ИТ-услуг в области электронной торговли и маркетинга в 2020 г. (в процентах от числа обследованных организаций)
Источник: авторы

² Краснодарский край, Красноярский край, Приморский край, Ставропольский край, Хабаровский край, Архангельская область, Владимирская область, Волгоградская область, Вологодская область, Нижегородская область, Иркутская область, Тверская область, Кемеровская область, Самарская область, Санкт-Петербург, Ленинградская область, Москва, Московская область, Новосибирская область, Ростовская область, Свердловская область, Смоленская область, Тульская область, Тюменская область, Челябинская область, Республика Башкортостан, Республика Дагестан, Республика Татарстан, Удмуртская Республика, Республика Саха.

³ Индекс барьеров цифрового климата рассчитывается с использованием метода главных компонент как «общий» фактор динамики показателей программы обследований деловой и цифровой активности в сфере ИТ-услуг, гармонизированных с Системой конъюнктурных измерителей мониторинга цифровой экономики, проводимого Европейской Комиссией. Значение индекса в благоприятной зоне ниже 100% свидетельствует о достаточной стрессоустойчивости ИТ-компаний к влиянию лимитирующих факторов конъюнктуры.

Лидирующими по востребованности направлениями деятельности указанных ИТ-организаций в период пандемии, а также с точки зрения планов развития на 2021 г. оказались услуги по автоматизации бизнеса, разработке технологий электронной коммерции и маркетинга, мобильных приложений.

При этом оценки руководителей показывают, что в текущем году фокус ИТ-услуг будет активно смещаться в сторону продвижения цифровых продуктов, связанных с развитием облачных сервисов, Интернета вещей, также сохранится достаточно высокой актуальность разработок технологий информационной безопасности, см. рис. 2.

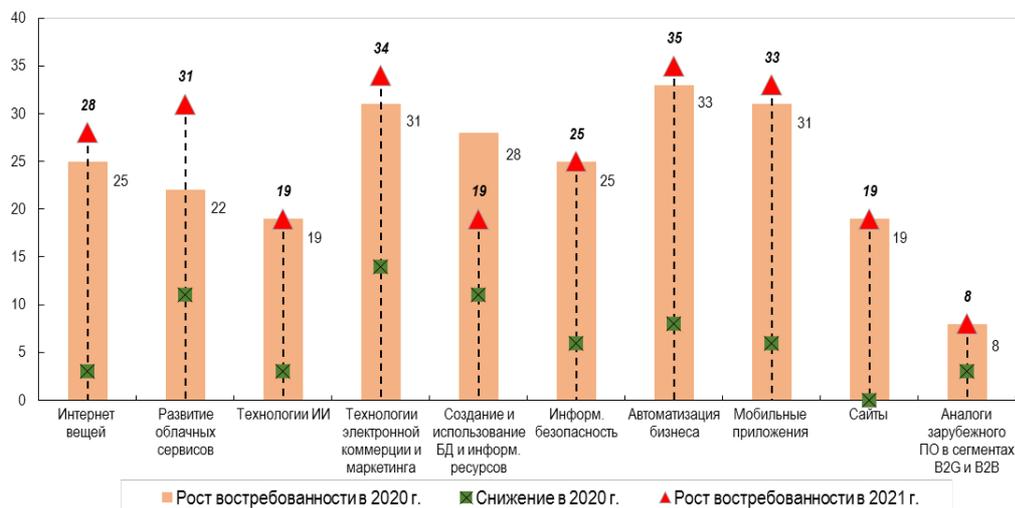


Рис. 2. Оценка изменения текущей и ожидаемой в 2021 г. востребованности услуг и продуктов в рамках отдельных направлений деятельности (в процентах от числа обследованных организаций)

Источник: авторы

В целом, как свидетельствуют полученные данные, оценки ожидаемых тенденций изменения основных показателей деятельности организаций в 2021 г. являются преимущественно благоприятными (Рис. 3). Основными точками роста признаются спрос и инвестиции, увеличение которых ожидается в 40 и 33% обследованных организаций соответственно. Кроме того, в 36% ИТ-организациях разработчиками ожидается рост количества клиентов, а 28% собираются наращивать численность работников. Около 20% респондентов запланировали рост цен (тарифов) на свои услуги.

В то же время, сохраняется определенная неуверенность относительно перспектив наращивания конкурентоспособности (17% положительных против 19% отрицательных оценок) – около 40% респондентов сообщили, что конкурентное преимущество на российском рынке услуг есть, но для расширения целевой аудитории его еще необходимо укреплять. Одновременно 44% руководителей придерживались мнения, что оказываемые в их организациях ИТ-услуги обладают высокими потребительскими качествами и имеют свои эксклюзивные свойства, см. рис. 3.

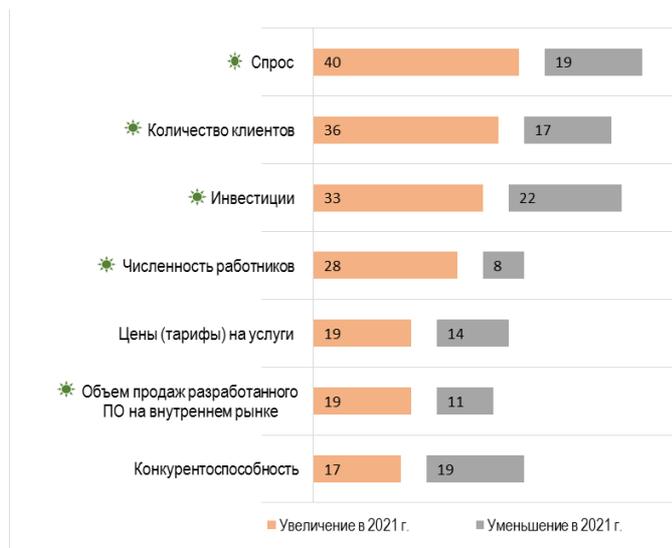


Рис. 3. Оценки ожидаемого изменения показателей деятельности в 2021 г. (в процентах от числа обследованных организаций)

Источник: авторы

Из числа действенных государственных мер, которые в большей степени могут способствовать росту конкурентоспособности в 2021 г., большинство предпринимателей особенно выделяли меры фискального стимулирования, такие как снижение налоговых ставок и введение налоговых льгот (89% респондентов), смягчение и оптимизация фискальной политики (61%), а также в целом стабилизацию финансово-экономической ситуации (75%). Кроме того, большое количество предпринимателей выступили за продолжение развития мер по созданию благоприятных условий ведения бизнеса за счет новых инструментов и механизмов поддержки развития ИТ услуг (64%).

В то же время, в связи с активной государственной поддержкой ИТ- сферы актуальность многих мер по сравнению с предшествующими годами значительно снизилась. Например, если в 2019 г. устранение административных барьеров было важно для 53% респондентов, то в 2020 г. их доля снизилась до 39%. Наиболее яркая тенденция также зафиксирована по вопросам развития программы импортозамещения отечественного ПО (снижение до 8 против 33% респондентов в 2019 г.), см.рис.4.



Рис.4. Государственные меры, способствующие росту конкурентоспособности (в процентах от числа обследованных организаций)

Источник: авторы

3 Спрос на разработку технологий со стороны заказчиков

Несмотря на негативный характер влияния коронакризиса с точки зрения краткосрочной деловой конъюнктуры, пандемия оказалась важным драйвером активизации спроса на цифровые решения, став в определенной степени триггером эскалации отдельных цифровых разработок со стороны ИТ-организаций, оказывающих услуги в области электронной торговли и маркетинга.

Анализ технологических ориентиров с точки зрения востребованности различных цифровых решений со стороны предприятий промышленности, а также организаций строительства, торговли и финансовой сферы с высоким и средним уровнем спроса на разработку технологий показал индивидуальную специфику отраслевых реакций в условиях пандемии, см. рис. 5.

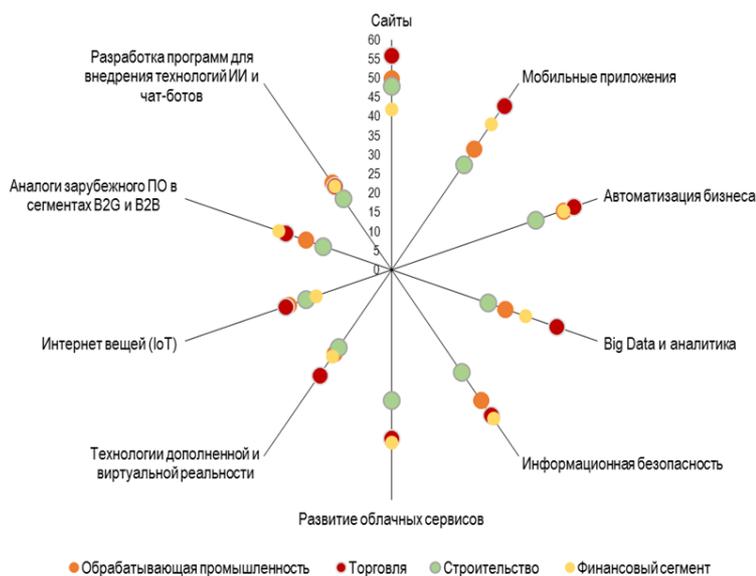


Рис. 5. Распределение сегментов экономики с высоким и средним уровнем спроса на разработку цифровых технологий в 2020 г. (в процентах от числа обследованных организаций)
Источник: авторы

В частности, в 2020 г. лидирующие позиции среди указанных видов деятельности по охвату спроса на технологии заняла торговля. Данный сегмент показал абсолютное доминирование по заказам на разработку сайтов, мобильных приложений, автоматизации бизнеса, Big Data и аналитики, технологий дополненной и виртуальной реальности, а также Интернета вещей. Причем по сравнению с 2019 г. по отдельным из указанных технологических продуктов со стороны ритейлеров произошла заметная активизация спроса. Прежде всего возросла востребованность разработки сайтов (отметили 56 против 45% респондентов) и мобильных приложений (53 против 47%), см. рис.6.

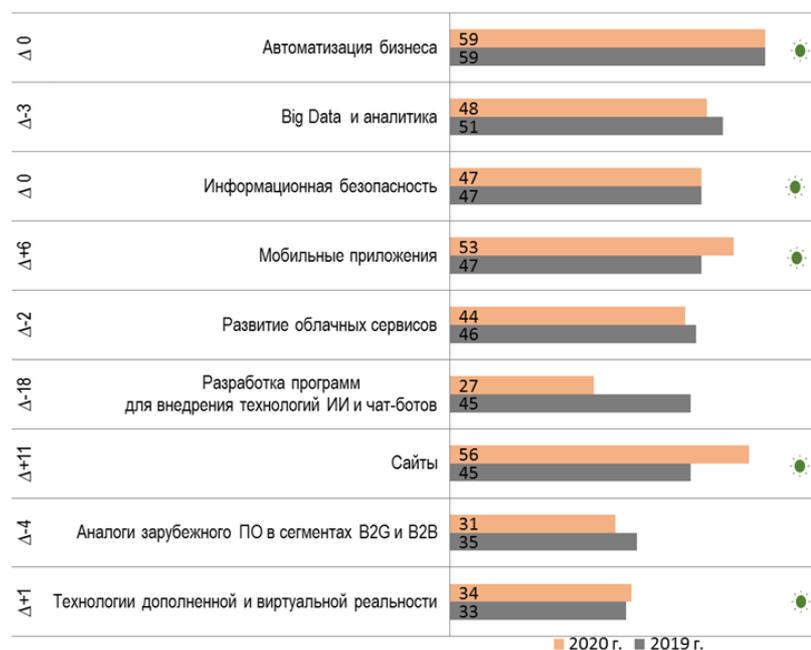


Рис.6. Распределение технологий с высоким и средним уровнем спроса со стороны розничного сегмента (в процентах от числа обследованных организаций)

Источник: авторы

Финансовые организации, несмотря на дистанцированность от лидера по ряду технологий, в целом демонстрировали высокую сопряженность с ним, однако нигде выраженно не доминировали. Относительно небольшой разрыв с организациями торговой сферы зафиксирован по востребованности разработок мобильных приложений, автоматизации бизнеса, Big Data и аналитики, технологий дополненной и виртуальной реальности. По ряду технологий, таких как информационная безопасность, облачные сервисы, аналоги зарубежного ПО в сегментах B2G и B2B, финансовая сфера оказалась в списке лидеров.

Промышленные организации в оценках респондентов ИТ-организаций характеризовались более скромным спросом на услуги, однако, несмотря на некоторый отрыв от сферы финансов и торговли, потребность в разработке отдельных технологических решений у них находилась на том же уровне, что и у лидеров, а иногда и выше по ряду технологий. Особенно явно обозначенные тенденции прослеживались по программам для внедрения технологий ИИ и чат-ботов, Интернету вещей, облачным сервисам, сайтам, автоматизации бизнеса.

Строительные организации, будучи по мнению респондентов выраженными аутсайдерами в сравнении с остальными тремя сегментами, обладали наиболее сильными позициями с точки зрения спроса на разработку сайтов и технологий Интернета вещей.

4 Уровень разработок технологий. Соотношение спроса на цифровые услуги и предложения

На фоне выявленных акцентов в спросовой ситуации распределение оценок респондентов по сложившемуся уровню разработок технологий в ИТ-организациях, оказывающих услуги в области электронной торговли и маркетинга, свидетельствует об относительном разбросе цифровых компетенций в данном сегменте, см. рис.7.

Наибольший уровень фактического предложения услуг в 2020 г. был представлен для облачных сервисов, Big data и аналитики, информационной безопасности и мобильных приложений. Преимущественно на низком уровне разрабатывались технологии Интернета вещей, аналоги зарубежного ПО в сегментах B2G и B2B, технологии дополненной и виртуальной реальности.

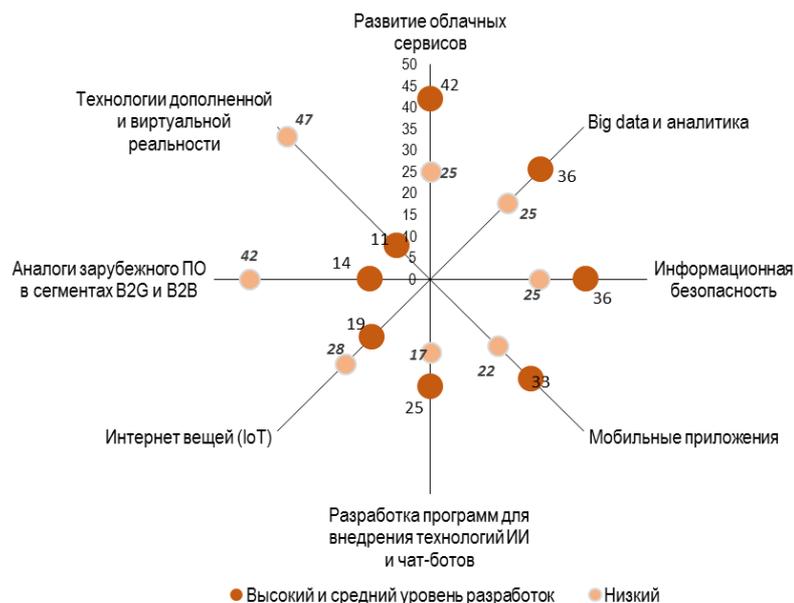


Рис.7. Уровень разработки технологий в ИТ-организациях, оказывающих услуги в области электронной торговли и маркетинга в 2020 г. (в процентах от числа исследованных организаций)
Источник: авторы

В целом, соотношение оценок спроса и уровня разработок цифровых решений показывает, что технологическое предложение способно удовлетворить все имеющиеся запросы в четырех рассмотренных отраслях по основным технологическим позициям, но в различной степени. Причем по отдельным направлениям ИТ-организации располагают достаточно мощными компетенциями для их реализации, позволяющими реализовать сложившуюся востребованность, см. рис.8.

Из всех рассматриваемых технологий следует выделить четыре лидирующие, существующие компетенции разработок по которым ИТ-организации способны в том числе с запасом покрывать потребности высокого и среднего уровня спроса со стороны заказчиков представленных отраслей: облачные сервисы, информационная безопасность, мобильные приложения, Big data и аналитика. Следует отметить, что из данных технологий в разрезе соотношения оценок по спросу на технологии и уровня их разработки наиболее яркий диссонанс прослеживается только по востребованности мобильных приложений в торговой и финансовой сфере (53 и 47 против 33% респондентов соответственно).

Одновременно наиболее заметный разрыв в соотношении высоких оценок спроса и сложившегося уровня разработки зафиксирован по технологиям дополненной и виртуальной реальности (27,25,34,27 против 11% респондентов по промышленности, строительству, торговле и финансовому сектору соответственно), а также в части создания аналогов зарубежного ПО в сегментах B2G и B2B (25, 20, 31,33 против 14%).

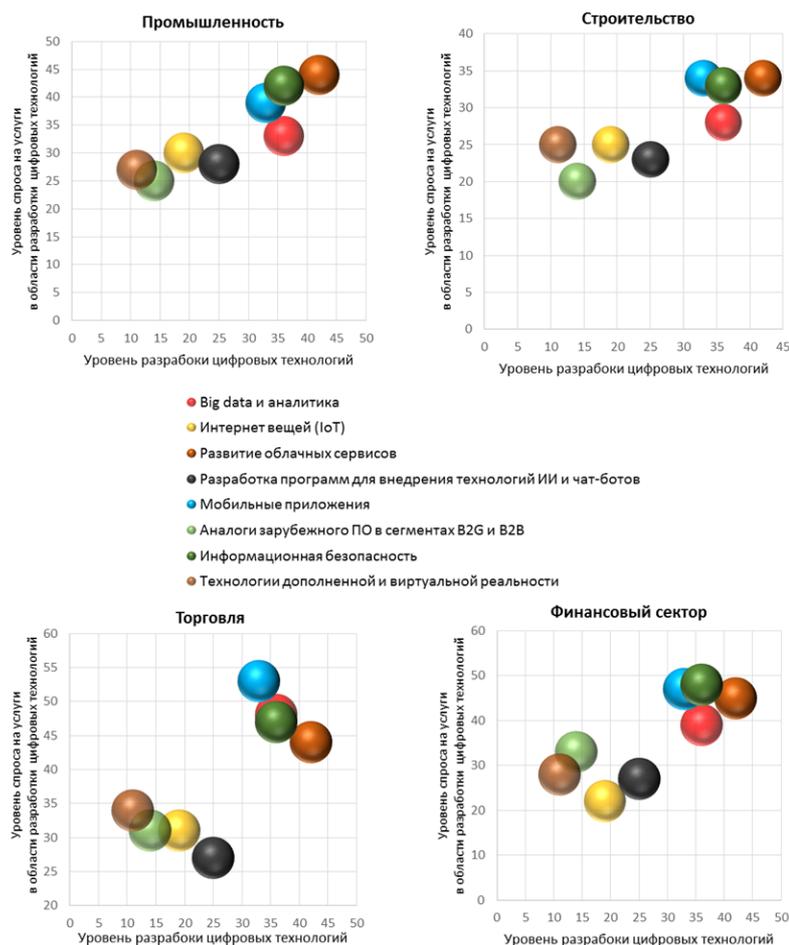


Рис.8. Соотношение уровня спроса на цифровые услуги и разработки технологий в ИТ-организациях, предоставляющих услуги в области электронной торговли и маркетинга (в процентах от числа обследованных организаций)
Источник: авторы

5 Лимитирующие факторы

В распределении оценок участников опроса относительно влияния различных факторов, лимитирующих развитие ИТ-организаций, оказывающих услуги в области электронной торговли и маркетинга, акцентированно выделяются несколько важных тенденций. Ключевыми признаются финансовые и экономические проблемы: 53% респондентов указали на «недостаточную платежеспособность потенциальных клиентов», а 47% — на экономическую ситуацию в стране, как на значимые лимитирующие факторы. В этом же ряду находится инфляция, негативная роль которой была признана существенной 39% руководителями.

Факторы, связанные с институциональным режимом и государственной отраслевой политикой, также оказались достаточно акцентированы респондентами: 39% предпринимателей отметили «слабые механизмы поддержки бизнеса, необходимые для улучшения инвестиционного климата» в качестве важного лимитирующего фактора, а 31% их в таком же качестве был выделен «существующий налоговый режим».

Следом по важности шли экономическая ситуация на мировых рынках, объем собственных средств (отметили по 28% респондентов), низкая квалификация кадров, высокая стоимость аппаратных средств, программного обеспечения, средств и услуг связи, процент коммерческого кредита, недобросовестная конкуренция со стороны других организаций (все – 25%), см. рис.9.



Рис.9. Факторы, лимитирующие развитие ИТ-организаций, предоставляющих услуги в области электронной торговли и маркетинга, 2020 г.
(в процентах от числа обследованных организаций)
Источник: авторы

Заключение

На фоне замедления экономической активности в условиях коронакризиса ИТ-организации оказались достаточно стрессоустойчивы к экзогенным и эндогенным параметрам конъюнктуры. Об этом, в частности, свидетельствуют преимущественно благоприятные оценки ожидаемых тенденций изменения основных показателей деятельности организаций в 2021 г. Кроме того, пандемия оказалась важным драйвером активизации спроса на цифровые решения. Наиболее востребованы были цифровые разработки в розничном и финансовом секторах. Прежде всего ИТ-организации, специализирующиеся на электронной торговле, в 2020 г. нарастили разработки облачных сервисов, технологий Big data и аналитики, информационной безопасности и мобильных приложений. Ожидается ключевыми проблемами в условиях пандемического шока для сегмента были экономические и финансовые, а именно недостаточная платежеспособность клиентов и экономическая ситуация в стране.

Благодарности

Статья подготовлена в результате проведения исследования в рамках Программы фундаментальных исследований Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики».

Литература

1. Data Insight. Интернет-торговля в России 2020. URL: https://datainsight.ru/DI_eCommerce2020 (дата обращения: 10.06.2021).
2. UNCTAD. How COVID-19 triggered the digital and e-commerce turning point. 2021. URL: <https://unctad.org/news/how-covid-19-triggered-digital-and-e-commerce-turning-point> (дата обращения: 10.06.2021).
3. Китрар, Л. А., Липкинд, Т. М., Остапкович, Г. В. Квантификация качественных признаков в конъюнктурных обследованиях. *Вопросы статистики*. 2018. Т. 25. № 4. С. 49-63.

DIGITAL ACTIVITY OF RUSSIAN ORGANIZATIONS IN THE FIELD OF INFORMATION TECHNOLOGY SERVICES: TRENDS AND VECTORS OF DIGITAL ACTIVITY IN THE DEVELOPMENT OF E-COMMERCE AND MARKETING TECHNOLOGIES

Lola, Inna Sergeevna

Candidate of economic sciences

National Research University Higher School of Economics, Institute for statistical studies and economics of knowledge, Centre for business tendency studies, deputy director

Member of the All-Russian public organization "Russian Association of Statisticians"

Member of the New Economic Association

Moscow, Russian Federation

ilola@hse.ru

Bakeev, Murat Bulatovich

National Research University Higher School of Economics, Institute for statistical studies and economics of knowledge, Centre for business tendency studies, analyst

Moscow, Russian Federation

mbakeev@hse.ru

Abstract

The paper presents the key development trends of Russian IT organizations engaged in the development of digital solutions in the field of e-commerce and marketing technologies in the final dynamics of development for 2020, as well as their short-term plans for 2021. It reflects a representative picture of the business environment, technological benchmarks, differentiation of the demand for digital solutions from customers in the context of COVID-19. The pandemic was found to be an important driver of digital activity. Against the backdrop of a slowdown in economic activity in the context of a coronavirus crisis, IT organizations turned out to be quite stress-resistant to exogenous and endogenous market parameters.

Keywords

digital activity; digitalization; business tendency monitoring; IT organizations; e-commerce and marketing; digital technologies; digital climate barriers index.

References

1. Data Insight. Internet-torgovlja v Rossii 2020 [Online commerce in Russia 2020]. URL: https://datainsight.ru/DI_eCommerce2020 (date accessed: 10.06.2021).
2. UNCTAD. How COVID-19 triggered the digital and e-commerce turning point. 2021. URL: <https://unctad.org/news/how-covid-19-triggered-digital-and-e-commerce-turning-point> (date accessed: 10.06.2021).
3. Kitrar, L. A., Lipkind, T. M., Ostapkovich, G. V. Kvantifikacija kachestvennyh priznakov v konjunkturnyh obsledovanijah [Quantification of Qualitative Features in Business Tendency Surveys]. Voprosy statistiki. 2018. Vol. 25. No. 4. P. 49-63.