

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»

На правах рукописи



Усова Наталья Витальевна

**ФОРМИРОВАНИЕ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ
ЦИФРОВЫХ УСЛУГ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ РЫНКАХ**

Диссертация на соискание ученой степени
доктора экономических наук

Специальность 5.2.3 – Региональная и отраслевая экономика
(экономика сферы услуг)

Научный консультант:
доктор экономических наук, доцент
Логинов Михаил Павлович

Екатеринбург – 2024

Оглавление

Введение.....	4
1 Теоретические аспекты исследования системы цифровых услуг на потребительских рынках	15
1.1 Генезис развития цифровой экономики: эволюционный подход	15
1.2 Сущностное содержание и концептуальные модели цифровой экономики...	39
1.3 Система цифровых услуг на потребительских рынках и рынок цифровых услуг: понятия, признаки, особенности	67
Выводы по главе 1	115
2 Методологические положения формирования и функционирования системы цифровых услуг на потребительских рынках	117
2.1 Перспективные направления развития системы цифровых услуг на потребительских рынках и их влияние на формирование методологии исследования.....	117
2.2 Синергетический методологический подход к развитию системы цифровых услуг	141
2.3 Факторный методологический подход к исследованию потенциала рынка цифровых услуг в национальной экономике	154
Выводы по главе 2	166
3 Методические подходы к оценке формирования и функционирования системы цифровых услуг на потребительских рынках.....	168
3.1 Механизм развития цифровых услуг на потребительских рынках.....	168
3.2 Методики оценки и анализа развития цифровых услуг на потребительских рынках на основе совокупности количественных и интегральных показателей.....	179
3.3 Модели формирования и функционирования системы цифровых услуг на потребительских рынках	194
Выводы по главе 3	201
4 Эмпирическое исследование процессов формирования и функционирования системы цифровых услуг на потребительских рынках.....	203
4.1 Комплексный анализ тенденций и синергетического эффекта развития системы цифровых услуг	203
4.2 Оценка развития системы цифровых финансовых услуг на потребительских рынках	217
4.3 Диагностика развития системы цифровых услуг на потребительских рынках	241
Выводы по главе 4	257

5 Стратегические ориентиры развития системы цифровых услуг на потребительских рынках	259
5.1 Комплексная оценка зрелости региональных рынков цифровых услуг в условиях формирования цифровой модели национальной экономики.....	259
5.2 Концептуальные положения развития системы цифровых услуг в России	277
5.3 Приоритеты стратегического развития системы цифровых услуг на основе внедрения и использования цифрового рубля.....	291
Выводы по главе 5	299
Заключение	300
Список литературы	311
Публикации автора по теме исследования.....	351
Приложение А Классификация цифровых услуг.....	360
Приложение Б Классификация рынков цифровых услуг.....	364
Приложение В Классификация цифровых платформ	367
Приложение Г Индекс востребованности цифровых услуг населением ($I_{вцун}$)	372
Приложение Д Индекс доступности цифрового пространства для населения ($I_{дцпн}$).....	373
Приложение Е Индекс доступности цифровых услуг организаций ($I_{дцую}$).....	374
Приложение Ж Индекс интегративности цифровых технологий ($I_{интг}$).....	375
Приложение И Интегральный индекс развития рынка цифровых услуг.....	377
Приложение К Оценка синергетического эффекта	378
Приложение Л Рейтингование федеральных округов по ключевым показателям развития рынка цифровых услуг розничной торговли с 2013 по 2021 г.	381
Приложение М Рейтинг федеральных округов по состоянию на август 2021 г.	385
Приложение Н Дорожная карта развития системы цифровых услуг в России....	386

Введение

Актуальность темы исследования. Современный потребительский рынок и сфера услуг претерпевают кардинальные изменения, связанные с развитием цифровых технологий, появлением цифровых услуг и цифровых рынков. Увеличивается востребованность доступа в цифровое пространство для различных групп населения, появляются новые возможности для экономики по обеспечению роста макроэкономических показателей.

Цифровые услуги представляют собой новый этап развития услуги и отличаются от информационных и электронных услуг тем, что предоставляются интерактивно в цифровом пространстве с использованием прогрессивных цифровых технологий, среди которых искусственный интеллект, Big Data, блокчейн и иные, а при их предоставлении нивелируется территориальный аспект.

Наблюдаются развитие транспортных компаний и удешевление доставки товаров, а также приход на территорию России иностранных цифровых платформ, с которыми российские не могут конкурировать. С одной стороны, необходимо обезопасить рыночными методами российский рынок, с другой – обеспечить выход российских компаний на международные рынки с целью расширения их деятельности. Важным является обеспечение устойчивости и конкурентоспособности национальной экономики в условиях шестого технологического уклада, в основе которого лежит выход на принципиально новый уровень управления экономикой, государством и обществом на базе искусственного интеллекта и глобальных информационных сетей, развития и применения цифровых технологий.

Развиваясь, цифровые услуги формируют систему цифровых услуг, в которую входят не только участники процесса приобретения и оказания услуг, но и органы власти, различные рейтинговые и консалтинговые агентства, IT-компании.

Приоритетность развития системы цифровых услуг на потребительских рынках усилили такие факторы, как влияние глобальных вызовов, в частности пандемия COVID-19, санкционные ограничения, необходимость перехода к цифровой

модели экономики и обеспечения технологического суверенитета в условиях формирующегося многополярного мира.

Цифровая трансформация является одним из приоритетных направлений деятельности органов власти, а отраслевая цифровизация, в том числе «цифровая зрелость», а также уровни развитости предоставляемых цифровых услуг и их доступности для различных категорий потребителей, стала своеобразным маркером конкурентоспособности национальной экономики и ее способности реагировать на современные вызовы.

Первостепенное значение приобрела цифровая трансформация при разработке отраслевых программных документов. Так, с 2021 г. по поручению Президента РФ разрабатываются стратегии цифровой трансформации различных отраслей экономики, социальной сферы, государственного управления в целях достижения их «цифровой зрелости», предусматривающие внедрение конкурентоспособного отечественного программного обеспечения и программно-аппаратных комплексов, созданных в том числе на основе технологий искусственного интеллекта¹.

Потребительский рынок представляет собой один из динамично развивающихся и ключевых элементов национальной экономики России, от которого зависит уровень и качество жизни населения, доступность и востребованность товаров и услуг. За время своего существования он претерпел существенные трансформации, что выразилось в появлении сетевых операторов, расширении деятельности на рынке зарубежных компаний, переориентации потребителей с нестационарных объектов розничной торговли на стационарные. В последнее десятилетие стали широко востребованы цифровые платформы для взаимодействия при оказании услуг и продаже товаров, различные интернет-магазины и маркетплейсы, социальные сети, мессенджеры, мобильные приложения.

По данным Кредитного рейтингового агентства НКР², в 2020–2021 гг. доля занятых в розничной торговле составила 18 %, в ВВП страны доля потребитель-

¹ Перечень поручений по итогам конференции по искусственному интеллекту. – URL: <http://www.kremlin.ru/acts/assignments/orders/64859/print> (дата обращения: 05.01.2021).

² Испытание на прочность / НКР. – URL: https://ratings.ru/files/research/corps/NCR_Resilience_150622.pdf (дата обращения: 19.11.2023).

ского рынка составила 3,8 %, а доля налоговых поступлений – 4,8 %. В 2021 г. оборот розничной торговли в России вырос на 16,5 % в номинальном выражении и на 7,8 % в сопоставимых ценах – до 39,5 трлн р. Объем российского рынка электронной торговли вырос на 13 % до 3,6 трлн р., интернет-продажи составили 9,2 % в общем объеме розничной торговли.

В условиях санкционного давления на экономику России важное практическое значение приобретает развитие системы цифровых услуг на потребительских рынках как приоритетное направление формирования новой модели экономики в условиях шестого технологического уклада. Развитие системы цифровых услуг затрудняется как в силу ограниченного количества разработанных теоретических и методологических положений, так и в силу отсутствия механизмов реализации практических мероприятий с учетом глобальных вызовов. Обеспечение конкурентоспособности национальной экономики, повышение качества жизни населения и рост макроэкономических показателей напрямую зависят от внедрения прогрессивных технологий и их использования государством, населением и предпринимательским сектором. При наличии ряда стратегических программных документов по развитию цифровых новаций все бóльшую значимость приобретают вопросы теоретико-методологического обеспечения процессов цифровизации сферы услуг. Отсутствие единых методологических подходов к формированию потребительских рынков цифровых услуг, а также только формирующиеся методические подходы к оценке цифровой экономики обуславливают актуальность темы диссертационного исследования.

Степень научной разработанности темы исследования. Научные аспекты исследования формировались на основе изучения и переосмысления теоретических, методологических и практических разработок как отечественных, так и зарубежных ученых в области циклического развития экономики, цифровой экономики, цифровых, информационных и электронных услуг.

Вопросы циклического развития экономики и смены технологических укладов нашли отражение в трудах А. Афтальяна, С. Ю. Глазьева, У. Джевонса, К. Жюгляра, Г. Касселя, М. Кастельса, Дж. Кейнса, Дж. Китчина, Н. Д. Кондрать-

ева, С. Кузнецца, Д. С. Львова, К. Маркса, Л. Мизеса, У. Митчелла, П. Самуэльсона, М. И. Туган-Барановского, А. Шпитгофа, Й. Шумпетера и др.

Рассмотрение этапов научно-технического прогресса и научно-технических революций в совокупности со спецификой формирования технологических укладов позволило перейти к детальному исследованию цифровой экономики как актуального направления преобразования национальной экономики в условиях глобализации и имеющихся на современном этапе развития элементов деглобализации экономических процессов, обусловленных влиянием протекционистских мер со стороны ряда стран и последующим переходом к многополярному миру.

Вопросы формирования и развития цифровой экономики представлены в трудах таких исследователей, как А. И. Агеев, Е. Г. Анимица, А. В. Бабкин, С. Е. Барыкин, А. Г. Бездудная, В. А. Бондаренко, Р. Бух, Н. В. Василенко, Т. Б. Ерохина, Л. В. Лapidус, Е. Л. Логинов, Н. Негропonte, Н. В. Новикова, В. А. Плотников, Я. П. Силин, Е. Н. Смирнов, И. Н. Ткаченко, А. В. Шохнех, И. Н. Щепина и др.

При исследовании вопросов синергии и формирования синергетических эффектов диссертантом были изучены труды Ю. В. Гусева, М. А. Жук, М. П. Логинова, Г. С. Мерзликиной, А. Л. Семенова, А. А. Хановой и др.

При рассмотрении цифровых услуг диссертантом были исследованы работы в области цифровизации сферы услуг в целом и ее отдельных отраслей.

Цифровизация сферы услуг и отдельных ее сегментов рассмотрена в работах таких ученых, как Н. Ш. Ватолкина, Н. Ю. Власова, Т. А. Головина, И. Г. Головцова, Е. А. Горбашко, Е. Б. Дворядкина, А. Л. Денисова, Е. П. Дятел, О. К. Коробкова, Ю. Г. Кузменко, И. В. Митрофанова, А. Г. Мокроносов, Е. В. Попов, С. Г. Пьянкова, Я. В. Шокин, Е. В. Щербенко, и др.

Характеризуя степень научной разработанности исследования сферы услуг в отраслевом аспекте, необходимо выделить следующих ученых. Финансовые услуги рассмотрены в работах В. В. Бондаренко, М. Н. Дудина, Е. Н. Ежовой, Е. Г. Князевой, Ю. И. Коробова, С. В. Криворучко, М. П. Логинова, М. С. Марамыгина, Е. С. Соколовой, Л. И. Юзвович, С. В. Шкодинского и др.

Услуги потребительского рынка и, в частности, розничной торговли как ключевого сегмента представлены в трудах таких ученых, как Ю. Л. Александров, А. Л. Абаев, А. Баруа, Э. Вольф, С. Галлино, Т. Дж. Гилбрайд, С. К. Демченко, М. Н. Дудин, Д. А. Карх, В. Е. Ковалев, П. Конана, К. Б. Костин, Р. Кришнан, О. Минц, А. Морено, Н. С. Нечеухина, Л. Б. Нюренбергер, М. С. Оборин, З. К. Омарова, О. Е. Пирогова, С. Сиддарт, И. Б. Стукалова, Ю. Ю. Сулова, Н. Н. Терещенко, Е. В. Токарь, Э. Б. Уинстон, Д. Фернандес, В. П. Чеглов, Ч. Ч. Чен, Ч. Чжуан и др.

Недостаточная разработанность отмеченных проблем как теоретического, так и методологического и практического характера обуславливает цель и задачи диссертационного исследования.

Объект исследования – система цифровых услуг на потребительских рынках, формирующаяся и функционирующая с учетом внедрения цифрового рубля.

Область исследования соответствует п. 4.1 «Теоретико-методологические основы анализа проблем развития отраслей сферы услуг», п. 4.5 «Формирование и функционирование рынков услуг» и п. 4.16 «Политика регулирования и поддержки развития отраслей сферы услуг» Паспорта научной специальности 5.2.3 – Региональная и отраслевая экономика (экономика сферы услуг).

Предметом исследования являются организационно-экономические отношения и управленческие технологии (решения), возникающие при формировании и функционировании системы цифровых услуг на потребительских рынках России.

Цель диссертационного исследования заключается в развитии теоретико-методологических основ исследования формирования системы цифровых услуг на потребительских рынках и разработке инструментария, позволяющего оценить и выявить приоритетные направления развития и функционирования этой системы в условиях развития цифровых финансовых услуг и внедрения цифрового рубля.

Цель и логика диссертационного исследования предопределили постановку и последовательное решение теоретических, методологических и практических исследовательских задач:

1) разработать теоретическую платформу исследования системы цифровых услуг, базирующуюся на теории циклического развития, теории цифровой экономики и теории сферы услуг;

2) предложить оригинальные методологические положения формирования и функционирования системы цифровых услуг на потребительских рынках;

3) обосновать перспективность использования в экономической науке и практике оригинальных методических подходов к оценке формирования и функционирования системы цифровых услуг на потребительских рынках;

4) разработать и апробировать методический инструментарий, выявить динамику синергетического эффекта системы цифровых услуг, тенденции и проблематику формирования и функционирования системы цифровых услуг на потребительских рынках в условиях развития цифровых финансовых услуг;

5) представить концептуальные направления развития системы цифровых услуг на потребительских рынках на основе внедрения и использования цифрового рубля.

Научная новизна исследования заключается в разработке и обосновании положений авторского теоретико-методологического подхода к исследованию системы цифровых услуг на потребительских рынках, позволивших дополнить теоретический фундамент исследования процессов ее формирования и функционирования, расширить методологию и предложить оригинальный методический инструментарий оценки эффектов развития системы цифровых услуг в условиях цифровой трансформации экономики, а также представить концептуальные положения и направления развития системы цифровых услуг на основе цифрового рубля.

Теоретическая значимость исследования состоит в том, что представленные обобщения и выводы способствуют приращению знаний в области исследования системы цифровых услуг на потребительских рынках, дополняют теоретический фундамент исследования сферы услуг, расширяют методологию и предлагают оригинальный методический инструментарий оценки развития системы цифровых услуг.

Практическая значимость исследования заключается в том, что предлагаемые автором концептуальные положения и направления развития системы цифровых услуг на основе цифрового рубля позволят решить ряд задач, среди которых обеспечение развития системы цифровых услуг на потребительских рынках, рост макроэкономических показателей и повышение уровня конкурентоспособности национальной экономики в условиях глобальных вызовов.

Ряд положений диссертационного исследования использован органами государственной власти и местного самоуправления, компаниями реального сектора экономики и некоммерческими организациями при разработке стандартов оказания цифровых услуг.

Основные выводы и предложения, содержащиеся в диссертации, применены в учебном процессе при подготовке специалистов в сфере государственного и муниципального управления, менеджмента и экономической безопасности, торгового дела, а также в ходе повышения квалификации руководителей и специалистов сферы услуг.

Методология и методы исследования. В процессе работы над диссертационным исследованием автором использовались общенаучные подходы, такие как системный, ресурсный и институциональный, что позволило сформировать концептуальные направления развития системы цифровых услуг и рынка цифровых услуг с учетом теоретических, методологических и практических результатов исследования. В работе также были использованы общие методы научного познания: абстракция, индукция, дедукция, сравнение, анализ и синтез, историческая и логическая оценка экономических явлений, взаимосвязи эмпирических и теоретических аспектов исследования.

Информационно-эмпирическую основу диссертационного исследования составили документы и данные Аналитического центра НАФИ, Всемирного экономического форума, Всемирного банка, Института национальных проектов, Конференции ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД), Всемирной организации интеллектуальной собственности, Правительства РФ, Министерства промышленности и торговли РФ, Министерства экономического развития РФ, Министерства цифро-

вого развития, связи и массовых коммуникаций РФ, Министерства науки и высшего образования РФ, Центрального банка Российской Федерации, Федеральной службы государственной статистики, АНО «Координационный центр национального домена сети Интернет», НИУ «Высшая школа экономики», Дальневосточного фонда высоких технологий, «СберИндекса», аналитической компании Data Insight, материалы статистических сборников, монографий, научных и научно-практических конференций и семинаров, периодической печати, сайтов сети Интернет и иные материалы.

Положения, выносимые на защиту. Наиболее значимые научные результаты исследования состоят в следующем:

1. Разработана теоретическая платформа исследования системы цифровых услуг, базирующаяся на теориях циклического развития, цифровой экономики и сферы услуг, применение которых в комплексе с учетом специфики прогнозируемых нового этапа научно-технического прогресса, пятой научно-технической революции и седьмого технологического уклада позволило предложить и обосновать концептуальную и расширенную модели цифровой экономики, раскрыть экономическое содержание понятий «цифровая услуга», «система цифровых услуг», «рынок цифровых услуг»; теоретически охарактеризовать специфику цифровой услуги, разработать классификацию цифровых услуг и рынков цифровых услуг, обосновать структуру системы цифровых услуг (п. 4.1 Паспорта научной специальности 5.2.3).

2. Предложены оригинальные методологические положения формирования и функционирования системы цифровых услуг на потребительских рынках в условиях трансформации отраслей экономики и создания новых сегментов рынков услуг, отличающиеся учетом специфики текущего шестого технологического уклада, применением синергетического методологического подхода к развитию сферы услуг и факторного подхода к исследованию потенциала рынка цифровых услуг в национальной экономике, что в совокупности позволяет оценить величину синергетического эффекта на развитие потребительских рынков, а также выявить факторы, оказывающие на них сдерживающее или усиливающее влияние (п. 4.1, 4.16 Паспорта научной специальности 5.2.3).

3. Доказана перспективность использования в экономической науке и практике оригинальных методических подходов к оценке формирования и функционирования системы цифровых услуг на потребительских рынках, основанных на разработанном автором механизме их развития, что позволяет учитывать вовлеченность в цифровое пространство участников рынка, уровень развитости цифровых технологий в национальной экономике, совокупность индикаторов качественного и количественного характера, лояльность потребителей и уровень безопасности в процессе приобретения и потребления цифровых услуг. Предложены и обоснованы модели развития системы цифровых услуг на потребительских рынках, основанные, в отличие от уже имеющихся, на впервые предложенной совокупности показателей цифровизации, что позволяет применить дифференцированное организационно-экономическое регулирование данных услуг с целью повышения эффектов их развития на основе внедрения цифрового рубля (п. 4.5 Паспорта научной специальности 5.2.3).

4. Разработаны, обоснованы и апробированы методика анализа рынка цифровых услуг розничной торговли и методика оценки уровня развития рынка цифровых финансовых услуг, основанные на факторном и синергетическом подходах, что позволило осуществить ранжирование федеральных округов Российской Федерации по степени их вклада в национальные показатели системы цифровых услуг, выявить динамику изменения синергетического эффекта и эмпирически обосновать авторскую модель развития системы цифровых услуг на потребительских рынках (п. 4.5 Паспорта научной специальности 5.2.3).

5. Представлены концептуальные направления развития системы цифровых услуг на потребительских рынках, ориентированные на повышение ее конкурентоспособности и устойчивости, отвечающей требованиям рынка и глобальным вызовам, на основе внедрения и использования цифрового рубля, а также комплекс мер и практических рекомендаций, включающих дорожную карту развития цифровых услуг, которые позволят в среднесрочной перспективе осуществить формирование системы этих услуг на основе платформенных решений с учетом интересов ее участников (п. 4.16 Паспорта научной специальности 5.2.3).

Степень достоверности результатов диссертационного исследования подтверждается применением обоснованного методического инструментария; корректной обработкой большого объема материала; достаточным объемом и результатами аналитических исследований; использованием различных методов анализа, а также положительной оценкой полученных результатов исследования на научных конференциях, внедрением данных результатов в практику главного эмиссионного и денежно-кредитного регулятора страны, органов публичной власти, участников потребительского рынка.

Апробация и внедрение результатов диссертации.

Основные научно-практические результаты диссертационного исследования были использованы при выполнении:

– хоздоговорного исследования «Исследование методического подхода к мониторингу конъюнктуры рынка банковских продуктов и услуг» (2021 г., рег. № Ф-12/2021);

– научно-исследовательской работы «Разработка методических рекомендаций для муниципальных образований Свердловской области по организации работы по повышению финансовой грамотности населения на основе типовых стратегий принятия финансовых и инвестиционных решений домохозяйствами» (2021 г., рег. № ТЗ-1/2021).

Представленные в работе теоретические, методологические и методические положения нашли применение в деятельности Государственной думы Федерального собрания Российской Федерации, Министерства экономического развития Челябинской области, Законодательного собрания Свердловской области, Уральского главного управления Центрального банка Российской Федерации, ООО «СтендАп Инновации», ООО «Сумма технологий», ООО «НПП «ЛиСТ», ООО «МИА ХОУМ», ООО «Оптима Рум».

Результаты диссертационного исследования внедрены в учебный процесс ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет» и ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина».

Полученные результаты исследования были представлены на международных и всероссийских научно-практических конференциях, форумах в таких городах, как Брянск (2020), Витебск (2020), Владивосток (2020, 2021), Екатеринбург (2020–2023), Калининград (2020), Москва (2021), Санкт-Петербург (2022) и др.

Публикации. По теме исследования опубликовано 59 работ общим объемом 79,9 п. л., в том числе авторских 52,7 п. л. Из них 19 статей в изданиях, входящих в Перечень рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук; разделы в трех монографиях и одна авторская монография.

Структура и объем диссертационного исследования. Диссертационная работа состоит из введения, пяти глав, заключения, списка литературы, включающего 416 наименований. Работа включает 48 таблиц и 63 рисунка. Общий объем диссертации 388 страниц. Структура работы обусловлена изучаемой областью и совокупностью решаемых задач.

1 Теоретические аспекты исследования системы цифровых услуг на потребительских рынках

1.1 Генезис развития цифровой экономики: эволюционный подход

Рассмотрение эволюции цифровой экономики основано на исследовании цикличности экономики¹, а также сравнительном анализе и наложении этапов периодизации научно-технического прогресса, научно-технических революций и технологических укладов.

Как отмечают в своей монографии уральские ученые Я. П. Силин, Е. Г. Анимица и Н. В. Новикова, «экономический цикл является последовательностью событий, включая ряд последовательно сменяющих друг друга фаз, которые постоянно повторяются, но не обязательно в одинаковой степени или за одинаковый отрезок времени. Каждой фазе экономического цикла свойственны определенные количественные характеристики и качественные особенности»².

Экономика как наука за время своего существования прошла определенные этапы развития, и существенное влияние на это оказали новые научно-технические знания, что выражалось во внедрении и активном использовании инновационных (для того периода времени) производственных технологий и, как следствие, появлении новых товаров и рынков.

Эволюция экономических процессов характеризуется определенной цикличностью. В свою очередь, циклическое развитие имеет отличительные черты, выражающиеся в неравномерности и волнообразности, и не связано только с экономи-

¹ Теории цикла // Всемирная история экономической мысли: в 6 т. / С. П. Аукционек, А. М. Волков, С. К. Дубинин и др. – М.: Мысль, 1994. – Т. 5: Теоретические и прикладные концепции развитых стран Запада (послевоенный период). – 559 с.

² Силин Я. П., Анимица Е. Г., Новикова Н. В. Уральский макрорегион: большие циклы индустриализации / под науч. ред. С. Ю. Глазьева, С. Д. Бодрунова. – Екатеринбург: УрГЭУ, 2019. – С. 53.

ческим ростом, а имеет синергетический эффект от смены этапов экономического цикла и пространственной трансформации национальной экономики.

Рассматривая этапы развития экономики с точки зрения эволюционного подхода, следует отметить вклад таких ученых, как А. Афталъон¹, С. Ю. Глазьев, Д. С. Львов и их коллеги², У. Джевонс³, К. Жюгляр⁴, Г. Кассель⁵, М. Кастельс⁶, Дж. М. Кейнс⁷, Дж. Китчин⁸, Н. Д. Кондратьев⁹, С. Кузнец¹⁰, К. Маркс¹¹, Л. фон Ми-

¹ Aftalion A. The Theory of economic cycles based on the capitalistic technique of production // Review of economic statistics. – 1927. – Vol. 9, no. 4. – P. 165–170.

² Длинные волны: научно-технический прогресс и социально-экономическое развитие / С. Ю. Глазьев, Г. И. Микерин, П. Н. Тесля и др. – Новосибирск: Наука, 1991. – 224 с; Глазьев С. Ю. Рынок в будущее. Россия в новых технологическом и мирохозяйственном укладах. – М.: Книжный мир, 2018. – 765 с.; Глазьев С. Ю., Львов Д. С., Фетисов Г. Г. Эволюция технико-экономических систем: возможности и границы централизованного регулирования. – М.: Наука, 1992. – 207 с.

³ Jevons W. S. The theory of political economy. – 2nd ed. – London: Macmillan, 1879. – 432 p.

⁴ Juglar C. Des crises commerciales: et de leur retour periodique en France, en Angleterre et aux Etats-Unis. – Paris: Guillaumin et Cie, 1862. – 278 p.; Блауг М. Жюгляр, Клемент // Блауг М. 100 великих экономистов до Кейнса: пер. с англ. – СПб.: Экономикс, 2008. – С. 107–108.

⁵ Cassel G. Fundamental thoughts in economics. – London: Unwin, 1925. – 159 p.; Блауг М. Кассель, Карл Густав // Блауг М. 100 великих экономистов до Кейнса: пер. с англ. – СПб.: Экономикс, 2008. – С. 117–120.

⁶ Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура: пер. с англ. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 606 с.; Кастельс М., Химанен П. Информационное общество и государство благосостояния: финская модель: пер. с англ. – М.: Логос, 2002. – 219 с.

⁷ Кейнс Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег: пер. с англ. – М.: Гелиос АРВ, 2002. – 352 с.

⁸ Kitchin J. Cycles and trends in economic factors // The review of economics and statistics. – 1923. – Vol. 5, no. 1. – P. 10–16.

⁹ Кондратьев Н. Д. Большие циклы конъюнктуры и теория предвидения. – М.: Экономика, 2002. – 765 с.; Кондратьев Н. Д. Проблемы экономической динамики. – М.: Экономика, 1989. – 523 с.; Кондратьев Н. Д. Избранные сочинения. – М.: Экономика, 1993. – 542 с.

¹⁰ Kuznets S. Schumpeter's business cycles // The American economic review. – 1940. – Vol. 30, no. 2. – P. 257–271; Kuznets S. Secular movements in production and prices their nature and their bearing upon cyclical fluctuations. – Boston: Houghton Mifflin, 1930. – 570 p.

¹¹ Маркс К. Капитал. Критика политической экономии: в 3 т.: пер. с нем. – М.: Политиздат, 1983. – Т. 1, кн. 1: Процесс производства капитала. – 905 с.

зес¹, У. Митчелл², П. Самуэльсон³, М. И. Туган-Барановский⁴, А. Шпитгоф⁵, Й. Шумпетер⁶ и др.

Изначально циклическое развитие экономики связывали с процессами, которые появлялись вне экономики. Причем эти процессы не имели какой-то системности, а были случайными и неконтролируемыми, что и обусловило невозможность быстрой реакции экономики на возникающие ситуации. Именно этой точки зрения придерживались представители экстернальных теорий циклического развития. Так, У. Джевонс⁷, П. Самуэльсон⁸, У. Нордхаус⁹, Й. Шумпетер¹⁰ и др. рассматривали в качестве ключевых факторов циклических колебаний внешние (экзогенные) факторы, которые находятся за пределами экономической системы. К экзогенным причинам циклического развития относятся: военные действия и политические потрясения, приводящие к перестройке структуры экономики и переориентации производства; освоение территорий с последующей миграцией населения; рост численности населения; климатические изменения; научно-технический прогресс и появление прорывных технологий, меняющих архитектуру экономики.

¹ Мизес Л. фон. Человеческая деятельность. Трактат по экономической теории. – Челябинск: Социум, 2008. – 878 с.

² Митчелл У. К. Экономические циклы: проблема и ее постановка: пер. с англ. – М.; Л.: Гос. изд-во, 1930. – 504 с.

³ Самуэльсон П. Основания экономического анализа: пер. с англ. – СПб.: Экономическая школа, 2002. – 604 с.; Самуэльсон П. Экономика: пер. с англ.: в 2 т. – М.: Алгон, 1992. – Т. 1. – 331 с.; Т. 2. – 413 с.

⁴ Туган-Барановский М. И. Периодические промышленные кризисы: история английских кризисов. Общая теория кризисов: избранное. – М.: Наука: Росспэн, 1997. – 573 с.

⁵ Spiethoff A. Business cycles // Handwörterbuch der Staatswissenschaften. Bd. 3. – Jena: Fischer, 1923. – S. 8–91.

⁶ Шумпетер Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия: пер. с нем. и англ. – М.: Эксмо, 2007. – 861 с.

⁷ Джевонс У. Теория политической экономии: пер. с англ. – М.–Челябинск: Социум, 2021. – 477 с.

⁸ Самуэльсон П. Основания экономического анализа: пер. с англ. – СПб.: Экономическая школа, 2002. – 604 с.

⁹ Nordhaus W. D. Resources as a constraint on growth // The American economic review. – 1974. – Vol. 64, no. 2. – P. 22–26; Nordhaus W. D. The political business cycle // Review of economic studies. – 1975. – Vol. 42, no. 2. – P. 169–190.

¹⁰ Шумпетер Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия: пер. с нем. и англ. – М.: Эксмо, 2007. – 861 с.

В частности, У. Джевонс¹ выделил в качестве причины циклов интенсивность солнечных пятен. Он объяснил это тем, что климатические аномалии, зависящие от солнечной активности, отрицательно влияют на агропромышленный комплекс и тем самым приводят к негативным последствиям как на отраслевом уровне, так и на уровне национальной экономики.

Весомый вклад в развитие теории циклического развития внес Й. Шумпетер². На его взгляды существенное влияние оказали основоположники австрийской экономической школы Ф. фон Визер³ и О. фон Бем-Баверк⁴, а также представитель новой (молодой) исторической школы Г. фон Шмоллер⁵. Й. Шумпетер изучал проблемы динамического развития рыночной системы, а также факторы, обеспечивающие прогресс и экономический рост. По его мнению, технологический прогресс является важным фактором динамического развития экономики⁶. Именно Й. Шумпетер впервые стал изучать экономическую динамику в противовес статическому анализу. В своей теории нововведений он предположил, что причиной циклического развития служит внедрение новых технологий и качественно новых орудий труда. Процесс роста, согласно Й. Шумпетеру, возникает скачкообразно, так как обусловлен техническими новинками и реализацией новых инвестиционных проектов.

Для получения прибыли решающим фактором становится не конкуренция цен или качества, а конкуренция новых продуктов, технологий, источников обеспечения и организационных форм. Вследствие использования изобретений, открытий либо новинок система начинает отдаляться от равновесия и стремиться к новому состоянию равновесия, но уже на другом уровне технического обеспечения. Следовательно, формируется новое состояние экономической системы, к которому

¹ Джевонс У. Теория политической экономии: пер. с англ. – М.–Челябинск: Социум, 2021. – 477 с.

² Шумпетер Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия: пер. с нем. и англ. – М.: Эксмо, 2007. – 861 с.

³ Wieser F. von. Der natürliche Werth. – Wien: Hölder, 1889. – 268 S.

⁴ Бем-Баверк Э. Основы теории ценности хозяйственных благ: пер. с нем. – Л.: Прибой, 1929. – 194 с.

⁵ Шмоллер Г. Наука о народном хозяйстве. Ее предмет и метод: пер. с нем. – М.: Сабашниковы, 1897. – 112 с.

⁶ Шумпетер Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия: пер. с нем. и англ. – М.: Эксмо, 2007. – 861 с.

необходимо приспособливаться компаниям, и здесь уже наблюдается циклическое развитие экономики в целом.

В интернальных теориях причинами циклического развития экономики выступают внутренние (эндогенные) факторы, находящиеся внутри экономической системы, т. е. рассматривается сам механизм экономической системы и ее элементы – денежно-кредитная политика, развитие рынка труда и инвестиционных процессов, макроэкономическое равновесие, а также динамика совокупного предложения. Среди авторов, которые придерживаются данной точки зрения, можно выделить А. Афталюна, Г. Касселя, Дж. М. Кейнса, К. Маркса, К. Родбертус-Ягцеова, Ж. Сисмонди, М. И. Туган-Барановского, И. Фишера, М. Фридмена, Р. Хоутри и др.

К эндогенным факторам относятся: изменение спроса на различные товары и услуги; усиление социального неравенства населения; изменение положения государства на мировой арене; развитие интернет-технологий; физическое и моральное устаревание основных средств; монетарная политика государства, приводящая к изменению стоимости финансовых инструментов; перепроизводство.

Так, К. Маркс в теории промышленных циклов утверждает, что возникновение кризисов в экономике обусловлено противоречиями капитализма, а периодичность – массовым обновлением основного капитала¹.

Ряд теорий рассматривают в качестве ключевого финансовый аспект. Так, Р. Хоутри² и И. Фишер³ (кредитно-денежная концепция) видят причину циклического развития экономики в нарушении денежного спроса и предложения. В рамках данной концепции кризис представляет собой именно монетарное явление, зависящее от объема обращающейся денежной массы.

М. Фридмен (монетарная теория) объясняет происхождение кризисов нестабильностью денежного обращения, отмечая зависимость развития экономики от количества денег в обращении⁴.

¹ Маркс К. Капитал. Критика политической экономии: в 3 т.: пер. с нем. – М.: Политиздат, 1983. – Т. 1, кн. 1: Процесс производства капитала. – 905 с.

² Хоутри Р. Деньги и кредит: пер. с англ. – М.: Изд-во Ком. акад., 1930. – 363 с.

³ Фишер И. Покупательная сила денег: пер. с англ. – М.: Дело, 2001. – 318 с.

⁴ Фридмен и Хайек о свободе: пер. с англ. – Минск: Полифакт-Референдум, 1990. – 125 с.

В свою очередь, А. Афталъон¹, Г. Кассель² и М. И. Туган-Барановский³ (теория перенакопления капитала) связывают цикличность экономики с диспропорциями в структуре производства.

Также представляют интерес теория Дж. М. Кейнса и теория недопотребления Ж. Сисмонди⁴ и К. И. Родбертус-Ягцева⁵. По мнению Дж. М. Кейнса, развитие капиталистического общества сопряжено с рядом факторов, которые не могут быть выявлены изначально и, следовательно, преодолены⁶. К таким факторам относятся массовая безработица и несоответствие спроса и предложения. Кроме того, проблемы циклического развития экономики и наступления кризисов лежат в плоскости эффективности и предельной полезности капитала. В кейнсианской теории цикл представляет собой результат взаимодействия нескольких составляющих, а именно национального дохода, потребления и накопления капитала, рыночного механизма. Теория недопотребления связывает возникновение кризиса с недостаточным потреблением и снижением доли заработной платы в национальном доходе.

На современном этапе развития наблюдается синтез экстернальных и интернальных теорий циклического развития. Это обусловлено тем, что невозможно провести четкую границу между воздействующими факторами. Так, колебания экзогенных факторов выступают предпосылками к действию эндогенных (внутренних). К примеру, в экстернальных теориях к факторам циклического развития относится научно-технический прогресс, а в интернальных – развитие интернет-технологий. Оба этих фактора являются взаимозависимыми, что находит свое подтверждение, когда сеть Интернет становится не просто площадкой для взаимодействия, а двигателем развития экономики и совершенствования деятельности предприятий и орга-

¹ Aftalion A. The Theory of economic cycles based on the capitalistic technique of production // Review of economic statistics. – 1927. – Vol. 9, no. 4. – P. 165–170.

² Cassel G. Fundamental thoughts in economics. – London: Unwin, 1925. – 159 p.

³ Туган-Барановский М. И. Периодические промышленные кризисы: история английских кризисов. Общая теория кризисов: избранное. – М.: Наука: Росспэн, 1997. – 573 с.

⁴ Сисмонди Ж. С. де. Новые начала политической экономии, или о богатстве в его отношении к народонаселению. – М.: Гос. соц.-экон. изд-во, 1937. – 386 с.

⁵ Родбертус-Ягцев К. И. Экономические сочинения. – М.: Директ-Медиа, 2007. – 403 с.

⁶ Кейнс Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег: пер. с англ. – М.: Гелиос АРВ, 2002. – 352 с.

низаций на локальном, региональном, национальном, а также международном уровнях. Наблюдается структурная перестройка экономики, что выражается в обновлении большинства технологических процессов производства товаров и оказания услуг.

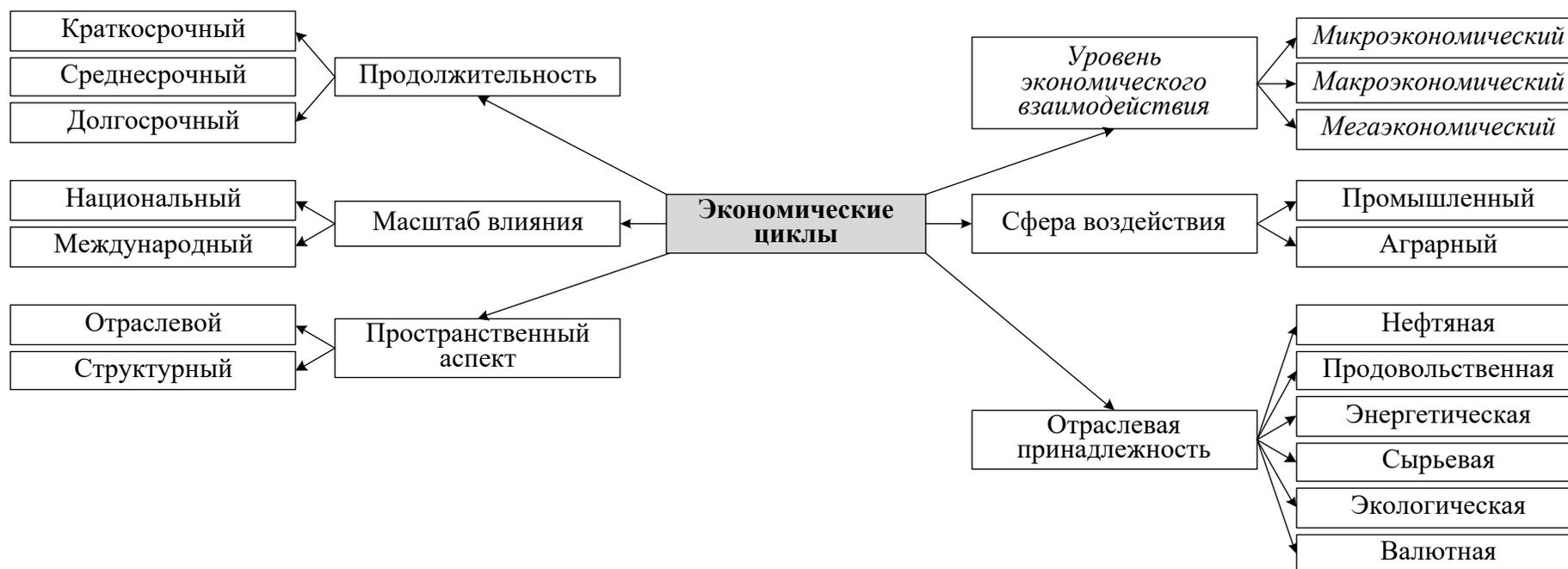
Рассматривая циклическое развитие экономики, следует отметить, что существуют различные классификационные признаки выделения экономических циклов. Дополненная классификация экономических циклов представлена диссертантом на рисунке 1.

Представленные в работе И. А. Баранова¹ классификационные признаки не учитывают циклическое развитие экономики с точки зрения уровня экономического взаимодействия, а ряд классификационных признаков имеют фрагментарный характер. Таким образом, диссертантом предлагается ввести новый признак «уровень экономического взаимодействия», в соответствии с которым циклическое развитие рассматривается на микроэкономическом, макроэкономическом и мегаэкономическом уровнях (таблица 1).

В современных условиях трансформации национальной экономики и усиления цифрового аспекта во взаимодействии между участниками различных рынков предложенные подходы к выделению классификационных признаков требуют уточнения. Так, по критерию «масштаб влияния» можно наблюдать нивелирование регионального и корпоративного уровней. В свою очередь, критерий «пространственный аспект» полностью исключает цифровой сегмент экономики, выделяя лишь отраслевой и структурный.

Поскольку развитие экономики характеризуется взаимовлиянием и развитием на микро-, макро- и мегауровнях, а также с учетом перехода к новому технологическому укладу и формированию цифровой модели национальной экономики, диссертант делает предположение о необходимости дополнения существующих подходов к классификации экономических циклов критерием «уровень экономического взаимодействия».

¹ Баранов И. А. Типологизация экономических циклов и модельный инструментарий их исследования // Российское предпринимательство. – 2014. – № 5 (251). – С. 20–26.



Примечание – Составлено автором по: Баранов И. А. Типологизация экономических циклов и модельный инструментарий их исследования // Российское предпринимательство. – 2014. – № 5 (251). – С. 23.

Вклад автора выделен курсивом.

Рисунок 1 – Дополненная классификация экономических циклов

Таблица 1 – Подходы к циклическому развитию экономики с точки зрения уровня экономического взаимодействия

Автор подхода	Характеристика
Микроэкономический уровень	
Дж. Китчин	<p>Циклы Дж. Китчина относятся к краткосрочным циклам и продолжаются 3–4 года.</p> <p>Причиной возникновения цикл служит запаздывание информации для принятия решений коммерческими организациями, вследствие этого происходят запаздывания в принятии решений по загруженности производственных мощностей.</p> <p>Наличие данной асимметрии в информации приводит к нарушению рыночного равновесия, по этой причине происходят изменения с точки зрения как товарного предложения, так и представленных на рынке компаний</p>
К. Жюгляр	<p>Экономические циклы К. Жюгляра относятся к среднесрочным и охватывают период времени 7–11 лет.</p> <p>Для экономических циклов К. Жюгляра характерно не только изменение уровня загруженности производственных мощностей и объемов товарных запасов, как у Дж. Китчина, но и изменение уровня безработицы и объемов инвестиций в основной капитал. В частности, присутствует несовпадение между временем принятия инвестиционного решения и строительством производственных мощностей</p>
Макроэкономический уровень	
К. Фримен	<p>К. Фримен, являющийся одним из авторов концепции национальных инновационных систем, видит предпосылки для повышательного отрезка длинной волны не только в радикальных инновациях в рамках одного либо нескольких секторов с последующим ростом в них, но и в распространении технологической парадигмы на всю экономическую систему</p>
С. Кузнец	<p>Циклы С. Кузнеца имеют достаточно длительный временной период – 20–22 года. По мнению С. Кузнеца, основными причинами циклических колебаний являются демографические процессы (иммиграция), а также сопутствующие им изменения в объемах строительства, что позволило назвать такие циклы «демографическими» или «строительными».</p> <p>На современном этапе данные циклы рассматриваются как технологические, инфраструктурные. В рамках этих циклов наблюдается массовое обновление основных технологий. Ярким примером может быть активное развитие IT-сферы, что в последнее десятилетие XX века привело к перенасыщению рынка и усилению актуальности разработки новых товаров и услуг</p>

Продолжение таблицы 1

Автор подхода	Характеристика
Мегаэкономический уровень	
Н. Д. Кондратьев	<p>Периодические циклы сменяющихся подъемов и спадов современной мировой экономики продолжительностью 48–55 лет.</p> <p>Возникновение «длинных волн» по Н. Д. Кондратьеву связано с технологическим прогрессом и структурной перестройкой экономики. Как следствие, возникает необходимость обновления основного капитала, а также появляются новые технологии и отрасли.</p> <p>По мнению Н. Д. Кондратьева, циклы состоят из чередования фаз относительно высоких и относительно низких темпов экономического роста. Причем перед началом повышательной волны усиливаются такие изменения, как технические изобретения и открытия, изменение условий денежного обращения, усиление роли отдельных стран в мировой экономике.</p> <p>Крупные социальные потрясения (военные действия, революции) больше характерны для повышательной волны, чем понижательной. В свою очередь, для понижательных волн характерна длительная депрессия в агропромышленном комплексе</p>
<p>Примечание – Составлено автором по: Juglar C. Des crises commerciales: et de leur retour periodique en France, en Angleterre et aux Etats-Unis. – Paris: Guillaumin et Cie, 1862. – 278 p.; Kitchin J. Cycles and trends in economic factors // The review of economics and statistics. – 1923. – Vol. 5, no. 1. – P. 10–16; Блауг Г. Экономическая мысль в ретроспективе. – М.: Дело Лтд, 2004. – 720 с.; Блауг М. Жугляр, Клемент // Блауг М. 100 великих экономистов до Кейнса: пер. с англ. – СПб.: Экономикс, 2008. – С. 107–108; Вехи экономической мысли: в 6 т. / сост. и общ. ред. В. М. Гальперина. – СПб.: Экономическая школа, 2000. – Т. 1: Теория потребительского поведения и спроса. – 380 с.; Кондратьев Н. Д. Большие циклы конъюнктуры и теория предвидения. – М.: Экономика, 2002. – 765 с.; Кондратьев Н. Д. Проблемы экономической динамики. – М.: Экономика, 1989. – 523 с.; Кондратьев Н. Д. Избранные сочинения. – М.: Экономика, 1993. – 542 с.; Kuznets S. Schumpeter's business cycles // The American economic review. – 1940. – Vol. 30, no. 2. – P. 257–271; Kuznets S. Secular movements in production and prices their nature and their bearing upon cyclical fluctuations. – Boston: Houghton Mifflin, 1930. – 570 p.; Long wave theory / ed. by C. Freeman. – Cheltenham: Edward Elgar, 1996. – 677 p.; Freeman C. Technical innovation, diffusion, and long cycles of economic development // The Long-Wave Debate / ed. by T. Vasko. – Berlin: Springer, 1987. – P. 295–309.</p>	

Авторское суждение подтверждается тем, что мегаэкономический уровень коррелирует со сменой картин мира и переходом от одного технологического уклада к другому. В свою очередь, «длинные волны» Н. Д. Кондратьева, по мнению диссертанта, характеризуют глобальный уровень развития экономики.

При рассмотрении макроэкономического уровня наибольший интерес представляет подход С. Кузнеця. При этом К. Жюгляр и Дж. Китчин видели основной источник циклического развития в асимметрии информации, причем на корпоративном уровне, что соответствует микроэкономическому уровню.

Кроме того, немаловажной является скорость принятия инноваций и переоснащения технологических процессов и организационно-экономических отношений. На микроэкономическом уровне это происходит быстрее, чем на других уровнях, и изменения затрагивают разное количество процессов и участников.

В рамках диссертационного исследования основной акцент сделан на макроэкономическом уровне, но при этом необходимо учитывать и мировые тенденции развития, которые также оказывают влияние на национальную экономику и ее конкурентоспособность на глобальных рынках.

Как отмечено выше, рассмотрение эволюции цифровой экономики диссертантом строится на исследовании вопросов цикличности экономических процессов, а также сравнительном анализе этапов научно-технического прогресса, прошедших научно-технических революций и технологических укладов.

Прогнозирование развития каких-либо процессов и явлений невозможно без обращения к предыдущему опыту и учета имеющихся научных трудов. Актуальность приобретает выделение специфики каждого из этапов научно-технического прогресса и проведение ретроспективного анализа при рассмотрении технологических укладов и научно-технических революций, оказавших ключевое влияние на экономические процессы в мире.

Обратимся к историческим этапам развития научно-технического прогресса. На рисунке 2 представлена систематизация основных характеристик исторических этапов развития научно-технического прогресса, показывающая, что за достаточно короткий период в экономике произошли коренные изменения.

Этап 1. Механистическая картина мира (XVII – середина XVIII века)

Первая промышленная революция. Использование пара.
Переход от ручного труда к машинному на научной основе. Появление мануфактурного производства.
Созданы ртутный термометр, воздушный насос, барометр, микроскоп и др.

Этап 2. Машинное производство и появление первых технических наук (XVIII – середина XIX века)

Формирование научно-технических знаний на основе использования в инженерной практике знаний естественных наук. Создается научный фундамент теплотехники, зарождается электротехника, закладываются аналитические основы механических наук.

Этап использования электроэнергии.

Развитие крупного капиталистического производства и промышленный переворот.

Появление новых отраслей (машиностроение, самолетостроение, производство алюминия), видов производств и технических изобретений. Появление таких изобретений, как универсальный тепловой двигатель, суппорт. Изобретение и применение рабочих машин как части технического устройства стало отправной точкой в процессе перехода от мануфактурного производства к машинному. Впервые рабочие машины стали применяться в текстильном производстве

Этап 3. Массовое производство (последняя треть XIX – начало XX века)

Завершение перехода к развитию науки через систему профессиональной деятельности и образования, основой которых стала механистическая картина мира.

Построение ряда фундаментальных технических теорий.

Изобретены трактор, аэроплан, танк, фонограф, кинематограф, радио, созданы электродвигатель с переменным током и двигатель внутреннего сгорания.

Благодаря изобретению сборочного конвейера технические новшества стали поступать в массовое производство.

Технические знания приобрели все признаки научного знания (научные методы исследования, оформление получаемых знаний в виде научного предмета, специальная социальная организация деятельности по выработке научных знаний)

Этап 4. Формирование информационного общества (с середины XX до середины XXI века)

Новая информационная эпоха, формирование информационного общества.

Появление атомной энергетики, ракетной техники, создание синтетических материалов, телевидения, электронно-вычислительных машин.

Возникают новые области научно-технического знания: ядерная физика, ядерное приборостроение, теоретическое и экспериментальное материаловедение, теория создания искусственных материалов. Зарождается квантовая наука и развиваются теоретические дисциплины лазерной техники.

Создание научного обеспечения пилотируемых космических полетов, разработка проблем автоматизации и управления в сложных технических системах обусловили развитие теории автоматического управления, теории информации, а также средств и систем обработки информации

Этап 5. Цифровое общество (с середины XXI века) – формируется (авторский прогноз)

Повсеместное внедрение цифровых технологий.

Цифровое управление процессами и применение искусственного интеллекта, Big Data, цифровых платформ, беспилотных аппаратов, VR/AR, интернета вещей.

Основной ресурс: цифровые данные

Примечание – Составлено автором по: Медунецкий В. М., Силаева К. В. Основные этапы развития технических наук. – СПб.: Университет ИТМО, 2016. – 67 с.

Вклад автора выделен курсивом.

Рисунок 2 – Исторические этапы развития научно-технического прогресса

С опорой на многочисленные научные работы и с учетом тенденций развития мировой экономики диссертантом сделан прогноз о том, что формируется новый этап научно-технического прогресса – «цифровое общество», основным ресурсом которого выступят цифровые данные, а цифровые технологии будут внедрены повсеместно. Данное утверждение небезосновательно, так как уже сейчас наблюдается активное развитие цифровых платформ, формирование цифровых экосистем, а одним из факторов, влияющих на успешность компаний, является внедрение и развитие цифровых решений.

Для этапа «цифровое общество» характерны цифровое управление процессами, активное внедрение и использование искусственного интеллекта, Big Data, интернета вещей, использование технологий дополненной и виртуальной реальности, развитие беспилотной авиации.

Выделение повсеместного внедрения цифровых технологий в качестве характеристики прогнозируемого пятого этапа основано на наблюдающемся на современном этапе переводе данных в цифровые, использовании беспилотных летательных аппаратов, цифровых платформ, дополненной и виртуальной реальности в повседневной жизни. При этом существует потенциал их дальнейшего внедрения и применения предпринимателями, некоммерческими организациями, органами власти и населением.

Применение цифровых технологий является одним из движущих факторов, обеспечивающих эффективное и успешное развитие экономики и различных сфер жизни общества.

Представленные ниже прогнозируемые пятая промышленная революция и седьмой технологический уклад, а также предложенная периодизация развития экономики на основе изменении роли человека в производственном процессе основываются на исследовании и последующем переосмыслении трудов зарубежных и отечественных ученых, среди которых Д. Белл¹, С. Ю. Глазьев,

¹ Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество: опыт социального прогнозирования: пер. с англ. – М.: Academia, 1999. – 783 с.

Д. С. Львов и их коллеги¹, П. Дракер², М. Кастельс³, Н. Д. Кондратьев⁴, Ё. Масуда⁵, К. Перес⁶ и др.

Так, рассматривая эволюцию общества и проводя ретроспективный анализ развития экономики, важно отметить, что Д. Белл и Ё. Масуда выделяют постиндустриальное общество. Д. Белл⁷ придерживается точки зрения, что информация выступает в качестве базового ресурса, а обмен ею осуществляется на основе телекоммуникаций и компьютеров. При этом главная роль в данном обществе отведена компьютеру, благодаря которому осуществляется организация и обработка информации и знаний. В свою очередь, Ё. Масуда⁸ считает, что в основе информационного общества лежат компьютерные технологии. Изменения технического характера приводят к повышению качества жизни, а также к информатизации производства и общества.

Рассматривая информационное общество, П. Дракер⁹ говорит о посткапиталистическом обществе и отмечает, что ключевой характеристикой нового общества является переход от индустриального хозяйства к экономической системе, осно-

¹ Длинные волны: научно-технический прогресс и социально-экономическое развитие / С. Ю. Глазьев, Г. И. Микерин, П. Н. Тесля и др. – Новосибирск: Наука, 1991. – 224 с; Глазьев С. Ю. Рынок в будущее. Россия в новых технологическом и мирохозяйственном укладах. – М.: Книжный мир, 2018. – 765 с.; Глазьев С. Ю., Львов Д. С., Фетисов Г. Г. Эволюция технико-экономических систем: возможности и границы централизованного регулирования. – М.: Наука, 1992. – 207 с.

² Дракер П. Посткапиталистическое общество // Новая постиндустриальная волна на западе: антология / под ред. В. Л. Иноземцева. – М.: Academia, 1999. – С. 67–100; Дракер П. Управление в обществе будущего: пер. с англ. – М.: Вильямс, 2007. – 306 с.

³ Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура: пер. с англ. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 606 с.

⁴ Кондратьев Н. Д. Большие циклы конъюнктуры и теория предвидения. – М.: Экономика, 2002. – 765 с.; Кондратьев Н. Д. Проблемы экономической динамики. – М.: Экономика, 1989. – 523 с.; Кондратьев Н. Д. Избранные сочинения. – М.: Экономика, 1993. – 542 с.

⁵ Masuda Y. The information society as post-industrial society. – Washington: World Future Society, 1981. – 171 p.

⁶ Перес К. Технологические революции и финансовый капитал: динамика пузырей и периодов процветания: пер. с англ. – М.: Дело, 2011. – 231 с.

⁷ Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество: опыт социального прогнозирования: пер. с англ. – М.: Academia, 1999. – 783 с.

⁸ Masuda Y. The information society as post-industrial society. – Washington: World Future Society, 1981. – 171 p.

⁹ Дракер П. Посткапиталистическое общество // Новая постиндустриальная волна на западе: антология / под ред. В. Л. Иноземцева. – М.: Academia, 1999. – С. 67–100; Дракер П. Управление в обществе будущего: пер. с англ. – М.: Вильямс, 2007. – 306 с.

ванной на знаниях и информации. Именно новые информационно-коммуникационные технологии становятся драйвером развития.

В свою очередь, М. Кастельс¹ отмечает, что постиндустриальное общество является сетевым, так как функции и процессы в нем реализуются по принципу сетей. В качестве ключевого фактора выступает богатство знаний, а также модель взаимоотношений по принципу «человек – сеть». Отмечается, что специфическими чертами информационного общества являются сетевое общество, технология ускоренной обработки информации, а также развитие информационных наук. По мнению М. Кастельса, сетевые структуры становятся основой для обеспечения устойчивого развития, и возникает новая структура, а именно «сетевое общество».

Электронные коммуникации распространяются на всю жизнедеятельность социума, и появляется глобальная электронная коммуникационная система, т. е. сеть, обладающая гибкостью, адаптированностью и эволюционной сущностью. При этом немаловажным фактором, о котором также пишет М. Кастельс, является проблема «цифрового разрыва», которая тесно связана с уровнем доступа к сети Интернет и наличием навыков работы в цифровом пространстве.

Таким образом, по мнению М. Кастельса, если для индустриального этапа развития характерен индустриализм, то в рамках нового этапа информатизации ключевым фактором становится информация, а обеспечение конкурентоспособности национальной экономики основано на обладании информационными технологиями.

Внедрение новых технологий и формирование сетевого общества неразрывно связаны с эволюцией технологических укладов и научно-техническим прогрессом. Так, научно-технический прогресс направлен на повышение эффективности производства, обеспечение интенсивного экономического роста, а также совершенствование структуры национальной экономики и решение проблем в отдельных секторах экономики.

¹ Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура: пер. с англ. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 606 с.; Кастельс М., Химанен П. Информационное общество и государство благосостояния: финская модель: пер. с англ. – М.: Логос, 2002. – 219 с.

Еще одним фактором, влияющим на экономическое развитие, являются научно-технические революции.

До первой научно-технической революции в качестве источника энергии выступали энергия ветра, падающей воды, мышечная сила животных и людей. Изобретение парового двигателя стало отправной точкой для серии научно-технических революций, а его применение позволило существенно увеличить возможности человека. Последующие научно-технические революции также изменили деятельность общества. Последовательно можно выделить смену приоритетных причин революций.

Первая научно-техническая революция стала переломным моментом в жизни общества, так как произошел переход от ручного труда к машинному производству, начался «век пара». Вторая научно-техническая революция стала «веком машин», так как произошел переход на конвейерное производство, что позволило обеспечить массовое производство и массовый сбыт дешевых товаров. Третья промышленная революция стала «веком микроэлектроники». Именно появление сети Интернет и развитие информационно-коммуникационных технологий послужили драйверами развития новых видов деятельности и преобразования существующей модели экономики. Таким образом, третья научно-техническая революция стала предпосылкой цифровой революции. Именно с середины XX века цифровые технологии начали входить в жизнь общества и начался процесс цифровизации. Появление компьютеров, мобильных телефонов, рост доступности сети Интернет стали драйверами ускорения цифровой трансформации. Диссертант придерживается точки зрения, что именно эта революция стала основной предпосылкой и драйвером четвертой промышленной революции, в основе которой лежат такие инновации, как Big Data, 3D-печать, беспилотная авиация, виртуальная и дополненная реальность, нейросети и искусственный интеллект.

На современном этапе развития активно развиваются нейросети, искусственный интеллект находит свое применение во многих сферах деятельности, активно развиваются криптовалюты и цифровые валюты центральных банков, появляются

цифровые двойники, что также требует не только теоретического переосмысления, но и совершенствования методического инструментария.

На рисунке 3 автором представлена характеристика промышленных революций и предложен авторский прогноз пятой промышленной революции; выделены предпосылки и прогнозируемые результаты промышленной революции, которая основана не только на прошлом опыте, но и на изменении потребностей человека.

Наблюдается стремительное изменение технологического процесса. Так, за период с XVII по XXI век произошли коренные преобразования как в технологиях, так и в структуре экономики. Переход к новой модели экономики и формирование сетевого общества способствуют трансформационным процессам, которые выражаются в изменении роли человека в производственном процессе. Причем эти изменения будут варьироваться, начиная от упрощения производственного процесса за счет внедрения прогрессивных технологий, что связано с обучением и повышением квалификации персонала, и заканчивая полным выводом человека из производственного процесса, сменой его функциональной роли в нем. Профессиональные компетенции будут трансформироваться, востребованность профессий также будет претерпевать изменения. Прогнозируется активное использование Big Data, AR/VR, искусственного интеллекта, облачных сервисов, интернета вещей и иных. Все бóльшую актуальность приобретает вопрос декарбонизации экономики, переход к интеллектуальной экономике, наблюдается рост востребованности дистанционных технологий и персонализации продукции.

Начало первого этапа научно-технического прогресса совпадает со временем начала первой научно-технической революции. В дальнейшем происходит ускорение научно-технического прогресса и наблюдается асинхронность этапов научно-технического прогресса и научно-технических революций.

Ключевое отличие научно-технического прогресса от научно-технической революции заключается в том, что научно-технический прогресс – явление самостоятельное и на его темпы невозможно повлиять, а основная задача здесь заключается в совершенствовании производственного процесса.



Примечание – Составлено на основе исследования многочисленных работ. Вклад автора выделен курсивом.

Рисунок 3 – Дополненная характеристика научно-технических революций

В свою очередь, научно-техническая революция имеет более сжатые сроки, и по ее результатам происходят коренные качественные изменения. При научно-технической революции наблюдается интеграция науки и производства, смена традиционных технологий на инновационные с принципиально новыми подходами к организации труда и производства.

Кроме того, на современном этапе циклическое развитие экономики тесно связано с технологическими укладами. Впервые о технологических укладах упомянул Н. Д. Кондратьев, но экономический термин «технологический уклад» был введен только в конце XX века Д. С. Львовым и С. Ю. Глазьевым. При этом ведущими исследователями технологического уклада являются С. Ю. Глазьев и К. Перес.

По мнению К. Перес¹, внедрение и масштабное применение новых технологий происходит в два этапа. На первом этапе совершенствуется структура экономики, наблюдается масштабное внедрение новых способов осуществления предпринимательской деятельности. Старые применяемые технологии теряют свою актуальность и востребованность, а инновационные подходы находят все больший отклик и занимают доминирующее положение. В свою очередь, на втором этапе наблюдается уже не технологическое развитие, а институциональное.

С. Ю. Глазьев и его коллеги², рассматривая циклическое развитие экономики в 1990-е годы, провели параллель между технологическими укладами и существенными изменениями в технологии производства, о которых говорил Н. Д. Кондратьев.

Широкому распространению технологий и инноваций способствуют кооперация и усиление конкурентной борьбы в реальном секторе экономики; развитие НИОКР и коммерциализация изобретений; поддержка со стороны государства ин-

¹ Перес К. Технологические революции и финансовый капитал: динамика пузырей и периодов процветания: пер. с англ. – М.: Дело, 2011. – 231 с.; Perez C. Structural change and assimilation of new technologies in the economic and social system // *Futures*. – 1987. – Vol. 15, no. 5. – P. 357–375.

² Длинные волны: научно-технический прогресс и социально-экономическое развитие / С. Ю. Глазьев, Г. И. Микерин, П. Н. Тесля и др. – Новосибирск: Наука, 1991. – 224 с; Глазьев С. Ю. Рынок в будущее. Россия в новых технологическом и мирохозяйственном укладах. – М.: Книжный мир, 2018. – 765 с.

новационной активности; глобализация и мировая интеграция национальных экономик.

По мнению С. Ю. Глазьева, «технологические уклады – это группы совокупностей технологически сопряженных производств, выделяемых в структуре экономики, связанные друг с другом однотипными технологическими „цепочками“ и образующие воспроизводящиеся целостности»¹.

Кроме того, С. Ю. Глазьев вводит в научный оборот понятие жизненного цикла технологического уклада и утверждает, что «каждый технологический уклад является самовоспроизводящейся целостностью, вследствие чего техническое развитие экономики не может происходить иначе, как путем последовательной смены технологических укладов»².

В развитии мировой экономики выделяется шесть технологических укладов. Предпосылкой возникновения и становления первого технологического уклада стало изобретение ткацких и прядильных машин и их использование в производственном процессе в Англии.

Как видно из рисунка 4, первые четыре технологических уклада характерны для индустриального (техногенного) общества, где ключевой сферой экономики выступала промышленность, а для экономической системы было характерно массовое товарное производство на основе общественного разделения труда и машинных технологий, основным фактором производства был капитал. В свою очередь, пятый и шестой технологические уклады – это эпоха постиндустриального (информационного) общества, где основным фактором производства становятся знания, ключевой сферой экономики – сфера услуг и информации, а преобладающей экономической системой – высокоразвитая рыночная экономика, эффективно использующая результаты научно-технической революции, автоматизацию и информационно-компьютерные технологии.

¹ Глазьев С. Ю. Рынок в будущее. Россия в новых технологическом и мирохозяйственном укладах. – М.: Книжный мир, 2018. – С. 38.

² Там же. – С. 43.



Примечание – Составлено автором по: Глазьев С. Ю. Рынок в будущем. Россия в новых технологическом и мирохозяйственном укладах. – М.: Книжный мир, 2018. – 765 с.

Вклад автора выделен курсивом.

Рисунок 4 – Эволюция технологических укладов

В конце 1960-х – начале 1970-х годов наблюдалась трансформация научно-технического прогресса, что выразилось в повышении производительности труда в сфере промышленности с последующим высвобождением части ресурсов, которые перешли в сферу услуг и тем самым стали катализатором ее развития. В результате сфера услуг заняла ведущее место в экономике развитых государств, внося существенный вклад в формирование их ВВП.

Диссертантом высказывается предположение, что прогнозируемый седьмой технологический уклад (см. рисунок 4) по времени будет характерен для периода «зеленой» революции, которая направлена на экологизацию производства и потребления, дезурбанизацию и развитие цифрового сегмента экономики, а актуальной задачей является обеспечение экономического роста при снижении уровня использования природных ресурсов. Именно окружающая среда становится драйвером экономического развития, что обусловлено определенными причинами. Так, увеличение численности населения планеты, рост производительности труда стали катализаторами появления крупной промышленности и крупных городов с развитой инфраструктурой, отвечающей современным требованиям. Процесс урбанизации территорий привел к сокращению сельскохозяйственных угодий, высвобождаемых для строительства городов и индустриальных зон.

Смена технологических укладов сопровождается рядом изменений:

- происходят изменения на корпоративном уровне (появление новых эффективных инструментов ведения деятельности, а также организационных и управленческих структур, перепрофилирование рабочей силы);

- технологические инновации становятся ключевым фактором, что приводит к переориентации инвестиционных потоков в новые сферы деятельности;

- изменяются мотивация потребителей, их потребности и предпочтения в пользу товаров и услуг с высокой долей технологических инноваций;

- изменяется структура рынка, появляются новые доминирующие компании.

Таким образом, происходящие изменения неизбежны для всех участников рынка, а для государства в целом важно не просто констатировать изменения, но и принять ряд мер, направленных на обеспечение своей конкурентоспособности.

На основе рассмотренных теоретических подходов диссертантом предлагается ввести следующую периодизацию развития экономики, учитывающую роль человека в производственном процессе (рисунок 5).

<i>Этап</i>	<i>Период</i>	<i>Характеристика</i>
Ручной труд	До 1600 г.	Производственный процесс основан на использовании ручного труда. Начальный этап становления производства. Человек – активный и единственный участник производственного процесса
↓		
Механизация производства	1600–1750-е годы	Развитие производственных процессов, начальный этап автоматизации на производстве. Главенствующая роль человека в производственных процессах
↓		
Машинное производство	1750–1850-е годы	Становление крупного машинного производства. Снижение роли человека в производственных процессах
↓		
Расширенное производство	1850–1950-е годы	Роль человека в производственном процессе изменяется: из активного участника производства человек становится субъектом, принимающим производственные решения
↓		
Информатизация	1950–2020-е годы	Частичное исключение человека из производственного процесса. Роль человека сведена к обработке информации и принятию решений. Автоматизация всех процессов
↓		
Цифровизация	2020–2070-е годы	В зависимости от специфики производства человек максимально исключается из производственного процесса. В основе – взаимодействие по принципу «машина – машина», автоматизация и роботизация

Примечание – Составлено автором по: Лapidус Л. В. Вызовы цифровой экономики как триггеры цифровой трансформации: эволюционная шкала и причинно-следственные связи // Интеллект. Инновации. Инвестиции. – 2023. – № 3. – С. 11–27.

Рисунок 5 – Периодизация развития экономики на основе изменения роли человека в производственном процессе

Предлагаемый подход к периодизации предусматривает выделение шести этапов, а именно: ручной труд, механизация производства, машинное производство, расширенное производство, информатизация и цифровизация. Диссертант не ставит своей целью рассмотреть периодизацию развития экономики в контексте

эволюции сферы услуг, и рисунок 5 иллюстрирует эволюцию автоматизации процессов, внедрения инновационных технологических решений и процессов.

Данный подход к периодизации иллюстрирует изменение роли человеческого фактора в процессе производства, а также переход к машинному производству и использованию новейших для своего периода технологических решений. Применительно к шестому этапу – цифровизации – диссертантом выделены ключевые характеристики, которые будут представлены уже к концу этапа, т. е. к 2070 г. Предлагаемая периодизация не противоречит рассмотренным выше технологическим укладам, научно-техническим революциям и научно-техническому прогрессу и коррелирует с существующими исследованиями развития экономических процессов и роста востребованности инновационных технологий.

Проведя сравнительный анализ временных периодов, отметим, что до XVII века наблюдалось формирование предпосылок для перехода к научно-техническому прогрессу. Причем первый этап научно-технического прогресса, основанный на переходе к машинному производству, был ориентирован на единичные производства. Лишь с XIX века наблюдается ускорение процессов. В частности, можно говорить о важности развития инфраструктуры и сформировавшихся объединений и интегрированных компаний.

В данном случае одним из ключевых факторов выступает скорость передачи товара/сырья и информации. С середины прошлого века начался новый этап научно-технического прогресса, а именно формирование информационного общества, что совпало с третьей промышленной революцией, характеризующейся цифровизацией деятельности. Тем самым ускоренный переход от четвертого технологического уклада («эпохи нефти») к пятому (развитие информационных и телекоммуникационных технологий, а также формирование транснациональных корпораций и наукоемких компаний), а затем и к шестому, в основе которого лежат глобальные информационные сети. В данном случае шестой технологический уклад можно назвать «эпохой глобальных сетей».

Отметим, что этапом развития информационного общества стала цифровая экономика, которая является политической, экономической и культурной целью

всех развитых стран мира. В связи с этим необходимо исследовать цифровую экономику как новый этап развития, а именно ее сущность, существующие модели, а также выявить драйверы ее развития в условиях российской действительности.

1.2 Сущностное содержание и концептуальные модели цифровой экономики

В предыдущем параграфе при рассмотрении технологических укладов, научно-технических революций и научно-технического прогресса диссертантом было отмечено, что середина прошлого века стала отправной точкой в формировании современной картины мира, для которой характерно появление сети Интернет, а также активное внедрение и развитие цифровых технологий.

В XXI веке, когда мир находится на этапе становления шестого технологического уклада, начинает формироваться новый этап развития экономики – цифровой.

Для характеристики каждого из этапов развития экономики диссертантом был выделен ряд критериев:

- доминирующая сфера в структуре экономики, позволяющая оценить ключевой вектор развития экономики;
- временной период, для которого характерен данный этап развития экономики;
- связь этапов развития экономики с этапами научно-технического прогресса, научно-техническими революциями и технологическими укладами.

Также диссертантом выделяются такие критерии, как основной продукт производства, основной фактор производства и основная черта производственного процесса, что также позволяет сформулировать движущую силу экономики в рамках конкретного временного промежутка.

В совокупности данные показатели позволяют сформировать целостное представление о каждом этапе и выстроить логическую последовательность и взаимосвязь.

На рисунке 6 диссертантом представлена характеристика аграрного, индустриального, постиндустриального и цифрового этапов развития экономики по данной совокупности критериев в сопоставлении с этапами научно-технического прогресса, научно-техническими революциями и технологическим укладами.



Примечание – Составлено автором.

Рисунок 6 – Эволюция технологических укладов

Развитие общества, усложнение потребностей потребителей и глобализация экономических процессов являются теми немногими факторами, которые повлияли на трансформацию экономических процессов и переход к цифровой экономике.

При рассмотрении цифровой экономики в контексте постиндустриальной, сетевой экономики и экономики знаний важно выделить существенные отличия, которые позволяют говорить о цифровой экономике как основе для развития национальной экономики и повышения макроэкономических показателей в условиях глобальных вызовов.

В постиндустриальной экономике сфера услуг становится доминирующей как по вкладу в макроэкономические показатели, так и по доле занятых; экономика характеризуется инновационностью, так как происходит переход от индустриальной к инновационной экономике; наблюдается ускорение темпов роста малого бизнеса; наблюдается рост значимости окружающей среды; основным ресурсом производства становится информация, а базовыми технологиями – наукоемкие.

Так, С. Н. Ларин и Н. А. Соколов отмечают, что «сущность современного понимания постиндустриальной экономики заключается в развитии конкуренции, внедрении инновационных технологий, привлечении инвестиций для ускоренного становления индустрии знаний и цифровой экономики, расширении информатизации всех сфер производства, обеспечении приоритетности инвестиций в человеческий капитал, повышении качества жизни всех слоев населения»¹.

В свою очередь, экономика знаний рассматривает знания в качестве приоритетного направления. Так, в рамках экономики знаний выделяется три аспекта²:

1) центральное место знаний как источника инноваций (1960-е годы, акцент на появлении новых наукоемких отраслей и их роль в социально-экономических изменениях);

¹ Ларин С. Н., Соколов Н. А. Постиндустриальная экономика: концептуальные особенности развития и стратегии экономического роста стран-лидеров // Бюллетень науки и практики. – 2018. – Т. 4, № 4. – С. 318.

² Щепина И. Н., Бородина А. А. Цифровая экономика как одна из моделей развития постиндустриального общества // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Экономика и управление. – 2019. – № 2. – С. 103.

2) наибольшая результативность фирм благодаря использованию цифровых технологий (1990–2000-е годы, исследования направлены на анализ влияния наукоемких отраслей на рост и продуктивность);

3) знания имеют приоритетную роль как ресурс производства (1990–2000 гг., роль обучения и непрерывных инноваций во внутренней деятельности фирмы).

При этом отмечается, что не вся информация является знанием и ставить знак равенства между ними невозможно. В рамках экономики знаний ценность формируется благодаря интерпретации данных с последующим применением к целям и ценностям, которые есть у человечества.

Что касается сетевой экономики, то ее характеристика была дана диссертантом выше. В частности, М. Кастельс¹ отмечает, что в качестве ключевого фактора выступает богатство знаний, а также модель взаимоотношений по принципу «человек – сеть». Наиболее значимым фактором становится информация, а также наличие технологий.

В свою очередь, цифровая экономика основана на применении цифровых технологий и усилении значимости цифрового сегмента по сравнению с аналоговым, ее ключевыми участниками являются производитель, потребитель и государство как регулятор. Происходит трансформация механизмов управления, применяемых технологических решений, а также появляются новые сегменты рынков. В рамках цифровой экономики лидирующим продуктом производства являются цифровые товары и услуги, а данные становятся ключевым фактором производства.

Впервые термин «цифровая экономика» применил в 1995 г. Н. Негропonte². В дальнейшем данная категория постепенно усложнялась, расширялась сфера ее применения, а также инструментарий и технологическое наполнение.

Цифровая экономика представляет собой основу для создания качественно новых бизнес-моделей как в сфере материального производства, так и в сфере услуг.

¹ Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура: пер. с англ. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 606 с.

² Negroponte N. Being digital. – URL: <https://governance40.com/wp-content/uploads/2018/12/Nicholas-Negroponte-Being-Digital-Vintage-1996.pdf> (дата обращения: 24.07.2019).

Как отмечается в одной из работ А. Г. Бездудной, «одним из инструментов вовлечения клиентов в бизнес-экосистему являются программы лояльности и грамотно выстроенные линейки продукции и услуг, помимо этого популярны персонализированные предложения, которые направлены на привлечение внимания покупателя и побуждение его к осуществлению покупки»¹.

При сравнении цифровой экономики с традиционной отмечается, что если в традиционной значимость приобретают финансовые затраты, бренд и размер компании, то в цифровой экономике основным ресурсом становится информация. Именно обладание информацией, а не материальными ресурсами является движущим фактором развития экономики. Для предприятия становится неактуальным размер торговых площадей, так как в сети Интернет они не ограничены и возможно использование различных платформ и инструментов. Приобретают актуальность узнаваемость и видимость бренда в цифровом пространстве, лояльность целевой аудитории и логистика товаров и услуг, представленных в сети Интернет.

Информатизация и цифровизация выступают в качестве предпосылок формирования полноценной цифровой экономики. Так, в рамках цифровизации происходит конверсия из аналогового формата в цифровой, а уже в рамках цифровой экономики отмечается активное использование цифровых технологий и осуществление взаимодействия между производителем и потребителем в сети Интернет. Если при рассмотрении определенного товара либо услуги его предоставление возможно без использования информационно-коммуникационных технологий, то это яркий пример информатизации. Если же предоставление товара либо услуги без использования информационно-коммуникационных технологий невозможно, то это уже пример цифровизации.

Таким образом, цифровизация представляет собой процесс преобразования экономических процессов, их переноса из сферы материального производства

¹ Бездудная А. Г. Отечественный и зарубежный опыт развития современных экосистем – конкуренция или сотрудничество // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2022. – № 5-1 (137). – С. 95.

в сферу цифрового представления, а цифровая экономика – это уже экономическая система взаимодействия, обладающая определенной спецификой.

Когда рассматривается цифровизация либо функционирование и развитие цифровой экономики, учитывается множество факторов. Диссертант согласен с утверждением Е. В. Алексеевой и Н. В. Новиковой¹, которые считают, что в контексте региональной конкурентоспособности важную роль играет развитие цифровой экономики, а для реализации в полной мере потенциала цифрового развития необходимы кадровое обеспечение и создание соответствующих условий и инфраструктуры.

Предпосылками появления цифровой экономики являются:

- активное развитие цифровизации экономики и логический переход к новому этапу экономики в соответствии с новой научно-технической революцией;
- появление сети Интернет, выступающей в качестве основы цифровой экономики и ключевого инструмента в процессе взаимодействия участников рынка;
- развитие информационно-коммуникационных технологий в начале XXI века, что привело к появлению революционных устройств и технологических процессов. В частности, это интернет вещей, облачные технологии, цифровые платформы и цифровые услуги, технологии Big Data, а также смартфоны, ноутбуки, планшеты и иные средства связи.

В свою очередь, А. И. Гретченко, И. В. Горохова и А. А. Гретченко отмечают, что «среди предпосылок развития цифровой экономики в России можно выделить следующие аспекты: во-первых, систему подготовки высококвалифицированных кадров для цифровой экономики; во-вторых, создание высокоэффективной инфраструктуры цифровой экономики на основе оригинальных организационно-технологических решений; в-третьих, использование современных принципов цифровой экономики с целью создания синергетического эффекта на основе конкретных

¹ Алексеева Е. В., Новикова Н. В. Динамическая характеристика развития цифровой экономики Уральского макрорегиона // Региональная экономика и управление: электронный научный журнал. – 2023. – № 2 (74). – URL: <https://eee-region.ru/article/7420/> (дата обращения: 18.02.2024).

научно-образовательных программ (разработка конкретных кейсов, деловых игр и т. д.)»¹.

С. В. Криворучко, В. А. Лопатин и А. С. Небера в своей работе «Трансформация инфраструктуры платежной отрасли в условиях перехода к цифровой экономике» отмечают дискуссионность категории «цифровая экономика»².

С. Е. Барыкин и Н. А. Конахина дали характеристику мировой платформенной экономики с позиции системного подхода³, провели анализ теорий формирования цифрового общества; представили понятия цифровой экономики, цифровых платформ, цифровых экосистем, платформенной экономики⁴.

Как отмечают А. И. Агеев и Е. Л. Логинов, формирование цифровой экономики как совокупности цифровых экосистем в России должно быть основано на создании определенной инфраструктуры, в которой применяются Big Data, искусственный интеллект, квантовые компьютеры и иные технологии⁵.

Диссертант согласен с утверждением С. Д. Бодрунова, Д. С. Демиденко и В. А. Плотникова, что «переход России к реиндустриальному развитию, основанному на новой информационно-технологической основе, решение задачи повышения производительности труда, а следовательно, и обеспечения возможности построения конкурентоспособной индустриально-цифровой экономики в России, возможны»⁶.

¹ Гретченко А. И., Горохова И. В., Гретченко А. А. Формирование цифровой экономики в России // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. – 2018. – № 3 (99). – С. 9.

² Криворучко С. В., Лопатин В. А., Небера А. С. Трансформация инфраструктуры платежной отрасли в условиях перехода к цифровой экономике // Экономика. Налоги. Право. – 2021. – Т. 14, № 3. – С. 30–43.

³ Барыкин С. Е., Конахина Н. А. Мировая платформенная экономика как понятийная категория цифровой трансформации // Аудит и финансовый анализ. – 2022. – № 5. – С. 32–36.

⁴ Барыкин С. Е., Конахина Н. А. Теория цифровой экономики в контексте международного экономического сотрудничества в сфере развития Арктики // Аудит и финансовый анализ. – 2023. – № 2. – С. 26–32.

⁵ Агеев А. И., Логинов Е. Л. Формирование организационных и информационных механизмов управления построением в России цифровой экономики // Экономические стратегии. – 2018. – Т. 20, № 3 (153). – С. 56–67.

⁶ Бодрунов С. Д., Демиденко Д. С., Плотников В. А. Реиндустриализация и становление «цифровой экономики»: гармонизация тенденций через процесс инновационного развития // Управленческое консультирование. – 2018. – № 2 (110). – С. 51.

Важным становится внедрение и активное применение инновационных технологий, способных не только трансформировать существующие модели взаимодействия, повысить эффективность национальной экономики, но и обеспечить технологический суверенитет и ее конкурентоспособность на международном уровне.

Как отмечают Л. В. Ватлина и В. А. Плотников, необходимы не только разработка и реализация общих мер, но и создание условий для функционирования и развития цифровых лидеров; «экономическая политика должна быть прагматичной и преследовать цели национального благосостояния, обеспечения национальной безопасности и достижения устойчивого социально-экономического развития»¹.

По мнению зарубежных исследователей, цифровая экономика «запускает третью волну капитализма, которая преобразит бизнес и правительство и приведет к созданию необычайного богатства»² по всему миру.

С точки зрения президента Всемирного экономического форума в Давосе Касуса Шваба, переход к цифровой экономике происходит в результате четвертой промышленной революции, где основными технологиями становятся Big Data, интернет вещей, виртуальная и дополненная реальность, 3D-печать и иные³.

В таблице 2 представлены подходы к трактовке цифровой экономики в отечественных и зарубежных источниках.

По мнению диссертанта, **цифровая экономика** – система отношений, сформировавшаяся в рамках шестого технологического уклада и характеризующаяся активным использованием цифровых технологий и преобладанием значимости цифрового сегмента над аналоговым, включающая в себя участников (производитель, потребитель и государство как регулятор), механизмы, технологии и совокупность рынков взаимодействия.

¹ Ватлина Л. В., Плотников В. А. Цифровизация и инновационное развитие экономики // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2023. – № 1 (139). – С. 108.

² The new digital economy. How it will transform business / Oxford economics. – URL: <https://www.pwc.com/mt/en/publications/assets/the-new-digital-economy.pdf> (дата обращения: 24.07.2019).

³ Шваб К. Четвертая промышленная революция: пер. с англ. – М.: Э, 2017. – 207 с.

Таблица 2 – Подходы к категории «цифровая экономика»

Автор подхода	Трактовка
Р. Бух, Р. Хикс	«Часть общего объема производства, которая целиком или преимущественно произведена на базе цифровых технологий фирмами, бизнес-модель которых основывается на цифровых продуктах или услугах» ¹
К. Далман, С. Мили, М. Вермелингер	«Цифровая экономика представляет собой соединение информационно-коммуникационных технологий с различными аспектами экономической и социальной деятельности с использованием сети Интернет и сопряженных технологий» ²
Department of broadband communications and the digital economy (DBCDE)	«Глобальная сеть экономической и социальной деятельности, которая обеспечивается цифровыми технологиями, такими как интернет и мобильные сети» ³
G20 DETF	«Цифровая экономика относится к широкому спектру видов экономической деятельности, которые включают использование оцифрованной информации и знаний в качестве ключевого фактора производства, современных информационных сетей в качестве важного пространства деятельности, а также эффективное использование информационно-коммуникационных технологий в качестве важного фактора роста производительности труда и оптимизации структуры экономики» ⁴
М. Никрем, Б. Бертон, П. Догерти	«Цифровая экономика представляет собой часть общей экономики, выводющаяся из ряда широких „цифровых“ входов, которые включают в себя цифровые навыки, цифровое оборудование (коммуникационное оборудование, аппаратное и программное обеспечение), а также промежуточные цифровые товары и услуги, которые используются в производстве» ⁵
Всемирный банк	«Система экономических, социальных и культурных отношений, основанных на использовании цифровых информационно-коммуникационных технологий» ⁶

¹ Bukh R., Heeks R. Defining, conceptualizing and measuring the digital economy. global development institute. – Manchester: Centre for Development Informatics, 2017. – 26 p. – (Working papers, no. 68).

² Dahlman C., Mealy S., Wermelinger M. Harnessing the digital economy for developing countries. – Paris: OECD, 2016. – URL: <http://www.oecd-ilibrary.org/docserver/download/4adffb24-en.pdf> (дата обращения: 13.07.2020).

³ Advancing Australia as a digital economy: an update to the national digital economy strategy / Department of broadband communications and the digital economy. – Canberra, 2013. – 73 p.

⁴ G20 Digital Economy Development and Cooperation Initiative. – 2016. – URL: <http://www.g20.utoronto.ca/2016/g20-digital-economy-development-and-cooperation.pdf> (дата обращения: 13.07.2020).

⁵ Knickrehm M., Berthon B., Daugherty P. Digital disruption: the growth multiplier. – Dublin: Accenture, 2016. – 12 p.

⁶ Цит. по: Цифровая трансформация экономики и промышленности: проблемы и перспективы / А. А. Алетдинова, И. А. Аренков, Р. Р. Афанасьева и др. – СПб.: СПбПУ, 2017. – С. 136.

Продолжение таблицы 2

Автор подхода	Трактовка
Журнал «Economist» и компания IBM	«Экономика, способная предоставить высококачественную ИКТ-инфраструктуру и мобилизовать возможности информационно-коммуникационных технологий на благо потребителей, бизнеса и государства» ¹
Т. Н. Беляцкая	«1) ...электронная экономика является составляющей экономических систем более высокого порядка (национальной экономической системы, мировой экономической системы и т. п.), т. е. как и информационная рассматривается в качестве сектора экономики; 2) электронная экономика является экономической системой нового типа, трансформирующей все экономические подсистемы и их элементы» ²
Л. В. Миронов, М. Л. Шер	«Цифровая экономика или, другими словами, веб-экономика представляет собой систему экономических, социальных и культурных отношений, строящихся с использованием современных цифровых технологий» ³
Н. А. Верзун, М. О. Колбанев, А. В. Омельян	«Цифровая экономика – это система экономических, социальных и культурных отношений, основанных на использовании цифровых информационно-коммуникационных технологий» ⁴
А. Е. Зубарев	«Целесообразно различать, на наш взгляд, интернет-экономику и цифровую экономику в узком смысле слова – как совокупность отношений по поводу создания и использования цифровых технологий, продуктов и услуг интернет-компаний и фирм, и в широком – новую экономику, экономику предприятий любых отраслей, функционирующую в условиях глобальной электронной сети с использованием цифрового формата технологий, и обладающую рядом отличительных признаков по сравнению с так называемой „индустриальной“ экономикой, преимущественно соответствующей третьему, четвертому технологическому укладу» ⁵

¹ Цит. по: Цифровая трансформация экономики и промышленности: проблемы и перспективы / А. А. Алетдинова, И. А. Аренков, Р. Р. Афанасьева и др. – СПб.: СПбПУ, 2017. – С. 136.

² Цит. по: Цифровая трансформация экономики и промышленности: проблемы и перспективы / А. А. Алетдинова, И. А. Аренков, Р. Р. Афанасьева и др. – СПб.: СПбПУ, 2017. – С. 159.

³ Миронов Л. В., Шер М. Л. Информационная инфраструктура и информационная безопасность как главные приоритеты развития цифровой экономики Развитие цифровой экономики в России как ключевой фактор экономического роста и повышения качества жизни населения / Г. Н. Андреева, С. В. Бадальянц, Т. Г. Богатырева и др. – Нижний Новгород: Профессиональная наука, 2018. – С. 83.

⁴ Верзун Н. А., Колбанев М. О., Омельян А. В. Сетевая архитектура цифровой экономики. – СПб.: СПбГЭУ, 2018. – С. 9.

⁵ Зубарев А. Е. Закономерности развития цифровой экономики // Развитие цифровой экономики в России как ключевой фактор экономического роста и повышения качества жизни населения / Г. Н. Андреева, С. В. Бадальянц, Т. Г. Богатырева и др. – Нижний Новгород: Профессиональная наука, 2018. – С. 105.

Продолжение таблицы 2

Автор подхода	Трактовка
Правительство Австралии	«Глобальная сеть экономических и социальных видов деятельности, которые поддерживаются благодаря таким платформам, как интернет, а также мобильные и сенсорные сети» ¹
И. Н. Щепина, А. А. Бородина	«Цифровая экономика – это одна из парадигм развития постиндустриального общества, центральное место в котором отводится знаниям как основному продукту, ресурсу, двигателю развития, причем производство знаний здесь невозможно без наличия исходных данных или информации, представленной в цифровой форме и обрабатываемой с помощью передовых производственных технологий» ²
Организация экономического сотрудничества и развития	«Цифровая экономика позволяет и осуществляет торговлю товарами и услугами через электронную торговлю в интернете. Это является очень существенным фактором экономического роста и источником работы для антимонопольных органов» ³
Основные направления реализации цифровой повестки Евразийского экономического союза до 2025 г.	«Цифровая экономика – часть экономики, в которой процессы производства, распределения, обмена и потребления прошли цифровые преобразования с использованием информационно-коммуникационных технологий» ⁴
Указ Президента РФ от 9 мая 2017 г. № 203 «О стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 г.»	«Хозяйственная деятельность, 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» ⁵
Примечание – Составлено автором.	

¹ Цит. по: Цифровая трансформация экономики и промышленности: проблемы и перспективы / А. А. Алетдинова, И. А. Аренков, Р. Р. Афанасьева и др. – СПб.: СПбПУ, 2017. – С. 136.

² Щепина И. Н., Бородина А. А. Цифровая экономика как одна из моделей развития постиндустриального общества // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Экономика и управление. – 2019. – № 2. – С. 103.

³ The digital economy. Series roundtables on competition policy / OECD Competition committee. – 2012. – No. 151. – URL: <http://www.oecd.org/daf/competition/The-Digital-Economy-2012.pdf> (дата обращения: 24.07.2019).

⁴ Основные направления реализации цифровой повестки Евразийского экономического союза до 2025 г., утв. Решением Высшего Евразийского экономического совета от 11 октября 2017 г. № 12.

⁵ О стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 г.: указ Президента РФ от 9 мая 2017 г. № 203.

Ключевым признаком цифровой экономики является развитие отношений между производителем и потребителем услуги через цифровые каналы, т. е. с использованием цифрового пространства и цифровых источников коммуникаций.

Цифровая экономика обладает рядом особенностей.

Во-первых, информация является основным ресурсом и при этом не заканчивается. Ежедневное приращение данных приводит, с одной стороны, к росту объема информации, а с другой – к усложнению процесса их обработки. Данный факт обуславливает появление на рубеже XX–XXI веков термина Big Data, который понимается как «быстрорастущие объемы разнородной информации из множества источников, которые невозможно обработать традиционными аналитическими инструментами»¹.

Во-вторых, изменяется институт посредничества. Сбытовое посредничество трансформируется в информационное, что обусловлено новой моделью взаимодействия производителя и потребителя и постоянным увеличением объема информации. Наличие большого объема информации о товаре/услуге приводит к снижению эффективности принятия решения потребителем.

В-третьих, трансформация процесса взаимодействия производителя и потребителя, что выражается в следующем:

– индивидуализация требований потребителя к предлагаемому товару/услуге, что позволяет производителю повысить экономическую эффективность своей деятельности, так как он получает от потребителя «идеальную» модель желаемого товара/услуги;

– конкурентоспособность компании не зависит от размеров торговых площадей или самой компании. Для клиента важен процесс взаимодействия и качество предоставляемых товаров/услуг.

В-четвертых, повышается значимость информационной составляющей в деятельности компании по трем направлениям:

¹ Верзун Н. А., Колбанев М. О., Омельян А. В. Сетевая архитектура цифровой экономики. – СПб.: СПбГЭУ, 2018. – С. 110.

– замена материально-вещественной составляющей на нематериальную в процессе производства услуги;

– изменение структуры стоимости товара, т. е. информационная составляющая начинает превалировать над материальной;

– минимизация временного лага между маркетинговой активностью компании и процессом оказания услуги.

В-пятых, глобализация и интернационализация происходят одновременно. В данном случае, с одной стороны, происходит международное разделение труда на цифровом рынке, а с другой стороны, благодаря интернет-технологиям нивелируются барьеры в процессе производства, распределения, обмена и потребления.

В-шестых, нивелируются пространственный и временной факторы в процессе взаимодействия производителя и потребителя услуги.

В-седьмых, повышается роль человеческого капитала в деятельности компании. Хотя в цифровой экономике ключевыми факторами являются информационные технологии и цифровое пространство, но работник со своим интеллектуальным уровнем сохраняет значимость для деятельности компании. Именно человек способен сгенерировать что-то новое, что в дальнейшем возможно коммерциализировать, и в течение какого-то времени результат интеллектуального труда является уникальным товаром компании.

В-восьмых, трансформируется маркетинговая деятельность компании через внедрение онлайн-сервисов, применение различных инструментов цифрового маркетинга.

В-девятых, цифровизация не только охватывает процесс управления, но и меняет саму технологию производства и предоставления товаров/услуг.

В-десятых, распространение цифровой экономики носит поляризованный характер как на мировом, так и на национальном уровне.

Цифровая экономика способствует сглаживанию циклического развития экономики, так как снижается влияние факторов, вызывающих ее спад.

На современном этапе развития объем цифровой экономики существенно меньше, чем традиционной, хотя наблюдается прирост ее показателей в динамике.

Для ускоренного развития цифровой экономики требуются не только наличие и реализация стратегических документов, но и обстоятельства, способствующие более активному использованию цифровых технологий со стороны ее участников.

На рисунке 7 представлен мировой опыт формирования и развития цифровой экономики, охватывающий несколько этапов.

<i>Этап</i>	<i>Период</i>	<i>Характеристика</i>
Становление цифровой экономики	1990–2005 гг.	Изначально возник как бум доткомов с последующим развитием новых рынков электронных услуг, а также электронного бизнеса
↓		
Рост цифровой экономики	2005–2010 гг.	Активное развитие и рост новых видов цифровых продуктов и электронных услуг
↓		
Зрелость цифровой экономики	2010–2015 гг.	Массовое встраивание онлайн-каналов и внедрение цифровых технологий в традиционный бизнес
↓		
Цифровая лихорадка	2015–2020 гг.	Перестраивание бизнес-процессов и трансформация традиционных бизнес-моделей с учетом тенденций развития экономики
↓		
Системная трансформация	2020–2025 гг.	Трансформация экономики и бизнес-моделей с точки зрения системного подхода
↓		
Цифровые платформы и экосистемы	С 2025 г.	Активное использование цифровых платформ и формирование цифровых экосистем как ключевых элементов цифровой экономики

Примечание – Составлено автором.

Рисунок 7 – Этапы развития цифровой экономики (мировой аспект)

Диссертантом выделен шестой этап развития цифровой экономики на мировом уровне – «цифровые платформы и экосистемы», что обосновано переходом организационно-экономических отношений в сеть Интернет и актуализацией цифровых возможностей для удовлетворения различных потребностей относительно как товаров, так и услуг.

Под цифровой платформой понимается «система алгоритмизированных взаимовыгодных взаимоотношений значимого количества независимых участников отрасли экономики (или сферы деятельности), осуществляемых в единой информа-

ционной среде, приводящая к снижению транзакционных издержек за счет применения пакета цифровых технологий работы с данными и изменения системы разделения труда»¹.

К. Шваб также считает, что, помимо новых возможностей, цифровые технологии приведут и к новым трудностям. Они способны «усилить финансовое и социальное неравенство, нарушить работу рынков, вытеснить с рынка труда множество людей и увеличить разрыв между прибыльностью капитала и прибыльностью труда»².

Если рассматривать тенденции развития экономики Российской Федерации в контексте мирового опыта формирования и развития цифровой экономики, то до начала пандемии новой коронавирусной инфекции COVID-19 отмечались активное развитие и рост новых видов цифровых продуктов и электронных услуг. В свою очередь, пандемия COVID-19 и последующие санкционные ограничения оказали влияние на увеличение темпов развития цифровой экономики в стране, что выразилось в массовом встраивании онлайн-каналов и внедрении цифровых технологий в традиционный бизнес. Яркими примерами являются цифровые спортивно-оздоровительные услуги, цифровые услуги розничной торговли, цифровые финансовые услуги, активное применение цифровых технологий в сфере культуры, в образовании, агропромышленном комплексе и иных сферах. Как отметил М. В. Мишустин, «сегодня уже создана инфраструктура цифровой экономики. Развиваются электронные экосистемы, онлайн-платформы. К интернету подключено большинство социально значимых объектов. Построены магистральные оптические линии связи от Калининграда до Чукотки»³.

Рассмотрим преимущества и угрозы цифровой экономики (таблица 3).

¹ Цифровые платформы: подходы к определению и типизации / Ростелеком. – URL: https://files.data-economy.ru/digital_platforms.pdf (дата обращения: 30.07.2020).

² Шваб К. Четвертая промышленная революция: пер. с англ. – М.: Э, 2017. – С. 18.

³ Михаил Мишустин провел стратегическую сессию по формированию национального проекта «Экономика данных» / Правительство России. – URL: <http://government.ru/news/50172/> (дата обращения: 24.11.2023).

Таблица 3 – Преимущества и угрозы цифровой экономики

Преимущества	Угрозы
<p>Производство и предоставление товаров, работ и услуг в цифровом формате позволяет получить синергетический эффект, выражающийся в снижении затрат на производство и совершенствовании товарного ассортимента с учетом потребностей целевой аудитории.</p> <p>Повышение качества продукции и совершенствование ассортимента предлагаемых товаров и услуг.</p> <p>Повышение конкурентоспособности компаний, применяющих цифровые технологии, а также рост инвестиционной привлекательности и инновационной активности данных компаний.</p> <p>Формирование и активное развитие персонализированных цифровых сервисных моделей.</p> <p>Возможность активного развития малого и среднего предпринимательства на основе разработки и предложения инновационных цифровых товаров и услуг, что позволяет повышать уровень конкуренции на отдельном рынке и увеличивать степень «атомизации» отдельного сектора экономики.</p> <p>Повышение производительности труда за счет автоматизации производства и появление новых рабочих мест.</p> <p>Преодоление бедности и социального неравенства.</p> <p>Снижение уровня цифрового неравенства в условиях большой территории и текущего уровня доступности интернета.</p> <p>Оптимизация затратной части при производстве товаров и услуг.</p> <p>Рост экономических показателей и повышение качества жизни населения.</p> <p>Появление новых видов товаров и услуг для населения.</p> <p>Сокращение издержек на государственное управление в рамках проектов «электронного правительства».</p> <p>Формирование новых рынков.</p> <p>Усиление конкурентной борьбы и ее переход в цифровое пространство</p>	<p>Отсутствие возможности отследить весь объем предоставляемых цифровых услуг в цифровом пространстве и создание готового продукта не характерно для всех типов цифровой экономической деятельности.</p> <p>Деиндустриализация развивающихся стран, обусловленная возвратом вынесенных производств.</p> <p>Угроза «цифровому суверенитету» государства и пересмотр роли страны в трансграничном мире цифровой экономики.</p> <p>Наращение киберугроз и увеличение вероятности несанкционированного доступа к информации и персональным данным. При осуществлении облачных вычислений неизвестно месторасположение виртуальной машины. Использование мобильных устройств, имеющих постоянный доступ к сети Интернет, приводит к формированию базы данных о передвижении, активности абонента и его личной жизни.</p> <p>Снижение уровня доходов у отдельных слоев населения.</p> <p>Значительное сокращение числа рабочих мест низкой и средней квалификации.</p> <p>Повышение уровня сложности бизнес-моделей и схем взаимодействия.</p> <p>Существенные изменения в моделях поведения производителей и потребителей.</p> <p>Зависимость материального благосостояния от уровня цифрового образования.</p> <p>Футурошок.</p> <p>Быстрое устаревание техники, что приводит к усилению значимости проблемы ее утилизации</p>
<p>Примечание – Составлено автором.</p>	

Таким образом, при принятии решения о переходе к цифровой экономике органам власти и бизнес-сообществу необходимо учитывать ее преимущества и разрабатывать мероприятия, позволяющие нивелировать влияние угроз на деятельность участников экономической системы.

Также можно выделить ряд факторов, оказывающих положительное влияние на развитие цифровой экономики, и барьеры, которые оказывают негативное влияние.

Наиболее значимыми факторами, способствующими развитию цифровой экономики, являются:

- постоянное расширение границ цифровых технологий;
- перманентное внедрение цифровых технологий в экономическую деятельность;
- доступность информационно-коммуникационных технологий для различных категорий (население, коммерческий сектор, органы государственной власти и местного самоуправления);
- покрытие мобильной связи;
- наличие и доступность широкополосного доступа в интернет на всей территории страны;
- увеличение количества смартфонов и иных гаджетов с возможностью выхода в интернет;
- распространение технологий машинного обучения и искусственного интеллекта.

К барьерам развития цифровой экономики относятся:

- недостаточный уровень развитости инфраструктуры для развития цифровой экономики;
- цифровая поляризованность территорий;
- недостаточный уровень разработанности вопросов регулирования в условиях цифровой экономики на законодательном уровне;
- недостаточный уровень информационной безопасности участников цифровой экономики (общество, бизнес и государство);

- нехватка квалифицированных кадров для цифровой экономики;
- боязнь новшеств со стороны бизнеса и общества.

Примечательно, что В. А. Бондаренко, Т. Б. Ерохина и Н. В. Гузенко, рассматривая цифровую трансформацию, выделяют ряд основных проблем, среди которых «недостаточность финансирования, а также сложности с компетентными характеристиками персонала в части обладания достаточной цифровой культурой»¹.

В свою очередь, Д. В. Завьялов, Н. Б. Завьялова и Е. В. Киселева высказывают суждение, что «в России наблюдается отставание в развитии цифровой экономики по сравнению с лидирующими странами, что объясняется пробелами нормативной базы и недостаточно благоприятной средой для ведения бизнеса и инноваций и, как следствие, низким уровнем применения цифровых технологий бизнес-структурами. Существенной является недостаточность отраслевых или межотраслевых цифровых платформ, способных с учетом специфики отрасли обеспечить комплексное управление»².

Е. Н. Смирнов также отмечает, что внутри страны до сих пор сохраняется значительная поляризованность по уровню доступа к информационно-коммуникационным технологиям, что служит отражением и другой важной проблемы – дифференциации населения по уровню дохода³.

Рассматривая цифровую экономику, можно выделить три уровня, которые находятся в постоянном взаимодействии между собой (таблица 4).

Таким образом, можно утверждать, что уровни развития цифровой экономики с точки зрения трендов и содержания не должны иметь существенных противоречий, что особенно важно при рассмотрении локального и национального уровней.

¹ Бондаренко В. А., Ерохина Т. Би Гузенко Н. В. Цифровая трансформация бизнеса в России: эмпирический срез // Детерминанты развития экономики России в условиях цифровой трансформации и обеспечения технологического суверенитета / Е. Н. Макаренко, Н. Г. Вовченко, Н. Г. Кузнецов и др.; под ред. Е. Н. Макаренко. – Ростов н/Д: РГЭУ, 2023. – С. 205.

² Завьялов Д. В., Завьялова Н. Б., Киселева Е. В. Цифровые платформы как инструмент и условие конкурентоспособности страны на мировом рынке товаров и услуг // Экономические отношения. – 2019. – Т. 9, № 2. – С. 452.

³ Смирнов Е. Н. Глобальные цифровые платформы в мировой экономике данных. – М.: КноРус, 2024. – 282 с.

Таблица 4 – Уровни цифровой экономики

Уровень	Характеристика
Глобальный	Международные организации. Развитие цифровой экономики на международном уровне. Формирование национальных экосистем и платформ, позволяющих выявлять отраслевых лидеров и развивать национальную экономику с учетом мировых трендов
Национальный	Цифровая экономика относится к приоритетным направлениям развития экономики на национальном уровне. Развитие интеграционных процессов между предприятиями, отраслями в рамках отдельного государства
Локальный	Отдельное предприятие отрасли либо совокупность предприятий, входящих в единую структуру. Процессы цифровизации характерны для корпоративного уровня. Цифровизация производственных процессов охватывает только одно предприятие либо совокупность предприятий, юридически относящихся к одному собственнику
Примечание – Составлено автором.	

За достаточно небольшой период существования цифровая экономика в своем развитии прошла уже несколько этапов. Так, Е. В. Купчишина¹ в своей работе представила эволюцию концепций цифровой экономики в контексте теоретических подходов (таблица 5).

Диссертант придерживается техноцентристского подхода, так как изменения, происходящие при переходе от постиндустриальной к цифровой экономике, обусловлены в первую очередь применением интернет-технологий и переносом большинства процессов из аналогового пространства в виртуальное. Технологические изменения существенно трансформируют процесс функционирования экономических систем во всех сферах деятельности и на различных уровнях, т. е. начиная с локального, характерного для отдельного предприятия либо совокупности предприятий, входящих в единую структуру, и заканчивая глобальным уровнем. Это выражается в дуальной реально-виртуальной форме организации взаимодействия между участниками рынка.

¹ Купчишина Е. В. Эволюция концепций цифровой экономики как феномена неэкономии // Государственное управление. Электронный вестник. – 2018. – № 68. – С. 426–444.

Таблица 5 – Эволюция концепций цифровой экономики в контексте теоретических подходов

Подход	Представитель	Сущность цифровой экономики
1990–2000-е годы		
Техноцентристский	Д. Тапскотт, Н. Негропonte, Э. Бриньольфссон, Б. Кахин, Б. Йоханссон, Ч. Карлссон, Р. Стоу, Б. Карлссон	Процесс изменения существующих отраслей (секторов) экономики посредством ИКТ (интернета)
2000-е годы		
Трансформационный	С. Шарма	Формирование новых бизнес-моделей, рынков и отраслей в результате интеграции информационно-коммуникационных технологий в бизнес-процессы
2010-е годы		
Экосистемный	М. Скилтон	Часть цифровой экосистемы, взаимодействие технологий в бизнесе, способствующее созданию новых видов рыночной конъюнктуры, бизнеса, потребителей, опыта взаимодействия
2016 г. – настоящее время		
Воспроизводственный	Л. В. Лapidус, В. М. Кульков, Т. И. Чинаева, Т. Н. Юдина	Совокупность отношений, складывающихся в результате производства, распределения, обмена и потребления благ, основанных на онлайн-технологиях; стадия развития неэкономии, для которой характерны масштабное использование цифровых технологий в экономических процессах, а также формирование нового типа экономических отношений – М2М
Киберсистемный	Е. Н. Ведута, Т. Н. Джакубова	Экономическая киберсистема, допускающая возможность управления ею с целью обеспечения необходимого направления развития
2017–2018 гг.		
Институциональный	Е. В. Богомолов, Е. В. Купчишина	Совокупность взаимосвязанных институтов и организаций цифровой экономики
<p>Примечание – Составлено автором по: Купчишина Е. В. Эволюция концепций цифровой экономики как феномена неэкономии // Государственное управление. Электронный вестник. – 2018. – № 68. – С. 426–444.</p>		

Далее рассмотрим ключевые элементы цифровой экономики (таблица 6).

Таблица 6 – Элементы цифровой экономики

Элемент	Структурные единицы
Участники	Потребитель цифровых услуг. Производитель цифровых услуг. Государство как регулятор экономики в лице министерств и ведомств. Компании, предоставляющие доступ к цифровой инфраструктуре. Посредники, обеспечивающие предоставление цифровой услуги конечному потребителю. Поставщики ресурсов для производства цифровых услуг
Технологии	Big Data. Облачные сервисы. Нейротехнологии и искусственный интеллект. Новые производственные технологии. Промышленный интернет. Технологии виртуальной и дополненной реальности (VR/AR). Квантовые технологии. Системы распределенного реестра. Компоненты робототехники и сенсорики. Технологии беспроводной связи
Ресурсы	Вычислительно-коммуникационная инфраструктура. Технологии. Бизнес-модели на основе использования цифрового пространства. Финансы. Интеллектуальное онлайн-производство. Человеческие и интеллектуальные ресурсы
Рынки	С точки зрения функциональной составляющей: – Aeronet (воздушный транспорт); – AutoNet (автомобильный транспорт); – EnergyNet (энергетика); – FoodNet (продукты питания); – HealthNet (медицина); – MariNet (морской транспорт); – NeuroNet (нейрокоммуникации); – SafeNet (безопасность); – TechNet (промышленность). С точки зрения материальной составляющей: – рынок цифровых товаров; – рынок цифровых услуг
Механизмы	Экономические, хозяйственные и управляющие. Стратегические документы. Создание некоммерческих организаций по содействию внедрению цифровых технологий и развитию цифровых рынков. Нормативно-правовое регулирование. Дорожное картирование
Примечание – Составлено автором.	

Лидером и пионером цифровизации является Германия, выступающая в роли главного идеолога общей концепции «Индустрия 4.0». Цифровая экономика находится в центре внимания как на уровне правительств ряда государств, так и на уровне межгосударственных организаций. Стратегические документы по формированию цифровой экономики разработаны и реализуются во многих странах мира. В частности, можно выделить Австралию, Великобританию, Малайзию, Мексику, Российскую Федерацию, США, Японию и другие государства.

По мнению авторов отчета «Digital economy in Japan and the EU»¹, расширение обмена опытом и сотрудничества между Европейским союзом и Японией в области цифровой экономики должно начинаться с разработки подхода к категории «цифровая экономика», выходящего за рамки электронной торговли и электронного бизнеса.

В свою очередь, российский опыт цифровизации достаточно непродолжителен, но при этом характеризуется существенными результатами, что подтверждается уровнем проникновения интернета, ориентацией на использование искусственного интеллекта, экосистем, технологий дополненной и виртуальной реальности. Отправной точкой для развития цифровой экономики в Российской Федерации является Послание Президента РФ Федеральному собранию от 1 декабря 2016 г.

В Российской Федерации развитие цифровой экономики основано на двух ключевых документах:

– указ Президента РФ от 9 мая 2017 г. № 203 «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 гг.»;

– программа «Цифровая экономика Российской Федерации», утвержденная распоряжением Правительства РФ от 28 июля 2017 г. № 1632-р.

Целевыми векторами развития на ближайшую перспективу определены следующие направления.

¹ Digital economy in Japan and the EU – an assessment of the common challenges and the collaboration potential / EU-Japan Centre for Industrial Cooperation. – Tokyo, 2015. – URL: https://www.eu-japan.eu/sites/eu-japan.eu/files/DigitalEconomy_final.pdf (дата обращения: 24.07.2019).

Во-первых, формирование цифровой экосистемы как основы для обеспечения воспроизводства во всех сферах социально-экономической деятельности.

Во-вторых, повышение уровня конкурентоспособности на международном уровне как в отраслевом разрезе, так и национальной экономики в целом.

В-третьих, совершенствование институциональных и инфраструктурных условий, которые обеспечат создание и (или) развитие предприятий и организаций как в традиционных, так и в новых высокотехнологичных отраслях экономики.

При этом в программе «Цифровая экономика Российской Федерации» не уделяется должного внимания развитию большинства отраслей реального сектора экономики, в том числе сферы услуг.

Ключевым моментом в процессе цифровизации является то, что продукт, создаваемый в цифровой форме, невозможно перенести на физический носитель без существенной потери его качества.

Рассматривая цифровое пространство, можно выделить три сектора:

– сектор услуг, предоставляемых органами государственной власти и местного самоуправления, а также «электронное правительство» и иные формы взаимодействия общества и власти;

– социальное цифровое пространство, представленное социальными сетями, различными площадками для взаимодействия членов общества;

– сектор коммерческих услуг, в основе которого лежит предоставление услуг на возмездной основе, в том числе платежные системы, интернет-магазины, маркетплейсы, рекламные возможности и сотрудничество между компаниями. Сюда же входят инвестиционный сектор, представленный частными и бюджетными инвестициями, и финансовый сектор, представленный денежно-кредитным рынком, рынком ценных бумаг, страховым и валютным рынками, а также централизованными и децентрализованными фондами.

В основе цифровой экономики лежат не только большие объемы цифровых данных, но и методы их анализа в реальном времени, что способствует повышению эффективности деятельности.

Выделяется два подхода к организации цифровой экономики – плановый и рыночный.

Плановый подход характеризуется поэтапным развитием цифровой экономики на основе правительственных стратегических документов, в том числе отраслевого характера. Ярким примером может служить Китай, где основная задача – внедрение отраслевых электронных платформ. В частности, выделяются такие направления, как сельское хозяйство, образование, электронная торговля, финансы, здравоохранение и т. д.

Рыночный подход является противоположностью планового и основывается на создании оптимальных условий для формирования и развития цифровой экономики. Здесь приобретают свою значимость не только законодательные инициативы, но и меры экономического или социального плана, а также наличие технологической базы. Данный подход можно проиллюстрировать деятельностью США в этом направлении: на территории государства предполагается поддержка цифрового пространства в качестве глобальной коммуникационной платформы с минимальными барьерами для потока данных и услуг.

При этом существует несколько моделей цифровой экономики.

В 2017 г. исследователи Р. Бух и Р. Хикс опубликовали результаты исследования ключевых вопросов цифровой экономики¹, где рассмотрели составляющие цифровой экономики и предложили ее модель (рисунок 8).

Данная модель опирается на трансформационный подход и рассматривается цифровую экономику как промежуточный этап от цифрового сектора к цифровизированной экономике. Так, авторы выделяют три уровня цифровой экономики. Ядром выступает цифровой сектор, где представлены информационные услуги как необходимый элемент, программное обеспечение, производство необходимых комплектующих и телекоммуникации.

¹ Bukh R., Heeks R. Defining, conceptualizing and measuring the digital economy. Global development institute. – Manchester: Centre for Development Informatics, 2017. – 26 p. – (Working papers, no. 68).



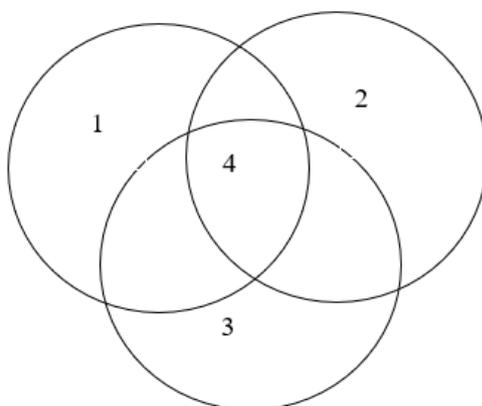
Рисунок 8 – Модель цифровой экономики Р. Буха и Р. Хикса¹

Второй уровень представляет собственно цифровая экономика как ключевое направление цифровой трансформации. Гиг-экономика и экономика совместного потребления занимают промежуточное положение между цифровой и цифровизированной экономикой, которая дополняется сетевым бизнесом, электронной торговлей и иными элементами.

По мнению диссертанта, рассматривать электронную торговлю отдельно от платформенной экономики нецелесообразно ввиду того, что в основе электронной торговли в ряде случаев лежит взаимодействие на цифровых платформах. Кроме того, электронная торговля выступает в роли промежуточного этапа трансформации от традиционной модели ведения бизнеса к платформенной.

¹ Bukh R., Heeks R. Defining, conceptualizing and measuring the digital economy. Global development institute. – Manchester: Centre for Development Informatics, 2017. – 26 p. – (Working papers, no. 68).

Также представляет интерес подход Н. В. Василенко¹. На основании данной работы можно составить следующую модель цифровой экономики (рисунок 9).



Примечание – Составлено автором по: Василенко Н. В. Цифровая экономика: концепции и реальность // Инновационные кластеры в цифровой экономике: теория и практика: тр. VIII Науч.-практ. конф. с междунар. участием (Санкт-Петербург, 17–22 мая 2017 г.). – СПб.: СПбПУ, 2017. – С. 147–151.

Рисунок 9 – Модель цифровой экономики по Н. В. Василенко:

1 – инфраструктура; 2 – электронные деловые операции; 3 – электронная коммерция;
4 – цифровая экономика

Н. В. Василенко выделяет три базовые составляющие цифровой экономики: «инфраструктура, включающая аппаратные средства, программное обеспечение, телекоммуникации и т. д.; электронные деловые операции, охватывающие бизнес-процесс, реализуемые через компьютерные сети в рамках виртуальных взаимодействий между субъектами виртуального рынка; электронная коммерция, подразумевающая поставку товаров с помощью Интернет и представляющая собой самый крупный сегмент цифровой экономики»².

В Российской Федерации цифровая экономика стала ключевым направлением развития только несколько лет назад. Модель цифровой экономики в соответствии со стратегическими документами представлена на рисунке 10.

¹ Василенко Н. В. Цифровая экономика: концепции и реальность // Инновационные кластеры в цифровой экономике: теория и практика: тр. VIII Науч.-практ. конф. с междунар. участием (Санкт-Петербург, 17–22 мая 2017 г.). – СПб.: СПбПУ, 2017. – С. 147–151.

² Там же. – С. 149.



Рисунок 10 – Модель цифровой экономики в соответствии с программой «Цифровая экономика Российской Федерации»¹

Таким образом, выделяется три уровня цифровой экономики:

- 1) инфраструктурный;
- 2) платформенный (технологический);
- 3) отраслевой.

По мнению диссертанта, все рассмотренные модели не полностью учитывают специфику цифровой экономики и ее структурную составляющую. В связи с этим диссертантом предлагается две модели цифровой экономики: концептуальная модель (рисунок 11) и расширенная модель цифровой экономики (рисунок 12).

В концептуальной модели представлены только основные участники процесса, но при этом не учтены цифровые технологии, которые позволяют повышать качество предоставляемых цифровых услуг.

На рисунке 12 представлена расширенная модель цифровой экономики, учитывающая не только государство как регулятора, но и структуру цифрового пространства.

¹ Новые подходы к региональному развитию: наука, экология, экономика / Ю. П. Качановский, П. В. Сараев, А. М. Корнеев и др.; под общ. ред. Т. Г. Пильневой. – Воронеж: Ритм, 2018. – С. 65.



Примечание – Составлено автором.

Рисунок 11 – Концептуальная модель цифровой экономики:
 1 – запрос; 2 – отклик на запрос; 3 – деньги; 4 – товар; 5 – ответная реакция на полученную услугу/товар; 6 – взаимозависимость; 7 – регулирование



Примечание – Составлено автором.

Рисунок 12 – Расширенная модель цифровой экономики:
 1 – взаимодействие; 2 – регулирование; 3 – запрос; 4 – отклик на запрос;
 5 – предоставление банковских и финансовых услуг;
 6 – услуги по предоставлению единой площадки для взаимодействия с потребителями;
 7 – обеспечение соответствующего качества услуг доступа в сеть Интернет;
 8 – предоставление посреднических услуг по доставке товаров в материальной форме

Таким образом, развитие цифровой экономики зависит от множества факторов и качества коммуникаций.

Как видно на рисунке 12, государство выступает в качестве регулятора, но для осуществления данной деятельности необходима оценка темпов развития цифровой экономики и выявление ее тенденций как на национальном уровне, так и в сравнении с иными государствами.

В частности, к задачам центра компетенций относятся обеспечение сбора предложений по изменению планов мероприятий и подготовка проектов документов, направление проектов планов мероприятий участникам рабочей группы по цифровой трансформации национальной экономики в АНО «Цифровая экономика», проектный офис и федеральные органы исполнительной власти, а также предоставление информации о ходе выполнения плана мероприятий.

В июле 2020 г. на заседании Совета по стратегическому развитию и национальным проектам было принято решение об интеграции задач национальных проектов, в том числе национального проекта «Цифровая экономика», в Общенациональный план по восстановлению экономики и продлении их реализации до 2030 г., т. е. на шесть лет. Данное решение обусловлено экономическим спадом и необходимостью разработки и реализации ряда антикризисных мер.

Исследуя цифровую экономику, важно отметить и значимую роль цифровых услуг, которые, в свою очередь, формируют систему цифровых услуг на потребительских рынках.

1.3 Система цифровых услуг на потребительских рынках и рынок цифровых услуг: понятия, признаки, особенности

Сфера услуг представляет собой достаточно крупный и значимый сегмент национальной экономики. На заре своего появления сфера услуг занимала второстепенное положение, что было обусловлено приоритетом материального произ-

водства над нематериальным, так как общественное богатство не приумножалось, а услуги в некоторых случаях порицались. В частности, к таким услугам относилось ростовщичество.

В России сфера услуг начала активно развиваться только в 1990-е годы, что было обусловлено переходом к рыночной системе хозяйствования и сменой приоритетов с промышленного производства как локомотива национальной экономики на сферу услуг. Кроме того, на структурные изменения в экономике государства оказали влияние приватизация и разгосударствление, снижение уровня экономической безопасности государства в связи с увеличением доли импортных товаров на национальном рынке, появление новых видов услуг, увеличение доли платных услуг, усиление конкурентной борьбы между предприятиями сферы услуг за потребителя и ресурсы, а также высокий уровень инвестиционной привлекательности сферы услуг, что особенно актуально для предприятий малого и среднего бизнеса.

Начавшиеся с середины XX века процессы формирования информационного общества и цифровизации экономики, а также «цифровая» революция, развернувшаяся с 2011 г., стали предпосылками усиления роли услуг в системе хозяйствования, а актуальность изучения проблематики услуг существенно возросла. К примеру, экономическая теория постиндустриального общества рассматривает в качестве основного структурного элемента экономической системы именно сферу услуг. Кроме того, как было отмечено выше, информация, инновации и наукоемкие технологии становятся ключевыми в постиндустриальном обществе.

Еще в 2010 г. исследователь Е. П. Дятел отмечал высокую значимость сферы услуг в национальной экономике: «Сфера услуг является „локомотивом“ роста экономики и занятости в развитых странах и в России. Ее расширение не остановится, а экономическое значение услуг будет увеличиваться»¹.

В целом бурное развитие сферы услуг обусловлено воздействием множества факторов, одним из которых является рост благосостояния общества в развитых странах, что приводит к повышению требований к услугам со стороны потребителя.

¹ Дятел Е. П. Услуга в системе экономических отношений // Журнал экономической теории. – 2010. – № 1. – С. 1.

М. Н. Дудин, С. В. Шкодинский и Д. И. Усманов обращают внимание на то, что на уровень социально-экономического развития территории существенное влияние оказывает развитость информационно-коммуникационных технологий и усиливается актуальность устранения цифрового неравенства¹.

Повышение конкурентоспособности и эффективности национальной экономики основано на внедрении современных прорывных технологий, позволяющих усовершенствовать архитектуру производственного процесса как в материальной сфере, так и в сфере услуг.

Конкурентоспособность национальной экономики на мировой арене зависит в первую очередь от развитости ее инфраструктуры и соответствия глобальным трендам развития. В свою очередь, активное развитие цифровых технологий приводит к совершенствованию процесса взаимодействия между участниками рынка, появлению новых товаров и услуг, которые не имеют своей материальной формы.

Реактивное развитие сферы услуг и нематериального производства привело к усилению ее значимости в структуре национальной экономики, а цифровизация экономики привела к выделению нового сегмента сферы услуг – цифровых услуг.

Исследование системы цифровых услуг на потребительских рынках основано на разработанной теоретической платформе исследования системы цифровых услуг, которая базируется на теории циклического развития, теории цифровой экономики и теории сферы услуг (рисунок 13).

Диссертант согласен с Я. П. Силиным, Е. Г. Анимицей и Н. В. Новиковой, которые отмечают, что научная парадигма «включает в себя основополагающие предпосылки, методы исследования, принятые в той или иной науке, а также представления ученых о способах решения научных проблем. Развитие любой отрасли знаний можно истолковать как последовательную смену научных парадигм, в ходе которой происходит пересмотр базовых теоретических понятий»².

¹ Дудин М. Н., Шкодинский С. В., Усманов Д. И. Элементы корреляционного анализа в оценке цифрового неравенства отдельных регионов России // Экономика и математические методы. – 2022. – Т. 58, № 1. – С. 92–103.

² Силин Я. П., Анимица Е. Г., Новикова Н. В. Уральский макрорегион: большие циклы индустриализации / под науч. ред. С. Ю. Глазьева, С. Д. Бодрунова. – Екатеринбург: УрГЭУ, 2019. – С. 260–261.



Примечание – Составлено автором.

Рисунок 13 – Научная парадигма исследования системы цифровых услуг на потребительских рынках

Важно отметить, что исследование цифровых услуг на потребительском рынке основано на учете как специфики сферы услуг и цифровых услуг в целом, так и содержательного аспекта, характерного именно для потребительского рынка.

Цифровизация сферы услуг и отдельных ее сегментов рассмотрена в работах отечественных и зарубежных ученых.

Отдельные вопросы сферы услуг рассмотрены в работах таких авторов, как А. Н. Агафонова¹, Н. Ш. Ватолкина и Е. А. Горбашко², М. М. Волкова³, А. А. Гнутова⁴, И. Г. Головцова и М. Ю. Сучкова⁵, А. Л. Денисова⁶, О. В. Иванченко⁷, М. В. Иофис⁸, Г. А. Карпова, Л. В. Хорева и А. В. Шраер⁹, Ю. Г. Кузменко и Е. Д. Конькова¹⁰, С. В. Курегян и Ю. В. Мелешко¹¹, Т. Ю. Неговская¹², Е. В. По-

¹ Агафонов А. Н. Формирование системы управления информационными услугами: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. – Самара, 2007. – 144 с.

² Горбашко Е. А., Ватолкина Н. Ш. Анализ тенденций развития электронных услуг в Российской Федерации // Техничко-технологические проблемы сервиса. – 2020. – № 3 (53). – С. 64–73; Горбашко Е. А., Ватолкина Н. Ш. Тенденции развития сферы услуг в условиях цифровой трансформации экономики // Техничко-технологические проблемы сервиса. – 2019. – № 3 (49). – С. 45–51.

³ Волкова М. М. Экономико-организационное моделирование цен на интерактивные информационные услуги: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.13. – СПб., 1994. – 168 с.

⁴ Гнутова А. А. Функционирование и развитие регионального рынка информационных услуг: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. – Тольятти, 2010. – 20 с.

⁵ Головцова И. Г., Сучкова М. Ю. Цифровая трансформация сферы услуг в новых условиях // Техничко-технологические проблемы сервиса. – 2020. – № 4 (54). – С. 81–86.

⁶ Денисова А. Л. Качество информационных услуг: теория и методология: дис. ... д-ра экон. наук: 08.00.05. – Тамбов, 2001. – 341 с.

⁷ Иванченко О. В., Писарева Е. В. Тенденции развития агентского бизнеса digital-услуг // Международный научно-исследовательский журнал. – 2020. – № 6-4 (96). – С. 69–73.

⁸ Иофис М. В. Формирование рынка информационных услуг: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. – М., 1998. – 150 с.

⁹ Карпова Г. А., Хорева Л. В., Шраер А. В. Проблемы цифровой трансформации сферы услуг: инновационный, экономический и социальный аспекты // Журнал правовых и экономических исследований. – 2023. – № 2. – С. 192–201.

¹⁰ Конькова Е. Д., Кузменко Ю. Г. К вопросу об особенностях трансформации предпринимательства в российской сфере услуг // Проблемы современной экономики. – 2015. – № 2 (54). – С. 322–325.

¹¹ Курегян С. В., Мелешко Ю. В. Механизмы взаимодействия цифрового производства, цифровых услуг и цифровых бизнес-моделей // Техничко-технологические проблемы сервиса. – 2021. – № 2 (56). – С. 90–94.

¹² Неговская Т. Ю. Особенности развития рынка информационных услуг: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. – М., 2001. – 176 с.

пов и И. С. Кац¹, Ю. Л. Александров и коллеги², А. В. Темная³, А. В. Фалеев⁴, С. И. Новикова и Е. В. Щербенко⁵ и др.

Г. А. Карпова, Л. В. Хорева и А. В. Шраер в своем исследовании⁶ выделили ряд проблем цифровизации сферы услуг, среди которых технологическая, экономическая и социальная. При этом авторы отмечают, что данные проблемы выражаются в изменении человеческого труда и завышенных ожиданиях относительно роста производительности труда, появлении новых технологически сложных услуг и инновационных сервисов, обеспечении кибербезопасности, дифференциации по уровню цифровой готовности и цифровой зрелости и, как следствие, разном уровне развитости различных сфер деятельности по данным индикаторам.

Рассматривая тенденции развития сферы услуг в условиях цифровой трансформации экономики, Е. А. Горбашко и Н. Ш. Ватолкина в своей работе⁷ выделяют ряд аспектов, характерных для сферы услуг: появление новых видов услуг, трансформация традиционных видов услуг, изменение ожиданий и потребностей потребителей и иные.

В свою очередь, вопросы исследования отдельных сегментов услуг – образовательных, государственных, социальных, нашли отражение в работах таких из-

¹ Попов Е. В., Кац И. С. Рынок информационных услуг: особенности анализа и функционирования // Вестник УГТУ-УПИ. Серия: Экономика и управление. – 2005. – № 1. – С. 5–11.

² Проблемы и тенденции развития сферы услуг в условиях цифровизации / Ю. Л. Александров, Т. Ю. Анопченко, Т. Г. Бутова и др. – 2-е изд., перераб. и доп. – Красноярск: СФУ, 2023. – 260 с.

³ Темная А. В. Цифровые технологии в сфере услуг: мировой опыт в российских реалиях // Вектор экономики. – 2019. – № 5 (35). – С. 101.

⁴ Фалеев А. В. Формирование и развитие региональных рынков информационных услуг: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. – Новосибирск, 2012. – 145 с.

⁵ Новикова С. И., Щербенко Е. В. Развитие устойчивости сферы услуг в экосистеме макросреды в условиях кризиса // Торговля, сервис, индустрия питания. – 2021. – Т. 1, № 3. – С. 283–297.

⁶ Карпова Г. А., Хорева Л. В., Шраер А. В. Проблемы цифровой трансформации сферы услуг: инновационный, экономический и социальный аспекты // Журнал правовых и экономических исследований. – 2023. – № 2. – С. 192–201.

⁷ Горбашко Е. А., Ватолкина Н. Ш. Тенденции развития сферы услуг в условиях цифровой трансформации экономики // Техничко-технологические проблемы сервиса. – 2019. – № 3 (49). – С. 45–51.

вестных ученых как В. И. Белов и Т. В. Степанова¹, Н. Ю. Власова², Е. Б. Дворядкина, Д. А. Карх и А. А. Елисеева³, О. С. Жидкова⁴, А. А. Жолудь⁵, О. К. Коробкова⁶, А. Г. Мокроносов с коллегами⁷, С. Г. Пьянкова, И. В. Митрофанова, О. Т. Ергунова и Е. Б. Жемерикина⁸, Я. В. Шокин и Е. В. Константинова⁹ и др.

¹ Белов В. И., Степанова Т. В. Возможности развития рынка образовательных услуг в условиях становления цифровой экономики в Российской Федерации // XXII Царскосельские чтения: материалы междунар. науч. конф. (Санкт-Петербург, 23–24 апреля 2018 г.): в 3 т. – СПб.: ЛГУ им. А. С. Пушкина, 2018. – Т. 3. – С. 18–22.

² Власова Н. Ю. Риски цифрового неравенства при формировании электронного правительства // Экономико-правовые проблемы обеспечения экономической безопасности: материалы IV Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 19 марта 2021 г.). – Екатеринбург: УрГЭУ, 2021. – С. 250–253; Власова Н. Ю. Цифровизация системы стратегического планирования в РФ // Реформа системы государственного управления и государственной службы: ее современные эффективные модели: материалы Междунар. науч.-практ. конф. (Душанбе, 5–6 марта 2021 г.). – Душанбе: Академия государственного управления при Президенте Республики Таджикистан, 2021. – С. 55–58.

³ Дворядкина Е. Б., Карх Д. А. Образовательные услуги регионального вуза в условиях цифровой трансформации экономики // Цифровой регион: опыт, компетенции, проекты: тр. II Междунар. науч.-практ. конф. (Брянск, 19 ноября 2019 г.). – Брянск: БГИТУ, 2019. – С. 272–275; Елисеева А. А., Дворядкина Е. Б. Методический подход к оценке тенденций формирования и развития регионального рынка персональных услуг // Бизнес. Образование. Право. – 2022. – № 4 (61). – С. 152–158.

⁴ Жидкова О. С. Развитие системы оказания электронных государственных услуг населению: на примере Курганской области: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. – М., 2013. – 150 с.

⁵ Жолудь А. А. Экономическая ценность информационных электронных услуг органов местного самоуправления: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.01. – М., 2012. – 25 с.

⁶ Коробкова О. К. Цифровизация как новый этап генезиса услуг сферы здравоохранения // Бизнес. Образование. Право. – 2020. – № 1 (50). – С. 255–261; Коробкова О. К. Цифровые платформы как новый этап развития услуг индустрии здоровья // Российский экономический интернет-журнал. – 2019. – № 2. – URL: <https://www.e-rej.ru/Articles/2019/Korobkova.pdf> (дата обращения: 18.02.2022).

⁷ Мокроносов А. Г., Огородникова Е. С., Плахин А. Е. Развитие конкуренции на рынке социальных услуг сельских поселений Свердловской области в методологии регионального стандарта // Аграрный вестник Урала. – 2020. – № 7 (198). – С. 85–96; Мокроносов А. Г., Придвижкин В. А., Воронин П. Г. Малые предприятия на региональном рынке услуг технического сервиса // Дискуссия. – 2019. – № 6 (97). – С. 33–46.

⁸ Пьянкова С. Г., Митрофанова И. В., Ергунова О. Т., Жемерикина Е. Б. Продвижение вуза на рынке образовательных услуг в условиях пространственной интеграции университетов // Региональная экономика. Юг России. – 2020. – Т. 8, № 3. – С. 32–48; Пьянкова С. Г. Совершенствование отраслевых и региональных рынков услуг: российский и зарубежный опыт // Фундаментальные исследования. – 2020. – № 8. – С. 97–102; Пьянкова, С. Г. Механизмы повышения эффективности и качества услуг в условиях цифровой экономики: зарубежный и отечественный опыт // Управленческий и сервисный потенциал цифровой экономики: проблемы и перспективы: материалы Междунар. науч.-практ. конф. (Омск, 14–15 мая 2020 г.). – Омск: ОмГТУ, 2020. – С. 99–105.

⁹ Шокин Я. В., Константинова Е. В. Анализ ценовых и неценовых факторов потребительского поведения на рынке образовательных услуг // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Экономика и управление. – 2020. – № 3. – С. 14–24.

К примеру, О. К. Коробкова в своем исследовании 2020 г. отмечает, что цифровизация услуг здравоохранения позволит решить ряд основных задач, среди которых обеспечение доступности услуг на отдаленных и малонаселенных территориях, а также в экстремальных условиях; предоставление возможности повышения квалификации для сотрудников вне зависимости от их территориального месторасположения; расширение гарантированного объема бесплатной медицинской помощи и появление возможности предоставить дополнительные услуги¹. По мнению диссертанта, данные задачи применительно к специфике услуг потребительский рынок и розничной торговли также возможно выделить в качестве решаемых в условиях цифровизации. В данном случае это обеспечение доступности цифровых услуг на отдаленных и малонаселенных территориях, возможности перманентного повышения квалификации сотрудников вне зависимости от их месторасположения, и в дополнение диссертант выделяет повышение качества жизни населения и эффективности деятельности организаций, функционирующих на потребительском рынке. Данные аспекты входят в число ключевых с учетом численности населения России и протяженности страны.

Как отмечают в своем исследовании Б. Г. Мещеряков, А. И. Назаров и Я. В. Шокин², посвященном влиянию эмоциональных и рациональных критериев на выбор товара потребителем, эмоциональные критерии уступают рациональным критериям в случае, если выбор товара происходит сразу же после проведения аналитической оценки, но такой тенденции не наблюдается, если принятие решения происходит через какой-то период времени. При этом применительно к различным возрастным группам авторы не выявили какой-то существенной зависимости и дифференциации влияния эмоциональных либо рациональных критериев на выбор, товара потребителем. Таким образом, можно сделать вывод, что, даже учитывая тот факт, что в большинстве своем люди являются визуалами, но все же выде-

¹ Коробкова О. К. Цифровизация как новый этап генезиса услуг сферы здравоохранения // Бизнес. Образование. Право. – 2020. – № 1 (50). – С. 255–261.

² Мещеряков Б. Г., Назаров А. И., Шокин Я. В. Соотношение аналитических и аффективных оценок при виртуальном выборе товара потребителем // Экспериментальная психология. – 2022. – Т. 15, № 4. – С. 68–83.

лять в качестве приоритетных эмоциональные критерии нецелесообразно, что особенно актуально для цифровых услуг, в том числе цифровых услуг розничной торговли, когда посетитель цифровой платформы в первую очередь потребляет визуальный контент.

Диссертант согласен с тем, что цифровизация сферы услуг формирует новые сегменты услуг и трансформирует не только трудовую составляющую, но и процесс приобретения и потребления услуг. Так появляются цифровые финансовые услуги, цифровые услуги розничной торговли, цифровые спортивно-оздоровительные услуги, цифровые образовательные услуги и ряд других.

К примеру, применительно к цифровизации услуг сферы здравоохранения О. К. Коробкова отмечает, что одним из приоритетных направлений развития услуг в сфере здравоохранения является создание единой информационной инфраструктуры, системы оказания услуг, в том числе экстренных, и системы обучения с использованием дистанционных технологий¹.

Цифровая трансформация затрагивает все сферы деятельности, и одной из первых стала сфера услуг на потребительских рынках. В свою очередь, на потребительском рынке также наблюдается усложнение структуры и ее последующая цифровизация.

Услуги потребительского рынка и, в частности, розничной торговли как ключевого сегмента представлены в трудах зарубежных и отечественных таких ученых, как Ю. Л. Александров и его коллеги², А. Баруа, П. Конана, А. Б. Уинстон и Ф. Ин³,

¹ Коробкова О. К. Цифровые платформы как новый этап развития услуг индустрии здоровья // Российский экономический интернет-журнал. – 2019. – № 2. – URL: <https://www.e-rej.ru/Articles/2019/Korobkova.pdf> (дата обращения: 18.02.2022).

² Александров Ю. Л., Демченко О. С. Показатели розничной торговли как опережающие индикаторы конъюнктуры экономики России // Проблемы современной экономики. – 2014. – № 2 (50). – С. 334–337; Александров Ю. Л., Терещенко Н. Н. Состояние и развитие государственного регулирования потребительского рынка // Экономика. Психология. Бизнес. – 2004. – № 4. – С. 16–33.

³ Barua A., Konana P., Whinston A. B., Yin F. Driving e-business excellence // MIT Sloan management review. – 2001. – Vol. 43, no. 1. – P. 36–44.

С. Галлино и А. Морено¹, Т. Дж. Гилбрайд, И. С. Каррим, О. Минц и С. Сиддарт², Т. А. Головина, А. В. Полянин и их коллеги³, О. С. Веремеенко с коллегами⁴, М. Н. Дудин и З. К. Омарова⁵, А. О. Зверева, Е. Ю. Депутатова⁶, Д. А. Карх, З. О. Фадеева и В. М. Гаянова⁷, К. В. Новикова, Е. А. Антинескул, В. Е. Ковалев

¹ Gallino S., Moreno A. Integration of online and offline channels in retail: the impact of sharing reliable inventory availability information // *Management science: journal of the Institute for operations research and the management sciences*. – 2014. – Vol. 60, no. 6. – P. 1434–1451.

² Gilbride T. J., Currim I. S., Mintz O., Siddarth S. A model for inferring market preferences from online retail product information matrices // *Journal of retailing*. – 2016. – Vol. 92, no. 4. – P. 470–485.

³ Головина Т. А., Полянин А. В., Авдеева И. Л. Развитие цифровых платформ как фактор конкурентоспособности современных экономических систем // *Вестник Пермского университета. Серия: Экономика*. – 2019. – Т. 14, № 4. – С. 551–564; Полянин А. В., Головина Т. А., Вертакова Ю. В. Цифровая трансформация деятельности предпринимательских структур // *Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Экономика. Информатика*. – 2018. – Т. 45, № 4. – С. 636–645.

⁴ Веремеенко О. С., Сулова Ю. Ю., Волошин А. В. и др. Направления совершенствования механизма повышения эффективности услуг розничной торговли на рынке продовольственных товаров: трансформация традиционной бизнес-модели в цифровую // *Экономика и предпринимательство*. – 2022. – № 2 (139). – С. 372–377; Демченко С. К. Риски электронной коммерции: источники и возможности снижения // *Экономика и управление инновациями*. – 2021. – № 4 (19). – С. 16–26; Толстихина Е. И., Демченко С. К. Анализ модификации рынка потребителей при цифровой трансформации // *Russian economic bulletin*. – 2022. – Т. 5, № 3. – С. 108–112; Толстихина Е. И., Демченко С. К. Формирование потребительского поведения: сущность и особенности // *Торговля, сервис, индустрия питания*. – 2022. – Т. 2, № 4. – С. 281–290; Толстихина Е. И., Демченко С. К., Подопригра В. Г., Сулова Ю. Ю. Совершенствование модели поведения потребителей в условиях цифровой трансформации // *Экономические науки*. – 2023. – № 227. – С. 152–158.

⁵ Дудин М. Н., Омарова З. К. Цифровое предпринимательство в сфере услуг и торговом секторе: сущность, цели, задачи, оценка экономических выгод // *ЦИТИСЭ*. – 2019. – № 1 (18). – С. 31.

⁶ Зверева А. О., Депутатова Е. Ю. Трансформация торговых услуг в цифровой экономике // *Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова*. – 2019. – № 4 (106). – С. 156–163.

⁷ Карх Д. А., Фадеева З. О., Гаянова В. М. Методические подходы к оценке эффективности предприятия общественного питания на современном этапе развития экономики // *Человек. Спорт. Медицина*. – 2018. – № 2. – С. 62; Карх Д. А. Розничная торговля – драйвер развития потребительского рынка региона // *Урал – XXI век: регион инновационного развития: материалы II Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 29–30 ноября 2017 г.): в 2 т.* – Екатеринбург: УрГЭУ, 2017. – Т. 2. – С. 106–113; Карх Д. А. Экономическая и социальная эффективность услуг розничной торговли: дис. ... д-ра экон. наук: 08.00.05. – Екатеринбург, 2010. – 304 с.

и В. Д. Добровлянин¹, К. Б. Костин и А. Н. Субоч², Р. Кришнан, Э. Вольф, Д. Фернандес и К. Клей³, К. Мелис, К. Кампо, Э. Брейгельманс и Л. Лэйми⁴, Е. А. Майорова, А. Ф. Никишин, Т. В. Панкина⁵, Н. С. Нечеухина и О. В. Мустафина⁶, Л. Б. Нюренбергер, И. Ю. Севрюков и С. П. Киселев⁷, М. С. Оборин и И. В. Митрофанова⁸, М. С. Маслова и Б. Н. Паньшин⁹, О. Е. Пирогова¹⁰, М. Д. Твердохлебова

¹ Новикова К. В., Антинескул Е. А., Ковалев В. Е. Минимизация потерь продовольственного ритейла в России // ЭТАП: экономическая теория, анализ, практика. – 2022. – № 3. – С. 73–92; Ковалев В. Е., Антинескул Е. А., Добровлянин В. Д. Цифровизация локального продуктового ритейла: возможности и ограничения // АПК: экономика, управление. – 2022. – № 4. – С. 24–34.

² Костин К. Б., Субоч А. Н. Современные бизнес-модели электронной коммерции // Вопросы инновационной экономики. – 2020. – Т. 10, № 3. – С. 1623–1642.

³ Krishnan R., Wolff E., Fernandes D., Clay K. Retail strategies on the web: price and non-price competition in the online book industry // Journal of industrial economics. – 2002. – Vol. 50, no. 3. – P. 351–367.

⁴ Melis K., Campo K., Breugelmans E., Lamey L. The impact of the multi-channel retail mix on online store choice: does online experience matter? // Journal of retailing. – 2015. – Vol. 91, no. 2. – P. 272–288.

⁵ Майорова Е. А., Никишин А. Ф., Панкина Т. В. Систематизация показателей развития электронной торговли // Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2020. – Т. 9, № 1 (30). – С. 244–247.

⁶ Нечеухина Н. С., Мустафина О. В. Инструментарий исследования и оценки потенциала потребительского рынка услуг в трансформируемой экономике // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. – 2020. – Т. 13, № 5. – С. 120–135; Нечеухина Н. С., Мустафина О. В. Роль торговли в реиндустриализации экономики России // Новая индустриализация России: экономика – наука – человек – природопользование: сб. науч. тр. VII Урал. науч. чтений профессоров и докторантов (Екатеринбург, 4–5 февраля 2020 г.). – Екатеринбург: УрГЭУ, 2020. – С. 127–134.

⁷ Нюренбергер Л. Б., Севрюков И. Ю., Киселев С. П. Онлайн-предпринимательство в сфере потребительских товаров и услуг: практический опыт, тренды // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2019. – № 6 (79). – С. 398–408.

⁸ Оборин М. С. Формирование конкурентных преимуществ сферы торговых услуг региона // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Экономика и управление. – 2019. – Т. 5 (71), № 1. – С. 75–86; Оборин М. С. Региональные тенденции развития потребительских цифровых технологий сферы услуг // Сервис в России и за рубежом. – 2022. – Т. 16, № 1 (98). – С. 143–151; Оборин М. С., Митрофанова И. В. Стратегические направления развития сферы услуг в цифровой среде // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2020. – Т. 10, № 9-1. – С. 162–175.

⁹ Маслова М. С., Паньшин Б. Н. Электронная торговля услугами в условиях новой экономики // Экономика и банки. – 2015. – № 1. – С. 47–53; Паньшин Б. Н. Развитие рынка услуг электронной торговли // Наука и инновации. – 2013. – Т. 11, № 129. – С. 8–11; Паньшин Б. Н. Цифровая экономика: особенности и тенденции развития // Наука и инновации. – 2016. – Т. 3, № 157. – С. 17–20.

¹⁰ Пирогова О. Е. Оценка устойчивости экономического развития торговых предприятий в условиях цифровой экономики. – СПб.: Университетская книга, 2019. – 175 с.

и В. В. Никишкин¹, Ю. Л. Александров и Н. Н. Терещенко², В. П. Чеглов и А. В. Чеглов³ и др.

В условиях перехода к цифровой модели национальной экономики значимость приобретает развитие не только цифровых услуг на потребительских рынках как таковых, но и их системы в целом, определение ее структурных элементов.

Услуги потребительского рынка находятся на этапе существенной трансформации, что выражается не только в появлении, но и формировании и последующем развитии цифровых услуг розничной торговли.

Значимость использования цифровых платформ как инновационного инструмента взаимодействия участников рынка подчеркнули Т. А. Головина, А. В. Полянин, И. Л. Авдеева, отметив, что в современных условиях она выражается в модернизации отраслей, росте инновационной активности, экономических показателей и конкурентоспособности⁴.

При этом А. В. Полянин, Т. А. Головина и Ю. В. Вертакова в своем исследовании 2018 г. выделяют взаимосвязанные направления цифровой трансформации предпринимательской деятельности, а именно: модернизация бизнес-процессов, а также технологий и корпоративной культуры с учетом того, что взаимодействие с клиентом происходит в цифровом пространстве, и на него не влияют ни время, ни локация клиента; обеспечение присутствия на цифровых площадках; формирование необходимой нормативно-правой базы и выработка организационных механизмов для предпринимательства в цифровой среде⁵.

¹ Твердохлебова М. Д., Никишкин В. В. Роль маркетплейсов на рынке розничных торговых услуг // Практический маркетинг. – 2019. – № 6 (268). – С. 3–8.

² Александров Ю. Л., Терещенко Н. Н. Состояние и развитие государственного регулирования потребительского рынка // Экономика. Психология. Бизнес. – 2004. – № 4. – С. 16–33; Терещенко Н. Н. Методологические подходы к экономической диагностике развития потребительского рынка // Проблемы современной экономики. – 2012. – № 3 (43). – С. 94.

³ Чеглов В. П., Чеглов А. В. Экосистемы в ретейле или ретейл в экосистемах. – М.: ИНФРА-М, 2024. – 187 с.

⁴ Головина Т. А., Полянин А. В., Авдеева И. Л. Развитие цифровых платформ как фактор конкурентоспособности современных экономических систем // Вестник Пермского университета. Серия: Экономика. – 2019. – Т. 14, № 4. – С. 551–564.

⁵ Полянин А. В., Головина Т. А., Вертакова Ю. В. Цифровая трансформация деятельности предпринимательских структур // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Экономика. Информатика. – 2018. – Т. 45, № 4. – С. 636–645.

Так, О. Е. Пирогова рассматривает развитие цифровых услуг розничной торговли в условиях цифровой модели экономики¹. В исследовании 2021 г. О. Е. Пирогова и Б. А. Бабарин отмечают: «Онлайн-торговля в последние годы стала новым драйвером роста, а вводившиеся карантинные ограничения значительно ускорили темпы роста объемов онлайн-продаж как в мире, так и в России. Рост онлайн-торговли сопровождается ограничениями на трансграничные поездки, что также влияет на увеличение объемов e-товарооборота»².

Как замечают Е. В. Токарь, Л. В. Соловьева и Д. А. Рогов, «за последние годы в России мы наблюдаем быстрое внедрение инновационных технологий, в том числе и цифровых, в деятельность торговых предприятий, это обусловлено природным потенциалом и гибкостью данной отрасли экономики. В результате этого происходит развитие электронной коммерции и рост онлайн-продаж»³.

При этом трансформируется сам процесс взаимодействия между производителем и потребителем услуги. В связи с этим обратимся к трудам ряда ученых.

«В настоящее время сформировался достаточно устойчивый набор факторов „предпочтения“ онлайн-покупок и характеристик „опасения“ (или барьеров) при покупках в интернете. Покупки в интернете более предпочтительны, потому что: цены в интернет-магазине воспринимаются как более низкие (необходимо отметить, что фактически это не всегда так); ассортимент более разнообразен»⁴.

При этом С. К. Демченко отмечает, что в процессе купли-продажи в сети Интернет с рисками сталкиваются не только покупатели, но и продавцы. Так, автор отмечает усиление асимметрии информации, недостаточную проработанность правового регулирования деятельности как отечественных, так и зарубежных продав-

¹ Пирогова О. Е. Оценка устойчивости экономического развития торговых предприятий в условиях цифровой экономики. – СПб.: Университетская книга, 2019. – 175 с.

² Пирогова О. Е., Бабарин Б. А. Прогнозирование динамики электронной коммерции в структуре российского ритейла // Международный научный журнал. – 2021. – № 1. – С. 58.

³ Токарь Е. В., Соловьева Л. В., Рогов Д. А. Основные тренды и перспективы развития розничной торговли в эпоху цифровизации // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2023. – № 1 (98). – С. 45.

⁴ Абаев А. Л., Гуриева М. Т. Современные цифровые технологии в розничной торговле // Новые парадигмы развития маркетинговых инструментов в условиях трансформации современной экономики / под общ. ред. С. В. Карповой. – М.: Дашков и К°, 2020. – С. 49.

цов, рост числа хакерских атак, незаконную деятельность интернет-магазинов в части отмывания денег, приобретения криптовалют¹.

И. Б. Стукаловой и ее коллегами исследованы экономическая природа торговли в условиях трансформационных процессов, а также факторы, оказывающие влияние на развитие торговли. Авторами выдвигается гипотеза, что трансформации, обусловленные цифровизацией экономики, произошедшие в институциональной структуре, организационных формах и технологическом аспекте услуг торговли, привели к изменениям, но при этом экономическая природа услуг торговли не претерпела изменений². Также определен ряд угроз и возможностей электронной торговли, которые должны быть учтены при разработке мероприятий по развитию³.

Аналізу развития потребительского рынка, услуг розничной торговли на национальном уровне, а также цифровым услугам розничной торговли в условиях пандемии COVID-19 посвящены труды В. П. Чеглова с коллегами.

Так, В. П. Чеглов и А. Н. Столярова исследовали потребительский рынок и внутреннюю торговлю, развивающиеся в условиях цифровой трансформации национальной экономики и кризиса. В частности, авторами выдвинуто утверждение о том, что будет наблюдаться взаимная интеграция традиционной инфраструктуры с цифровой, исчезновение малого бизнеса с рынка услуг розничной торговли и, как следствие, монополизация рынка⁴.

Позднее М. Э. Сейфуллаева, В. П. Чеглов и С. В. Панасенко представили сравнительный анализ традиционных и цифровых услуг розничной торговли, а также основные тенденции развития услуг розничной торговли⁵.

¹ Демченко С. К. Риски электронной коммерции: источники и возможности снижения // Экономика и управление инновациями. – 2021. – № 4 (19). – С. 16–26.

² Развитие экономических систем в цифровой экономике: маркетинг, сфера услуг, логистика / Г. Л. Азоев, О. Н. Быкова, А. П. Гарнов и др.; под ред. И. Б. Стукаловой и др. – М.: Русайнс, 2020. – 262 с.

³ Стукалова И. Б. Перспективы развития электронной торговли: возможности и угрозы // Теоретическая и прикладная экономика. – 2021. – № 4. – С. 29–40.

⁴ Чеглов В. П., Столярова А. Н. Трансформация внутренней торговли в России в условиях цифровизации экономики // Менеджмент и бизнес-администрирование. – 2020. – № 2. – С. 27–38.

⁵ Сейфуллаева М. Э., Чеглов В. П., Панасенко С. В. Проблемы и перспективы розничной торговли в России: первые итоги влияния пандемии и что нас ждет в обозримом будущем // Маркетинг в России и за рубежом. – 2021. – № 1. – С. 75–84.

Важно отметить, что в сфере торговли происходят существенные преобразования, и на смену интернет-магазинам приходят маркетплейсы, агрегаторы, социальные сети и мессенджеры как наиболее перспективные и привлекательные каналы взаимодействия, позволяющие увеличить долю рынка компании. Как отмечает И. Б. Стукалова, «формирование маркетплейсов – это результат новых процессов в сфере обращения, носящих дуальный характер: с одной стороны, новое качество концентрации торгового капитала и ресурсов, с другой – новое качество интеграционных процессов»¹.

Ю. Г. Кузменко, А. Б. Левина и И. Г. Матвеева писали о необходимости применения дифференцированного подхода к стратегии развития различных сфер деятельности, отмечая, что с учетом роста значения дистанционной торговли имеются существенные возможности для качественного роста и дальнейшего развития сферы торговли².

Ю. Л. Александров, Н. Н. Терещенко и О. С. Демченко в своих работах рассмотрели различные аспекты потребительского рынка, в том числе вопросы его государственного регулирования³, и обосновали перспективность использования показателей розничной торговли в качестве индикаторов конъюнктуры национальной экономики⁴. В условиях перехода к цифровой модели национальной экономики и обеспечения технологического суверенитета актуальность исследования данных вопросов и рассмотрения индикаторов розничной торговли в качестве маркеров конъюнктуры экономики России усиливается.

¹ Стукалова И. Б. Маркетплейсы vs торговых центров: современные тренды и прогнозы // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. – 2023. – Т. 20, № 5 (131). – С. 204.

² Кузменко Ю. Г., Левина А. Б., Матвеева И. Г. Факторы, влияющие на развитие предпринимательской инициативы в розничной торговле и общественном питании // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – № 3. – URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=13357> (дата обращения: 18.04.2022).

³ Александров Ю. Л., Терещенко Н. Н. Состояние и развитие государственного регулирования потребительского рынка // Экономика. Психология. Бизнес. – 2004. – № 4. – С. 16–33.

⁴ Александров Ю. Л., Демченко О. С. Показатели розничной торговли как опережающие индикаторы конъюнктуры экономики России // Проблемы современной экономики. – 2014. – № 2 (50). – С. 334–337.

Также диссертант согласен с утверждением, что «предприятиям торговли в целом необходима переориентация на увеличение доли торговли через интернет, усиление комплексной автоматизации торгового процесса, распространение мобильного ритейла и эквайринга, расширение числа национальных платформ электронной коммерции»¹.

О. С. Веремеенко с коллегами представили направления совершенствования механизма повышения услуг розничной торговли в условиях цифровой трансформации и перехода к цифровым услугам розничной торговли на рынке продовольственных товаров².

При этом рассмотрение цифровых услуг розничной торговли без учета тенденций на рынке цифровых финансовых услуг в современных условиях, по мнению диссертанта, является нецелесообразным, что обусловлено ростом востребованности цифровых финансовых услуг, которые сопряжены с цифровыми услугами розничной торговли.

Финансовые услуги и их цифровая трансформация рассмотрены в работах таких авторов, как Р. А. Беспалов, О. С. Прошина³, В. В. Бондаренко и Н. В. Одинцов⁴, Е. А. Боркова, К. А. Осипова, Е. В. Светловидова и Е. В. Фролова⁵, М. Н. Ду-

¹ Детерминанты развития экономики России в условиях цифровой трансформации и обеспечения технологического суверенитета / Е. Н. Макаренко, Н. Г. Вовченко, Н. Г. Кузнецов и др.; под ред. Е. Н. Макаренко. – Ростов н/Д: РГЭУ, 2023. – С. 400.

² Веремеенко О. С., Сулова Ю. Ю., Волошин А. В. и др. Направления совершенствования механизма повышения эффективности услуг розничной торговли на рынке продовольственных товаров: трансформация традиционной бизнес-модели в цифровую // Экономика и предпринимательство. – 2022. – № 2 (139). – С. 372–377

³ Беспалов Р. А., Прошина О. С. Маркетинговая деятельность банков России в условиях цифровизации экономики // Экономика. Социология. Право. – 2019. – № 2 (14). – С. 16–20.

⁴ Бондаренко В. В., Одинцов Н. В. Особенности и тенденции развития российского рынка Private Banking // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2016. – № 12-3. – С. 549–555.

⁵ Боркова Е. А., Осипова К. А., Светловидова Е. В., Фролова Е. В. Цифровизация экономики на примере банковской системы // Креативная экономика. – 2019. – Т. 13, № 6. – С. 1153–1162.

дин и С. В. Шкодинский¹, Е. Н. Ежова, Е. А. Заможных и П. И. Срыбная², С. В. Касаткина³, Д. В. Карпачев и Е. Г. Князева⁴, Ю. И. Коробов⁵, С. В. Криворучко, А. С. Небера и В. А. Лопатин⁶, М. П. Логинов⁷, М. С. Марамыгин и его коллеги⁸, С. С. Михеев, М. В. Сбруйкина и А. В. Успенский⁹, И. Е. Ноздрева и С. Ю. Сивакова¹⁰,

¹ Дудин М. Н., Шкодинский С. В. Вызовы и угрозы цифровой экономики для устойчивости национальной банковской системы // *Финансы: теория и практика*. – 2022. – Т. 26, № 6. – С. 52–71.

² Ежова Е. Н., Заможных Е. А., Срыбная П. И. Продвижение банковского сегмента в регионах: инструменты и технологии // *Российская школа связей с общественностью*. – 2019. – № 12. – С. 25–38.

³ Касаткина С. В. Управление рисками в сфере электронных банковских услуг: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.13. – М., 2006. – 207 с.

⁴ Карпачев Д. В., Князева Е. Г. Применение блокчейн-технологий в функционировании фондов прямых инвестиций // *Российские регионы в фокусе перемен: сб. докл. XIII Междунар. конф. (Екатеринбург, 15–17 ноября 2018 г.): в 2 т.* – Екатеринбург: УМЦ УПИ, 2019. – Т. 2. – С. 563–569; Князева Е. Г. Цифровая экономика: финансы и кредит // *Российские регионы в фокусе перемен: сб. докл. XII Междунар. конф. (Екатеринбург, 16–18 ноября 2017 г.): в 2 т.* – Екатеринбург: УМЦ УПИ, 2018. – Т. 2. – С. 345–348.

⁵ Коробов Ю. И. Поведение потребителей банковских услуг в цифровой экономике // *Интеллект. Инновации. Инвестиции*. – 2019. – № 6. – С. 55–60.

⁶ Криворучко С. В., Небера А. С. Трансформация платежных услуг под влиянием цифровых технологий: роль пользовательского опыта // *Банковское дело*. – 2021. – № 8. – С. 57–63; Криворучко С. В., Лопатин В. А., Небера А. С. Трансформация инфраструктуры платежной отрасли в условиях перехода к цифровой экономике // *Экономика. Налоги. Право*. – 2021. – Т. 14, № 3. – С. 30–43.

⁷ Логинов М. П. Особенности системы ипотечных услуг в России. – Екатеринбург: УРАГС, 2009. – 335 с.

⁸ Марамыгин М. С., Поваров А. В. Понятие розничного банковского продукта // *Известия Уральского государственного экономического университета*. – 2011. – № 2 (34). – С. 22–28; Некоторые аспекты современного банкинга / М. С. Марамыгин, Л. И. Юзвович, Н. Н. Мокеева и др. – Екатеринбург: Альфа Принт, 2019. – 368 с.

⁹ Михеев С. С., Сбруйкина М. В., Успенский В. А. Private banking и конкурентные преимущества российских средних банков // *Мир новой экономики*. – 2016. – № 3. – С. 66–73.

¹⁰ Ноздрева И. Е., Сивакова С. Ю. Развитие рынка private banking в России // *Наука Красноярья*. – 2017. – Т. 6, № 4–3. – С. 278–284.

В. В. Пшеничников¹, И. А. Резник², Л. Су, Ю. Пэн, Р. Конг и К. Чен³, Н. И. Шкулипа и Л. Е. Зернова⁴, Л. И. Юзвович с коллегами⁵ и др.

Учеными исследуются различные аспекты цифровизации финансовых услуг и специфика финансовых услуг в целом. Диссертант согласен с Ю. И. Коробовым, который отмечает, что «наиболее важными изменениями в поведении потребителей банковских услуг, вызванными цифровизацией экономики, являются: актуализация финансовых потребностей, повышение самостоятельности потребителей и изменение модели потребительского поведения»⁶. Увеличивается доля цифровых банковских услуг, расширяется ассортимент предлагаемых цифровых продуктов и цифровых услуг, что обусловлено не только технологическими трендами, но и новыми потребностями потребителей услуг. В связи с этим актуальность приобретают вопросы не только развития цифровых банковских услуг, но и повышения уровня цифровой и финансовой грамотности потребителей данных услуг.

Так, Е. С. Соколова и А. В. Кузнецов с коллегами исследовали стратегические задачи финансового сектора Российской Федерации⁷. В свою очередь, М. Н. Дудин и С. В. Шкодинский выявили наиболее значимые проблемы обеспече-

¹ Пшеничников В. В. Перспективы и риски применения электронных денег в условиях цифровизации экономики // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2018. – № 1 (109). – С. 39–45.

² Резник И. А. Развитие электронных банковских услуг: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.10. – Оренбург, 2008. – 201 с.

³ Su L., Peng Y., Kong R., Chen Q. Impact of e-commerce adoption on farmers' participation in the digital financial market evidence from rural China // Journal of theoretical and applied electronic commerce research. – 2021. – Vol. 16, no. 5. – P. 1434–1457.

⁴ Шкулипа Н. И., Зернова Л. Е. Private banking в России: современное состояние и перспективы // Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития: сб. материалов Междунар. науч. конф. (Москва, 11 мая 2017 г.). – М.: МГУДТ, 2017. – С. 80–82.

⁵ Юзвович Л. И., Карх Д. А., Данилова К. А. Оппортунизм розничного потребителя: роль и значение феномена для организаций сферы услуг. – Екатеринбург: УрГЭУ, 2020. – 160 с.; Юзвович Л. И., Лаврова О. С. Современные проблемы развития безналичных расчетов в условиях цифровизации банковского сектора // Весенние дни науки: сб. докл. Междунар. конф. студентов и молодых ученых (Екатеринбург, 24–25 апреля 2020 г.). – Екатеринбург: УМЦ УПИ, 2020. – С. 468–471.

⁶ Коробов Ю. И. Поведение потребителей банковских услуг в цифровой экономике // Интеллект. Инновации. Инвестиции. – 2019. – № 6. – С. 58.

⁷ Мировые финансы в условиях системных, технологических и экологических трансформаций / И. А. Балюк, Г. А. Бунич, А. Г. Глебова и др.; под ред. Е. С. Соколовой, А. В. Кузнецова. – М.: КноРус, 2024. – 232 с.

ния киберустойчивости национальной банковской системы (отсутствие обмена информацией между участниками рынка и саморегуляции; низкий уровень взаимодействия участников рынка цифровой торговли с Роскомнадзором; финансовые ограничения для малых и средних банков, а также недостаточный уровень киберграмотности у работников банковской сферы; популяризация финтех-услуг)¹.

При проведении теоретического исследования диссертантом выявлено, что в научных трудах используются категории «информационная услуга» и «электронная услуга», но категория «цифровая услуга» пока не вошла в научный оборот, в публикациях ее можно встретить крайне редко. Все это свидетельствует о необходимости введения в научный оборот категории «цифровая услуга».

Рассмотрим подходы к определению данных категорий (таблица 7).

Таблица 7 – Подходы к определению категорий «информационная услуга», «электронная услуга» и цифровая услуга»

Автор	Определение
Информационная услуга	
А. Н. Агафонова	«Информационная услуга – это услуга, ориентированная на удовлетворение информационных потребностей пользователей путем предоставления необходимой информации в необходимой для ее восприятия форме» ²
Н. В. Береза	Информационная услуга представляет собой «процесс удовлетворения потребностей путем хранения, преобразования и передачи информации, а также предоставления доступа к информационным продуктам» ³
А. А. Гнутова	Информационная услуга – это «специфический товар, представляющий собой последовательность процессов взаимодействия поставщика и потребителя услуги по поводу удовлетворения фундаментальной потребности в информационных продуктах, существующих и имеющих потребительную стоимость, рост которой, при прочих равных условиях, обеспечивается уровнем совпадения информационных моделей производителей и пользователей» ⁴

¹ Дудин М. Н., Шкодинский С. В. Вызовы и угрозы цифровой экономики для устойчивости национальной банковской системы // Финансы: теория и практика. – 2022. – Т. 26, № 6. – С. 52–71.

² Агафонова А. Н. Методология управления комплексом информационных услуг в электронной коммерции: дис. ... д-ра экон. наук: 08.00.05. – Самара, 2015. – С. 120.

³ Береза Н. В. Особенности формирования и развития рынка информационных услуг: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. – Шахты, 2012. – С. 9.

⁴ Гнутова А. А. Функционирование и развитие регионального рынка информационных услуг: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. – Тольятти, 2010. – С. 8–9.

Продолжение таблицы 7

Автор	Определение
Электронная услуга	
С. С. Вишнякова	Электронные услуги представляют собой «различные виды материальных и нематериальных услуг, оказываемых в электронной форме с использованием информационно-коммуникационных технологий, включая интернет» ¹
Н. Ш. Ватолкина	Электронная услуга – это общий термин, обозначающий услуги, оказываемые посредством информационных технологий через информационно-коммуникационную сеть, в том числе интернет ²
Э. Н. Огнева	«Под электронными информационными услугами понимаются информационные услуги, которые оказываются с использованием средств, инструментов и методов информационных технологий» ³
В. Я. Цветков, С. Г. Семушкина	«Электронная услуга, или электронная информационная услуга, – услуга по удовлетворению информационных потребностей пользователя, имеющая компьютерную или электронную форму представления. Таким образом, электронная услуга связана с предоставлением электронного документа и как вариант перевода его в обычную бумажную форму» ⁴
Цифровая услуга	
Н. Ш. Ватолкина	Совокупность действий по созданию, поиску, сбору, хранению, обработке, предоставлению, распространению информации и продуктов в цифровой форме, выполняемые в автоматическом режиме посредством использования информационных технологий в информационно-коммуникационной сети Интернет по запросу и в интересах потребителей ⁵
Примечание – Составлено автором.	

Из проведенного диссертантом исследования следует, что существующие подходы к определению категорий «информационная услуга» и «электронная

¹ Вишнякова С. С. Формирование сферы электронных услуг в России: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. – М., 2007. – С. 12.

² Ватолкина Н. Ш. Сущность и классификация электронных услуг как объекта управления // Национальная концепция качества: государственная и общественная защита прав потребителей: сб. тез. докл. Междунар. науч.-практ. конф. (Санкт-Петербург, 1 октября 2018 г.). – СПб.: Культ-Информ-Пресс, 2018. – С. 205.

³ Огнева Э. Н. Классификация электронных информационных услуг как инструмент управления качеством // Труды ГПНТБ СО РАН. – 2018. – № 13-2. – С. 123.

⁴ Цветков В. Я., Семушкина С. Г. Электронные ресурсы и электронные услуги // Современные проблемы науки и образования. – 2009. – № 6-1. – С. 40.

⁵ Ватолкина Н. Ш. Сущность и классификация электронных услуг как объекта управления // Национальная концепция качества: государственная и общественная защита прав потребителей: сб. тез. докл. Междунар. науч.-практ. конф. (Санкт-Петербург, 1 октября 2018 г.). – СПб.: Культ-Информ-Пресс, 2018. – С. 205.

услуга» не учитывают ряд характеристик, свойственных цифровым услугам, а именно интерактивность экономических отношений, использование искусственного интеллекта, наличие активного (пользователи сами оставляют сведения) и пассивного (сведения собираются без ведома пользователя) цифрового следа. Примерами различных цифровых следов являются анализ рекламодателями поведения пользователей в социальных сетях, посещаемость сайтов и IP-адреса пользователей, совершение покупок на цифровых площадках, загрузка и использование мобильных приложений и иные. В то же время категория «цифровая услуга» пока практически не представлена в научных трудах, хотя происходит трансформация формы подачи классической услуги.

Таким образом, диссертантом предлагается следующее определение: **цифровая услуга** – совокупность интерактивных экономических отношений, содержащих ценностное предложение конечному потребителю на основе цифрового следа посетителя и активного использования маркетингового инструментария, осуществляемых в цифровом пространстве с использованием современных цифровых технологий между участниками процесса оказания услуги относительно удовлетворения своих нужд и потребностей посредством обмена.

По мнению диссертанта, специфика цифровой услуги выражается в следующем.

Во-первых, интерактивность экономических отношений, т. е. возможность приобретения и пользования услугой в любой точке и в удобное для потребителя время с помощью сети Интернет. В данном случае диссертант рассматривает не уровень развития инфраструктуры, а именно стабильность доступа в сеть Интернет в любом месте на территории страны. Также не учитывается доступ к цифровым сервисам с территории другого государства, так как данный вопрос относится к развитию международного сотрудничества и осуществлению внешнеэкономической деятельности.

Во-вторых, сокращение финансовых и временных затрат на приобретение и оказание услуги.

В-третьих, упрощение процесса получения цифровой услуги за счет сокращения бюрократических процедур и количества требуемых документов.

В-четвертых, электронное сопровождение услуги и информирование потребителя на каждом этапе работы по его запросу.

В-пятых, неисчерпаемость услуги, так как количественные характеристики не меняются и не зависят от частоты предоставления соответствующей услуги.

В-шестых, обработка и хранение информации в цифровой среде, в том числе цифровых следов.

В-седьмых, цифровая природа совокупности действий и результатов, предлагаемых потребителю.

В-восьмых, возможность автоматизации процесса предоставления цифровой услуги и выведения человека из производственного процесса с передачей функций управленческого характера за счет искусственного интеллекта, использования электронных программ-роботов и иных цифровых инструментов.

Цифровые услуги выступают в качестве определенного этапа развития сферы услуг как на мировом, так и на национальном уровне. Кроме того, появление цифровых услуг и их дальнейшее развитие обусловлено не только изменениями потребностей самих потребителей, но и революционными технологическими изменениями, которые были рассмотрены выше.

Диссертантом предложены следующие этапы развития цифровых услуг, представленные в таблице 8.

Таблица 8 – Этапы становления и развития цифровых услуг

Этап	Характеристика
1. Формирование цифровых ресурсов (середина 1950-х годов – 1995 г.)	Основными поставщиками являются информационные службы различных сообществ (профессиональных, академических, научно-технических), а также государственные учреждения и учебные заведения. Появляется электронная обработка и передача информации, базы данных, а также диалоговый поиск информации в удаленных от пользователя базах данных. В дальнейшем перечень предоставляемых услуг расширяется

Продолжение таблицы 8

Этап	Характеристика
2. Информационные услуги 1995–2002 гг.	<p>Формирование и использование информационных ресурсов на основе создания, сбора, обработки, накопления, хранения, поиска, распространения и предоставления потребителю документированной информации.</p> <p>Появление информационных услуг, т. е. услуг, ориентированных на удовлетворение информационных потребностей пользователей путем предоставления информационных продуктов: коммуникационных (электронная почта, телеконференции, интерактивное общение в реальном времени, интернет-телефония, интерактивное общение, удаленный терминал) и информационно-поисковых (хранение и передача файлов, Всемирная паутина).</p> <p>Начало этапа связано с принятием Федерального закона от 27 июля 2006 г. № 149-ФЗ «Об информации, информатизации и защите информации». Развитие получили проекты, связанные с предоставлением доступа к справочно-правовой системе (в частности, «Гарант», «Кодекс», «КонсультантПлюс»).</p> <p>Для данного этапа характерен достаточно высокий уровень асимметрии развития цифровых услуг с точки зрения доступности. На данном этапе реализуется своеобразный процесс передачи готовых информационных продуктов от владельцев информационных систем заказчику.</p> <p>Информационные услуги могут быть предоставлены при условии, что существуют базы данных, которые могут быть как в электронном варианте, так и в обычном (некомпьютерном)</p>
3. Электронные услуги (2002–2010 гг.)	<p>Данный этап развития цифровых услуг связан с появлением ФЦП «Электронная Россия»¹. В соответствии с данной целевой программой осуществлены: внедрение информационных и коммуникационных технологий в систему государственного управления и местного самоуправления, а также в реальный сектор экономики; разработка и создание системы электронной торговли.</p> <p>Этап развития электронных услуг.</p> <p>Услуга предоставляется в электронном виде и (в большинстве случаев) с возможностью перевода в бумажную форму. В основном это услуги органов государственной власти и местного самоуправления. На данном этапе основная задача заключается в повышении уровня информированности населения, а также улучшении качественной составляющей предоставляемых услуг.</p> <p>Наблюдается трансформация деятельности органов государственной власти и местного самоуправления. В частности, развитие инфраструктуры «электронного правительства», предоставление в электронном виде государственных услуг и исполнение государственных функций, а также развитие инфраструктуры доступа к государственным и муниципальным услугам.</p> <p>Примером может служить проект «КиберПочт@», направленный на предоставление коллективного доступа в сеть Интернет на узлах федеральной почтовой связи</p>

¹ О федеральной целевой программе «Электронная Россия (2002–2010 гг.)»: постановление Правительства РФ от 28 января 2002 г. № 65.

Продолжение таблицы 8

Этап	Характеристика
Этап 4. Цифровые услуги (2016 г. – настоящее время)	Формирование и развитие цифровых услуг, предоставление услуг дистанционно. Взаимодействие производителя и потребителя услуги переносится в цифровое пространство. Материальные блага существуют наравне с цифровыми, но получение цифровой услуги для потребителя становится более удобным и доступным. Распространение электронного взаимодействия по услугам, предоставляемым органами государственной власти и местного самоуправления, на реальный сектор экономики. Предоставляются как трансформационные (направлены непосредственно на удовлетворение потребности потребителя путем создания нового блага либо усовершенствования существующего), так и транзакционные услуги (связаны с обслуживанием, а также перераспределением прав и свобод)
Примечание – Составлено автором.	

Как видно из таблицы 8, предпосылками развития цифровых услуг были именно информационные услуги. Появление первых поисковых систем и доступ в сеть Интернет через модем при ограниченном времени доступа стали основой современного использования цифрового пространства и его доступности для населения. Если в 1990-е и начале 2000-х годов нельзя было представить, что возможен доступ в сеть Интернет из любой точки с помощью мобильных устройств и оплата этого доступа не будет привязана ко времени, которое человек проводит в Сети, либо к объему трафика, то во втором десятилетии XXI века это стало нормой и цифровые услуги заняли свое место в жизни общества. Цифровое пространство стало таким же рынком предоставления различных услуг, как и традиционные рынки.

Цифровые услуги имеют ряд особенностей, которые необходимо учитывать в процессе их предоставления (таблица 9).

Как видно из таблицы 9, ключевыми отличиями цифровой услуги от иных услуг, предлагаемых на рынке, являются наличие доступа к цифровой инфраструктуре, программного обеспечения и необходимого уровня знаний и умений у производителя и потребителя цифровой услуги; кастомизация цифровой услуги; интерактивность экономических отношений; нулевые предельные издержки при предоставлении/получении дополнительной единицы цифровой услуги; учет поведения потребителя в цифровой среде при формировании ценностного предложения.

Таблица 9 – Отличительные признаки цифровых услуг

Отличительная черта	Характеристика
Возможность алгоритмизации	Процесс предоставления услуги и результат алгоритмизированы, что позволяет снизить фактор неопределенности конечного результата
Перманентность качества результата предоставляемой услуги	Уровень качества результата предоставления услуги неизменен в связи с автоматизацией и алгоритмизацией процесса (при условии наличия цифровой инфраструктуры)
Сохраняемость результата предоставления услуги	Результаты предоставления услуги возможно сохранить и персонализировать в зависимости от запросов потребителя, а процессы производства и потребления цифровой услуги могут носить асинхронный характер. Примером может служить заказ справок или иных официальных документов
Отсутствие владения цифровой услугой	Как правило, потребитель пользуется услугой на протяжении ограниченного количества времени. В отличие от товаров, которые имеют материальную форму и право владения ими переходит при купле-продаже, услуги не являются чьей-либо собственностью. Производитель цифровой услуги владеет необходимыми ресурсами (знания, программное обеспечение и т. д.) и может передавать право владения результатом оказания цифровой услуги
Кастомизация цифровой услуги	Цифровая услуга соответствует индивидуальным особенностям запроса конкретного потребителя услуги с учетом его предыдущего опыта потребления либо поиска
Скорость предоставления	Увеличение скорости предоставления услуги. Потребитель ожидает мгновенной реакции на любой стадии предоставления услуги. Кроме того, при наличии сведений о предыдущих обращениях и необходимых документов в цифровом виде уменьшается срок обработки данных и предоставления цифровой услуги
Отсутствие зависимости от локализации потребителя	Цифровая услуга может быть предоставлена потребителю, при этом его местонахождение относительно производителя цифровой услуги не влияет на процесс и качество оказания услуги
Наличие доступа к цифровой инфраструктуре, программного обеспечения и необходимого уровня знаний и умений у производителя и потребителя цифровой услуги	Поиск, представление, приобретение/предоставление и потребление цифровой услуги невозможны без наличия необходимых условий, к которым относятся наличие, развитость и доступность цифровой инфраструктуры, знаний и умений у участников системы цифровых услуг
Оказание и получение услуги внутри цифровой платформы и сети Интернет	Все взаимодействие между участниками рынка осуществляется в сети Интернет – на различных платформах, в цифровых экосистемах и мобильных приложениях

Продолжение таблицы 9

Отличительная черта	Характеристика
Интерактивность экономических отношений	Является основой цифровой экономики и направлена на предоставление возможности поиска необходимых цифровых услуг, их сравнения и последующего выстраивания экономических отношений относительно приобретения/потребления цифровой услуги в любое время вне зависимости от локализации участников рынка
Учет поведения потребителя в цифровой среде при формировании ценностного предложения	Потребитель при посещении сайтов, мобильных приложений либо действий в поисковых системах и социальных сетях оставляет сведения о себе и тем самым формирует базу знаний для дальнейшей индивидуализации действий производителя относительно предлагаемой цифровой услуги
Нулевые предельные издержки при предоставлении/получении дополнительной единицы цифровой услуги	При предоставлении/получении дополнительных единиц цифровых услуг участники рынка не несут дополнительных затрат
<p>Примечание – Составлено автором по: Разорвин И. В., Усова Н. В. Сравнительный анализ каналов сбыта услуг // Научный вестник Уральской академии государственной службы: политология, экономика, социология, право. – 2009. – № 3 (8). – С. 99–103.</p>	

Особенности цифровых услуг обусловлены спецификой самой услуги, предоставляемой в цифровом пространстве, и возможностью расширения географии присутствия своей услуги на иных территориях.

Как и при осуществлении любой деятельности, одну из ключевых ролей при предоставлении цифровых услуг играет качественный аспект. Применительно к цифровым услугам наиболее значимыми являются обеспечение кибербезопасности, интеграция сайта с мобильным приложением, открытость и транспарентность цифровых услуг, время предоставления цифровой услуги, доступность и полнота информации о цифровой услуге.

В целом важно отметить, что критерии, определяющие качество цифровой услуги применительно к каждой из сфер деятельности, будут различаться в зависимости от конкретизации индикаторов и учета специфики сферы деятельности. К примеру, если рассматривать коммерческие цифровые услуги, то важны также репутация компании, способ оплаты, а применительно к государственным и муни-

ципальным услугам – возможность получения конкретной услуги в цифровом виде и сроки предоставления.

Цифровые услуги соответствуют перспективным направлениям развития сферы услуг, основанным на активном использовании интернета: в частности, развитие информационной и коммуникационной инфраструктуры отдельных сегментов сферы услуг; внедрение технологических решений в области обработки данных; создание экосистемы цифровых услуг и технологической платформы в сфере услуг.

Рассматривая цифровые услуги, отметим следующее:

– они могут замещать существующие аналоговые услуги. К примеру, государственные и муниципальные услуги, а также финансовые услуги, предоставляемые как в мобильных приложениях, на официальных сайтах, так и в офисах или отделениях; цифровые спортивно-оздоровительные услуги, а также цифровые услуги предприятий розничной торговли, которые стали востребованы в период пандемии и самоизоляции;

– цифровые услуги в сети Интернет способны улучшать реальные товары и услуги. Примерами могут быть: разрабатываемый «Цифровой профиль», одной из целей которого является развитие цифровых финансовых, государственных и иных услуг; проект, предусматривающий создание мобильного приложения, позволяющего блокировать входящие звонки, SMS и MMS с подозрительных телефонных номеров, а также цифровая услуга по оперативному погашению любых видов задолженностей в рамках исполнительного производства;

– цифровые услуги в сети Интернет могут предоставляться на коммерческой, некоммерческой основе и внутри виртуальных игр. Коммерческие цифровые услуги в виртуальном пространстве – платные услуги в сфере культуры, образования, услуги антивирусной защиты. К некоммерческим услугам можно отнести виртуальное посещение музеев, выставок, государственные и муниципальные цифровые услуги. В виртуальных играх цифровые услуги могут быть предоставлены как на безвозмездной, так и на платной основе, причем оплата может производиться как фиатными электронными денежными средствами, так и виртуальной валютой в конкретной игре.

Рассматривая цифровые услуги, необходимо выделить субъекты цифровых услуг, а также представить классификацию цифровых услуг.

Субъекты цифровых услуг представляют собой самостоятельных участников рынка цифровых услуг, оказывающих определенные услуги (таблица 10).

Таблица 10 – Субъекты цифровых услуг

Субъект	Специфика
Государство в лице органов власти	Осуществляет надзор и регулирование взаимодействия участников рынка цифровых услуг (рейтинговые агентства, логистические компании, кредитные организации, продавцы, покупатели и иные участники) через профильные органы государственной власти. Выступает регулятором, а также может выступать в качестве продавца либо покупателя цифровой услуги
Потребитель цифровой услуги	Домохозяйство либо лицо, потребляющее цифровую услугу, обладающее необходимым объемом цифровых компетенций и техническими возможностями для доступа в сеть Интернет к цифровым платформам, экосистемам и мобильным приложениям. Обеспечивает спрос на цифровую услугу и оказывает влияние на количество и ассортимент предоставляемых цифровых услуг на рынке
Производитель цифровой услуги	<p>Коммерческие и некоммерческие организации, осуществляющие свою деятельность на возмездной/безвозмездной основе, в зависимости от предоставляемой цифровой услуги и (или) категории потребителя данной услуги. Производят и предоставляют цифровую услугу в зависимости от потребностей рынка.</p> <p>Кредитные организации, предоставляющие цифровые финансовые услуги по обеспечению сделок на рынке цифровых услуг, в том числе аккумуляция временно свободных денежных средств, осуществление расчетов, кредитование, а также банковское обслуживание</p>
Рейтинговые и консалтинговые агентства	<p>Рейтинговые агентства присваивают компаниям рейтинги, которые показывают эффективность деятельности компании и ее инвестиционную привлекательность. Кредитные рейтинги показывают способность должника погасить задолженность, своевременно уплатить начисленные проценты, а также вероятность его банкротства.</p> <p>Консалтинговые агентства предоставляют услуги по исследованию и прогнозированию рынка, цен; разработке технико-экономического обоснования на различные объекты, по проведению маркетинговых исследований, разработке стратегических документов; оказывают консультационные услуги по повышению финансовой эффективности деятельности организации и иные услуги</p>
Оператор цифровой платформы	Ведет реестр пользователей и обеспечивает деятельность цифровой платформы на основе управления отношениями с владельцами источников информации и разработчиками цифровой платформы, а также поддерживает бизнес-процессы платформы
Примечание – Составлено автором.	

Важно отметить, что государство в лице правительства, а также органов государственной власти и местного самоуправления предоставляет государственные цифровые услуги посредством платформ.

В то же время к субъекту «государство» относятся государственные предприятия, предоставляющие цифровые услуги в зависимости от отраслевой принадлежности и видов экономической деятельности, которые может осуществлять данное предприятие.

По мнению диссертанта, все компании, предоставляющие цифровые услуги, можно разделить на следующие группы:

– платформенные компании, предоставляющие товары и услуги только в цифровом формате. В данном случае весь процесс производства, предоставления и потребления проходит в цифровом формате и материального результата потребитель не имеет. Примерами таких компаний являются Google, «ВКонтакте», Yandex;

– компании – разработчики виртуальных игр, предоставляющие услуги внутри игр. В частности, получение каких-либо цифровых товаров, используемых в игровом пространстве за определенные достижения либо приобретаемых на виртуальную (игровую) валюту в рамках конкретной игры. К примеру, в виртуальной игре за прохождение определенного уровня предоставляются баллы либо виртуальные игровые средства платежа, которые могут быть использованы на приобретение дополнительных игровых ресурсов;

– компании, предоставляющие товары и услуги в аналоговом (физическом) формате, но посредством цифровых платформ. В данном случае цифровой характер носит только процесс предоставления услуги, в то время как товар/услуга имеет материальную форму и не трансформируется в нематериальный результат. Например, Alibaba, Wildberries, Amazon, Ozon;

– компании, занимающие промежуточное положение, предоставляющие товар в традиционном формате, но путем использования интернет-технологий. Данная группа компаний характеризуется тем, что само взаимодействие основано на цифровых технологиях и результат не имеет материального выражения. В данном

случае предоставляется именно услуга в нематериальной форме, но в офлайн-пространстве. Например, Veercar, Uber.

Диссертантом выделяется интернет-провайдер как субъект цифровой услуги ввиду двойственного характера деятельности. С одной стороны, интернет-провайдер осуществляет техническую поддержку других субъектов цифровых услуг, а с другой – является полноправным участником и предоставляет цифровые услуги непосредственно.

Таким образом, диссертантом выделены субъекты цифровых услуг и представлена краткая характеристика основных услуг, которые они предоставляют.

Поскольку характеристика оказываемых услуг дана в достаточно общем виде, диссертантом разработана классификация цифровых услуг (таблица 11).

Таблица 11 – Классификация цифровых услуг

Основание	Вид
Признак коммерциализации	Цифровые коммерческие услуги
	Цифровые некоммерческие услуги
Форма собственности субъекта цифровой услуги	Государственная цифровая услуга
	Частная цифровая услуга
Потребитель цифровой услуги	Государство и органы государственной власти
	Коммерческие и некоммерческие организации
	Население
	Цифровые услуги между цифровыми платформами, вещами, искусственным интеллектом без участия человека
Отраслевая принадлежность	Цифровые услуги бытового обслуживания
	Цифровые транспортные услуги
	Жилищно-коммунальные услуги
	Цифровые услуги общественного питания
	Цифровые услуги связи
	Цифровые услуги учреждений культуры
	Цифровые туристские и экскурсионные услуги
	Цифровые услуги физической культуры и спорта
	Цифровые медицинские услуги

Продолжение таблицы 11

Основание	Вид
	Цифровые финансовые услуги
	Цифровые образовательные услуги
	Цифровые услуги розничной торговли
	Цифровые услуги в сфере информационных технологий
	Прочие цифровые услуги
Ядро цифровой услуги	Коммерческая цифровая услуга
	Некоммерческая цифровая услуга
	Игровая цифровая услуга
Зависимость от офлайн-услуг	Дополняющая цифровая услуга
	Заменяющая цифровая услуга
	Полноценная цифровая услуга
Специфика самой цифровой услуги ¹	Цифровые продуктосодержащие услуги
	Чистая цифровая услуга
	Смешанная электронная услуга
	Производная услуга
	Гибридная услуга
Степень охвата целевой аудитории	Индивидуальная цифровая услуга
	Массовая цифровая услуга
Примечание – Составлено автором.	

Подробная характеристика каждого из видов цифровых услуг представлена в приложении А. Зарождение цифровых услуг стало объективным эволюционным этапом, и дальнейшее развитие услуг связано с формированием системы цифровых услуг.

Моделирование различных процессов является актуальным направлением исследований, и во многих теоретических моделях услуг ключевым является утверждение, что время производства и время потребления услуги совпадают, но при

¹ Ватолкина Н. Ш. Сущность и классификация электронных услуг как объекта управления // Национальная концепция качества: государственная и общественная защита прав потребителей: сб. тез. докл. Междунар. науч.-практ. конф. (Санкт-Петербург, 1 октября 2018 г.). – СПб.: Культ-Информ-Пресс, 2018. – С. 205–209.

этом технологии предоставления и потребления услуги практически не упоминаются. Это привело к применению ряда ограничений и допущений в процессе моделирования системы услуг.

Все это характерно и для цифровых услуг, представленных в различных сферах и обладающих своей спецификой.

Поскольку цифровые услуги не нашли своего отражения в научной литературе, а также стратегических документах как национального, так и отраслевого характера, усиливается актуальность рассмотрения следующих вопросов формирования и развития системы цифровых услуг:

– отсутствует система планирования развития цифровых услуг в различных сферах деятельности;

– не выявлено значение государственного регулирования цифровых услуг в коммерческой сфере, что позволит достичь синергетического эффекта и тем самым повысить качество жизни населения и уровень конкурентоспособности национальной экономики;

– в литературе отсутствуют модели предоставления услуг в зависимости от используемой платформы, что также влияет на материализацию конечного результата.

Построение системы цифровых услуг должно базироваться как на глубоком осмыслении теоретических основ ее формирования, так и на учете специфики возникновения, развития и функционирования цифровых услуг в России с последующей трансформацией в систему.

Ключевыми предпосылками формирования системы цифровых услуг являются: развитие сети Интернет; расширение границ цифровых технологий; доступность цифровых устройств для потребителей сферы услуг; глобализация и цифровизация всех сфер жизни общества; изменение потребностей потребителей; информатизация экономического пространства; вытеснение живого труда роботизацией и автоматизацией; развитие электронных форм взаимодействия; использование технологий искусственного интеллекта.

Отметим, что основными факторами, влияющими на формирование и развитие системы цифровых услуг, являются следующие.

Во-первых, наличие ресурсной составляющей, являющейся основой для формирования и развития системы цифровых услуг.

Во-вторых, связь с конкурентоспособностью традиционных услуг.

В-третьих, учет влияния внешних сил и способность адаптироваться к изменяющимся условиям рынка.

В-четвертых, рост денежных доходов и расходов населения.

В-пятых, изменение моделей потребления потребителей.

В-шестых, глобализация и интернационализация, выражающаяся в росте экспорта услуг, либерализации внутренних рынков услуг и внедрении информационных технологий.

Российская система цифровых услуг развивается в национальной среде, обладающей определенной спецификой. Во-первых, зарубежный опыт цифровой трансформации национальной экономики невозможно применять в полном объеме в России ввиду культурных и национальных особенностей. Во-вторых, имеется достаточно существенная разница в доступе к сети Интернет на территории страны, что приводит к поляризованности цифровой доступности. В-третьих, присутствуют существенные различия как по уровню цифровой грамотности населения, так и по уровню доверия к цифровым технологиям.

В свою очередь, основными элементами организации деятельности в системе цифровых услуг являются:

– перманентное отслеживание существующего и потенциального спроса потребителя на цифровые услуги на основе проведения маркетинговых исследований;

– организация научно-исследовательской деятельности по созданию новых цифровых услуг на основе проведения исследований рынка и выявления перспективных направлений развития национального рынка цифровых услуг;

– развитие платформенных решений по сбыту и продвижению цифровых услуг;

– разработка стратегических документов отраслевого характера по развитию цифровых услуг в соответствии с приоритетными стратегическими документами на национальном и международном уровне;

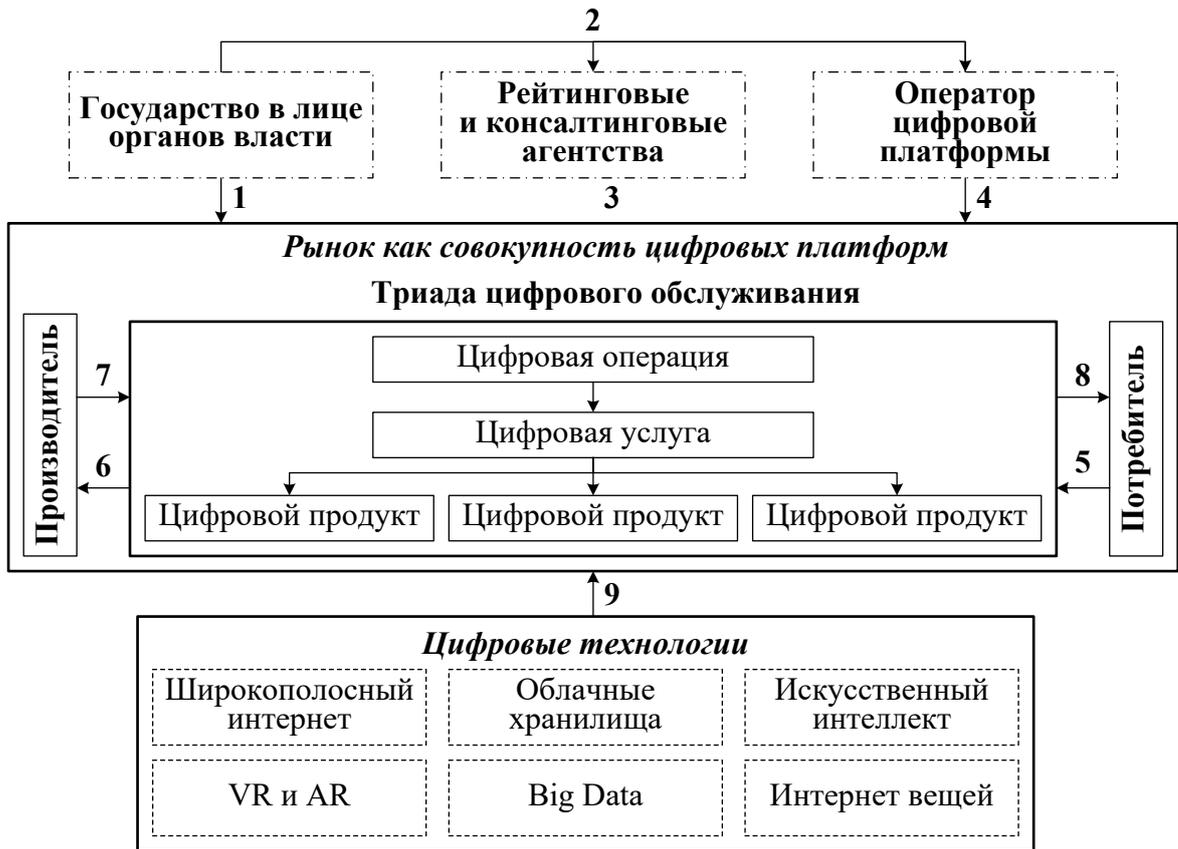
– совершенствование процессов организации и предоставления цифровых услуг с учетом происходящих технологических, экономических и социальных изменений, включая вопросы производства, сбыта, продвижения и контроля над осуществлением маркетинговой деятельности.

По мнению диссертанта, при развитии системы цифровых услуг необходимо применять дифференцированный подход, учитывающий специфику конкретного вида услуг.

Одним из основополагающих вопросов при исследовании системы цифровых услуг является определение базовых понятий. Категория «цифровая услуга» была охарактеризована автором выше.

Следующей категорией является «система цифровых услуг». Опираясь на устоявшиеся подходы к категории «система», можно утверждать, что система представляет собой комплекс взаимосвязанных элементов, формирующих определенное целостное образование с новыми свойствами, не присущими каждому из структурных элементов в отдельности. Таким образом, автором предлагается следующее определение: **система цифровых услуг** – комплекс взаимосвязанных элементов, характеризующийся совокупностью отношений, складывающихся между производителем и потребителем относительно цифровых операций, услуг и продуктов на цифровых платформах, с использованием цифровых технологий, осуществлением управленческого воздействия со стороны государства в лице органов власти, а также рейтинговых и консалтинговых агентств, оператора цифровой платформы с целью обеспечения его функционирования.

Целостная инфраструктура предоставления цифровых услуг обеспечивает непрерывное воспроизводство всей системы цифровых услуг, которую можно представить графически в виде трех блоков, находящихся в определенной взаимосвязи (рисунок 14).



Примечание – Составлено автором.

Рисунок 14 – Структура системы цифровых услуг:

- 1 – регулирование; 2 – надзор за деятельностью; 3 – составление рейтингов;
 4 – ведение реестра пользователей, обеспечение деятельности цифровой платформы;
 5 – запрос со стороны потребителя; 6 – запрос необходимых цифровых операций, услуг, продуктов; 7 – удовлетворение запроса; 8 – получение цифровой операции, услуги, продукта;
 9 – использование цифровых технологий

Цель системы цифровых услуг – обеспечение эффективности функционирования и развития ее субъектов на основе системы знаний относительно процесса взаимодействия его участников.

Задачи системы цифровых услуг:

– обеспечение сбалансированного спроса и предложения определенного вида цифровой услуги на основе гибкого реагирования на тенденции рынка и изменение ресурсной составляющей системы;

– формирование системы отношений со всеми элементами и структурами производства и потребления на национальном рынке услуг;

- воздействие на процесс производства и предоставления цифровой услуги с целью совершенствования ассортимента и качества предоставляемых цифровых услуг;

- расширение рынков цифровых услуг как на основе инновационных услуг, так и на основе цифровой трансформации традиционных услуг с выделением отдельного сегмента.

Принципы системы цифровых услуг:

- процесс предоставления услуг должен находиться в поле решений с тремя ограничениями: «цели и текущий уровень производственных возможностей», «реальные потребности потребителя» и «правовое регулирование»;

- предоставление цифровой услуги по времени и характеристикам соответствует потребностям и представлениям потребителя о качестве цифровой услуги;

- процесс предоставления цифровой услуги совершенствуется на основе внедрения современных технологических процессов и программных продуктов;

- стратегические приоритеты и тактические мероприятия рыночных структур оказывают влияние на взаимодействие с потребителем цифровой услуги как с точки зрения выявления потребностей потребителей и дальнейшего приспособления к ним, так и при воздействии на них.

Как видно на рисунке 14, ключевым структурным элементом системы цифровых услуг выступает рынок цифровых услуг, представляющий собой совокупность экономических отношений относительно купли-продажи цифровых услуг, обеспечивающих предоставление экономических благ конечному потребителю с использованием цифровых технологий. Так, в рамках системы цифровых услуг выделяется регулирование рынка цифровых услуг со стороны государства в лице органов власти, деятельность рейтинговых и консалтинговых агентств, а также ведение реестра пользователей оператором цифровой платформы. Причем государство также осуществляет надзорную деятельность в отношении как оператора цифровой платформы, так и рейтинговых и консалтинговых агентств. В свою очередь, на рынке цифровых услуг осуществляется взаимодействие между участниками рынка с использованием цифровых технологий, которое может иметь начальный (цифровая

операция), промежуточный (цифровая услуга, которая не персонифицирована для дальнейшего потребления), окончательный результат (цифровой продукт).

Система цифровых услуг может работать эффективно только при наличии нормативно-правовых актов, обеспечивающих защиту интересов всех участников процесса предоставления цифровой услуги, развитой инфраструктуры и независимости от зарубежных компаний, предоставляющих программное обеспечение, цифровой грамотности населения, кибербезопасности.

Система цифровых услуг рассматривается с точки зрения цифровой триады, с использованием стоимостного, маркетингового и юридического подходов.

Стоимостной подход основывается на том, что в основе деятельности лежит экономическая эффективность предоставляемой цифровой услуги. В случае возмездного оказания цифровой услуги актуальность приобретает окупаемость цифровой услуги. При предоставлении услуги на безвозмездной основе учитываются затраты финансирующей стороны и социальный эффект, получаемый при реализации данной цифровой услуги.

Маркетинговый подход базируется на том, что необходимо достижение баланса между максимально возможным удовлетворением потребностей потребителей и укреплением своих позиций на рынке, в том числе увеличением своей доли рынка.

Юридический подход базируется на нормативно-правовых актах, регулирующих цифровую услугу, и стратегических документах, определяющих приоритетные направления ее развития.

Цифровая триада – взаимосвязь цифровых операций, продуктов и услуг, являющаяся ядром системы цифровых услуг.

Цифровая операция – составной элемент цифровой услуги, представляющий собой организационное, техническое, технологическое, интеллектуальное, финансовое, информационное и юридическое воздействие на клиента в процессе предоставления услуги.

Цифровой продукт – конечный результат, получаемый потребителем и включающий в себя отдельную цифровую услугу либо совокупность цифровых

услуг с определенными характеристиками, направленные на удовлетворение конкретной потребности потребителя.

Ранее диссертантом были обозначены отличительные признаки цифровых услуг. В характеристике цифрового продукта важными являются такие признаки, как кастомизация цифровой услуги и интерактивность экономических отношений. Учитывая, что потребитель может приобрести одну цифровую услугу либо их совокупность, в данном случае речь идет уже о цифровом продукте. Таким образом, цифровой продукт может состоять из отдельной цифровой услуги (простой) либо совокупности различных цифровых услуг (комплексный).

Еще одной категорией, связанной с цифровой услугой, является цифровое обслуживание.

Цифровое обслуживание – вся совокупность интерактивных действий между производителем и потребителем цифровой услуги, необходимых для ее предоставления.

Следующим базовым понятием является **рынок цифровых услуг**, под которым понимается действующая в цифровом пространстве открытая развивающаяся система экономических отношений по купле-продаже товаров или услуг с использованием цифровых сервисов и технологий, имеющая определенные количественные и качественные характеристики.

Функции рынка цифровых услуг:

– равновесная – установление равновесных цен на цифровые услуги в зависимости от специфики спроса целевой аудитории и направленности цифровой услуги;

– коммерческая – производство цифровых услуг и их предоставление с целью извлечения прибыли (для коммерческих предприятий и организаций);

– социальная – предоставление цифровых услуг на безвозмездной основе с целью выполнения социальных функций (наиболее характерна для некоммерческих предприятий и организаций и органов государственной власти и местного самоуправления);

– синергетическая – повышение качества жизни и возможность предоставления ряда цифровых услуг вне зависимости от локализации производителя либо потребителя услуги, времени возникновения потребности в конкретной услуге;

– интеграционная – объединение участников рынка цифровых услуг на различных платформах с целью более успешного взаимодействия и предоставления возможности выстраивания долгосрочных коммуникаций;

– стимулирующая – экономическое поощрение прибылью успешного использования новейших программных продуктов и технологий для эффективного управления организацией, предоставляющей цифровые услуги;

– информационная – оперативный сбор, обработка и предоставление актуальной информации о состоянии рынка, необходимой участникам рынка для принятия обоснованных решений;

– организационная – совершенствование структуры рынка посредством выведения неконкурентоспособных, экономически неэффективных участников рынка.

Поскольку теория цифровых услуг находится на этапе становления, диссертантом был проведен анализ и систематизация различных критериев классификации рынков цифровых услуг, что позволило объединить их в группы (таблица 12). Подробная характеристика каждого из видов рынка представлена в приложении Б.

Таблица 12 – Классификация рынков цифровых услуг

Критерий	Признак классификации	Вид рынка
Доминирование на рынке	Уровень развития конкуренции	Рынок монополизированный; рынок монополистической конкуренции; рынок олигополистической конкуренции; рынок совершенной конкуренции
	Субъект доминирования	Рынок продавца; рынок покупателя
	Степень участия иностранных производителей	Рынок, формируемый только за счет национальных компаний; рынок с незначительной долей иностранных компаний; рынок с равной долей цифровых услуг национальных и иностранных компаний; рынок с преобладанием иностранных компаний, предоставляющих цифровые услуги

Продолжение таблицы 12

Критерий	Признак классификации	Вид рынка
Территориальная характеристика	Территориальный уровень	Глобальный; национальный; межрегиональный; региональный; локальный
	Структура экономического пространства	Гомогенный; поляризованный
Организационно-правовые особенности рынка	Степень легализации рыночных процессов	Легальный; полуполюгальный; теневой («черный»)
	Канал реализации товаров	Организованный; неорганизованный
Особенности развития рынка	Конъюнктурная оценка рынка	Активный; стагнирующий; коллапсирующий
	Степень сбалансированности рынка	Равновесный; дефицитный; избыточный
	Направление развития рынка	Развивающийся в цифровом пространстве; развивающийся в аналоговом пространстве; развивающийся одновременно в цифровом и аналоговом пространстве; экстенсивно расширяющийся; перманентный; сокращающийся
	Степень осязаемости и новизны цифровой услуги	Рынок цифровых услуг, которые замещают существующие аналоговые услуги; рынок новых цифровых услуг в цифровом мире, улучшающих реальные товары и услуги; рынок цифровых услуг в виртуальном мире, предоставляемых на коммерческой, некоммерческой основе и внутри виртуальных игр
Целевой рынок	Социальная значимость	Социально гарантированный; коммерческий
	Охват рынка	Индивидуальный; массовый
	Отраслевая принадлежность	Услуги бытового обслуживания; транспортные услуги; жилищно-коммунальные услуги; услуги общественного питания; услуги связи; услуги учреждений культуры; туристские и экскурсионные услуги; услуги физической культуры и спорта; медицинские услуги; финансовые услуги; образовательные услуги; услуги розничной торговли; услуги в сфере информационных технологий; прочие услуги населению
	Дифференциация по уровню доходов целевого потребителя	Mass-рынок; middle-рынок; premium-рынок
	Характер спроса на цифровую услугу	Отрицательный; отсутствующий; скрытый; снижающийся; сезонный; перманентный; чрезмерный; иррациональный

Примечание – Составлено автором по: Усова Н. В. Маркетинг потребительских рынков крупных городов Урала: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. – Екатеринбург, 2014. – 203 с.

Данная классификация представляет собой совокупность признаков, всесторонне характеризующих ключевые аспекты функционирования рынка цифровых услуг. Предложенный подход основан на выделении основных факторов, которые в конечном итоге определяют текущее состояние и перспективы его дальнейшего развития данного рынка.

Степень сбалансированности рынка цифровых услуг – соотношение совокупности качественных и количественных факторов, определяющих концентрацию и дифференциацию объектов рынка цифровых услуг, выступающих в качестве ключевых движущих сил его развития, формирующих стагнирующий, сжимающийся, интенсивно либо экстенсивно расширяющийся рынок цифровых услуг.

Основными участниками купли-продажи цифровых услуг выступают следующие стороны: производители услуг, потребители услуг, цифровые посредники (цифровые платформы, цифровые коммуникации) и регулятор рынка в лице государства, определяющего нормативно-правовую базу рынка цифровых услуг.

В основе цифрового обслуживания находятся цифровые платформы и цифровые экосистемы. Диссертант согласен с М. К. Ценжарик, которая утверждает, что «основной бизнес-моделью цифровой экономики являются платформы, функционирующие в разных формах и формирующие цифровые экосистемы»¹.

Для начала необходимо рассмотреть понятие цифровой платформы и подходы к классификации, а затем перейти к цифровым экосистемам, которые выступают логическим этапом эволюции цифрового взаимодействия.

Цифровая платформа – это «система алгоритмизированных взаимовыгодных взаимоотношений значимого количества независимых участников отрасли экономики (или сферы деятельности), осуществляемых в единой информационной среде, приводящая к снижению транзакционных издержек за счет применения па-

¹ Ценжарик М. К. Эволюция экосистем: от платформ к метавселенным // Предпринимательство и инновации: от предприятий к экосистемам / И. А. Аренков, Г. Л. Багиев, К. А. Белокрылов и др.; под общ. ред. И. А. Аренкова, Е. А. Мидлер, Е. Г. Черновой. – СПб.: СПбГЭУ, 2023. – С. 63.

кета цифровых технологий работы с данными и изменения системы разделения труда»¹.

Существуют различные классификации цифровых платформ. Систематизация существующих подходов представлена в таблице 13, характеристика каждого из видов цифровых платформ содержится в приложении В диссертационного исследования.

Таблица 13 – Классификация цифровых платформ

Основание	Вид
Специализация ²	Социальные сети
	Мессенджеры
	Поисковые системы
	Интернет-браузеры
	Видеоплатформы
	Операционные системы для персонального компьютера
	Онлайн-платежные системы
	Образовательные
	Краудфандинговые
	По поиску работы
	Мобильные операционные системы
	Электронной торговли
	Пассажирских перевозок
	По аренде жилья
В сфере туризма и путешествий	
Наличие экономической выгоды	Коммерческие
	Некоммерческие

¹ Цифровые платформы: подходы к определению и типизации / Ростелеком. – URL: https://files.data-economy.ru/digital_platforms.pdf (дата обращения: 30.07.2020).

² Гелисханов И. З., Юдина Т. Н., Бабкин А. В. Цифровые платформы в экономике: сущность, модели, тенденции развития // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. – 2018. – Т. 11, № 6. – С. 22–36.

Продолжение таблицы 13

Основание	Вид
Результат деятельности на платформе ¹	Инструментальная
	Инфраструктурная
	Прикладная
	Купоны и скидки
	Госуслуги
Степень развитости	Интернет-магазин
	Маркетплейс
	Цифровая экосистема
Степень развития предоставляемого функционала ²	Технологические
	Функциональные
	Инфраструктурные
	Корпоративные
	Информационные
	Маркетплейсы
	Отраслевые
Классификация Е. В. Поповой, А. И. Семенова ³	Обеспечивающие реализацию онлайн бизнес-моделей
	Обеспечивающие создание высокотехнологичной продукции
	Обеспечивающие интеграцию участников согласно их определенным целям и потребностям
	Обеспечивающие взаимодействие участников с государственными организациями, выполняющими государственное задание
Ценностная составляющая ⁴	Платформы транзакций
	Интегрированные
	Инновационные
	Инвестиционные
Масштаб функционирования	Национальные
	Региональные
	Глобальные

¹ Цифровые платформы: подходы к определению и типизации / Ростелеком. – URL: https://files.data-economy.ru/digital_platforms.pdf (дата обращения: 30.07.2020).

² Кешелава А. В., Хаеи И. Л. Предмет цифровой экономики и роль цифровых инструментов // Цифровая экономика. – 2019. – № 2 (6). – С. 87–95.

³ Попова Е. В., Семенов А. И. Анализ цифровых платформ, применяемых для эффективной реализации цепочек создания ценности // Инновации и инвестиции. – 2019. – № 8. – С. 235.

⁴ Смирнов Е. Н. Глобальные цифровые платформы как фактор трансформации мировых рынков // Вопросы инновационной экономики. – 2020. – Т. 10, № 1. – С. 18.

Продолжение таблицы 13

Основание	Вид
Направленность предоставляемых цифровых услуг	Агрегированные
	Социальные
	Мобилизационные
	Обучающие
Примечание – Систематизировано автором.	

Как видно из таблицы 13, критериев для классификации достаточно много, и процесс формирования платформенной экономики, т. е. экономики на основе различных цифровых платформ, пока находится на этапе становления.

Е. Н. Смирнов, рассматривая цифровые платформы, отмечает их ключевую роль, а наиболее значимым ресурсом называет цифровые данные. «Цифровые платформы могут способствовать созданию ценности взаимодействия между различными субъектами платформы (производителями и потребителями различных товаров и услуг). Однако, по сути, их эффективное функционирование зависит от цифровых данных, и создание стоимости во многом зависит от использования этих данных интеллектуальными способами»¹. В свою очередь, «для физических лиц цифровые платформы и экосистемы позволяют получить доступ к большему разнообразию и выбору товаров/услуг (которые к тому же становятся индивидуализированными и персонализированными) по более низким ценам. Дополнительная выгода потребителей – в более быстром получении товаров/услуг за счет меньшего числа посредников»².

Мир меняется очень быстро, поэтому компаниям также приходится постоянно трансформироваться, а использование цифровых платформ в современных условиях стало способом сохранить свою гибкость и адаптироваться к происходя-

¹ Смирнов Е. Н. Моделирование оценки состояния управления подпроцессами инновационной деятельности предприятия // Развитие экономических систем: теория, методология, практика / Б. Н. Герасимов, О. И. Уланова, Е. Н. Смирнов и др.; под общ. ред. Б. Н. Герасимова. – Пенза: ПГАУ, 2020. – С. 37.

² Там же. – С. 38.

щим изменениям. Цифровые платформы позволяют не только масштабировать бизнес-модель и исключать посредников из процесса доведения товара до конечного потребителя, но также создавать и транслировать новые ценности. При этом формируется база знаний о целевой аудитории, а также создается обратная связь с ней, имеющая циклический характер.

В современных условиях набирают популярность маркетплейсы и цифровые экосистемы. Маркетплейсы, выступая цифровой площадкой для различных продавцов, могут иметь существенные различия в зависимости от предлагаемой продукции, участников и степени их активности, а также от широты охвата аудитории.

Так, по типу продукции выделяются маркетплейсы, на которых представлены товары, услуги, информационный контент, а также краудфандинговые платформы.

По типу участников также выделяется несколько видов маркетплейсов, которые переключаются с типами рынков. Так, выделяются маркетплейсы B2B, B2C, C2C и совершенно новый тип D2C, характеризующийся непосредственным взаимодействием производителя с потребителем. При этом из сбытовой цепочки исключаются любые посредники.

В зависимости от типа активности участников выделяется два типа маркетплейсов: «магазин» в классическом понимании и «аукцион», когда инициатором выступает покупатель, оставляя свою заявку.

По широте охвата маркетплейсы могут быть вертикальными (представлены товары одной категории, но от разных производителей), горизонтальными (предлагаются товары либо услуги, направленные на удовлетворение определенной потребности) и глобальными (представлены различные товары, направленные на удовлетворение различных потребностей).

Наряду с достаточно большим числом цифровых платформ в различных направлениях появляются цифровые экосистемы.

Категория «цифровая экосистема» весьма дискуссионна, отсутствует единый подход к ее пониманию. В разных странах выделяется своя специфика, о чем свидетельствует исследование Института экономической политики им. Е. Т. Гайдара

«Цифровые экосистемы в России: эволюция, типология, подходы к регулированию»¹.

Выделяют следующие подходы к определению цифровых экосистем²:

– цифровая экосистема как совокупность инфраструктурной (прежде всего, доступ к сети Интернет), регулирующей (правовые основы использования сети Интернет), содержательной (цифровые технологии, используемые для предоставления товаров и услуг и их пользователи) компонент. Связующие звенья – кибербезопасность, вовлеченность, новые технологии и геополитическое положение (США);

– цифровую экосистему образуют субъекты, осуществляющие предпринимательскую деятельность с использованием цифровых технологий, в том числе «гейткперы» – платформы, которые могут действовать как частные регуляторы и ограничивать связь между бизнесом и потребителями. Наличие или отсутствие условий для осуществления этой деятельности и их характер обуславливают эффективность всей цифровой экосистемы (Великобритания);

– цифровая экосистема как совокупность цифровой инфраструктуры и среды (платформы), участников (пользователи, поставщики услуг и данных, операторы), регуляторов – органов власти (Сингапур);

– цифровая экосистема как совокупность платформ, участников платформ (поставщики и потребители услуг, «гейткперы») (ЕС);

– цифровая экосистема как совокупность платформ, операторов платформ, участников (пользователей) платформ (КНР).

В свою очередь, исследователи Института экономической политики им. Е. Т. Гайдара предлагают следующий подход: цифровая экосистема – «это цифровая платформа, интегрированная с другими цифровыми сервисами и (или)

¹ Цифровые экосистемы в России: эволюция, типология, подходы к регулированию / Институт экономической политики им. Е. Т. Гайдара. – URL: https://www.iep.ru/files/news/Issledovanie_jekosistem_Otchet.pdf (дата обращения: 03.08.2022).

² Там же.

цифровыми платформами одной группы компаний/партнеров или органа государственной власти, действующая на нескольких отраслевых рынках»¹.

Диссертантом предлагается уточненное определение, основанное на том, что цифровая экосистема – это совокупность платформ, позволяющая получить синергетический эффект от взаимодействия в цифровом пространстве.

Цифровая экосистема – это цифровая бизнес-модель, характеризующаяся бесшовностью цифровой среды и позволяющая приобретать и потреблять различные цифровые товары и цифровые услуги, как собственные, так и компаний-партнеров, представляющие определенную ценность для потребителя.

Для того чтобы возможно было идентифицировать цифровую экосистему, выделяют ряд индикаторов:

- совокупность цифровых платформ, которые, с одной стороны, функционируют на различных рынках, но, с другой стороны, их объединяет целевая аудитория экосистемы;

- техническое сопоставление цифровых платформ, входящих в экосистему;

- заинтересованность целевой аудитории в цифровых продуктах экосистемы;

- формирование базы знаний о целевой аудитории с перманентным наращиванием на основе цифрового следа.

Важно отметить, что в условиях цифровой экосистемы участники имеют возможность перманентно формировать базу знаний и тем самым совершенствовать цифровые услуги и программы лояльности, что позволит получить ряд эффектов как с точки зрения увеличения числа участников, так и в плане повышения уровня востребованности предлагаемых цифровых услуг.

Примерами цифровых экосистем в России являются экосистемы МТС, «Яндекса», «Сбербанка». Так, в экосистему «Сбербанка» входят организации в сфере финансов, досуга, обучения, здоровья, бизнеса и торговли.

¹ Цифровые экосистемы в России: эволюция, типология, подходы к регулированию / Институт экономической политики им. Е. Т. Гайдара. – URL: https://www.iep.ru/files/news/Issledovanie_jekosistem_Otchet.pdf (дата обращения: 03.08.2022).

По мнению автора, для развития цифровых услуг в России и формирования их системы необходимо решение ряда проблем:

- совершенствование нормативно-правовой базы, регулирующей сферу услуг, и выделение цифровой услуги как полноценной услуги наряду с услугами, предоставляемыми в традиционном формате;
- обеспечение кадрового и инфраструктурного соответствия;
- обеспечение достаточного уровня цифровой грамотности участников рынка;
- обеспечение доступности широкополосного интернета с точки зрения развития инфраструктуры на всей территории страны и для всех граждан вне зависимости от уровня доходов, социального статуса, территории проживания;
- повышение уровня кибербезопасности всех участников системы цифровых услуг.

Таким образом, в рамках данного параграфа диссертантом сформулированы теоретические положения и расширен категориальный аппарат системы цифровых услуг. Формирование системы началось относительно недавно, что обусловлено историческими особенностями развития цифровых услуг в России и территориальной спецификой государства. При этом внешние глобальные факторы оказывают свое влияние на ускорение данных процессов. Увеличение числа интернет-магазинов, развитие маркетплейсов и совершенствование существующих экосистем выступают в качестве определенных индикаторов востребованности цифровых услуг потребителем.

Система цифровых услуг представляет собой сегмент одного из ключевых элементов национальной экономики, который позволит не только повысить качество жизни общества, но и решить ряд вопросов, связанных с конкурентоспособностью и инвестиционной привлекательностью экономики Российской Федерации в ближайшей перспективе. Все это обусловлено тем, что цифровая экономика и глобальные информационные сети становятся драйверами развития как национальной, так и мировой экономики.

Выводы по главе 1

Первая глава посвящена исследованию теоретических основ системы цифровых услуг.

1. Предложен подход к классификации экономических циклов на основе критерия «уровень экономического взаимодействия», включающий в себя три уровня возникновения и развития экономических циклов: микроэкономический (Дж. Китчин, К. Жюгляр), макроэкономический (С. Кузнец, К. Фримен) и мегаэкономический (Н. Д. Кондратьев).

2. На основе систематизации этапов научно-технического прогресса, выявленных и систематизированных особенностей научно-технических революций, а также подхода С. Ю. Глазьева к эволюции технологических укладов диссертантом выделены этапы развития экономики с точки зрения изменения роли человека в производственном процессе.

3. Систематизированы этапы развития экономики и выделены существенные характеристики цифровой экономики как современного этапа развития; сформулированы преимущества и угрозы цифровой экономики, которые необходимо учитывать в процессе становления и развития цифровой экономики на национальном уровне; предложен авторский подход к категории «цифровая экономика», где в качестве ключевых выделены такие аспекты, как принадлежность к определенному технологическому укладу и преобладание цифрового сегмента над аналоговым; предложен алгоритм перехода к цифровой экономике, учитывающий секторальный аспект.

4. На основе рассмотрения мирового опыта развития цифровой экономики диссертантом дается прогноз формирования нового шестого этапа развития, в основе которого лежат цифровые платформы и экосистемы как логическое продолжение платформенного взаимодействия участников рынка.

5. Выделены уровни цифровой экономики, которые обладают определенной спецификой: локальный (на уровне предприятия либо совокупности предприятий

единой структуры), национальный (охватывает уровень отдельного государства) и глобальный (на уровне международных организаций и объединений государств).

6. Выделены элементы цифровой экономики и предложены две модели цифровой экономики – концептуальная и расширенная, учитывающие специфику цифровой экономики и ее структурную составляющую.

7. Предложены авторские подходы к определению категорий «цифровая услуга», «цифровая экосистема», «система цифровых услуг», «цифровая триада».

8. Представлена теоретическая характеристика цифровых услуг. В частности, выявлены отличительные признаки цифровых услуг, которые необходимо учитывать в процессе их предоставления; выделены субъекты цифровых услуг и дана их характеристика.

9. На основе ретроспективного анализа выявлены этапы становления и развития цифровых услуг.

10. Представлена авторская структура системы цифровых услуг и предложено рассмотрение ядра системы цифровых услуг как цифровой триады, состоящей из цифровой операции, цифрового продукта и цифровой услуги.

11. Разработана классификация цифровых услуг по различным основаниям и систематизированы классификационные критерии цифровых платформ.

Таким образом, разработаны теоретические основы формирования и развития системы цифровых услуг в условиях перехода к новому технологическому укладу и цифровой модели национальной экономики как драйвера повышения конкурентоспособности национальной экономики на международном уровне.

2 Методологические положения формирования и функционирования системы цифровых услуг на потребительских рынках

2.1 Перспективные направления развития системы цифровых услуг на потребительских рынках и их влияние на формирование методологии исследования

Как было отмечено ранее, система цифровых услуг представляет собой комплекс взаимосвязанных элементов, характеризующийся совокупностью отношений, складывающихся между производителем и потребителем относительно цифровых операций, услуг и продуктов на цифровых платформах, с использованием цифровых технологий, осуществлением управленческого воздействия со стороны государства в лице органов власти, а также рейтинговых и консалтинговых агентств, оператора цифровой платформы с целью обеспечения его функционирования.

В первой главе диссертантом проведено исследование развития цифровой экономики и отмечено, что происходит усложнение производственного процесса, его автоматизация, которая направлена на высвобождение человека из производственного процесса, что приводит к изменению всех сфер деятельности человека. Так, если первые три революции были ориентированы именно на трансформацию производственного процесса, то последняя полностью меняет привычный образ жизни и организацию производственного процесса. Меняется не только экономическая, но и профессиональная составляющая, происходит замещение искусственным интеллектом и перенос в сеть Интернет большинства процессов.

В условиях высокой турбулентности развития меняются и экономические циклы. Сейчас их продолжительность составляет 4–5 лет, причем наступление кри-

зиса происходит более плавно, а переход от кризиса к новому подъему носит более затянутый характер, что обусловлено рядом факторов.

Во-первых, увеличение доли крупных корпораций в общем объеме производимой продукции, что позволяет им доминировать на рынке и диктовать определенные тренды развития.

Во-вторых, научно-технический прогресс и научно-технические революции. Научно-технический прогресс влияет на отраслевую структуру экономики, а также на величину и структуру спроса. Появление инновационных отраслей и совершенно новых товаров, не имеющих заменителей, приводит к отмиранию старых отраслей и снижению уровня спроса на предлагаемые традиционные товары и услуги. Именно традиционные отрасли экономики подвержены влиянию инновационных процессов, в связи с чем возможны два направления развития: либо «отмирание» старых отраслей, либо их трансформация, что позволит сохранить отрасль и вывести ее на технологически новый уровень развития.

В-третьих, глобализация экономических процессов и международное разделение труда, которые приводят к синхронизации циклического развития экономики в ряде национальных экономик, что обусловлено наличием технологических связей и достаточно тесными межгосударственными экономическими связями.

Кроме того, наблюдается активное развитие сферы услуг и ее цифровая трансформация с учетом накопленного опыта прошедших преобразований. Новая технологическая революция связана с переходом в качественно новое состояние, где движущей силой становятся информация и информационные технологии.

В XXI веке большинство стран стоит на пороге новой научно-технической революции, связанной с цифровизацией экономики, повсеместным внедрением информационно-коммуникационных технологий, внедрением новых цифровых бизнес-моделей, что, в свою очередь, приводит к развитию ассортимента предлагаемых товаров и услуг, а также совершенствованию процесса их предоставления на рынке.

Обеспечение конкурентоспособности национальной экономики невозможно без внедрения цифровых технологий во все сферы деятельности. Цифровизация сферы услуг обусловлена значимостью данного сектора экономики в процессе фор-

мирования тенденций развития национальной экономической системы, а наличие глобальных трендов и определенных потрясений как в экономической, так и в социальной жизни общества становится драйвером ее изменений.

Так, в качестве ключевых драйверов развития сферы услуг можно выделить глобализацию и интеграцию экономических процессов; цифровую трансформацию, обусловленную переходом к новому технологическому укладу; наличие кризисных явлений в экономике, вызванных различными причинами. Одним из драйверов в 2020 г. стала пандемия коронавирусной инфекции COVID-19, которая усилила роль цифровых технологий в жизни общества, подчеркнула значимость применения цифровых технологий для сохранения макроэкономической стабильности в условиях кризиса. На современном этапе наблюдается вытеснение услуг, предоставляемых в аналоговом формате, автоматизация и роботизация существующих бизнес-процессов, а также масштабирование полученной системы управления с целью улучшения текущей ситуации и получения синергетического эффекта.

В связи с этим необходимы трансформация существующих и нахождение новых ресурсов, которые до этого не были известны. Время Великих географических открытий прошло, и нахождение крупных месторождений полезных ископаемых уже затруднительно, а повышение эффективности использования разрабатываемых месторождений сопряжено со значительными капиталовложениями.

Шестой технологический уклад, в рамках которого будет активно развиваться система цифровых услуг, характеризуется наступлением эпохи нанобиотехнологий; выходом на принципиально новый уровень управления экономикой, государством и обществом на основе использования технологий искусственного интеллекта и глобальных информационных сетей; развитием и применением высоких технологий.

Диссертант придерживается точки зрения, что в условиях шестого технологического уклада такие направления, как развитие цифровой экономики на национальном и межгосударственном уровне, приоритетность сферы услуг, а также усиление роли глобальных информационных сетей, позволяют обеспечить ускоренное внедрение цифровых технологий в экономику и социальную сферу, что даст воз-

возможность повысить не только качество жизни общества, но и конкурентоспособность национальной экономики на мировом уровне.

В России услуги, связанные с цифровыми технологиями, за период своего существования прошли несколько этапов развития. При этом изменялись сами услуги, качество и форма их предоставления. Интернет и социальные сети стали площадкой для активного взаимодействия участников рынка, особую значимость приобрело развитие цифровых услуг как направление повышения конкурентоспособности национальной экономики, ключевое направление взаимодействия участников рынка.

Эра цифрового производства, которая началась в 2000 г., характеризуется сменой роли человека в процессе предоставления услуг и производства товаров: из активного участника процесса предоставления услуги он превращается в управляющего автоматизированным/цифровым процессом. В условиях цифровизации сферы услуг ряд услуг теряет свою актуальность и востребованность, что приводит к их исключению из экономического процесса, другие же переходят в цифровое пространство, тем самым трансформируется их технологическая составляющая.

Усиление роли цифровых технологий приводит к изменению структуры потребления товаров и услуг, меняется подход к их производству и сбыту. Важными аспектами, характеризующими цифровые услуги и значимость развития системы цифровых услуг, являются следующие.

Во-первых, глобальный масштаб предоставления цифровых услуг без учета территориального аспекта. Важно отметить, что производитель либо потребитель не могут оказать влияния на наличие ограничений доступа к цифровым услугам, особенно на международном уровне, и в случае блокировки доступа либо удаления мобильного приложения из магазина приложений производителю приходится подбирать иные способы взаимодействия с потребителями.

Во-вторых, возможность взаимодействовать с клиентом круглосуточно и увеличение скорости реакции на изменения потребностей потребителей и их требований к предлагаемым цифровым услугам.

В-третьих, повышение прозрачности рынка и при этом сокращение сроков выведения на рынок нового товара либо цифровой услуги.

В-четвертых, кастомизация предлагаемых услуг и при этом сохранение независимости при принятии решения о покупке.

Как было отмечено ранее, шестой технологический уклад характеризуется рядом факторов:

- активное развитие и внедрение инновационных товаров и услуг;
- постоянное совершенствование технологической составляющей с последующей трансформацией экономических моделей взаимодействия;
- глобализация и интеграция экономических процессов на межгосударственном уровне, усиление трансграничной торговли. Активизация этих процессов обусловлена и рядом глобальных вызовов, которые существуют на современном этапе развития.

Среди глобальных вызовов можно выделить те, которые оказывают существенное влияние на развитие системы цифровых услуг.

Во-первых, это усиление уровня мировой конкуренции и ускорение технологического развития и инновационных процессов. Здесь наблюдается кооперирование как внутриотраслевое, так и межотраслевое, что приводит к получению синергетического эффекта для компании и повышению уровня удовлетворенности для потребителя. Взаимодействие с потребителем осуществляется в цифровом пространстве. В данном случае можно говорить о переходе к платформенной экономике и активному развитию экосистем.

Во-вторых, санкционная политика и аккумуляция основных сил в ряде государств, что приводит к доминированию на глобальных рынках и формированию мировых трендов развития.

В-третьих, пандемия коронавирусной инфекции COVID-19, которая стала одним из катализаторов развития системы цифровых услуг. В частности, самоизоляция и закрытие ряда предприятий и организаций привели к росту востребованности товаров и услуг в сети Интернет. Для многих компаний в данных обстоятельствах

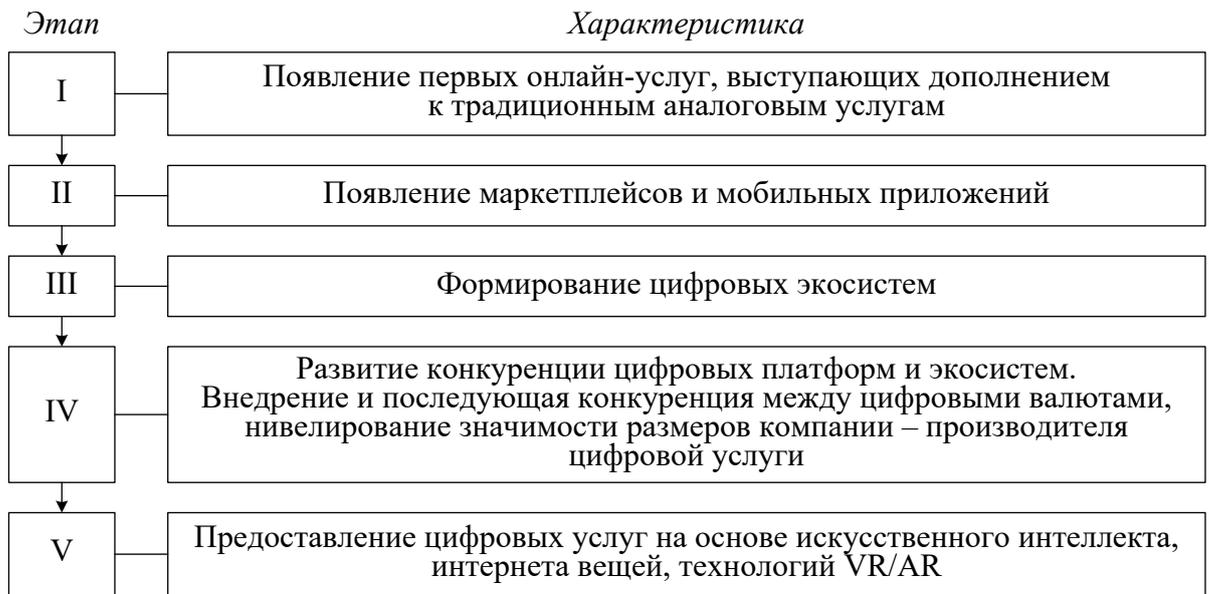
их присутствие в сети Интернет стало условием конкурентоспособности и выживаемости.

Пандемия коронавирусной инфекции COVID-19 привела не только к существенному переосмыслению своей деятельности представителями бизнес-сообщества, но и к активному использованию сети Интернет потребителями. Причем на рынке цифровых услуг предоставляются услуги в различных сферах деятельности: здравоохранение, образование, розничная торговля, транспортные услуги и т. д. Так, многим предприятиям общественного питания пришлось пересмотреть свою бизнес-модель, тем самым изменить коммуникационную и сбытовую политику.

Развитие современных цифровых технологий направлено на ускорение инновационных процессов, снижение барьеров входа в отрасль и в то же время на формирование новых секторов различных рынков, характеризующихся преобразованием традиционных рынков. Таким образом, можно говорить об усилении диффузии цифровых технологий в иные сферы деятельности.

По мнению диссертанта, в ближайшем времени произойдет переход к четвертому этапу развития системы цифровых услуг, и применительно к цифровым услугам на потребительском рынке это будет характеризоваться развитием конкуренции цифровых платформ и экосистем, внедрением и последующей конкуренцией между цифровыми валютами, нивелированием значимости размеров компании – производителя цифровой услуги. Уже сейчас наблюдается конкуренция между различными цифровыми платформами, компании стремятся сформировать цифровые экосистемы и привлечь в них лояльных потребителей. На государственном уровне в ряде стран разрабатываются цифровые валюты центральных банков и ведутся активные дискуссии относительно целесообразности легализации криптовалюты. Причем каждая страна имеет собственную позицию относительно необходимости и целесообразности разработки и внедрения цифровых валют центральных банков, а также легализации и майнинга криптовалюты.

Характеристика этапов развития системы цифровых услуг на потребительских рынках представлена на рисунке 15.



Примечание – Составлено автором.

Рисунок 15 – Этапы развития системы цифровых услуг на потребительских рынках

При этом важную роль играет и сам потребитель, обладающий рядом специфических характеристик.

Во-первых, для многих потребителей решающими при выборе услуги являются ценовой фактор и качество.

Во-вторых, снижение уровня доверия потребителя к рекламе как инструменту привлечения клиента и стимулирования его покупательской активности.

В-третьих, ценность марки и приверженность к ней при последующем приобретении.

В-четвертых, демонстративное потребление как характерная черта многих потребителей.

В-пятых, расслоение общества по уровню дохода, приводящее к высокому уровню дифференциации приобретаемых товаров и услуг.

В-шестых, для большинства российских потребителей характерна сосредоточенность на собственном экономическом благополучии, что влияет на выбор и объем приобретаемых услуг.

В-седьмых, при выборе товара либо услуги клиенту важен межличностный контакт и возможность взаимодействия в процессе приобретения, в том числе оказания консультационных услуг.

В-восьмых, низкий уровень доверия населения к приобретению товаров и услуг в сети Интернет.

Как было отмечено в первой главе диссертационного исследования, специфическими чертами цифровых услуг являются интерактивность экономических отношений, а также использование сведений цифрового следа (как активного, так и пассивного) при выборе маркетинговых инструментов воздействия на потенциального либо реального потребителя.

Так, под **маркетингом системы цифровых услуг на потребительских рынках** диссертант понимает систему управления деятельностью участников рынка цифровых услуг на потребительских рынках, включающую в себя вопросы товарной, ценовой, сбытовой политики, а также политики продвижения с учетом специфики конечного потребителя и особенностей его потребительского поведения.

При этом маркетинг цифровых услуг на потребительских рынках выполняет определенную совокупность функций, а именно:

- изучение потенциальных и реальных потребителей – их потребительского поведения, цифрового следа, предпочтений и ограничений;
- выявление тенденций маркетинговой среды с целью формирования приоритетных направлений развития системы цифровых услуг, что выражается в перманентном отслеживании ряда факторов, среди которых экономические, демографические, социокультурные, правовые, технологические, политические факторы, конкуренты, контактные аудитории и иные;
- выявление наиболее востребованных цифровых услуг и перспективных направлений цифровизации сферы услуг;
- определение оптимального объема предоставляемых цифровых услуг и цифровых продуктов, а также их состава;
- ценообразование предоставляемых цифровых услуг (определение стратегии и методов ценообразования, а также разработка ценовой политики и тактики);

- управление лояльностью потребителей;
- выстраивание коммуникационной политики в зависимости от специфики целевой аудитории;
- стратегическое управление маркетинговой деятельностью производителей цифровых услуг.

При формировании приоритетных направлений развития системы цифровых услуг на потребительских рынках необходимо учитывать ценности, которыми руководствуются потребители.

Так, вопросы поведения потребителей в своих работах рассмотрели Е. И. Толстихина и С. К. Демченко¹, исследовав и выделив этапы формирования поведения потребителя, что обусловлено как цифровой трансформацией рыночной экономики, так и соответственно трансформацией потребительского поведения.

Рассматривая мировой аспект перспективности развития системы цифровых услуг в рамках шестого технологического уклада, отметим, что, по данным ЮНКТАД², характеризующим мировой тренд развития цифровой экономики, констатируется изменение объема глобального трафика на основе интернет-протокола (IP). Так, за период с 1992 по 2017 г. данный объем вырос с примерно 100 Гб в день до более чем 45 000 Гб в секунду, и прогнозировался рост данного показателя до 150 700 Гб в секунду уже к 2022 г.

На развитие цифровых услуг в целом влияет доступность мобильных сетей. Именно охват населения по типам мобильных сетей выступает в качестве одного из индикаторов развитости цифровой экономики и наличия потенциала развития цифровых услуг.

В глобальном масштабе к концу 2020 г. ожидался охват мобильной сетью 4G на уровне 85 %, причем за период с 2015 по 2020 г. охват сетью 4G увеличился

¹ Толстихина Е. И., Демченко С. К. Анализ модификации рынка потребителей при цифровой трансформации // *Russian economic bulletin*. – 2022. – Т. 5, № 3. – С. 108–112; Толстихина Е. И., Демченко С. К. Формирование потребительского поведения: сущность и особенности // *Торговля, сервис, индустрия питания*. – 2022. – Т. 2, № 4. – С. 281–290.

² Доклад о цифровой экономике 2019. Создание стоимости и получение выгод: последствия для развивающихся стран: обзор / Организация Объединенных Наций. – URL: https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/der2019_overview_ru.pdf (дата обращения: 04.07.2020).

вдвое, при этом доступ к мобильной широкополосной сети Интернет имеют 93 % населения. Так, за период с 2007 по 2019 г. наблюдался прирост численности населения планеты и количества интернет-пользователей, причем темп прироста количества интернет-пользователей выше, чем темпы прироста численности населения, что говорит о потенциале развития как цифровой экономики, так и цифровых услуг.

По данным аналитического доклада НИУ ВШЭ¹, для населения Российской Федерации характерна следующая возрастная структура пользователей сети Интернет. В частности, молодежь в возрасте от 15 до 24 лет более интенсивно использует сеть Интернет, чем люди в возрастной группе от 65 до 74 лет. Лица в возрасте от 15 до 24 лет практически все используют сеть Интернет (98,7 %), ежедневно – 93,9 % от численности данной возрастной группы. Цифровая активность возрастной группы от 65 до 74 лет составляет 50,7 % (ежедневно используют сеть Интернет лишь 18,6 %). В свою очередь, только 43,5 % лиц, входящих в возрастную группу от 55 до 64 лет, используют сеть Интернет ежедневно. Таким образом, можно сделать вывод, что основной категорией потребителей цифровых услуг являются люди в возрасте от 15 до 55 лет.

Российская ассоциация электронных коммуникаций (РАЭК) представила следующие данные, характеризующие развитие сети Интернет в России в феврале 2020 г.²

Во-первых, большинство населения России (79 %) выходит в сеть Интернет не менее одного раза в месяц, а ежедневно посещают сеть Интернет 90 % пользователей.

Во-вторых, все бóльшую популярность приобретает мобильный телефон как инструмент выхода в сеть Интернет (70,5 % населения страны составляют аудиторию мобильного интернета в России).

¹ Тенденции развития интернета в России и зарубежных странах: аналит. докл. / Г. И. Абдрахманова, О. Е. Баскакова, К. О. Вишневецкий и др. – М.: НИУ ВШЭ, 2020. – 144 с.

² Исследование РАЭК: экономика Рунета в эпоху COVID-19 – растем и трансформируемся / РАЭК. – URL: <https://raec.ru/live/raec-news/11580/> (дата обращения: 08.07.2020).

В-третьих, «россияне быстрее других меняют свои потребительские предпочтения и легче переходят к использованию цифровых технологий. Например, 85 % респондентов заявили, что они стали чаще пользоваться банковскими приложениями (в мире – 69 %), 90 % стали больше покупать онлайн (в мире – 76 %)»¹.

Диссертант согласен с тем, что на современном этапе развития сеть Интернет является не только информационным пространством, но и местом поиска работы и последующего трудоустройства, купли-продажи товаров и услуг, а также коммуникационной площадкой. Произошли определенные изменения в поведении покупателя в процессе поиска и приобретения товаров и услуг².

Представленные выше данные служат подтверждением того, что цифровые услуги становятся все более востребованными у потребителей и тем самым формируют новые сегменты рынков услуг, которые впоследствии трансформируются в систему цифровых услуг.

Важно подчеркнуть, что актуальность приобретают кастомизация и переход к индивидуализации обслуживания. Потребитель начинает отказываться от стандартных товаров и услуг, которые предлагаются на рынке, в пользу индивидуальных, созданных с учетом индивидуальных потребностей и запросов. Вышесказанное делает актуальным учет специфики поколений потребителей, которые занимают основную долю на рынке в текущее время и сохраняют свою значимость в ближайшей перспективе.

На современном этапе основными категориями потребителей цифровых услуг выступают лица, рожденные с начала 1960-х годов, т. е. поколения X, Y и Z в соответствии с разработанной Н. Хоувом и В. Штраусом теорией поколений, для каждого из которых характерны свои ценности.

Поколение X (рожденные с 1961 по 1980 г.) характеризуется тем, что его представители готовы к изменениям. Они стремятся к глобальной информированности,

¹ Исследование РАЭК: экономика Рунета в эпоху COVID-19 – растем и трансформируемся / РАЭК. – URL: <https://raec.ru/live/raec-news/11580/> (дата обращения: 08.07.2020).

² Толстихина Е. И., Демченко С. К., Подопригора В. Г., Сулова Ю. Ю. Совершенствование модели поведения потребителей в условиях цифровой трансформации // Экономические науки. – 2023. – № 227. – С. 152–158.

индивидуализму и перманентному обучению. Для них основными ценностями являются индивидуализм, возможность выбора и обучение в течение всей жизни.

Для поколения Y (1981–2000 гг. рождения) важны изменения, общительность и уверенность в себе. Люди поколения Y предпочитают осуществлять поиск информации и общение в сети Интернет и на цифровых платформах. Именно для этого поколения характерно появление смартфонов, социальных сетей и мессенджеров, которые стали альтернативой общению офлайн. При этом следует отметить, что при выборе товаров и услуг они более консервативны, чем поколение Z.

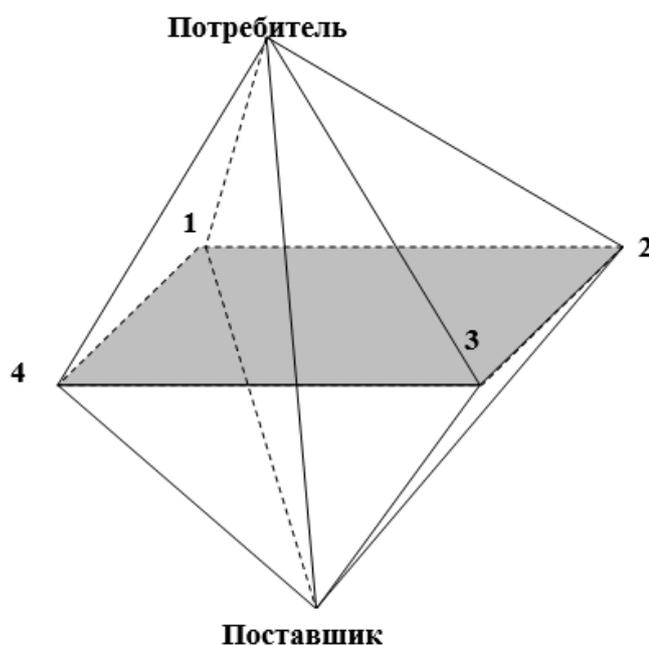
В свою очередь, для поколения Z (лиц, рожденных после 2001 г.) характерны многозадачность, практичность, а также информационная и техническая грамотность. Для них не так важен бренд, как удобство. Именно это поколение окружено цифровыми технологиями. Они не представляют себе жизнь без различных гаджетов. Поиск информации, общение, покупки теперь перешли в сеть Интернет. Они не делят мир на реальный и цифровой; в их сознании оба эти мира пересекаются. Так, Л. В. Лapidус, Л. А. Сорокина и А. О. Гостилович в своем исследовании¹ выявили достаточно высокую востребованность цифровых банковских услуг у поколения Z (46 % респондентов).

Таким образом, именно представители поколений Y и Z являются основной целевой аудиторией, на которую необходимо ориентироваться различным компаниям и организациям в процессе предоставления цифровых услуг.

Диссертантом представлена модель места потребителя в цифровом пространстве, которая иллюстрирует специфику системы цифровых услуг и роль государства в ее развитии (рисунок 16).

Потребитель в данной модели занимает центральное место, так как от его потребностей, ценностей и возможностей зависит востребованность каждого из секторов и его дифференцированность.

¹ Лapidус Л. В., Сорокина Л. А., Гостилович А. О. Осведомленность поколения Z о технологиях цифровой трансформации бизнеса в условиях технологического сдвига // *Ars Administrandi* (Искусство управления). – 2020. – Т. 12, № 4. – С. 618–638.



Примечание – Составлено автором.

Рисунок 16 – Модель места потребителя в структуре цифрового пространства:

- 1 – государство как регулятор экономических отношений;
- 2 – государственный сектор цифрового пространства;
- 3 – коммерческий сектор цифрового пространства;
- 4 – социальный сектор цифрового пространства

Социальный сектор цифрового пространства представлен различными социальными сетями, мессенджерами, блогами и иными платформами, предоставляющими цифровые коммуникационные услуги и не имеющими своей основной целью извлечение прибыли.

В свою очередь, коммерческий сектор цифрового пространства представляет собой совокупность различных интернет-магазинов, маркетплейсов, цифровых экосистем, хранилищ различных данных и иных объектов цифрового пространства, которые направлены на извлечение прибыли из своей деятельности по удовлетворению потребностей целевой аудитории на возмездной основе.

В системе цифровых услуг государство играет сразу две роли: с одной стороны, выступает в качестве активного участника системы цифровых услуг, а с другой – в качестве регулятора.

В первом случае государственный сектор цифрового пространства включает в себя электронные государственные услуги и представительства органов государ-

ственной власти и местного самоуправления в сети Интернет, позволяющие распространить необходимую информацию о своей деятельности, а также выстроить коммуникации со своей целевой аудиторией.

Во втором случае государство как регулятор экономических отношений выполняет нормотворческую функцию и осуществляет реализацию стратегических документов на федеральном, региональном и местном уровнях, а также выполняет регуляторную и координационную функции, определяя направления развития и легитимность цифровых услуг на территории государства.

Дальнейшая замена аналоговых услуг цифровыми основана на приоритетных направлениях формирования цифровой экономики в Российской Федерации.

Национальные цели развития, направленные на прорывное развитие государства, были закреплены указом Президента РФ от 21 июля 2020 г. № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 г.».

В частности, было определено, что одним из направлений является цифровая трансформация, в рамках которой целевыми показателями к 2030 г. являются¹:

– достижение «цифровой зрелости» ключевых отраслей экономики и социальной сферы, в том числе здравоохранения и образования, а также государственного управления;

– увеличение доли массовых социально значимых услуг, доступных в электронном виде, до 95 %;

– рост доли домохозяйств, которым обеспечена возможность широкополосного доступа к информационно-телекоммуникационной сети Интернет, до 97 %;

– увеличение вложений в отечественные решения в сфере информационных технологий в четыре раза по сравнению с показателем 2019 г.

Развитие системы цифровых услуг направлено не только на обеспечение баланса между спросом и предложением на цифровые услуги, но и на их трансформацию, которая может быть обусловлена различными причинами: в частности, оптимизацией под нужды конкретного потребителя либо снижением уровня востре-

¹ О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 г.: указ Президента РФ от 21 июля 2020 г. № 474.

бованности, что обусловлено моральным устареванием цифровой услуги, появлением инновационных цифровых услуг, позволяющих наилучшим способом удовлетворить потребности целевой аудитории.

Диссертантом выявлена значимость функций государства для развития системы цифровых услуг на потребительских рынках в рамках шестого технологического уклада (таблица 14).

Таблица 14 – Функции государства в развитии системы цифровых услуг на потребительских рынках в рамках шестого технологического уклада

Функция	Значимость для развития системы цифровых услуг
Законодательная	Формирование нормативно-правовой базы, регулирующей систему цифровых услуг и обеспечение условий для ее соблюдения
Определение приоритетов макроэкономического развития	Определение первоочередных мер, необходимых ресурсов, а также сроков достижения целевых показателей
Антимонопольная	Формирование и поддержание конкурентной рыночной среды
Стимулирующая	Обеспечение расширенного воспроизводства в экономике; создание условий и развитие отраслей цифровых услуг с последующим ростом макроэкономических показателей
Формирование каналов обмена информацией	Развитие информационной инфраструктуры рынка, что позволяет минимизировать издержки на передачу данных и асимметрию передаваемой информации
Регулятивная	Регулирование функционирования системы цифровых услуг с точки зрения как обеспечения соблюдения правил осуществления деятельности в цифровой среде, так и обеспечения эффективного функционирования экономики в целом и развития общества
Обеспечение социальной стабильности	Снижение социальной напряженности и уровня цифрового неравенства, повышение доступности цифровых услуг для всех слоев населения. Ориентация не только на получение прибыли
Развитие цифрового потенциала	Создание цифровой инфраструктуры для создания, производства, внедрения и коммерциализации инноваций с целью повышения уровня социально-экономического развития территории и усиления позиций на рынке цифровых услуг
Регулирование экономической деятельности	Достижение поставленных целей, в том числе социальных. Обеспечение соблюдения правил взаимодействия участников экономической деятельности

Продолжение таблицы 14

Функция	Значимость для развития системы цифровых услуг
Производство общественных товаров	Экономия на масштабе со стороны органов государственной власти и местного самоуправления благодаря цифровизации предоставления услуг
Повышение экономической безопасности	Обеспечение защищенности от внешних и внутренних угроз системы цифровых услуг, что позволяет достичь поставленных стратегических целей на национальном уровне, обеспечить экономический суверенитет и единое экономическое пространство государства
Примечание – Составлено автором.	

Таким образом, перечень государственных функций по развитию системы цифровых услуг на потребительских рынках в рамках шестого технологического уклада достаточно обширен. Данные функции создают фундамент для развития системы цифровых услуг на потребительских рынках в рамках седьмого технологического уклада, основанного на внедрении цифровых технологий во все сферы жизни общества.

В параграфе 1.3 диссертантом уже отмечалось, что основная цель системы цифровых услуг заключается в том, чтобы обеспечить эффективность функционирования и развития субъектов комплекса цифровых услуг на основе системы знаний относительно процесса взаимодействия его участников.

В целом система цифровых услуг направлена на решение следующих задач:

- повышение инновационной и инвестиционной активности в национальной экономике;
- географическая экспансия участников рынка в регионы за счет автоматизации и стандартизации цепочки поставок;
- использование персонифицированных инструментов продвижения;
- управление запасами сырья и материалов;
- прогнозирование спроса;
- объединение производителя и потребителя в едином цифровом пространстве в реальном времени для предоставления услуги и координации деятельности;

- повышение эффективности и конкурентоспособности национальной экономики;
- развитие малого и среднего бизнеса в сфере услуг;
- улучшение качества жизни населения и доступности услуг для всех слоев населения.

По мнению диссертанта, для системы цифровых услуг на потребительских рынках будут характерны следующие направления развития: дальнейшая замена аналоговых услуг цифровыми, расширение и трансформация платформенных решений и мобильных приложений в процессе удовлетворения спроса, развитие экосистем и маркетплейсов на базе существующих платформенных решений, расширение перечня маркетингового инструментария, используемого в цифровом пространстве, повышение финансовой и цифровой грамотности населения, развитие инфраструктуры и сегмента цифрового контента.

Обоснование предложенных направлений развития представлено в таблице 15.

Таблица 15 – Направления развития системы цифровых услуг на потребительских рынках

Направление развития	Обоснование
Дальнейшая замена аналоговых услуг цифровыми	Пандемия коронавирусной инфекции в 2020 г. подчеркнула значимость формирования цифровых услуг для повышения качества жизни населения и предоставления возможности удовлетворения потребностей с минимальным взаимодействием с иными людьми
Повышение финансовой и цифровой грамотности населения	Недостаточный уровень востребованности цифровых услуг обусловлен весьма дифференцированным уровнем финансовой и цифровой грамотности населения, что приводит к снижению уровня спроса на цифровые услуги
Развитие экосистем и маркетплейсов на базе существующих платформенных решений	Переход к экосистемной организации цифрового пространства и возможность приобрести цифровые услуги на различных маркетплейсах повышают уровень конкурентоспособности компаний, а для потребителя возникает возможность сравнить различные предложения в рамках одной либо нескольких цифровых платформ и выбрать наиболее подходящий вариант

Продолжение таблицы 15

Направление развития	Обоснование
Развитие инфраструктуры и сегмента цифрового контента	Обеспечение доступности цифрового контента для потребителя. Развитие инфраструктуры, обеспечивающей доступ к цифровому пространству. Внедрение облачных технологий, VR/AR, Big Data и иных цифровых технологий
Расширение и трансформация платформенных решений и мобильных приложений в процессе удовлетворения спроса	Повышение востребованности цифровых услуг у целевой аудитории стимулирует диверсификацию цифровых каналов получения услуги. Конкурентоспособность компании напрямую зависит от наличия официального сайта и его адаптированной версии для мобильного устройства, а также представленности компании в магазинах приложений
Расширение маркетингового инструментария, используемого в цифровом пространстве	Активное развитие цифровой экономики и переход в цифровое пространство коммерческого и некоммерческого секторов становятся катализатором трансформации не только предлагаемых услуг, но и существующих систем сбыта и продвижения
Примечание – Составлено автором.	

В рамках шестого технологического уклада система цифровых услуг будет меняться не только интенсивно, но и экстенсивно. В частности, пандемия коронавирусной инфекции послужила катализатором увеличения доли услуг торговли, общественного питания, финансовых и иных услуг в сети Интернет. Так, компаниям пришлось развивать свое присутствие в цифровом пространстве не только путем создания и активного ведения своих аккаунтов на различных платформах, но и за счет выхода на маркетплейсы. В дальнейшем, по мнению диссертанта, произойдет рост числа цифровых экосистем, и представленность компаний в них станет одним из первоочередных конкурентных преимуществ.

В свою очередь, развитие платформенных решений в процессе удовлетворения спроса основано на необходимости развития цифровых бизнес-моделей. В частности, здесь рассматриваются как создание официальных сайтов, так и разработка мобильных приложений. В условиях, когда пользователи практически ежедневно выходят в сеть Интернет и при этом используют компьютеры, ноутбуки, планшеты и смартфоны для серфинга в цифровом пространстве, наиболее востребованным является не только официальный сайт, возникает необходимость использования мо-

бильных приложений, а также поддержания в актуальном состоянии сообществ и групп в различных социальных сетях.

Создание экосистем на базе существующих платформенных решений является приоритетом развития системы цифровых услуг. Причем наиболее актуальным и первоочередным будет формирование экосистем в сегменте крупных компаний, которые имеют возможность активно применять связанную либо несвязанную диверсификацию, а также формирование экосистем на основе диагональной либо вертикальной интеграции.

Еще одним направлением развития системы цифровых услуг является повышение финансовой и цифровой грамотности населения. Данное направление относится к наиболее важным и обеспечивающим развитие системы в целом. Актуальность повышения уровня финансовой грамотности обусловлена применением цифровых платежных технологий. В свою очередь, цифровая грамотность оказывает непосредственное влияние на востребованность приложений и официальных страниц в сети Интернет. К примеру, умение отличить официальную страницу от страницы-клона в современных условиях является важным навыком для потребителя. Если однажды потребитель столкнулся с такой ситуацией, то доверие к цифровым технологиям будет весьма сложно восстановить. Таким образом, необходимо не только развивать саму систему, но и повышать цифровую и финансовую грамотность населения.

В целом для развития системы цифровых услуг важны кибербезопасность, а также нормативно-правовые основы, позволяющие урегулировать с точки зрения законодательства вопросы предоставления цифровых услуг, защиты прав и интересов всех участников процесса предоставления цифровой услуги.

В дальнейшем будет наблюдаться расширение спектра цифровых операций за счет вывода человека из производственного процесса и внедрения цифровых технологий в процесс цифрового обслуживания. Тем самым трансформируется сама цифровая услуга, что может выражаться в изменении сроков предоставления услуги либо ее качественной составляющей. Как было отмечено выше, актуальной становится кастомизация услуг, учет специфики отдельного потребителя в про-

цессе предложения цифровой услуги и ее предоставления. В данном случае цифровой продукт будет варьироваться в зависимости от запроса потребителя и факторов внешней среды.

Цифровые услуги могут быть предоставлены на официальном сайте, на страницах и в группах в социальных сетях, на маркетплейсе, в мобильном приложении либо цифровой экосистеме. В данном случае наблюдается эволюционирование процесса предложения и получения услуги в цифровом пространстве. Происходит усложнение сбыта цифровых услуг, формируется его многоканальность, а выбор и число сбытовых каналов напрямую зависят от размеров компании-производителя, специфики самой услуги и модели потребления в цифровом пространстве.

В качестве приоритетных направлений развития системы цифровых услуг диссертантом выделяются следующие.

Во-первых, техническое и программное обеспечение процесса предоставления цифровых услуг. При этом рассматриваются как материальные ресурсы, так и виртуальные сервисы.

Во-вторых, обеспечение маркетингового сопровождения цифровых услуг. В данном случае выделяется маркетинговый подход к организации процесса предоставления цифровой услуги. В частности, процесс предоставления основан не на технических возможностях компании, а на потребностях потребителя.

В-третьих, разработка нормативно-правовой базы, регулирующей вопросы предоставления цифровых услуг и защиты прав потребителей. На современном этапе пока нет законодательного закрепления цифровой услуги как объекта гражданско-правовых отношений, что является дестабилизирующим фактором. Кроме того, существенную роль играют вопросы обеспечения кибербезопасности как одного из приоритетных направлений.

В-четвертых, изменение роли человека в процессе оказания услуги. При этом вопросы обеспечения кадрового потенциала сохраняют свою актуальность. Происходит смена приоритетных видов деятельности, но нет полного отказа от человека в процессе цифрового производства. Важным становится формирование требуемых новых знаний и компетенций путем проведения обучающих семинаров, кур-

сов повышения квалификации либо предоставление возможности получения дополнительного образования, отвечающего современным требованиям.

И в-пятых, государственная поддержка рынков цифровых услуг и их дальнейшее совершенствование в соответствии с глобальными вызовами и территориальной спецификой. В качестве мероприятий по данному направлению могут быть совершенствование нормативно-правовой базы, разработка отраслевых программных документов по формированию и обеспечению устойчивого развития отдельных рынков цифровых услуг, а также определение приоритетных рынков цифровых услуг с учетом имеющихся тенденций и проблем каждого из них.

В ближайшей перспективе сохранится тенденция трансформации бизнес-модели предоставления услуг, в том числе отказ от традиционных форматов представления услуг в пользу цифровых ввиду удобства и адаптации целевой аудитории к цифровому формату взаимодействия. Кроме того, ожидается пересмотр ценовой политики и политики продвижения в связи с усилением конкурентной борьбы в сети Интернет. В условиях снижения доходов населения и востребованности ряда товаров и услуг произойдет смена используемых инструментов продвижения; отказ от дорогостоящих инструментов в пользу малобюджетных цифровых, позволяющих непосредственно взаимодействовать с целевой аудиторией.

Переход к прогнозируемому седьмому технологическому укладу также окажет влияние на изменение структуры рынка, обусловленное уходом ряда компаний с национального рынка в связи с возникшими финансовыми сложностями и недостаточным уровнем конкурентоспособности. Развитие цифровых технологий позволит выйти на рынок небольшим компаниям, предоставляющим цифровые услуги.

Еще одной тенденцией является индивидуализация цифровых услуг в связи с появлением возможности адаптации существующей услуги под нужды и потребности конкретного потребителя.

Если на этапе своего зарождения цифровые услуги были весьма упрощенными, то теперь они требуют развития инфраструктуры, иных сопряженных услуг, что становится катализатором развития системы цифровых услуг.

Кроме того, наблюдается развитие системы сбыта цифровых услуг путем расширения спектра используемых каналов взаимодействия с потребителем, каналов сбыта цифровых услуг. В современных условиях важным фактором становится возможность приобретения цифровой услуги в любое время и вне зависимости от типа устройства, используемого для выхода в сеть Интернет.

К примеру, для банковских услуг наличие офиса становится не столь актуальным, как наличие интернет-банка и мобильного приложения, благодаря которому можно получить различные банковские услуги безопасно и с минимальными временными затратами. Причем потребитель не ограничен выбором между мобильным банкингом либо интернет-банкингом. Аналогичная ситуация наблюдается и на рынке цифровых услуг розничной торговли. Потребитель имеет возможность приобретать необходимые ему товары с использованием мобильных приложений, официальных сайтов либо в социальных сетях и мессенджерах.

В современных условиях большое значение приобретает стратегическое планирование развития отдельных рынков цифровых услуг. Таким образом, на основе представленных выше результатов исследования диссертантом предлагается модель формирования цифровой экономики с учетом секторального аспекта, которая включает в себя оценку текущего состояния как внутри страны с точки зрения социально-экономического развития и уровня цифрового проникновения в национальную экономику, так и в контексте сравнения с другими государствами в международных рейтингах.

Важным аспектом является разработка не только стратегических документов, направленных на цифровую трансформацию национальной экономики в целом, но и секторальных стратегических проектов и программ, учитывающих специфику отдельной сферы деятельности и ее место в структуре национальной экономики. В дальнейшем секторальные программные документы национального уровня послужат основой для разработки региональных программных документов, в которых будут учтены как национальные приоритеты, так и специфика региональных рынков.

Авторская модель формирования цифровой экономики с учетом секторального аспекта представлена на рисунке 17.



Примечание – Составлено автором.

Рисунок 17 – Модель формирования цифровой экономики с учетом секторального аспекта:

1 – учет ситуации; 2 – действия органов власти; 3 – регулирование

В предлагаемом подходе добавляется секторальный аспект цифровой трансформации. В действующих стратегических документах закрепляется цифровое развитие государственного управления, кадровое обеспечение, развитие информационной инфраструктуры, цифровой безопасности и цифровых технологий. Отсутствие секторального подхода усложняет процесс цифровой трансформации национальной экономики. Немаловажным фактором является возникновение непредвиденных обстоятельств, которые также становятся катализаторами цифровой трансформации на уровне отдельных секторов экономики, обладающих определенной спецификой. Кроме того, наблюдается формирование новых сегментов рынков, а именно рынков цифровых услуг, обладающих не только специфическими свойствами услуги, но и инновационными характеристиками обусловленные цифровой природой услуг.

Дальнейшее развитие системы цифровых услуг позволит получить ряд положительных эффектов.

Во-первых, повысится уровень инновационной и инвестиционной активности в национальной экономике.

Во-вторых, будет проведена автоматизация и стандартизация процессов предоставления цифровых услуг, что позволит осуществить географическую экспансию участников рынка в регионы и приведет к повышению уровня качества жизни населения.

В-третьих, будет нивелировано цифровое неравенство на различных территориях. Доступ к цифровым услугам позволит получать услуги коммерческого и некоммерческого (социальные или государственные и муниципальные услуги) характера на всей территории. Единое цифровое пространство повысит доступность и востребованность цифровых услуг, а также даст возможность сформировать условия для реализации потенциала рынка цифровых услуг. В связи с этим особую актуальность приобретает вопрос цифровой грамотности и развитости цифровой инфраструктуры. Выделяется ряд территорий, где существуют сложности с доступом к сети Интернет и отмечается достаточно низкий уровень цифровой грамотности.

В-четвертых, усовершенствуется процесс применения различных маркетинговых инструментов коммуникационной политики с учетом специфики конкретного потребителя, позволяющих выстроить систему взаимоотношений с потребителями и донести необходимую информацию, а также дать разъяснения по вопросам, которые вызывают затруднения у потенциального потребителя.

В-пятых, развитие системы цифровых услуг будет выражаться и в совершенствовании структуры рынка цифровых услуг, что характеризуется приростом количественных показателей, а также качественным изменением состава его участников.

В-шестых, снижение административных барьеров и уровня издержек, связанных с организацией, предоставлением и получением цифровых услуг, а также повышение прозрачности предоставления цифровых услуг.

В-седьмых, развитие системы цифровых услуг даст возможность сократить размер сбытовой цепочки и перейти к интерактивному каналу сбыта, что окажет влияние на ценовую доступность товаров и услуг и снизит уровень цифровой асимметрии между производителем и потребителем.

Со временем прогнозируется повышение востребованности цифровых услуг у потребителей, и процесс взаимодействия участников рынка всецело перейдет в цифровое пространство, что позволит нивелировать территориальную разрозненность, снизить затраты на ведение деятельности, обеспечить функционирование предприятий и организаций вне зависимости от кризисных ситуаций и непредвиденных обстоятельств, а также повысить качество предлагаемых цифровых услуг.

Развитие системы цифровых услуг направлено на повышение качества жизни населения и конкурентоспособности национальной экономики, но в то же время происходит трансформация кадрового состава и сущности профессиональной деятельности индивида. Переход к системному подходу в процессе предоставления услуги основан на снижении значимости человеческого фактора в процессе предоставления услуги с последующим изменением его роли в этом процессе.

Таким образом, кризис послужил катализатором развития цифровых услуг и изменения модели потребления потребителя.

Все это необходимо учитывать в дальнейшем при разработке стратегических и тактических мероприятий по развитию цифровых услуг на национальном уровне.

2.2 Синергетический методологический подход к развитию системы цифровых услуг

Трансформация модели национальной экономики, ее цифровое развитие и прирост макроэкономических показателей за счет увеличения востребованности цифровых услуг и формирования системы цифровых услуг являются необходимым этапом в рамках перехода к новому технологическому укладу.

В предыдущем параграфе диссертантом были рассмотрены направления развития системы цифровых услуг в условиях шестого технологического уклада. При этом также важно учитывать синергию системы цифровых услуг

Термин «синергетика» является достаточно новым, впервые он был применен в конце XX века, но сейчас он охватывает уже многие сферы деятельности. В целом синергетика представляет собой науку о самоорганизации, имеющую междисциплинарный характер, в основе которой лежит **синергия**, представляющая собой кумулятивный эффект, получаемый в процессе взаимодействия определенной совокупности факторов, характеризующийся существенным превосходством в сравнении с суммой эффектов каждого из факторов в отдельности.

Проявление синергии в системе цифровых услуг зависит от качества процесса управления, уровня цифровой подготовленности и разветвленности самой системы.

Диссертантом предлагается следующее определение **синергии системы цифровых услуг** – «кумулятивный эффект, получаемый в процессе взаимодействия элементов системы цифровых услуг, характеризующийся существенным превосходством в сравнении с суммой эффектов каждого из элементов в отдельности, позволяющий достичь целевых показателей экономической, социальной и иной направленности»¹.

Синергия системы цифровых услуг заключается в системном подходе к оказанию цифровых услуг. Происходит слияние различных рынков цифровых услуг в единую систему. Причем, рассматривая рынки цифровых услуг, диссертант выделяет рынки, на которых предоставляются основные цифровые услуги, и рынки, обеспечивающие процесс приобретения и потребления цифровых услуг. В частности, для рынка цифровых услуг розничной торговли обеспечивающими будут рынок цифровых финансовых услуг, рынок услуг интернет-провайдеров, рынок логистических услуг, рынок цифровых маркетинговых услуг и иные. Происходит взаимодействие всех этих рынков и их объединение в систему для повышения эффек-

¹ Усова Н. В. Синергия развития системы цифровых услуг // Вестник Томского государственного университета. Экономика. – 2022. – № 57. – С. 26.

тивности деятельности и наилучшего удовлетворения потребностей потребителей. Таким образом, наблюдается не только прирост макроэкономических показателей, но и увеличение предложения услуг и получение синергетического эффекта. В свою очередь, система цифровых услуг обеспечивает увеличение потенциала цифровой экономики.

Рассматривая синергию системы цифровых услуг, необходимо выделить ключевые аспекты синергетического подхода, а именно открытость, неравновесность, диссипативность, нелинейность и многовариантность, способность к самоорганизации.

Открытость системы цифровых услуг выражается в использовании широкого спектра инструментов коммуникаций между всеми элементами системы, а также в доступности инновационных решений экономического, технического, технологического и научного характера. Открытость системы имеет ряд ограничений, обусловленных действующим законодательством.

Система обладает самоорганизацией на основе ключевых элементов, являющихся базисом механизма рыночной саморегуляции, – спроса и предложения. Кроме того, саморегуляция выражается в достижении устойчивого функционирования на основе самой структуры либо связей между отдельными элементами, что приводит к повышению эффективности функционирования системы цифровых услуг. В зависимости от рынка также возможны такие элементы системы, как ассоциации, палаты, гильдии, чья деятельность направлена на обеспечение соблюдения определенных правил либо стандартов осуществления профессиональной предпринимательской деятельности.

Развитие системы цифровых услуг происходит нелинейно, т. е. существует многовариантность в процессе развития и при этом необратимость процесса. В данном случае имеется в виду, что выбор одного из вариантов развития приводит к тому, что невозможно вернуться в исходную точку. Дальнейшие преобразования возможны лишь на основе имеющегося опыта и текущего состояния системы. Кроме того, система цифровых услуг обладает возможностью кастомизации предоставляемых услуг без необходимости существенного изменения производствен-

ного процесса либо внесения корректировок в структуру самой организации. Кастомизация как специфика цифровой услуги была выделена диссертантом ранее в первой главе исследования. Кастомизация отличается от индивидуализации тем, что предполагает активное участие потребителя в формировании конечного продукта, который отличается от аналогичных продуктов дополнительными элементами. При этом развитие системы цифровых услуг может привести к атомизации либо гигантизации экономики.

Кроме того, не существует абсолютных хаоса и порядка, всегда существуют отдельные элементы каждой из крайних точек. При этом считается, что стимулом к развитию выступает неравновесность системы. В случае если система находится в равновесном состоянии, происходит определенная стагнация, обусловленная сдерживающим влиянием. Таким образом, система цифровых услуг теряет свою устойчивость и динамизм развития, следовательно, нарушаются информационные и финансовые потоки как внутри системы, так и с внешней средой, что весьма актуально для дальнейшего становления и усиления ее значимости в национальной экономической системе как полноправного элемента.

Применение синергетического подхода направлено на моделирование соответствующих процессов, формирование механизмов, позволяющих обеспечить определенные синергетические эффекты в системе. Таким образом, происходит, с одной стороны, упрощение, а с другой – выявление ключевых точек влияния и развития системы.

С точки зрения синергетического подхода существенную значимость приобретают процессы самоорганизации и процессы формирования хаоса, иными словами, самодезорганизации, а также закономерности, лежащие в основе структурообразования и изменения структур, имеющие как положительную, так и отрицательную направленность.

Рассматривая синергетический эффект, необходимо также отметить роль государства в процессе его достижения. Основная задача государства заключается в увеличении потенциала как системы цифровых услуг в целом, так и ее отдельных рынков. Именно государство вносит существенный вклад в развитие системы циф-

ровых услуг, обеспечивает мобилизацию ресурсов и интегрирует различные элементы системы с учетом интересов участников рынка, создавая условия для развития отдельных рынков цифровых услуг, определяя приоритетные направления развития, формулируя целевые показатели и реализуя мероприятия, направленные на их достижение.

На рисунке 18 диссертантом представлены ключевые аспекты синергетического подхода к системе цифровых услуг и дана их характеристика.



Примечание – Составлено автором.

Рисунок 18 – Ключевые аспекты синергетического подхода к системе цифровых услуг на потребительских рынках

Синергетический эффект представляет собой возрастание эффективности деятельности в результате интеграции и слияния отдельных частей в единую систему за счет системного эффекта. Совокупность синергетических эффектов в системе цифровых услуг представлена в таблице 16.

Таблица 16 – Синергетические эффекты в системе цифровых услуг

Синергетический эффект	Характеристика
Прозрачность	Алгоритмизация процесса оказания цифровой услуги позволяет вести мониторинг процесса и снижать вероятность возникновения теневых экономических процессов
Интеграция	Активизация процессов объединения с другими компаниями, которые не оказывают аналогичные цифровые услуги, но могут быть представлены на маркетплейсах или в цифровых экосистемах
Внутрипродуктовая синергия	Предоставление одних цифровых услуг является предпосылкой для приобретения потребителями иных цифровых услуг, что особенно ярко иллюстрируют цифровые экосистемы
Межотраслевая интеграция	Диверсификационная синергия, заключающаяся в объединении с компаниями, относящимися к другим отраслям и (или) представленными на иных территориях. В частности, применение цифровых финансовых активов для расчета между субъектами купли-продажи цифровой услуги. Тем самым формируются цифровые экосистемы, что служит конкурентным преимуществом для участника рынка
Экономия за счет эффекта масштаба	Повышение производительности труда за счет роботизации и алгоритмизации процесса предоставления цифровой услуги и нивелирование территориальной разрозненности для предоставления цифровой услуги вне зависимости от места нахождения потребителя. Формирование базы принимаемых решений позволяет снизить временные и финансовые затраты на поиск информации для принятия управленческих решений
Контролируемость процесса	Применение искусственного интеллекта и формирование информационной базы позволяют принимать решения без участия человека и тем самым формировать основу для дальнейшего развития системы
Развитие цифрового пространства	Увеличение числа компаний, представленных в цифровом пространстве, развитие маркетплейсов и цифровых экосистем для различных этапов производственного процесса. В частности, создание маркетплейсов для предприятий агропромышленного комплекса, развитие цифровых финансовых услуг и обеспечение нормативно-правовой защиты участников рынка
Развитие цифровых маркетинговых коммуникаций	Внедрение и активное использование прогрессивных цифровых инструментов продвижения, что обусловлено не только переходом в цифровое пространство компаний-производителей, но и особенностями поведения потребителя
Рост валового внутреннего продукта и увеличение в нем доли цифрового рынка	Рост обусловлен как увеличением количества цифровых фирм, так и ростом числа потребителей цифровых услуг за счет перехода от потребления аналоговых услуг либо на основе появления инновационных цифровых услуг
Экономия ресурсов	Снижение потребности в инвестициях и персонале, что обусловлено переходом к цифровой бизнес-модели

Продолжение таблицы 16

Синергетический эффект	Характеристика
Расширение видов услуг, предоставляемых в цифровом пространстве	Появление новых направлений бизнеса в сфере услуг в области цифрового маркетинга, цифровых финансовых услуг, цифрового контента и мобильной экономики
Повышение доступности услуг	Предоставление возможности для потребителя приобрести и воспользоваться цифровой услугой в любое время и в любой локации вне зависимости от территориальной расположенности производителя/продавца цифровой услуги при условии наличия доступа к сети Интернет
Кадровая трансформация	Переход к новой модели образовательного процесса, в основе которого лежит потребность в перманентном повышении квалификации и мобильности в случае необходимости профессиональной переподготовки в соответствии со сложившейся экономической обстановкой. Переориентация образовательных программ в IT-технологии
Горизонтальная интеграция	Объединение с участниками рынка цифровых услуг, оказывающими схожие услуги, что позволит расширить зону присутствия и ассортимент предлагаемых цифровых услуг
Вертикальная интеграция	Объединение участников по восходящей либо нисходящей, что позволит свести в единый цикл весь процесс предоставления цифровой услуги
Примечание – Составлено автором.	

Достижение синергетического эффекта возможно только при условии, что все элементы системы будут нацелены на достижение общей цели, а не частных, характерных для отдельных элементов.

Синергетический эффект системы цифровых услуг зависит от совокупности различных видов эффективности:

- экономической (прирост денежных потоков за счет формирования системы);
- социальной (удовлетворение нужд и потребностей целевой аудитории в совокупности цифровых услуг);
- технологической (оптимальное использование технологических решений в процессе предоставления цифровых услуг);

- организационной (достижение поставленных целей с оптимальными затратами в сложившихся условиях);
- правовой (соблюдение нормативно-правовых актов, регулирующих вопросы взаимодействия участников рынков цифровых услуг).

В процессе синергетического развития системы цифровых услуг может возникнуть либо отрицательный, либо положительный эффект.

Отрицательный синергетический эффект находит свое выражение в следующих ситуациях:

- не востребованность цифровых услуг целевой аудиторией;
- несогласованность действий участников системы;
- уход от налогообложения;
- незаконный вывод капитала с территории государства;
- использование криптовалюты для отмывания доходов, полученных преступным путем;
- осуществление незаконной предпринимательской деятельности;
- рост безработицы, обусловленный роботизацией и автоматизацией управленческих процессов.

В свою очередь, положительный синергетический эффект выражается в следующем:

- единство целей и задач для всех элементов системы, т. е. превалирование общих целей над частными;
- наличие экономического либо иного эффекта в зависимости от специфики предоставляемых цифровых услуг;
- повышение качества и доступности цифровых услуг;
- появление дополнительных денежных потоков от предоставления цифровых услуг;
- увеличение массива информации для анализа и принятия решения без участия человека на основе использования искусственного интеллекта;
- генерирование новых данных за счет перманентного накопления данных;

- снижение затрат на производство и предоставление цифровых услуг за счет генерирования, обработки, передачи, накопления и усвоения массива данных;
- алгоритмизация и роботизация тяжелого и монотонного человеческого труда.

Кроме сформулированных синергетических эффектов, определенную значимость приобретает вопрос оценки синергетического эффекта. Отдельные аспекты оценки синергетического эффекта нашли отражение в трудах А. И. Веселова¹, М. А. Жук², А. Е. Иванова³, Г. С. Мерзликиной и Ю. В. Качапкиной⁴, Л. А. Мусаева⁵, А. Семенова⁶, А. А. Хановой⁷ и др. Так, Т. А. П. Полововой и Ю. В. Гусевым предложен методический подход к оценке синергетического эффекта, в основе которого лежит оценка с позиции отражения объективности в их результатах⁸.

При этом следует отметить, что вопросы оценки синергетического эффекта системы цифровых услуг пока не нашли отражение в доступных диссертанту источниках.

Функционирование и развитие системы цифровых услуг необходимо рассматривать как совокупность формирующих целое элементов, взаимодействующих

¹ Веселов А. И. Прогнозирование синергетического эффекта до объединения банков // *Экономический анализ: теория и практика*. – 2011. – № 18 (225). – С. 25–29.

² Жук М. А. Оценка синергетического эффекта виртуальных интеграционных цепочек социально-экономических субъектов региона // *Вестник Оренбургского государственного университета*. – 2011. – № 8 (127). – С. 208–213.

³ Иванов А. Е. Априорная оценка синергетического эффекта интеграции на основе нечетко-множественной модели определения коэффициента синергетического роста // *Экономический анализ: теория и практика*. – 2012. – № 42 (297). – С. 33–42.

⁴ Мерзликина Г. С., Качапкина Ю. В. Метод определения синергетического эффекта различных видов интегрированных формирований в промышленности // *ФЭС: Финансы. Экономика. Стратегия*. – 2011. – № 10. – С. 16–20.

⁵ Мусаев Л. А. Оценка синергетического эффекта экономических систем // *Вестник Южно-Российского государственного технического университета (НПИ). Серия: Социально-экономические науки*. – 2011. – № 3. – С. 132–137.

⁶ Семенов А. Слияния и поглощения российских компаний: синергетический эффект – методы измерений // *Микроэкономика*. – 2006. – № 3. – С. 39–64.

⁷ Ханова А. А. Синергетический эффект управления организацией на основе сбалансированной системы показателей // *Прикаспийский журнал: управление и высокие технологии*. – 2010. – № 4 (12). – С. 36–41.

⁸ Половова Т. А. П., Гусев Ю. В. О синергетическом эффекте в оценке экономической устойчивости социально-экономических систем // *Экономика и предпринимательство*. – 2016. – № 3-1 (68). – С. 806–811.

щих синергетически. Синергетические эффекты системы цифровых услуг зависят от востребованности и доступности цифровых услуг для населения; цифровых государственных и муниципальных услуг; а также цифровых услуг организаций.

Информационной базой для оценки синергетического эффекта служат данные мониторинга Федеральной службы государственной статистики, отчеты и аналитические материалы АНО «Координационный центр национального домена сети Интернет» и НИУ «Высшая школа экономики».

По мнению диссертанта, оценить синергетический эффект возможно с использованием системы сбалансированных показателей, представляющей собой совокупность трех блоков факторов (таблица 17).

Таблица 17 – Оценочная таблица для определения величины синергетического эффекта системы цифровых услуг

Критериальный синергетический блок	Критерии	Оценка
Востребованность и доступность цифровых услуг для населения	ЦУН1 – доля пользователей сети Интернет среди членов домашних хозяйств	
	ЦУН2 – доля абонентов мобильного широкополосного доступа к интернету на 100 чел. населения	
	ЦУН3 – доля населения, использующего средства защиты информации, в общей численности населения, использующего сеть Интернет	
	ЦУН4 – доля населения, использовавшего сеть Интернет для осуществления финансовых операций	
	ЦУН5 – доля населения, использовавшего сеть Интернет для заказа товаров и (или) услуг, в общей численности населения	
Востребованность и доступность цифровых государственных и муниципальных услуг	ЦГМУ1 – доля ОГВ и ОМС, имевших скорость передачи данных через интернет не менее 2 Мбит/с, в общем числе обследованных организаций ОГВ и ОМС	
	ЦГМУ2 – доля кириллических доменных имен в общем количестве доменных имен в доменах .ru и .рф	
	ЦГМУ3 – доля мобильного интернет-трафика в общем объеме интернет-трафика	
	ЦГМУ4 – доля населения, получившего государственные и муниципальные услуги в электронной форме	
	ЦГМУ5 – онлайн-взаимодействие бизнеса с органами власти	

Продолжение таблицы 17

Критериальный синергетический блок	Критерии	Оценка
Востребованность и доступность цифровых услуг организаций	ЦУО1 – доля организаций, использующих широкополосный доступ к сети Интернет, в общем числе организаций	
	ЦУО2 – доля организаций, использовавших средства защиты информации, передаваемой по глобальным сетям, в общем числе обследованных организаций	
	ЦУО3 – доля организаций, имевших веб-сайт, в общем числе обследованных организаций	
	ЦУО4 – доля организаций, размещавших заказы на товары (работы, услуги) в интернете, в общем числе обследованных организаций	
	ЦУО5 – доля организаций, получавших заказы на выпускаемые товары (работы, услуги) через интернет, в общем числе обследованных организаций	
Примечание – Составлено автором.		

Для оценки синергетического эффекта и выявления его динамики диссертантом предлагается совокупность критериев.

Каждый из критериев оценивается по шкале от –10 до 10. Диссертант придерживается мнения, что снижение значения показателя необходимо учитывать со знаком минуса, так как оказывается негативное влияние. Приравнивание отрицательной динамики к нулю не позволяет полноценно оценить изменение каждого из критериальных блоков и тем самым влияет на оценку синергетического эффекта в целом.

Подробное описание соотношения значений оценки влияния критерия и изменения показателей в сравнении с предыдущим периодом представлено в таблице 18.

Таким образом, с использованием формулы, представленной ниже, проводим оценку синергетического эффекта:

$$\mathcal{E}C = \frac{\sum_1^5 \text{ЦУН}}{5} + \frac{\sum_1^5 \text{ЦГМУ}}{5} + \frac{\sum_1^5 \text{ЦУО}}{5}, \quad (1)$$

где ЦУН – востребованность и доступность цифровых услуг для населения; ЦГМУ – востребованность и доступность цифровых государственных и муниципальных услуг; ЦУО – востребованность и доступность цифровых услуг организаций.

Таблица 18 – Соотношение значений оценки влияния критерия и изменения показателей в сравнении с предыдущим периодом

Значение	Изменение показателя	Значение	Изменение показателя
-10	Снижение более чем на 10 п. п.	1	Увеличение от 1 до 1,9 п. п.
-9	Снижение от 9 до 9,9 п. п.	2	Увеличение от 2 до 2,9 п. п.
-8	Снижение от 8 до 8,9 п. п.	3	Увеличение от 3 до 3,9 п. п.
-7	Снижение от 7 до 7,9 п. п.	4	Увеличение от 4 до 4,9 п. п.
-6	Снижение от 6 до 6,9 п. п.	5	Увеличение от 5 до 5,9 п. п.
-5	Снижение от 5 до 5,9 п. п.	6	Увеличение от 6 до 6,9 п. п.
-4	Снижение от 4 до 4,9 п. п.	7	Увеличение от 7 до 7,9 п. п.
-3	Снижение от 3 до 3,9 п. п.	8	Увеличение от 8 до 8,9 п. п.
-2	Снижение от 2 до 2,9 п. п.	9	Увеличение от 9 до 9,9 п. п.
-1	Снижение от 1 до 1,9 п. п.	10	Увеличение более чем на 10 п. п.
0	Не изменяется либо прирост не превышает 1 п. п.		
Примечание – Составлено автором.			

Значения показателей варьируются в границах от 0 до 30, где:

– 0–6 – синергетический эффект отсутствует либо находится на этапе зарождения;

– 6–12 – синергетический эффект носит фрагментарный характер и требует пристального внимания со стороны органов государственной власти и местного самоуправления, а также организаций;

– 12–18 – синергетический эффект приобретает более целостный характер; также требуется внимание со стороны организаций, органов государственной власти и местного самоуправления к развитию цифровых услуг;

– 18–24 – синергетический эффект усиливается и носит целостный характер;

– 24–30 – синергетический эффект ярко выражен, наблюдается активное развитие системы цифровых услуг.

Таким образом, получаем следующее неравенство, иллюстрирующее границы синергетического эффекта системы цифровых услуг:

$$0 < \left(\frac{\sum_1^5 \text{ЦУН}}{5} + \frac{\sum_1^5 \text{ЦГМУ}}{5} + \frac{\sum_1^5 \text{ЦУО}}{5} \right) \leq 30. \quad (2)$$

Применение предлагаемого подхода позволяет оценить величину синергетического эффекта, а также выявить критерии, сдерживающие развитие, и критерии, которые, наоборот, обеспечивают приращение показателя и тем самым усиление синергетического эффекта.

Графическое представление синергетического эффекта позволяет выявить тренд развития, таким образом может быть выявлен положительный, отрицательный либо нейтральный синергетический эффект.

При отрицательном синергетическом эффекте наблюдается определенная дезорганизация элементов системы, снижается потенциал системы цифровых услуг, который может быть использован, и вероятность достижения совокупности ожидаемых социально-экономических, технологических и иных эффектов. Немаловажным фактором, обуславливающим отрицательный синергетический эффект, является снижение управленческого воздействия либо его отсутствие.

Наличие отрицательного синергетического эффекта представляет собой следствие либо причина кардинальных изменений, происходящих в системе, что впоследствии позволит системе перестроиться и сформировать новые синергетические эффекты.

Таким образом, диссертантом сформулированы основные направления синергетического развития системы цифровых услуг.

Во-первых, экстенсивные и интенсивные преобразования системы. В частности, здесь рассматривается появление новых сегментов рынка цифровых услуг либо изменения в структуре существующих рынков. К примеру, укрупнение действующих участников рынка на основе слияний/поглощений либо уход неконкурентоспособных компаний с рынка и, соответственно, изменение долей рынка оставшихся участников.

Во-вторых, возможность как эволюционного, так и революционного развития системы цифровых услуг, что зависит от состояния самой системы и от ситуации во внешней среде. В частности, глобальные вызовы, такие как пандемия, технологический прогресс, ускорение инновационных процессов и усиление конкуренции на мировых рынках, приводят к трансформационным процессам. Одним из таких процессов является переход к цифровой экономике как основе национального благополучия и востребованности на мировых рынках.

В-третьих, изменения в системных связях как с точки зрения интенсивности взаимодействия, так и в количественном выражении. В данном случае речь идет о том, что системные связи могут изменяться на основе перераспределения либо усложнения взаимодействия между элементами системы.

2.3 Факторный методологический подход к исследованию потенциала рынка цифровых услуг в национальной экономике

Цифровая трансформация национальной экономики является одним из приоритетных направлений деятельности органов государственной власти и местного самоуправления в ближайшей перспективе. В условиях усиления конкурентной борьбы между территориями за ограниченные ресурсы все бóльшую актуальность приобретают вопросы цифровизации, а также формирования и развития потенциала рынка цифровых услуг.

Так, если в период с 2015 по 2018 г. ключевыми направлениями деятельности Правительства РФ были обеспечение макроэкономической стабильности на основе оптимизации бюджетных расходов, построенных на выделении защищенных и незащищенных статей, а также повышение национальной конкурентоспособности¹, то в 2020 г. приоритетными направлениями стали сохранение населения, здоровье и благополучие людей; возможности для самореализации и развития талантов; комфортная и безопасная среда для жизни; достойный, эффективный труд и успешное предпринимательство; цифровая трансформация.

Усиление роли внедрения цифровых технологий в различные сферы деятельности обусловлено рядом факторов, которые диссертантом были рассмотрены ранее в исследовании. На современном этапе катализатором развития рынка цифровых услуг выступают мировые тренды цифровой трансформации. Сеть Интернет стала одной из основных площадок взаимодействия участников рынка цифровых услуг.

Развитие рынка цифровых услуг способствует оптимизации используемых ресурсов. Если при предоставлении аналоговых услуг возникает ситуация снижения кривой производственных возможностей, что обусловлено влиянием человеческого фактора, временного и иных производственных факторов, то основным фактором, который влияет на возможность предоставления цифровых услуг, является технологический. Именно он определяет конкурентоспособность самой цифровой услуги на рынке и компании в целом.

Для успешного функционирования компании в условиях цифровой экономики наибольшую актуальность и востребованность приобретают такие факторы, как уровень вовлеченности компании в цифровое пространство, инновационная деятельность и цифровые маркетинговые коммуникации как необходимые условия сохранения либо повышения текущего уровня конкурентоспособности предоставляемых услуг или компании в целом. Дестабилизирующим фактором для всех рос-

¹ Основные направления деятельности Правительства Российской Федерации. – URL: <http://economy.gov.ru/minec/activity/sections/strategicPlanning/goverment> (дата обращения: 05.08.2018).

сийских компаний является отказ от внедрения современных цифровых технологий и неспособность к инновационной деятельности, что находит свое отражение в снижении экономической эффективности и возникновении локальных кризисных ситуаций.

Для каждого рынка характерен свой собственный потенциал, и чтобы оценить потенциал рынка цифровых услуг, рассмотрим различные подходы к категории «потенциал» (таблица 19).

Таблица 19 – Подходы к категории «потенциал»

Источник	Подход
Толковый словарь С. И. Ожегова	«Степень мощности в каком-нибудь отношении, совокупность каких-нибудь средств, возможностей (книжн.). Внутренние возможности» ¹
Толковый словарь под редакцией Д. Н. Ушакова	«Величина потенциальной энергии в определенной точке пространства, а также является совокупностью средств, условий, необходимых для ведения, поддержания, сохранения чего-нибудь» ²
Большая советская энциклопедия	«Средства, запасы, источники, имеющиеся в наличии и могущие быть мобилизованы, приведены в действие, использованы для достижения определенных целей, осуществления плана; решения какой-либо задачи; возможности отдельного лица, общества, государства в определенной области» ³
Л. И. Абалкин	«Обобщенная, собирательная характеристика ресурсов, привязанная к месту и времени» ⁴
А. Н. Савруков	«Средства, запасы и источники, имеющиеся в наличии и могущие быть использованы для достижения определенной цели, решения какой-либо задачи, а также возможностей отдельного лица, общества, государства в какой-либо области» ⁵
Примечание – Составлено автором.	

¹ Онлайн-версия толкового словаря С. Ожегова. – URL: <http://www.ozhegov.org/words/25962.shtml> (дата обращения: 05.07.2018).

² Потенциал // Толковый словарь Д. Н. Ушакова онлайн. – URL: <https://ushakovdictionary.ru/word.php?wordid=55068> (дата обращения: 05.07.2018).

³ Потенциал // Большая советская энциклопедия онлайн. – URL: <https://bse.slovar-online.com/31942-POTENTIAL> (дата обращения: 05.07.2018).

⁴ Экономическая энциклопедия / гл. ред. Л. И. Абалкин. – 2-е изд. – М.: Экономика, 2010. – С. 34.

⁵ Савруков А. Н. Методика оценки потенциала ипотечного жилищного кредитования в регионе // Региональная экономика: теория и практика. – 2012. – № 8. – С. 34.

Таким образом, **потенциал** – это совокупность материальных и нематериальных ресурсов, принадлежащих определенному объекту и субъекту отношений, которые могут быть ими использованы в процессе осуществления определенной деятельности.

В свою очередь, под **потенциалом рынка цифровых услуг** понимается «совокупность приоритетных направлений формирования и развития рынка цифровых услуг, сформировавшихся под влиянием факторов внешней и внутренней среды, учитывающих специфику взаимодействия его ключевых участников, а также определенные качественные и количественные характеристики объектов рынка цифровых услуг»¹.

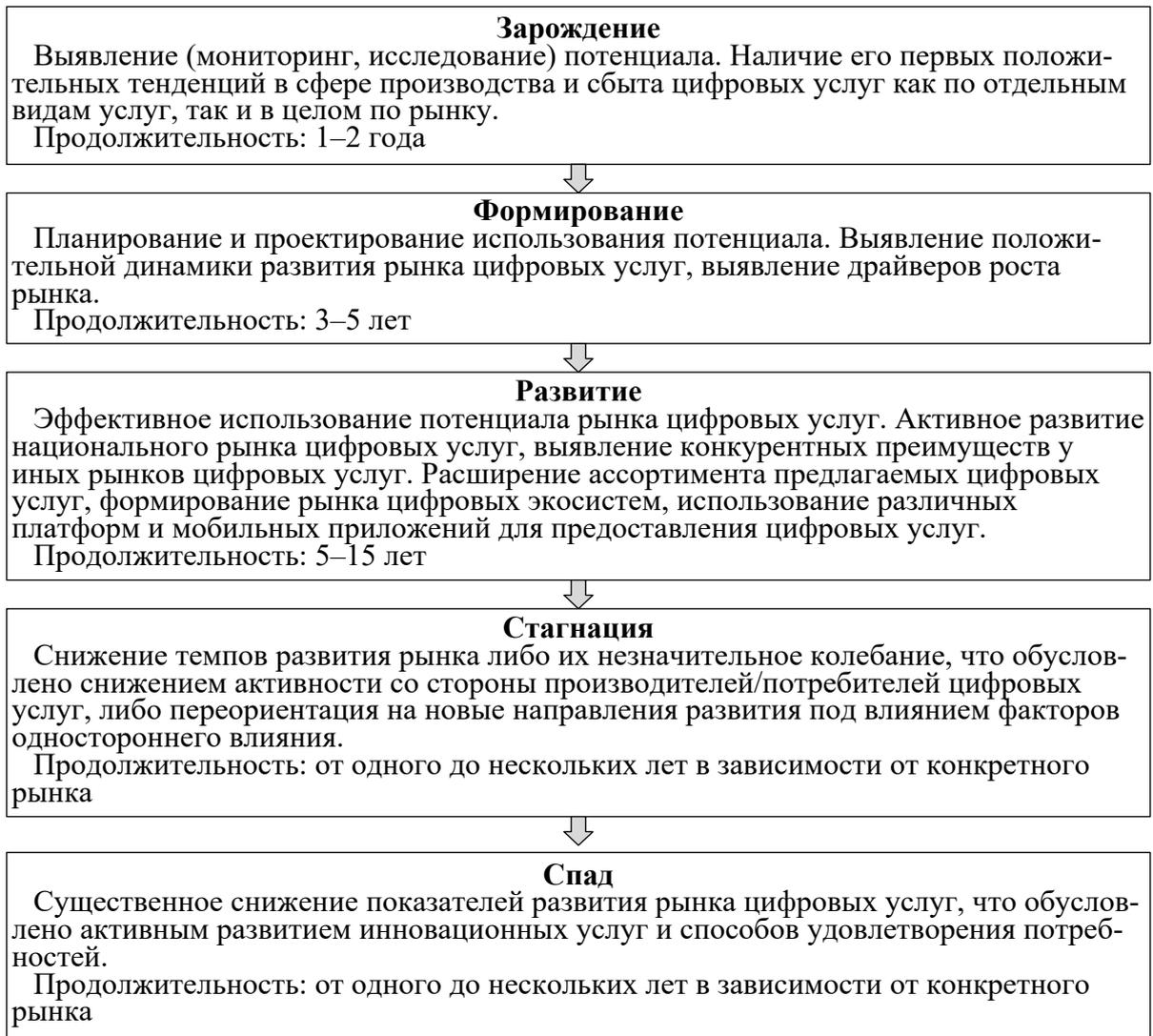
По мнению диссертанта, процесс становления и развития потенциала рынка цифровых услуг – его генезис – можно представить в виде пяти стадий: зарождение; формирование; развитие; стагнация; спад (рисунок 19). На практике можно встретить и четыре стадии, например, с исключением одной из трех последних.

Таким образом, диссертантом предлагается следующее определение: **генезис потенциала рынка цифровых услуг** – это период времени с момента появления первых признаков положительной динамики развития рынка цифровых услуг до выявления отрицательных тенденций развития как по отдельным сегментам рынка, так и по рынку цифровых услуг в целом.

Кроме определения стадий генезиса потенциала рынка цифровых услуг, диссертантом предлагается авторский подход к классификации потенциала рынка цифровых услуг, представленный в таблице 20.

Потенциал рынка цифровых услуг не обязательно выделяется по отдельному признаку. Один потенциал может быть отнесен к разным видам в зависимости от критерия, выбранного для проведения классификации. При этом на потенциал рынка цифровых услуг оказывают влияние факторы-потенциалы (рисунок 20).

¹ Логинов М. П., Усова Н. В. Формирование и развитие потенциала рынка цифровых услуг // e-FORUM. – 2020. – № 2 (11). – С. 154.



Примечание – Составлено автором.

Рисунок 19 – Генезис потенциала рынка цифровых услуг

Таблица 20 – Классификация потенциала рынка цифровых услуг

Вид потенциала	Характеристика
Степень реализации	
Достигнутый	Реализованы все поставленные задачи и достигнуты цели формирования потенциала рынка цифровых услуг
Перспективный	Определена система целей и задач по формированию и реализации потенциала рынка цифровых услуг
Степень охвата	
Совокупный	При оценке потенциала рынка цифровых услуг учитывается вся совокупность факторов, оказывающих на него влияние

Продолжение таблицы 20

Вид потенциала	Характеристика
Факторный	При оценке потенциала рынка цифровых услуг учитывается один либо несколько факторов, оказывающих на него влияние
Тенденция формирования	
Нарастающий	Потенциал рынка цифровых услуг усиливается
Стагнирующий	Потенциал рынка цифровых услуг остается неизменным либо изменяется незначительно
Снижающийся	Потенциал рынка цифровых услуг снижается
Колеблющийся	Потенциал рынка цифровых услуг не имеет определенного вектора развития и изменяется под влиянием факторов, оказывающих на него непосредственное воздействие
Частота появления	
Типичный	Потенциал рынка цифровых услуг схож с потенциалами других цифровых рынков
Эксклюзивный	Потенциал рынка цифровых услуг характерен только для данной территории и не свойственен другим цифровым рынкам, что обусловлено влиянием внутренних факторов и спецификой потребителя
Примечание – Составлено автором.	

Диссертантом выделяются глобальные, внешние и внутренние факторы-потенциалы.

Глобальные факторы-потенциалы оказывают влияние не только на национальный рынок конкретной страны, но и на рынки цифровых услуг других стран. Их можно назвать факторами одностороннего влияния, так как рынок на них не может влиять, и необходимо лишь приспособливаться и вносить изменения в приоритеты развития с учетом тенденций мировых показателей.

Так, глобализация и интеграция характеризуются встраиванием национальных экономик в единую мировую экономическую систему; в частности, отличаются формированием и развитием глобальных финансовых рынков, транснациональных корпораций и объединений.



Примечание – Составлено автором.

Рисунок 20 – Факторы-потенциалы, влияющие на потенциал рынка цифровых услуг

В свою очередь, интернационализация хозяйственной деятельности характеризуется усилением взаимосвязи национальных экономик при сохранении их относительной автономности.

Цифровизация представляет собой этап мирового развития, выражающийся во внедрении в экономическую, научную, социальную и производственную сферы цифровых технологий.

Научно-технический прогресс и технологический уклад характеризуются взаимосвязанным прогрессивным развитием науки и техники в соответствии с трансформацией потребностей общества и изменением нужд материального производства в зависимости от применяемых технологий в рамках определенного этапа исторического развития.

К внешним факторам-потенциалам относится совокупность различных потенциалов территории, оказывающих непосредственное влияние на развитие рынка цифровых услуг и его потенциал. Так, диссертантом выделяются следующие виды потенциала: кадровый, экономический, цифровой, национально-этнический, демографический, инфраструктурный, инвестиционный, потенциал рынков аналоговых товаров и услуг, инновационный. Каждый из выделенных диссертантом потенциалов находит свое выражение в ряде факторов, которые и оказывают влияние на развитие рынка цифровых услуг (таблица 21).

Таблица 21 – Внешние факторы-потенциалы территории, оказывающие влияние на потенциал рынка цифровых услуг

Вид потенциала	Фактор
Кадровый	Профессиональная структура кадрового состава. Наличие уникальных специалистов. Наличие уникальных технологий. Половозрастная структура кадрового состава
Экономический	Валовой внутренний продукт на душу населения. Уровень зарегистрированной безработицы. Доля населения с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума. Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата

Продолжение таблицы 21

Вид потенциала	Фактор
Цифровой	Развитость цифровых технологий. Доступность сети Интернет. Количество мобильных подключений. Количество пользователей мобильных социальных сетей. Проникновение мобильных приложений. Число интернет-пользователей
Национально-этнический	Титульная нация. Национальная структура населения. Традиции и обычаи. Религиозный состав населения
Демографический	Численность населения. Половозрастная структура населения. Уровень рождаемости. Уровень смертности. Миграционные процессы
Инфраструктурный	Плотность автомобильных дорог. Наличие аэропортов и география авиасообщений. Наличие железнодорожного сообщения с крупными населенными пунктами. Развитость государственного управления, охраны, социального обслуживания. Наличие и доступность объектов культуры и искусства, науки и образования, здравоохранения. Развитость финансовой сферы, потребительского рынка.
Инвестиционный	Рейтинг инвестиционного климата. Наличие органов государственной власти и местного самоуправления, регулирующих вопросы инвестиционной деятельности на территории. Отраслевая структура инвестиций и их динамика. Структура инвестиций по источникам привлечения и их динамика
Потенциал рынков аналоговых товаров и услуг	Объем спроса и предложения. Структура ассортимента аналоговых товаров и услуг. Объем прибыли. Структура затрат на производство и сбыт аналоговых товаров
Инновационный	Инновационная активность организаций. Наличие высококвалифицированных кадров на территории региона, способных разрабатывать и коммерциализировать инновации, и их доля в общей численности занятых. Объем и структура инновационных товаров по секторам экономики. Наличие лицензий, патентов и ноу-хау на территории региона. Материально-техническая обеспеченность предприятий и организаций территории.

Продолжение таблицы 21

Вид потенциала	Фактор
	Число и структура образовательных учреждений высшего образования. Число организаций, выполняющих научно-исследовательские работы. Уровень технологической обеспеченности
Примечание – Составлено автором.	

Как видно из таблицы 21, для характеристики каждого вида потенциала необходимо проанализировать ряд факторов, которые дают представление о тенденциях и приоритетах развития территории и тем самым определяют внешний потенциал развития рынка цифровых услуг.

Так, кадровый потенциал влияет на востребованность вакансий на предприятиях, функционирующих на рынках цифровых услуг, и возможность развития таких рынков в долгосрочной перспективе.

Экономический потенциал влияет на привлекательность цифровых рынков для населения. Уровень доходов населения и их динамика, а также уровень инфляции влияют на покупательную способность и востребованность определенных категорий товаров и услуг. В свою очередь, безработица как экономическое явление также влияет на социально-экономическое благополучие территории и востребованность цифровых услуг.

При этом цифровой потенциал характеризует проникновение цифровых технологий в жизнь общества с точки зрения не только наличия доступа в сеть Интернет, но и спроса со стороны предпринимательского сектора и потребителей на данные услуги. Темпы роста доступности сети Интернет, наличие и востребованность мобильного доступа к сети Интернет и мобильных приложений иллюстрируют тенденции развития цифрового рынка и предоставляют возможность спрогнозировать качественную характеристику и уровень развития цифрового рынка в среднесрочной перспективе.

Национально-этнический и демографический потенциалы оказывают влияние на развитие рынка цифровых услуг, характеризуя тенденции развития демографической ситуации и специфику населения определенной территории. Особую значимость данный потенциал имеет при выходе на международный рынок. При характеристике демографической ситуации можно сделать вывод об изменении численности населения, а также демографическом профиле территории.

Важными критериями инфраструктурного потенциала являются развитость автомобильного, железнодорожного и авиасообщения в зависимости от территории, а также финансовой сферы и потребительского рынка. В финансовой сфере важна возможность оплаты цифровых услуг с использованием цифровых финансовых услуг и их развитость и прогрессивность с учетом мировых тенденций по переходу к цифровым валютам.

Инвестиционный потенциал также оказывает влияние на развитие рынка цифровых услуг и находит свое выражение в инвестиционной привлекательности территории либо отдельных сфер деятельности, а также в мероприятиях органов власти по повышению инвестиционной привлекательности.

Потенциал рынков аналоговых товаров и услуг характеризуется не только наличием самих товаров, но и соотношением спроса и предложения, экономической эффективностью деятельности и ассортиментом предоставляемых товаров и услуг. Также значимым показателем является структура затрат на производство и сбыт аналоговых товаров.

Инновационный потенциал оказывает влияние на возможность разработки и последующего внедрения инновационных товаров и услуг для потребителей, что также влияет на макроэкономические показатели и качество жизни населения.

Кроме того, на рынок цифровых услуг оказывают влияние внутренние факторы-потенциалы:

– востребованность цифровых услуг населением, которая выражается в наличии у домашних хозяйств широкополосного доступа к сети Интернет и пользователей сети среди членов домашних хозяйств, а также в получении государственных

и муниципальных услуг и возможности заказа товаров и (или) услуг в сети Интернет;

– доступность цифрового пространства для населения, которая находит свое отражение в таких индикаторах, как наличие у домашних хозяйств персонального компьютера, доступа к сети Интернет, использование средств защиты в сети Интернет, а также доступа к сети Интернет с домашнего компьютера, выражаемых в процентах от общего числа домашних хозяйств;

– доступность цифровых услуг организаций, которая характеризуется использованием организациями широкополосного доступа к сети Интернет, наличием веб-сайта, использованием средств защиты информации, передаваемой по глобальным сетям, а также размещением и получением заказов на товары (работы, услуги) в сети Интернет;

– интегративность цифровых технологий, которая характеризуется использованием организациями локальных вычислительных сетей, Интранета, Экстранета, ERP-систем, CRM-систем, SCM-систем, электронного обмена данными между своими и внешними информационными системами по форматам обмена, операционных систем с открытым исходным кодом (например, Linux), специальных программных средств для управления закупками и продажами товаров (работ, услуг).

Таким образом, развитие рынка цифровых услуг и его потенциал зависят от влияния ряда факторов: глобальных, внешних и внутренних. Каждый из выделенных факторов влияет на формирование тенденций и приоритетов развития национального рынка цифровых услуг в целом и каждого отдельного его вида. Учет данных факторов в совокупности дает возможность не только определить приоритеты развития рынка цифровых услуг, но и разработать определенный план мероприятий относительно использования конкретного фактора-потенциала.

Выводы по главе 2

Вторая глава посвящена методологическим положениям формирования системы цифровых услуг, которые включают в себя развитие системы цифровых услуг в рамках шестого технологического уклада; предложение использовать синергетический подход к формированию системы цифровых услуг, а также потенциал рынка цифровых услуг в национальной экономике:

1. Обоснована значимость системы цифровых услуг, выделены функции государства в развитии системы цифровых услуг в рамках шестого технологического уклада и дана характеристика значимости каждой из них, а также предложены направления развития системы цифровых услуг.

2. Представлена модель места потребителя в цифровом пространстве, которая иллюстрирует специфику системы цифровых услуг и роли государства в ее развитии. Диссертантом обосновано центральное место потребителя, а также двойственность роли государства в данной модели. С одной стороны, оно выступает в качестве активного участника, а с другой – в качестве регулятора системы цифровых услуг.

3. Предложен авторский подход к определению категорий «синергия» и «синергия системы цифровых услуг», «рынок цифровых услуг», «потенциал», «потенциал рынка цифровых услуг», «генезис потенциала рынка цифровых услуг».

4. Представлены ключевые аспекты синергетического подхода к системе цифровых услуг и дана их характеристика.

5. Выявлены синергетические эффекты в системе цифровых услуг, сформулированы основные направления синергетического развития системы цифровых услуг и предложен подход к оценке величины синергетического эффекта системы цифровых услуг на основе системы сбалансированных показателей. Подход основан на выделении трех блоков доступности и востребованности цифровых услуг населением, организаций, а также цифровых государственных и муниципальных

услуг; позволяет выявить степень сбалансированности системы для последующей выработки мероприятий по ее совершенствованию.

6. Разработаны классификация рынков цифровых услуг, классификация потенциала рынка цифровых услуг, а также предложены факторы-потенциалы, оказывающие влияние на потенциал рынка цифровых услуг.

7. Сделано предположение, что генезис потенциала рынка цифровых услуг включает в себя пять стадий – зарождение, формирование, развитие, стагнация, спад, и представлена характеристика каждой из них.

3 Методические подходы к оценке формирования и функционирования системы цифровых услуг на потребительских рынках

3.1 Механизм развития цифровых услуг на потребительских рынках

Развитие цифровых услуг на современном этапе является определенным вызовом для национальной экономики, и происходящие изменения, которые наблюдаются на потребительском рынке, в том числе развитие цифровых услуг, усиливают значимость исследования механизма развития цифровых услуг на потребительских рынках.

Основой модернизации национальной экономики является цифровая трансформация, повышение эффективности российской экономики (что находит свое отражение в макроэкономических показателях), обеспечение лидерских позиций в международных рейтингах и учет специфики шестого технологического уклада.

Российская Федерация стабильно входит в список первых 50 стран, которые активно внедряют цифровые технологии. Так, в 2019 г. валовые внутренние затраты на развитие цифровой экономики в России составили 4 094 млрд р. (3,7 % ВВП страны), из которых 2 453 млрд р. (2,2 % ВВП) – внутренние затраты организаций на создание, распространение и использование цифровых технологий и связанных с ними продуктов и услуг. В свою очередь, затраты домашних хозяйств на использование цифровых технологий и связанных с ними продуктов и услуг составили 1 641 млрд р. (1,5 % ВВП)¹.

¹ Цифровая экономика: 2021: краткий стат. сб. / Г. И. Абдрахманова, К. О. Вишневский, Л. М. Гохберг и др. – М.: НИУ ВШЭ, 2021. – С. 10.

Для обеспечения конкурентоспособности национальной экономики на международном уровне и повышения качества жизни населения необходимо определить механизм развития цифровых услуг на потребительских рынках.

По мнению диссертанта, потребительский рынок цифровых услуг представляет собой организационно-экономические отношения в цифровом пространстве, связанные с интерактивным процессом взаимодействия производителя и потребителя услуги посредством цифровых информационных коммуникаций, цифровых посредников в рамках экономического пространства государства.

Потребительский рынок цифровых услуг как один из структурных элементов системы цифровых услуг обладает своей спецификой, а его развитие сопряжено с рядом рисков.

Во-первых, риск несанкционированного доступа к конфиденциальной информации, персональным данным.

Во-вторых, риск, связанный с увеличением числа случаев кибермошенничества и фишинга.

В-третьих, риск, обусловленный усилением цифрового неравенства населения ввиду территориальной удаленности и возрастных ограничений.

В-четвертых, риск искажения либо уничтожения информации в связи с техническими сбоями либо вирусными атаками.

В-пятых, рост безработицы и теневого сектора экономики.

В-шестых, риск роста уровня недоверия к участникам национального потребительского рынка цифровых услуг со стороны потребителей.

Таким образом, возникает необходимость формирования механизма управления развитием цифровых услуг на потребительских рынках. Важную роль играют не только участники рынка, но и органы власти, оказывающие регуляторное воздействие. При этом рассмотрение механизма без учета специфики применяемой модели управления развитием рынка, а также возможной совокупности методов управления невозможно ввиду особенностей и многоаспектности механизма управления развитием исследуемого рынка.

На рисунке 21 представлены четыре модели управления развитием рынка цифровых услуг, каждая из которых обладает определенной спецификой.



Примечание – Составлено автором по: Шитухина Н. С. Анализ зарубежного опыта регулирования сферы информационных услуг в условиях цифровизации // Новые технологии. – 2018. – № 3. – С. 145–152.

Рисунок 21 – Модели управления развитием рынка цифровых услуг

В Российской Федерации, по мнению диссертанта, функционирует своя модель управления развитием рынка цифровых услуг, в основе которой лежит как развитие существующих рынков в цифровом пространстве, так и формирование инновационных рынков цифровых услуг, позволяющих повысить темпы роста макроэкономических показателей и качество жизни населения. Таким образом, происходит стирание территориальных границ и повышается вероятность выхода национальных компаний, функционирующих в цифровом пространстве, на международный рынок.

Учитывая специфику модели управления развитием рынка цифровых услуг, рассмотрим методы управления потребительским рынком цифровых услуг (таблица 22).

Таблица 22 – Классификация методов управления потребительским рынком цифровых услуг

Классификационный признак	Методы управления	Характеристика
Способ воздействия	Прямые	Прямое вмешательство государства в функционирование потребительского рынка цифровых услуг
	Косвенные	Опосредованное влияние государства на потребительский рынок цифровых услуг
Уровень управления	Международный	На потребительский рынок цифровых услуг оказывают влияние организации международного уровня
	Федеральный	На потребительский рынок цифровых услуг оказывают влияние органы государственной власти федерального уровня
	Региональный	На потребительский рынок цифровых услуг оказывают влияние органы государственной власти субъекта Федерации
	Локальный	На потребительский рынок цифровых услуг оказывают влияние органы местного самоуправления
Содержание	Общие	Направлены на потребительский рынок цифровых услуг в целом
	Специальные	Направлены на определенные сегменты потребительского рынка цифровых услуг
Масштаб охвата	Общие	Охватывают своим влиянием весь потребительский рынок цифровых услуг
	Локальные	По охвату воздействия ограничены рамками определенного сегмента потребительского рынка цифровых услуг
Периодичность воздействия	Разовые	Несут характер единичного воздействия с целью решения определенной проблемы
	Периодические	Методы, которые применяются с определенной периодичностью
	Перманентные	Применяются на постоянной основе, вне зависимости от каких-либо обстоятельств
Характер выполняемых функций	Разрешительные	Разрешение определенных видов деятельности на потребительском рынке цифровых услуг
	Запретительные	Запрет определенных видов деятельности на потребительском рынке цифровых услуг
	Информационно-аналитические	Обеспечение всех участников потребительского рынка цифровых услуг актуальной информацией
	Контрольные	Контроль за деятельностью участников потребительского рынка цифровых услуг

Продолжение таблицы 22

Классификационный признак	Методы управления	Характеристика
	Координирующие	Координация действий участников потребительского рынка цифровых услуг
Характер воздействия	Регламентирующие	Регламентация порядка оформления разрешения на осуществление определенного вида цифровых услуг, требований к участникам потребительского рынка цифровых услуг
	Стимулирующие	Действия носят поощрительный характер и направлены на сохранение либо расширение определенного вида цифровых услуг
	Ограничительные	Ограничение различных аспектов деятельности на потребительском рынке цифровых услуг
	Контролирующие	Систематический контроль над соблюдением правил, требований и норм, регламентирующих потребительский рынок цифровых услуг
Метод воздействия	Экономические	Координация рыночных процессов с помощью налогообложения, воздействия на цены, предоставления льгот, бюджетного кредитования и инвестиций
	Организационные	Обеспечение участников рынка цифровых услуг актуальной и достоверной информацией, реализация мероприятий программных документов, развитие материально-технической и цифровой базы предприятий сферы услуг, обеспечение должного уровня квалификации сотрудников, формирование системы государственной экспертизы
	Нормативно-правовые	С целью упорядочения рыночных процессов осуществляется работа с законодательными актами, указаниями, распоряжениями, инструкциями, правилами, а также применение контролирующих мер
<p>Примечание – Составлено автором по: Усова Н. В. Специфика формирования и развития маркетинговых структур потребительских рынков в постсоветский период: ретроспективный анализ // Муниципалитет: экономика и управление. – 2019. – № 2 (27). – С. 124–133.</p>		

Все представленные методы управления применяются в определенной совокупности в зависимости от конкретной ситуации и ожидаемого результата.

Прежде чем охарактеризовать механизм развития потребительского рынка цифровых услуг, обратимся к категории «механизм» (таблица 23).

Таблица 23 – Подходы к категории «механизм»

Подход	Авторы	Специфика подхода
Функциональный	А. Кульман ¹	Механизм представляет собой взаимосвязь, которая естественным образом возникает между различными экономическими явлениями в определенных условиях под воздействием первоначального импульса
Структурный (системно-организационный)	Л. И. Абалкин ²	Использование категории «механизм» для описания функционирования любой экономической системы. При этом отсутствует иерархия и структурированность механизмов, а также общепризнанная методология формирования механизмов и управления
Информационный	Л. Гурвиц, Э. Маскин, Р. Майерсон ³	В основе механизма лежит использование методов математической теории игр. Приоритетным направлением является учет субъективных предпочтений и стратегий хозяйствующих субъектов. В рамках данного подхода не учитываются эффективность деятельности рыночного регулятора, а также процессы, протекающие в хозяйственной сфере, и объективные интересы субъектов рынка
Комбинированный	А. Ю. Чаленко ⁴ , В. А. Слепов, В. К. Бурлачков, К. В. Ордов ⁵	Механизм представляет собой совокупность взаимосвязанных элементов и ресурсов экономического процесса и способов их соединения для обеспечения выполнения функций процесса. В рамках данного подхода механизм становится исполнительным элементом, который обеспечивает ресурсами реализацию управленческого воздействия
Кибернетический	М. П. Логинов ⁶	Выделяется иерархия механизмов, а именно экономический, хозяйственный механизмы и механизм управления
Примечание – Систематизировано автором.		

¹ Кульман А. А. Экономические механизмы / пер. с фр. под общ. ред. Н. И. Хрустальной. – М.: Прогресс; Универс, 1993. – 188 с.

² Абалкин Л. И. Избранные труды: в 4 т. – М.: Экономика, 2000. – Т. 2. Политическая экономия: хозяйственный механизм развитого социалистического общества. Новый тип экономического мышления. Перестройка: пути и проблемы. – 911 с.

³ Измалков С., Сонин К., Юдкевич М. Теория экономических механизмов (Нобелевская премия по экономике 2007 г.) // Вопросы экономики. – 2008. – № 1. – С. 4–26.

⁴ Чаленко А. Ю. О понятийной неопределенности термина «механизм» в экономических исследованиях // Экономика промышленности. – 2010. – № 3 (51). – С. 26–33.

⁵ Слепов В. А., Бурлачков В. К., Ордов К. В. О теории экономических механизмов // Финансы и кредит. – 2011. – № 24 (456). – С. 2–8.

⁶ Логинов М. Экономические механизмы: сущность, классификация, кибернетический подход // Проблемы теории и практики управления. – 2015. – № 9. – С. 94–102.

Как видно из таблицы 23, подходы к определению данной категории эволюционировали.

Применительно к рынку цифровых услуг диссертант придерживается кибернетического подхода и предлагает следующее определение: **механизм развития цифровых услуг на потребительских рынках** – это система инструментов управления совокупностью экономических отношений между участниками потребительского рынка по поводу производства, распределения, обмена и потребления блага.

Использование кибернетического подхода обусловлено рядом причин.

Во-первых, возможность выстроить прямые и обратные связи в процессе управления.

Во-вторых, деление всей управляемой системы на отдельные подсистемы с последующим управлением.

В-третьих, возможность отслеживания показателей внешней среды и соотнесения их с нормативными показателями.

В-четвертых, перманентный процесс сбора, передачи и преобразования информации об объекте управления.

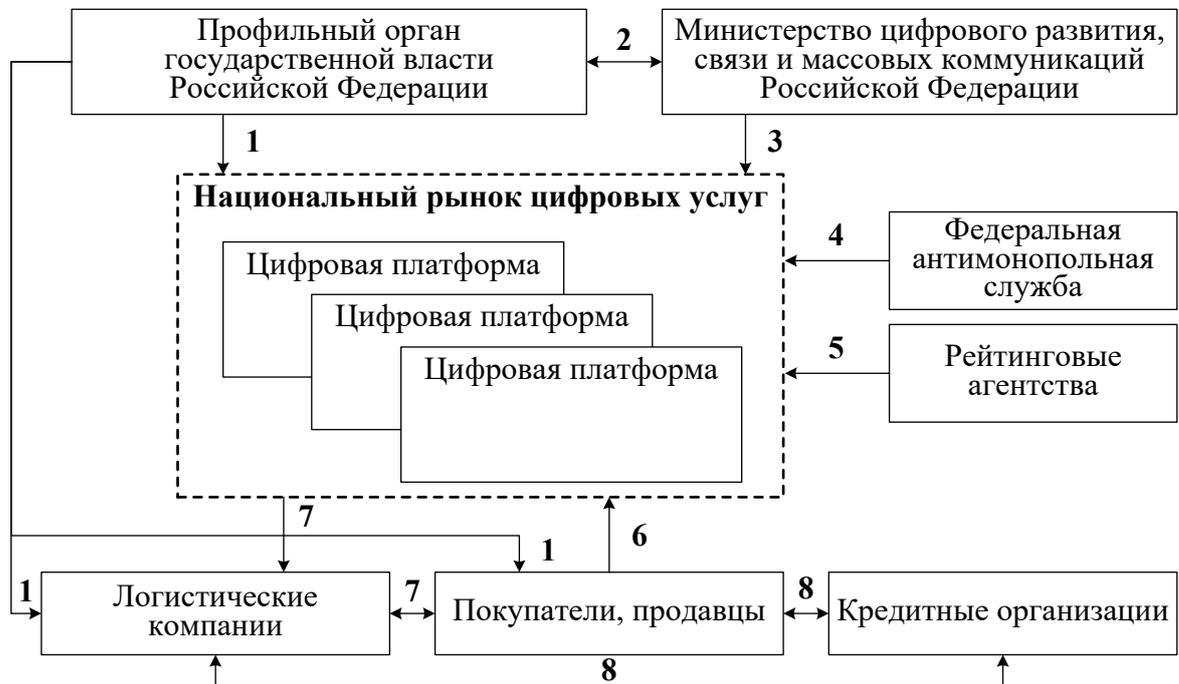
Все это позволяет получить определенный эффект от развития рынка цифровых услуг, связанный со снижением издержек (временных, организационных, финансовых) по организации, предоставлению и получению цифровых услуг, с повышением прозрачности предоставления услуг, а также нивелированием административных барьеров.

На рисунке 22 диссертантом представлен механизм развития цифровых услуг на потребительских рынках.

Каждый из участников, задействованных в механизме, выполняет определенные функции.

Профильный орган государственной власти разрабатывает стратегические документы, определяет приоритетные направления развития рынка цифровых услуг и контролирует достижение поставленных целей. Кроме того, профильный орган находится в тесном взаимодействии с Министерством цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации, обеспечивающим разви-

тие цифровой инфраструктуры, которая является обязательной составляющей для развития цифрового сегмента национальной экономики.



Примечание – Составлено автором.

Рисунок 22 – Механизм развития цифровых услуг на потребительских рынках:

- 1 – регулирование взаимодействия между участниками процесса купли-продажи;
- 2 – взаимодействие; 3 – развитие цифровой инфраструктуры; 4 – надзор;
- 5 – формирование рейтингов; 6 – взаимодействие продавцов и покупателей на цифровых платформах; 7 – обеспечение логистики оказания услуг по сделкам;
- 8 – обеспечение сделок

Федеральная антимонопольная служба осуществляет надзор за деятельностью участников национального рынка цифровых услуг, обеспечивая конкурентную среду и развитие рынка.

Рейтинговые агентства формируют рейтинги цифровых платформ (мобильные приложения, маркетплейсы, интернет-магазины).

Взаимодействие между продавцом и покупателем цифровых услуг осуществляется на цифровых платформах. В процессе предоставления цифровых услуг также могут принимать участие логистические компании, обеспечивающие доставку товаров до конечного потребителя. В частности, для рынка цифровых услуг

розничной торговли характерно наличие логистических компаний либо собственных логистических служб, оказывающих услуги по транспортировке товаров до покупателя.

В целом предоставление цифровых услуг основывается на ряде принципов:

- доступность – возможность получить цифровую услугу в любое время вне зависимости от территориальной локации;

- адаптивность – приспособляемость цифровой услуги к потребностям определенного потребителя;

- перманентность качества – качество предоставляемой услуги не меняется, так как все процессы алгоритмизированы и оцифрованы;

- результативность – процесс взаимодействия участников рынка цифровых услуг нацелен на достижение конечной цели, а именно удовлетворение нужд и потребностей потребителей путем предоставления цифровой услуги, соответствующей ожиданиям потребителей, и достижение целевого уровня экономической либо социальной эффективности;

- клиентоориентированность – развитие рынка цифровых услуг в зависимости от тенденций внешней среды и потребностей потребителей;

- дифференцированность – возможность предоставления различных цифровых услуг, а также совокупности услуг в зависимости от потребностей и специфики целевой аудитории.

Инструменты воздействия также весьма разнообразны и варьируются в зависимости от этапа управления развитием рынка цифровых услуг (рисунок 23).

Каждый из представленных инструментов позволяет достичь определенных целей в процессе управления развитием рынка цифровых услуг.

Инструменты «активная экспертиза» и «последовательное распределение ресурсов на основе прямых, обратных или абсолютных приоритетов» позволяют повысить эффективность принимаемых решений на основе обеспечения достоверности и снижения субъективности со стороны лиц, принимающих управленческие решения относительно развития рынка цифровых услуг.



Примечание – Составлено автором по: Механизмы управления / В. Н. Бурков, И. В. Буркова, М. В. Губко и др.; под ред. Д. А. Новикова. – М.: URSS, 2011. – 192 с.

Рисунок 23 – Инструменты цикла управления развитием рынка цифровых услуг

Инструменты этапа организации рынка цифровых услуг направлены на достижение следующих целей:

- «затраты – эффект» – повышение эффективности использования ресурсов, снижение субъективности принимаемых решений, побуждение участников рынка цифровых услуг к более эффективному использованию ресурсов;

- «оптимизации цепочки сбыта/поставки» – повышение экономической эффективности деятельности участников рынка цифровых услуг за счет оптимизации сбытового канала либо цепочки поставщиков цифровых услуг/ресурсов для создания цифровых услуг; повышение точности планирования и эффективности принимаемых решений в условиях нестабильности и риска;

- «оптимизации спектра цифровых услуг» – совершенствование предоставляемых цифровых услуг, реализация инновационной политики с учетом трансформации внешней среды и смены предпочтений целевой аудитории.

Инструменты этапа стимулирования рынка цифровых услуг обеспечивают повышение экономической эффективности деятельности участников рынка, вы-

полнение либо перевыполнение целевых показателей, закрепленных в стратегических документах; повышение точности планирования.

Инструмент комплексного оценивания направлен на регулярное отслеживание ситуации на рынке цифровых услуг и своевременное реагирование на выявленные тенденции с целью внесения изменений в стратегические документы и корректировки нормативно-правовых актов, обеспечивающих функционирование рынка цифровых услуг в рамках национального правового поля.

Управленческое воздействие на развитие национального рынка цифровых услуг предполагает применение различных инструментов и учет специфики механизма развития рынка цифровых услуг на потребительских рынках. В качестве результатов такого воздействия могут выступать:

- снижение уровня цифрового неравенства;
- повышение качества жизни населения;
- расширение ассортимента предлагаемых цифровых услуг;
- рост макроэкономических показателей;
- развитие экономики мобильных приложений и платформенной экономики;
- формирование цифровых экосистем;
- активное внедрение современных цифровых технологий для повышения эффективности рынка цифровых услуг;
- появление новых сегментов рынка цифровых услуг.

Из вышесказанного можно заключить, что механизм развития рынка цифровых услуг на потребительских рынках направлен в первую очередь на обеспечение доступности цифровых услуг для населения, а также на рост ключевых макроэкономических показателей.

3.2 Методики оценки и анализа развития цифровых услуг на потребительских рынках на основе совокупности количественных и интегральных показателей

В предыдущих параграфах диссертантом были рассмотрены теоретические аспекты системы цифровых услуг на потребительских рынках. Важным направлением исследования является оценка уровня развития рынка цифровых услуг.

Повышение конкурентоспособности национальной экономики и рост макроэкономических показателей возможны лишь на основе качественного преобразования рынка услуг и активного развития рынка цифровых услуг.

Рынок цифровых услуг прирастает новыми видами цифровых услуг, и если до пандемии новой коронавирусной инфекции COVID-19 для организаций важным было продвижение в сети Интернет, то с наступлением периода самоизоляции и последующим увеличением потребления цифровых услуг важным стало расширение перечня предоставляемых услуг в цифровом пространстве.

К примеру, на локальном рынке фитнес-услуг до пандемии COVID-19¹ цифровое пространство рассматривалось как площадка для продвижения, поэтому были востребованы цифровые маркетинговые услуги.

В свою очередь на развитие цифровых сбытовых услуг в агропромышленных комплексах негативно влияют нехватка специализированных маркетплейсов, где будет представлена продукция небольшие фермерских хозяйств и достаточно крупных агрокомплексов, консерватизм потенциальных потребителей и опасения относительно качества приобретаемой продукции².

¹ Усова Н. В., Гергележиу Я. Г. Приоритетные направления продвижения услуг фитнес-центра на рынке крупного города // Вопросы управления. – 2019. – № 2 (57). – С. 231–242.

² Разорвин И. В., Усова Н. В., Логинов М. П. Повышение доступности сельскохозяйственной продукции для населения на основе развития цифровых сбытовых услуг // Аграрный вестник Урала. – 2020. – № S13. – С. 79–85.

На основании вышеизложенного диссертант пришел к выводу о необходимости разработки методического инструментария по оценке уровня развития рынка цифровых услуг на потребительских рынках.

Диссертантом предлагается оценивать развитие цифровых услуг на потребительских рынках, опираясь на три методики. Первая методика позволяет определить движущие силы и уровень развития рынка цифровых услуг, вторая направлена на оценку уровня развития национального рынка цифровых услуг розничной торговли и федеральных округов, оказывающих негативное влияние на формирование национальных показателей, третья – на выявление тенденций развития национального рынка цифровых финансовых услуг с учетом лояльности потребителей и уровня безопасности в процессе их приобретения и потребления.

Методика оценки уровня развития рынка цифровых услуг. Предлагаемая диссертантом методика основывается на ряде интегральных показателей, позволяющих комплексно оценить развитие рынка с учетом доступности цифрового пространства для населения и востребованности им цифровых услуг, а также доступности цифровых услуг организаций и интегративности цифровых технологий.

Новизна предлагаемого методического подхода заключается в комплексности оценки рынка на основе рассмотрения его развития с учетом вовлеченности в цифровое пространство участников рынка и уровня развитости цифровых технологий в национальной экономике.

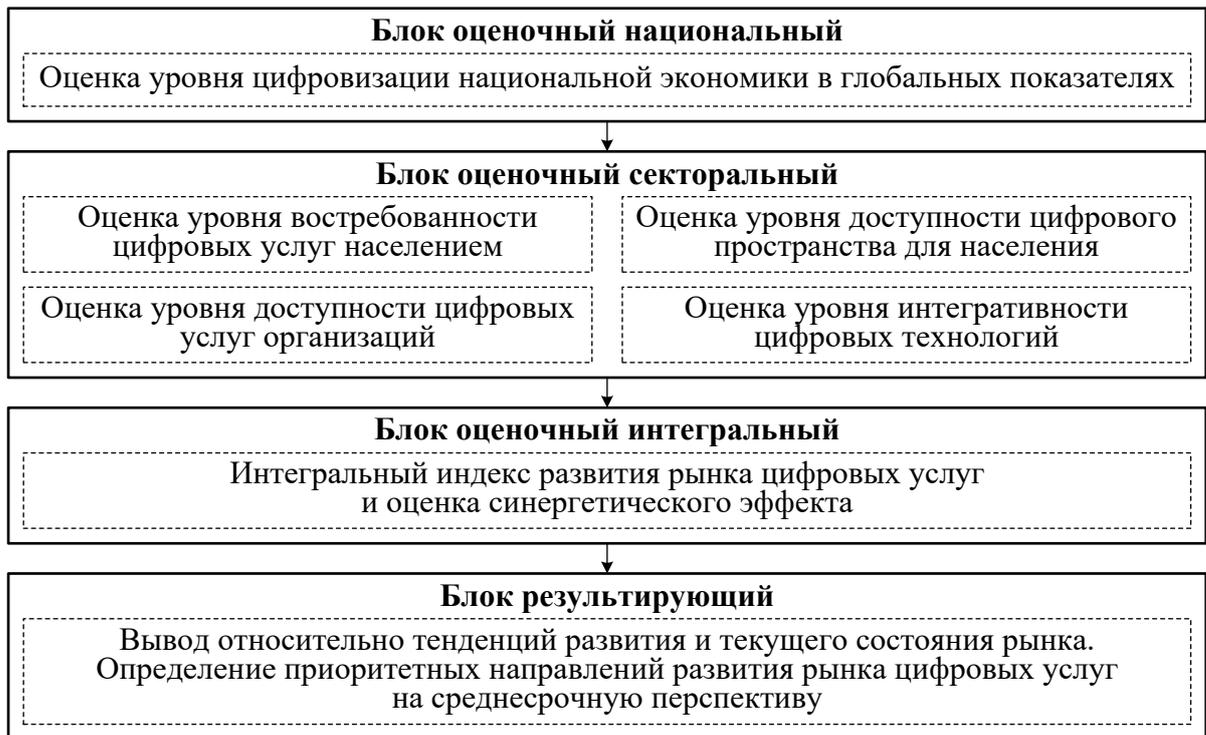
Концептуальная схема проведения оценки представлена на рисунке 24.

Задачи методики:

– оценить уровень доступности цифрового пространства для населения и востребованности цифровых услуг населением, таким образом, охарактеризовав спрос на цифровые услуги;

– выявить уровень доступности цифровых услуг организаций на рынке и интегративности цифровых технологий;

– определить приоритетные направления развития рынка цифровых услуг на основе динамики интегральных показателей.



Примечание – Составлено автором.

Рисунок 24 – Концептуальная схема проведения оценки уровня развития цифровых услуг

Цель предлагаемой методики: на основе совокупности количественных и интегральных показателей определить движущие силы и уровень развития рынка цифровых услуг.

В качестве ожидаемых результатов от внедрения предлагаемой методики диссертант выделяет следующие.

Во-первых, выявление драйверов развития рынка цифровых услуг, которые вносят существенный вклад в формирование его трендов.

Во-вторых, возможность проведения структурной декомпозиции элементов рынка цифровых услуг.

В-третьих, определение приоритетов развития национального рынка цифровых услуг с учетом конкурентоспособности национальной экономики на международном уровне.

В-четвертых, оценка соответствия уровня развития цифровых услуг приоритетным стратегическим направлениям развития национальной экономики.

Отсутствие методического инструментария весьма негативно сказывается на определении приоритетных направлений развития рынка цифровых услуг на среднесрочную перспективу. Ряд показателей находится на стадии разработки либо утверждения, а существующие показатели имеют разрозненный характер и не позволяют комплексно подойти к оценке рынка.

Для нивелирования негативного влияния текущей ситуации диссертантом предлагаются показатели: индекс востребованности цифровых услуг населением ($I_{вцун}$), индекс доступности цифрового пространства для населения ($I_{дцпн}$), индекс доступности цифровых услуг организаций ($I_{дцую}$), индекс интегративности цифровых технологий ($I_{ицт}$) и интегральный индекс развития рынка цифровых услуг ($I_{ррцу}$).

Весовое соотношение показателей в каждой из предложенных формул определено методом экспертных оценок. В качестве экспертов выступили представители научного сообщества, предпринимательского сектора, а также население. По результатам был сделан вывод об отсутствии необходимости присваивания большего весового коэффициента какому-либо из показателей.

В концептуальной модели выделяется четыре блока исследования.

Блок оценочный национальный основан на оценке уровня цифровизации национальной экономики в глобальных показателях. Диссертантом выделен ряд показателей, иллюстрирующих готовность национальной экономики к конкуренции в цифровом пространстве на международном уровне. Совокупность показателей представлена в таблице 24.

Таблица 24 – Показатели, входящие в блок оценочный национальный

Показатель	Характеристика
Индекс цифровой конкурентоспособности	Характеризует развитие цифровой экономики по трем направлениям: знания, готовность к будущему и технологии (в частности, развитие технологической составляющей, IT-интеграция, образование, гибкость бизнеса и иные)
Индекс сетевой готовности	Характеризует уровень развития информационно-коммуникационных технологий в стране

Продолжение таблицы 24

Показатель	Характеристика
Глобальный инновационный индекс	Характеризует результативность инновационной деятельности при данном инновационном потенциале
Индекс цифровизации экономики и общества	Характеризует уровень цифровизации пяти функциональных областей: связь, человеческий капитал, использование сети Интернет, интеграция цифровых технологий и цифровые государственные услуги
Показатель благоприятности условий ведения цифрового бизнеса в стране	Характеризует благоприятность ведения бизнеса на различных платформах (медиа и развлечения, цифровая торговля, совместное потребление и фриланс)
Индекс электронной торговли	Характеризует возможности экономики по инфраструктурному обеспечению электронной торговли
Примечание – Составлено автором.	

Блок оценочный секторальный состоит из четырех направлений исследования, представленных далее.

1. Оценка уровня востребованности цифровых услуг населением. В рамках данного блока производится расчет индекса востребованности цифровых услуг населением ($I_{вцун}$). Предлагаемый индекс позволяет оценить уровень заинтересованности населения в цифровых услугах, что возможно сделать с использованием таких показателей, как наличие у домашних хозяйств широкополосного доступа к сети Интернет и пользователей сети среди членов домашних хозяйств, а также получение государственных и муниципальных услуг и возможность заказа товаров и (или) услуг в сети Интернет.

Значение индекса варьируется от 0 до 100.

$$I_{вцун} = \frac{\text{Уд. вес}_{\text{пи}} + \text{Уд. вес}_{\text{гму}} + \text{Уд. вес}_{\text{шд}} + \text{Уд. вес}_{\text{зту}}}{4}, \quad (3)$$

где $\text{Уд. вес}_{\text{пи}}$ – удельный вес пользователей сети Интернет среди членов домашних хозяйств; $\text{Уд. вес}_{\text{гму}}$ – доля населения, использовавшего сеть Интернет для получе-

ния государственных и муниципальных услуг, в общей численности населения; Уд. вес_{шд} – доля домашних хозяйств, имеющих широкополосный доступ к сети Интернет, в общем числе домашних хозяйств; Уд. вес_{зту} – доля населения, использовавшего сеть Интернет для заказа товаров и (или) услуг, в общей численности населения.

Данный индекс иллюстрирует востребованность различных цифровых услуг, как коммерческого характера при заказе товаров и услуг, так и некоммерческого характера, т. е. государственных и муниципальных услуг. Также при рассмотрении учитывается наличие сети Интернет и ее защищенность, что особенно актуально в условиях формирования цифровой модели национальной экономики и активного развития всей системы цифровых услуг. Снижение значения показателя свидетельствует о росте барьеров для развития рынка цифровых услуг.

2. Оценка уровня доступности цифрового пространства для населения. В рамках данного блока производится расчет индекса доступности цифрового пространства для населения ($I_{дцпн}$). Индекс позволяет оценить доступность цифрового пространства с точки зрения наличия у домашних хозяйств персонального компьютера, доступа к сети Интернет, использования средств защиты в сети Интернет, а также доступа к сети Интернет с домашнего компьютера, в общем числе домашних хозяйств.

Значение показателя находится в границах от 0 до 100.

$$I_{дцпн} = \frac{\text{Уд. вес}_{сзи} + \text{Уд. вес}_{пк} + \text{Уд. вес}_{дпк} + \text{Уд. вес}_{дси}}{4}, \quad (4)$$

где Уд. вес_{сзи} – доля населения, использующего средства защиты информации, в общей численности населения, использующего сеть Интернет; Уд. вес_{пк} – доля домохозяйств, имеющих персональный компьютер, в общем числе домохозяйств; Уд. вес_{дпк} – удельный вес домашних хозяйств, имеющих доступ к сети Интернет с домашнего компьютера, в общем числе домашних хозяйств; Уд. вес_{дси} – доля до-

машинных хозяйств, имеющих доступ к сети Интернет, в общем числе домашних хозяйств.

Данный индекс показывает доступность сети Интернет для домашних хозяйств и использование средств защиты в цифровом пространстве, а также наличие персонального компьютера и подключения его к сети Интернет.

3. Оценка уровня доступности цифровых услуг организаций. В рамках данного блока рассчитывается индекс доступности цифровых услуг организаций ($I_{дцуо}$), позволяющий оценить, используется ли организациями широкополосный доступ к сети Интернет, имеется ли у организации веб-сайт, что в условиях развития цифрового сегмента национальной экономики особенно актуально. Население предпочитает в большинстве случаев сначала посмотреть всю информацию в сети Интернет, в частности на официальном сайте, а далее принимается решение относительно приобретения либо отказа от цифровой услуги. Немаловажным фактором является использование средств защиты информации, передаваемой по глобальным сетям, а также размещение и получение заказов на товары (работы, услуги) в сети Интернет.

Значение показателя находится в границах от 0 до 100.

$$I_{дцуо} = \frac{\text{Уд. вес}_{\text{ишд}} + \text{Уд. вес}_{\text{вс}} + \text{Уд. вес}_{\text{сзи}} + \text{Уд. вес}_{\text{рз}} + \text{Уд. вес}_{\text{пз}}}{5}, \quad (5)$$

где $\text{Уд. вес}_{\text{ишд}}$ – доля организаций, использующих широкополосный доступ к сети Интернет, в общем числе организаций; $\text{Уд. вес}_{\text{вс}}$ – доля организаций, имевших веб-сайт, в общем числе обследованных организаций; $\text{Уд. вес}_{\text{сзи}}$ – доля организаций, использовавших средства защиты информации, передаваемой по глобальным сетям, в общем числе обследованных организаций; $\text{Уд. вес}_{\text{рз}}$ – доля организаций, размещавших заказы на товары (работы услуги) в интернете, в общем числе обследованных организаций; $\text{Уд. вес}_{\text{пз}}$ – доля организаций, получавших заказы на выпускаемые товары (работы, услуги) по интернету, в общем числе обследованных организаций.

Индекс иллюстрирует степень доступности цифровых услуг организаций, функционирующих на рынке цифровых услуг.

4. Оценка уровня интегративности цифровых технологий. Уровень интегративности цифровых технологий включает в себя достаточно большую совокупность показателей, учитываемых в разработанном диссертантом показателе индексе интегративности цифровых технологий ($I_{\text{инт}}$). Данный индекс позволяет оценить уровень проникновения цифровых технологий в предпринимательский сектор и его готовность к осуществлению предпринимательской деятельности в цифровом пространстве.

Значение показателя находится в границах от 0 до 100.

$$I_{\text{инт}} = \frac{\text{Уд. вес}_{\text{лвс}} + \text{Уд. вес}_{\text{и}} + \text{Уд. вес}_{\text{э}} + \text{Уд. вес}_{\text{ос}} + \text{Уд. вес}_{\text{з}} + \text{Уд. вес}_{\text{уп}} + \text{Уд. вес}_{\text{ERP}} + \text{Уд. вес}_{\text{CRM}} + \text{Уд. вес}_{\text{осэд}} + \text{Уд. вес}_{\text{SCM}}}{10}, \quad (6)$$

где $\text{Уд. вес}_{\text{лвс}}$ – доля организаций, использовавших локальные вычислительные сети, в общем числе обследованных организаций; $\text{Уд. вес}_{\text{и}}$ – доля организаций, использовавших Интранет, в общем числе обследованных организаций; $\text{Уд. вес}_{\text{э}}$ – доля организаций, использовавших Экстранет, в общем числе обследованных организаций; $\text{Уд. вес}_{\text{ос}}$ – доля организаций, использовавших предоставляемые третьей стороной операционные системы с открытым исходным кодом (например, Linux), в общем числе обследованных организаций; $\text{Уд. вес}_{\text{з}}$ – доля организаций, имевших специальные программные средства для управления закупками товаров (работ, услуг), в общем числе обследованных организаций; $\text{Уд. вес}_{\text{уп}}$ – доля организаций, имевших специальные программные средства для управления продажами товаров (работ, услуг), в общем числе обследованных организаций; $\text{Уд. вес}_{\text{ERP}}$ – доля организаций, использовавших ERP-системы, в общем числе обследованных организаций; $\text{Уд. вес}_{\text{CRM}}$ – доля организаций, использовавших CRM-системы, в общем числе обследованных организаций; $\text{Уд. вес}_{\text{осэд}}$ – доля организаций, использовавших электронный обмен данными между своими и внешними информационными системами

по форматам обмена, в общем числе обследованных организаций; Уд. вес_{SCM} – доля организаций, использовавших SCM-системы, в общем числе обследованных организаций.

В данном индексе учитывается использование как специального программного обеспечения, так и цифрового пространства в процессе осуществления предпринимательской деятельности.

Блок оценочный интегральный. В рамках этого блока производится интегральная оценка уровня развития рынка цифровых услуг. Расчет данного индекса основан на результатах по четырем индексам, рассчитанным в оценочном секторальном блоке, что позволяет выявить драйверы развития рынка, а также факторы, блокирующие его развитие.

На основании расчета индексов доступности цифрового пространства для населения и цифровых услуг организаций, востребованности цифровых услуг населением и интегративности цифровых технологий диссертантом предлагается интегральный индекс развития рынка цифровых услуг:

$$I_{\text{ррцу}} = \frac{I_{\text{вцун}} + I_{\text{дцпн}} + I_{\text{дцуо}} + I_{\text{ицт}}}{4}. \quad (7)$$

Интегральный индекс позволяет оценить степень развития рынка цифровых услуг с учетом возможности приобретения и потребления цифровых услуг населением, а также вовлеченности в цифровое пространство и использования цифровых технологий и программных продуктов организациями.

Далее на основе предложенного в параграфе 2.2 методического подхода проводится оценка синергетического эффекта системы цифровых услуг. Таким образом выстраивается логическая взаимосвязь между оценкой рынка и синергией системы цифровых услуг.

Блок результирующий. В рамках заключительного блока разрабатываются мероприятия по развитию национального рынка цифровых услуг с учетом между-

народных трендов, секторальных тенденций развития и синергетического эффекта системы цифровых услуг.

Методика анализа рынка цифровых услуг розничной торговли. Цифровые процессы наиболее ярко и ощутимо проявляются в сфере услуг розничной торговли. Именно сектор розничной торговли встроен в жизнь общества и востребован постоянно. В свою очередь, сектор цифровых услуг розничной торговли представляет собой ключевой сегмент цифровых услуг и в последнее время демонстрирует перманентный рост. Для выявления тенденций рынка цифровых услуг розничной торговли, определения модели развития и формирования приоритетных направлений развития диссертантом разработана методика анализа рынка услуг розничной торговли на основе рейтингования.

Ввиду большой территориальной протяженности Российской Федерации при выявлении тенденций развития национального рынка цифровых услуг диссертантом предлагается рассматривать развитие рынка на основе его деления по федеральным округам.

Концептуальная схема проведения оценки развития рынка цифровых услуг розничной торговли и выявления трендов развития на уровне федеральных округов представлена на рисунке 25.

Цель методики: выявление тенденций развития национального рынка цифровых услуг розничной торговли и федеральных округов, оказывающих негативное влияние на формирование национальных показателей.

Задачи методики:

- выявление тенденций развития национального рынка цифровых услуг розничной торговли на основе ключевых показателей;
- ранжирование федеральных округов по вкладу в формирование национальных показателей развития рынка цифровых услуг розничной торговли;
- выявление темпов прироста по совокупности показателей за исследуемый период времени;
- идентификация федеральных округов, оказывающих негативное влияние на формирование национальных показателей.



Примечание – Составлено автором.

Рисунок 25 – Концептуальная схема проведения оценки уровня развития цифровых услуг розничной торговли

Ожидаемые результаты:

- выявление модели развития рынка цифровых услуг розничной торговли как на уровне федерального округа, так и для Российской Федерации в целом на основе рейтингования федеральных округов по уровню вклада в национальные показатели и темпам прироста по совокупности показателей;
- определение вектора развития национального рынка цифровых услуг розничной торговли с учетом тенденций развития рынка традиционных услуг розничной торговли.

Новизна методики заключается в комплексной оценке развития национального рынка цифровых услуг розничной торговли и учете индикаторов как качественного, так и количественного характера.

При проведении оценки развития национального рынка цифровых услуг розничной торговли диссертантом предлагается учитывать следующие индикаторы:

- обеспеченность населения торговыми площадями современных форматов на 1 000 чел., м²;

- доля продаж через интернет в общем объеме оборота розничной торговли, %;
- доля розничных торговых сетей в формировании оборота розничной торговли субъектов Российской Федерации, %;
- оборот розничной торговли, млрд р.;
- организации, осуществляющие розничную торговлю, тыс. ед.;
- индивидуальные предприниматели, осуществляющие розничную торговлю, тыс. ед.

Для проведения исследования используются данные, представленные на официальном сайте Федеральной службы государственной статистики.

Вначале проводится оценка на национальном уровне и выявляются тенденции развития рынка цифровых услуг розничной торговли на уровне федеральных округов. Далее по каждому из показателей проводится ранжирование федеральных округов по вкладу в национальные показатели, где 1 – наибольший вклад, а 8 – наименьший.

Методика оценки уровня развития рынка цифровых финансовых услуг. Наряду с цифровыми услугами розничной торговли ежедневно население пользуется и цифровыми финансовыми услугами, а развитие цифровых услуг на потребительских рынках находится в тесной взаимосвязи с тенденциями развития рынка цифровых финансовых услуг.

«Цифровые финансовые услуги в узком понимании – это услуги в отношении цифровых финансовых активов, электронных денег, в широком понимании – это услуги на финансовом рынке с использованием сети Интернет, мобильных приложений и т. п.»¹.

Предлагаемая диссертантом методика имеет следующую цель: выявление тенденций развития национального рынка цифровых финансовых услуг с учетом лояльности потребителей и уровня безопасности в процессе их приобретения и потребления.

¹ Логинов М. П., Усова Н. В. Инновационная политика на рынке цифровых финансовых услуг // Вопросы управления. – 2019. – № 5 (60). – С. 159.

Задачи методики:

- выявление тенденций развития национального рынка цифровых финансовых услуг на основе ключевых показателей;
- выявление уровня безопасности приобретения и потребления цифровых финансовых услуг;
- оценка уровня лояльности потребителей цифровых финансовых услуг.

Ожидаемые результаты:

- оценка развития рынка цифровых финансовых услуг в Российской Федерации на основе совокупности показателей;
- определение вектора развития национального рынка цифровых финансовых услуг с учетом выявленных тенденций.

Новизна методики заключается в комплексной оценке развития национального рынка цифровых финансовых услуг и учете индикаторов как качественного, так и количественного характера, что позволяет выявить не только структурные изменения на рынке цифровых финансовых услуг, но и уровень удовлетворенности предлагаемыми цифровыми финансовыми услугами.

Анализ основан на совокупности показателей, включающей структуру и востребованность цифровых финансовых услуг, а также оценку состояния цифровых финансовых услуг со стороны потребителей.

Диссертант предлагает использовать совокупность показателей, разделенных на три блока.

К первому блоку относятся показатели, иллюстрирующие тенденции развития рынка:

- 1) использование интернета населением для осуществления финансовых операций по странам;
- 2) количество действующих кредитных организаций по федеральным округам;
- 3) количество электронных терминалов, установленных в организациях торговли (услуг) (POS-терминалов) по федеральным округам;

4) количество безналичных платежей, совершенных физическими лицами по федеральным округам;

5) количество платежей за товары (работы, услуги), совершенных с использованием платежных (расчетных и кредитных) карт, выданных российскими кредитными организациями, на территории России по федеральным округам;

6) доля взрослого населения и доли субъектов малого и среднего предпринимательства, использующих дистанционный доступ к банковским счетам для осуществления перевода денежных средств в отчетном периоде (интернет-банкинг и (или) мобильный банкинг), % опрошенных;

7) доля безналичных платежей за товары (работы, услуги) в совокупном объеме розничной торговли, общественного питания и платных услуг населению по федеральным округам, %;

8) доля безналичных платежей за товары (работы, услуги) в совокупном объеме розничной торговли, общественного питания и платных услуг населению и объема платежей за товары (работы, услуги), совершенных с использованием платежных (расчетных и кредитных) карт, выданных российскими кредитными организациями, на территории России;

9) востребованность цифрового банкинга;

10) проникновение финтех-услуг в России и мире, %;

11) доля безналичных платежей за товары (работы, услуги) в совокупном объеме розничной торговли, общественного питания и платных услуг населению.

Ко второму блоку относятся показатели, характеризующие безопасность приобретения и потребления цифровых финансовых услуг:

1) российский индекс финансовой грамотности;

2) несанкционированные операции с использованием платежных карт по группам (в зависимости от канала их осуществления).

В третий блок входят показатели, позволяющие оценить уровень лояльности потребителей цифровых финансовых услуг:

1) доля взрослого населения, готового начать регулярно пользоваться дистанционными каналами доступа к финансовым услугам при наличии такой возможности, % тех, кто не пользовался ими;

2) соотношение доли взрослого населения, положительно оценивающего удовлетворенность предоставлением финансовых услуг с помощью удаленной идентификации (единой биометрической системы данных), и доли взрослого населения, использующего мобильное устройство для осуществления перевода денежных средств, % опрошенных;

3) доля взрослого населения, положительно оценивающего удовлетворенность использованием различных каналов доступа к финансовым услугам по характеристике «легкость доступа, есть везде», % от опрошенных;

4) доля взрослого населения, положительно оценивающего удовлетворенность использованием различных каналов доступа к финансовым услугам по характеристике «приемлемая стоимость», % опрошенных;

5) доля взрослого населения, положительно оценивающего удовлетворенность использованием различных каналов доступа к финансовым услугам по характеристике «хороший уровень защиты, безопасность», % опрошенных;

6) доля взрослого населения, положительно оценивающего удовлетворенность использованием различных каналов доступа к финансовым услугам по характеристике «быстрый доступ, приемлемое время ожидания», % опрошенных;

7) доля взрослого населения, положительно оценивающего удовлетворенность использованием электронного терминала для безналичной оплаты товаров и услуг с помощью банковской карты (POS-терминала)/электронного терминала, установленного в организациях торговли (услуг), % опрошенных;

8) доля взрослого населения, положительно оценивающего удовлетворенность использованием оплаты платежной картой на сайте интернет-магазина, % опрошенных;

9) доля взрослого населения, положительно оценивающего удовлетворенность использованием интернет-банка для дистанционного доступа к банковским

счетам (доступ к интернет-банку осуществляется через веб-браузер), % опрошенных.

Информационной базой выступили статистические данные Центрального банка Российской Федерации по развитию финансового рынка, а также данные НИУ «Высшая школа экономики».

Для дальнейшего развития цифровых услуг важно не только наличие самих услуг, но и их соответствие ожиданиям потребителей.

Полученные результаты позволят сформулировать приоритеты рынка цифровых услуг на среднесрочную перспективу, способствующие ускорению темпов развития системы цифровых услуг, и повысить синергетический эффект цифровых услуг.

3.3 Модели формирования и функционирования системы цифровых услуг на потребительских рынках

В предыдущем параграфе диссертантом были предложены методики оценки и анализа развития рынка цифровых услуг. При этом представляет интерес выявление модели развития системы цифровых услуг, в основе которой лежит совокупность учитываемых тенденций как цифровых услуг розничной торговли, так и цифровых финансовых услуг.

При построении модели развития системы цифровых услуг на потребительских рынках диссертантом предлагается использовать следующую совокупность показателей:

- оборот розничной торговли;
- число активных абонентов фиксированного широкополосного доступа к сети Интернет на 100 чел.;
- число активных абонентов мобильного широкополосного доступа к сети Интернет на 100 чел.;

- обеспеченность населения торговыми площадями современных форматов на 1 000 чел.;
- доля продаж через интернет в общем объеме оборота розничной торговли;
- доля розничных торговых сетей в формировании оборота розничной торговли субъектов Российской Федерации;
- доля взрослого населения, положительно оценивающего удовлетворенность использованием электронного терминала для безналичной оплаты товаров и услуг с помощью банковской карты (POS-терминала)/электронного терминала, установленного в организациях торговли (услуг);
- доля взрослого населения, положительно оценивающего удовлетворенность использованием оплаты платежной картой на сайте интернет-магазина;
- количество действующих кредитных организаций;
- количество электронных терминалов, установленных в организациях торговли (услуг) (POS-терминалов);
- количество безналичных платежей, совершенных физическими лицами;
- количество платежей за товары (работы, услуги), совершенных с использованием платежных (расчетных и кредитных) карт, выданных российскими кредитными организациями, на территории России.

Сначала определяется модель развития системы цифровых услуг на потребительском рынке каждого федерального округа, далее осуществляется группировка федеральных округов по моделям развития системы цифровых услуг на потребительском рынке и в рамках каждой из моделей осуществляется суммирование вкладов каждого федерального округа. Таким образом, мы получаем структуру системы цифровых услуг на потребительских рынках с учетом вклада в федеральный оборот розничной торговли.

Выявление моделей развития системы цифровых услуг на потребительских рынках позволит сформировать приоритетные направления развития системы цифровых услуг на потребительском рынке страны с учетом региональных тенденций и специфики каждого из федеральных округов.

Для обоснования актуальности и полноты используемых показателей диссертантом представлена значимость показателей для выявления модели развития рынка цифровых услуг розничной торговли федерального округа.

Оборот розничной торговли позволяет оценить уровень платежеспособности населения.

Число активных абонентов фиксированного и мобильного широкополосного доступа позволяет оценить проникновение цифровых технологий. В частности, рост числа активных пользователей мобильного широкополосного интернета иллюстрирует востребованность цифровых услуг в целом.

«Обеспеченность населения торговыми площадями современных форматов характеризует количество квадратных метров гипермаркетов и супермаркетов на 1 000 чел. Такие объекты розничной торговли представляют собой магазины самообслуживания площадью более 400 м², предлагающие широкий ассортимент и дополнительные сервисы (парковка, банкомат, предприятия общественного питания и иные).

Доля продаж через интернет в общем объеме оборота розничной торговли позволяет оценить значимость и востребованность у населения цифровых услуг розничной торговли»¹.

Доля розничных торговых сетей в формировании оборота розничной торговли субъектов Российской Федерации отражает уровень олигополизации рынка и внедрения прогрессивных технологий торговли на рынке услуг розничной торговли.

Число организаций, осуществляющих розничную торговлю, позволяет оценить темпы развития и привлекательность рынка услуг розничной торговли для предпринимательского сектора.

¹ Логинов М. П., Усова Н. В. Услуги розничной торговли: цифровая или традиционная модель развития? // Новая индустриализация России: экономика – наука – человек: сб. науч. тр. VIII Урал. науч. чтений профессоров и докторантов обществ. наук (Екатеринбург, 9 февраля 2021 г.). – Екатеринбург: УрГЭУ, 2021. – С. 135–136.

В свою очередь, динамика числа индивидуальных предпринимателей на рынке услуг розничной торговли позволяет оценить привлекательность рынка для малого предпринимательства и высоту входных барьеров на рынок.

Удовлетворенность потребителей цифровыми финансовыми услугами оценивается двумя показателями, позволяющими выявить ценность таких услуг для потребителей: «доля взрослого населения, положительно оценивающего удовлетворенность использованием электронного терминала для безналичной оплаты товаров и услуг с помощью банковской карты (POS-терминала)/электронного терминала, установленного в организациях торговли (услуг)» и «доля взрослого населения, положительно оценивающего удовлетворенность использованием оплаты платежной картой на сайте интернет-магазина».

Доступность инфраструктуры позволяют оценить такие показатели, как «количество действующих кредитных организаций» и «количество электронных терминалов, установленных в организациях торговли (услуг) (POS-терминалов)».

И третий блок, иллюстрирующий фактическую востребованность цифровых финансовых услуг, включает показатели «количество безналичных платежей, совершенных физическими лицами» и «количество платежей за товары (работы, услуги), совершенных с использованием платежных (расчетных и кредитных) карт, выданных российскими кредитными организациями, на территории России».

По мнению диссертанта, можно выделить пять моделей развития системы цифровых услуг на потребительских рынках: модель развивающейся в цифровом пространстве системы цифровых услуг; модель развивающейся одновременно в цифровом и аналоговом пространстве системы цифровых услуг; модель развивающейся в аналоговом пространстве системы цифровых услуг; модель перманентной системы цифровых услуг и модель сокращающейся системы цифровых услуг. Характеристика каждой из предлагаемых диссертантом моделей системы цифровых услуг представлена в таблице 25.

На возможность возникновения каждой из моделей оказывает влияние государственная политика, направленная на развитие цифровых технологий и их популяризацию среди населения, доступность цифровой инфраструктуры и уровень

развитости цифровых навыков, что в условиях цифровой экономики и нового технологического уклада становится наиболее важным для обеспечения востребованности услуг и повышения производительности труда.

Таблица 25 – Модели развития системы цифровых услуг на потребительских рынках

Модель	Обозначение	Характеристика
Модель развивающейся в цифровом пространстве системы цифровых услуг	МР _{цп}	<p>Рост доли продаж через сеть Интернет, а также активных пользователей мобильного интернета. При этом темпы прироста доли торговых сетей в обороте розничной торговли незначительны.</p> <p>Фиксируются снижение доли лиц, удовлетворенных использованием электронного терминала для безналичной оплаты товаров и услуг с помощью банковской карты (POS-терминала)/электронного терминала, установленного в организациях торговли (услуг), и снижение количества действующих кредитных организаций. При этом фиксируется существенное увеличение доли населения, положительно оценивающего удовлетворенность использованием оплаты платежной картой на сайте интернет-магазина. Также наблюдается увеличение количества электронных терминалов, установленных в организациях торговли (услуг) (POS-терминалов); количества безналичных платежей, совершенных физическими лицами, и количества платежей за товары (работы, услуги), совершенных с использованием платежных (расчетных и кредитных) карт, выданных российскими кредитными организациями, на территории России</p>
Модель развивающейся одновременно в цифровом и аналоговом пространстве системы цифровых услуг	МР _{циап}	<p>Характеризуется существенным приростом оборота розничной торговли, доли продаж через сеть Интернет и доли торговых сетей в обороте розничной торговли. Фиксируются разнонаправленные тенденции относительно цифровых финансовых услуг, что выражается в снижении доли удовлетворенных использованием электронного терминала для безналичной оплаты товаров и услуг с помощью банковской карты (POS-терминала)/электронного терминала, установленного в организациях торговли (услуг), и снижение количества действующих кредитных организаций. При этом фиксируется увеличение доли населения, положительно оценивающего удовлетворенность использованием оплаты платежной картой на сайте интернет-магазина, а также количества электронных терминалов, установленных в организациях торговли (услуг) (POS-терминалов); количества безналичных платежей, совершенных физическими лицами, и количества платежей за товары (работы, услуги), совершенных с использованием платежных (расчетных и кредитных) карт, выданных российскими кредитными организациями, на территории России</p>

Продолжение таблицы 25

Модель	Обозначение	Характеристика
Модель развивающейся в аналоговом пространстве системы цифровых услуг	МР _{ап}	<p>Рост доли торговых сетей в обороте розничной торговли. При этом наблюдающийся рост активных пользователей мобильного интернета не приводит к существенному росту оборота розничной торговли и продаж через сеть Интернет.</p> <p>Фиксируются снижение доли удовлетворенных использованием электронного терминала для безналичной оплаты товаров и услуг с помощью банковской карты (POS-терминала)/электронного терминала, установленного в организациях торговли (услуг), и снижение количества действующих кредитных организаций. При этом фиксируется сохранение на прежнем уровне либо незначительный прирост доли населения, положительно оценивающего удовлетворенность использованием оплаты платежной картой на сайте интернет-магазина. Наблюдается прирост количества электронных терминалов, установленных в организациях торговли (услуг) (POS-терминалов); количества безналичных платежей, совершенных физическими лицами, и количества платежей за товары (работы, услуги), совершенных с использованием платежных (расчетных и кредитных) карт, выданных российскими кредитными организациями, на территории России</p>
Модель перманентной системы цифровых услуг	МР _п	<p>Наблюдается незначительный рост оборота розничной торговли и обеспеченности современными торговыми площадями. При этом фиксируются низкие темпы прироста доли торговых сетей и активных пользователей сети Интернет. Изменения показателей незначительны.</p> <p>Фиксируется снижение количества действующих кредитных организаций; доли удовлетворенных использованием электронного терминала для безналичной оплаты товаров и услуг с помощью банковской карты (POS-терминала)/электронного терминала, установленного в организациях торговли (услуг), и доли населения, положительно оценивающего удовлетворенность использованием оплаты платежной картой на сайте интернет-магазина. Наблюдается прирост количества электронных терминалов, установленных в организациях торговли (услуг) (POS-терминалов), а также существенное увеличение количества безналичных платежей, совершенных физическими лицами, и количества платежей за товары (работы, услуги), совершенных с использованием платежных (расчетных и кредитных) карт, выданных российскими кредитными организациями, на территории России</p>
Модель сокращающейся системы цифровых услуг	МР _с	<p>Наблюдается сокращение по всей совокупности показателей либо превалирующей их части.</p> <p>Фиксируется снижение количества действующих кредитных организаций; доли удовлетворенных использованием электронного терминала для безналичной оплаты товаров</p>

Продолжение таблицы 25

Модель	Обозначение	Характеристика
		<p>и услуг с помощью банковской карты (POS-терминала)/электронного терминала, установленного в организациях торговли (услуг). Применительно к таким показателям, как доля населения, положительно оценивающего удовлетворенность использованием оплаты платежной картой на сайте интернет-магазина и количество электронных терминалов, установленных в организациях торговли (услуг) (POS-терминалов), возможна разнонаправленная тенденция.</p> <p>При этом наблюдается существенное увеличение количества безналичных платежей, совершенных физическими лицами, и количества платежей за товары (работы, услуги), совершенных с использованием платежных (расчетных и кредитных) карт, выданных российскими кредитными организациями, на территории России</p>
Примечание – Составлено автором.		

Повышение уровня цифровой грамотности, поддержание развития различных сегментов цифровых услуг и обеспечение достижения целей социально-экономического развития представляют собой основные направления деятельности государства по обеспечению устойчивого развития системы цифровых услуг на потребительских рынках в среднесрочной перспективе.

В условиях перехода к новому технологическому укладу и формирования цифровой модели национальной экономики высокую значимость и актуальность приобретают модель развивающейся в цифровом пространстве системы цифровых услуг, а также модель развивающейся одновременно в цифровом и аналоговом пространстве системы цифровых услуг. Так, модель развивающейся в цифровом пространстве системы цифровых услуг на потребительских рынках будет характеризовать цифровой тренд развития и превалирование на рынках именно прогрессивных цифровых технологий взаимодействия. При этом модель развивающейся одновременно в цифровом и аналоговом пространстве системы цифровых услуг иллюстрирует достаточно сбалансированную модель рынка, в рамках которой потребитель и предпринимательский сектор не ограничены цифровым пространством и представлены как на цифровом, так и на традиционном рынке услуг.

Выводы по главе 3

Третья глава посвящена методическим основам развития рынка цифровых услуг.

1. Предложены определение категории «национальный потребительский рынок цифровых услуг», в основе которой лежит специфика взаимодействия участников рынка цифровых услуг, и подход к выделению российской модели управления рынком цифровых услуг.

2. Разработан механизм развития цифровых услуг на потребительских рынках и предложен авторский подход к выделению инструментов воздействия на национальный рынок цифровых услуг в зависимости от этапа управления его развитием.

3. Предложен подход к оценке уровня развития рынка цифровых услуг, который основан на учете совокупности показателей, позволяющих комплексно оценить тенденции развития национального рынка цифровых услуг.

4. Предложено ввести четыре показателя, которые позволяют получить интегральную характеристику. В частности, предлагаются такие показатели как индекс востребованности цифровых услуг населением ($I_{вцун}$), индекс доступности цифрового пространства для населения ($I_{дцпн}$), индекс доступности цифровых услуг организаций ($I_{дцпо}$), индекс интегративности цифровых технологий ($I_{ицт}$) и интегральный индекс развития рынка цифровых услуг ($I_{ррцу}$), направленные на выявление тенденций развития рынка с учетом доступности и востребованности цифровых технологий у населения и предпринимательского сектора, а также использования организациями программного обеспечения, Интранета, Экстранета, SCM-систем, CRM-систем, ERP-систем и иных программных продуктов и локальных вычислительных сетей.

5. Предложен методический подход к оценке уровня развития цифровых услуг розничной торговли, который основан на комплексной оценке развития национального рынка цифровых услуг розничной торговли и учете индикаторов как ка-

чественного, так и количественного характера. По результатам применения предлагаемой методики выявляется модель рынка цифровых услуг розничной торговли и разрабатываются мероприятия по его развитию.

6. Предложена методика оценки рынка цифровых финансовых услуг, учитывающая тенденции развития рынка, уровень финансовой грамотности и лояльность потребителей к цифровым финансовым услугам как по Российской Федерации в целом, так и применительно к отдельно взятому федеральному округу.

Предложены пять моделей развития системы цифровых услуг на потребительских рынках, а именно модель развивающейся в цифровом пространстве системы цифровых услуг ($МС_{цп}$), модель развивающейся одновременно в цифровом и аналоговом пространстве системы цифровых услуг ($МС_{циап}$), модель развивающейся в аналоговом пространстве системы цифровых услуг ($МС_{ап}$), модель перманентной системы цифровых услуг ($МС_{п}$) и модель сокращающейся системы цифровых услуг ($МС_{с}$), учитывающие тенденции традиционного и цифрового сегментов потребительского рынка.

4 Эмпирическое исследование процессов формирования и функционирования системы цифровых услуг на потребительских рынках

4.1 Комплексный анализ тенденций и синергетического эффекта развития системы цифровых услуг

На основе данных Всемирной организации интеллектуальной собственности¹, Всемирного экономического форума², Конференции ООН по торговле и развитию³, Всемирного банка⁴, Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики»⁵ и ряде иных источников⁶ диссертантом были выявлены следующие тенденции.

Практически по всей совокупности показателей блока оценочного национального наблюдается прирост значений, но при этом в 2020 г. выявлено снижение. В целом за анализируемый период уровень развития цифровой экономики повышается. В свою очередь, США и Сингапур являются лидерами по индексу цифровой

¹ Всемирная организация интеллектуальной собственности. – URL: <https://www.wipo.int/publications/ru/series/index.jsp?id=129> (дата обращения: 23.01.2021); Global innovation index 2018. – URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2018.pdf (дата обращения: 23.01.2021).

² Global information technology report 2015. – URL: <http://reports.weforum.org/global-information-technology-report-2015/> (дата обращения: 23.01.2021); Global information technology report 2016. – URL: http://reports.weforum.org/global-information-technology-report-2016/?doing_wp_cron=1627331086.4114630222320556640625 (дата обращения: 23.01.2021).

³ UNCTAD B2C e-commerce index 2019. – URL: https://unctad.org/system/files/official-document/tn_unctad_ict4d14_en.pdf (дата обращения: 23.01.2021); UNCTAD B2C e-commerce index 2017. – URL: https://unctad.org/system/files/official-document/tn_unctad_ict4d09_en.pdf (дата обращения: 23.01.2021).

⁴ The World Bank Group. – URL: <https://www.worldbank.org/en/who-we-are> (дата обращения: 23.01.2021).

⁵ Индикаторы цифровой экономики: 2021: стат. сб. / Г. И. Абдрахманова, К. О. Вишнеvский, Л. М. Гохберг и др. – М.: НИУ ВШЭ, 2021. – 380 с.

⁶ Россия в зеркале международных рейтингов / Г. В. Бобылев, Н. В. Горбачева, О. В. Валиева и др. – Новосибирск: Параллель, 2019. – 170 с.; Global innovation index. – URL: <https://www.globalinnovationindex.org/Home> (дата обращения: 23.01.2021); The digital economy and society index. – URL: <https://digital-agenda-data.eu/datasets/desi/visualizations> (дата обращения: 23.01.2021).

конкурентоспособности, характеризующему развитие цифровой экономики по трем направлениям: знания, готовность к будущему и технологии. По данному показателю Россия находится на уровне Чехии и Саудовской Аравии.

В свою очередь, уровень развития информационно-коммуникационных технологий в стране также повышается и по результатам 2021 г. составляет 57,74. Отметим, что по индексу сетевой готовности, характеризующему уровень развития информационно-коммуникационных технологий в странах мира, лидерами являются Швеция и Сингапур, а показатели Российской Федерации находятся на уровне Румынии и Болгарии.

Результативность инновационной деятельности снижается, и за анализируемый период снижение составило 0,6 п. п. Швеция и Швейцария являются лидерами по результативности инновационной деятельности при данном инновационном потенциале. В России значение глобального инновационного индекса находится на одном уровне с Черногорией и Украиной.

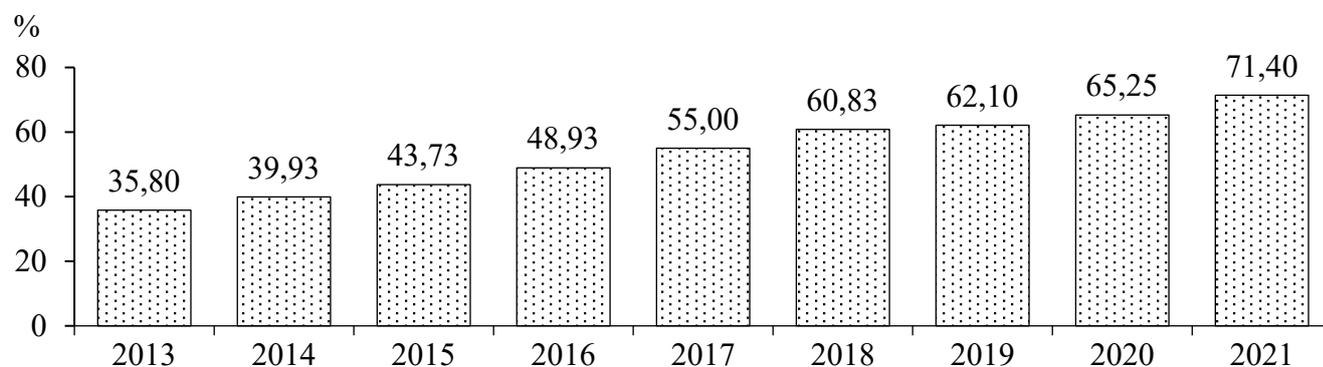
Уровень цифровизации экономики и общества демонстрировал положительную динамику: снижение произошло также в 2020 г., а в целом прирост составил 0,02 п. п.

В свою очередь, уровень благоприятности ведения бизнеса на различных платформах (медиа и развлечения, цифровая торговля, совместное потребление и фриланс) также имеет положительную динамику.

Что же касается возможности экономики по инфраструктурному обеспечению электронной торговли, то здесь также наблюдается положительная динамика, прирост составил 32,5 п. п. Лидерами с точки зрения возможностей экономики по инфраструктурному обеспечению электронной торговли являются Нидерланды и Швеция, а в Российской Федерации значение индекса электронной торговли B2C находится на уровне Болгарии и Греции.

При этом в Российской Федерации созданы достаточно благоприятные условия для ведения бизнеса на различных платформах. Далее необходимо более подробно оценить ситуацию с развитием рынка цифровых услуг.

На рисунке 26 представлена динамика индекса востребованности цифровых услуг населением. Таблица с расчетами представлена в приложении Г.



Примечание – Рассчитано и составлено автором.

Рисунок 26 – Динамика индекса востребованности цифровых услуг населением в 2013–2021 гг.

Востребованность цифровых услуг у населения увеличивается ежегодно. Если в 2013 г. значение показателя составляло 35,8 %, то по результатам 2021 г. превысило 50 % и достигло 71,4 %. Зафиксирован существенный прирост доли населения, использовавшего интернет для получения государственных и муниципальных услуг. Важно отметить, что востребованность использования сети Интернет для заказа товаров и (или) услуг также имеет положительную динамику, но она не так ярко выражена, как относительно государственных и муниципальных услуг.

Далее рассмотрим доступность цифрового пространства для населения (рисунок 27). Таблица с расчетами представлена в приложении Д.

Здесь наблюдается достаточно разнонаправленная динамика. Если по 2016 г. включительно отмечался прирост показателя, то с 2017 по 2019 г. значение показателя снижалось, а в 2020 и 2021 гг. наблюдалась положительная динамика. Снижение показателя было обусловлено отрицательной динамикой по таким показателям, как «доля домохозяйств, имеющих персональный компьютер, в общем числе домохозяйств» и «доля населения, использующего средства защиты информации, в общей численности населения, использующего сеть Интернет».

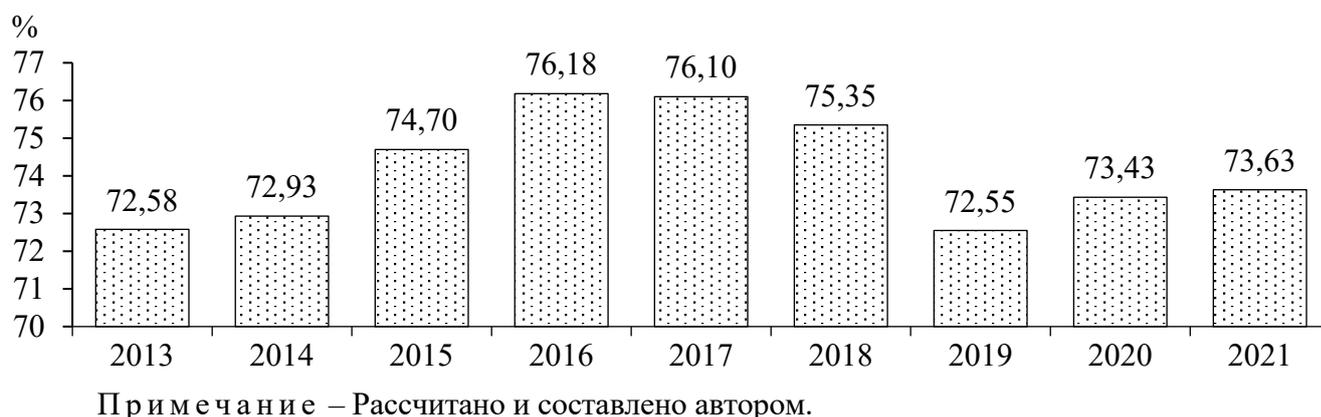


Рисунок 27 – Динамика индекса доступности цифрового пространства для населения в 2013–2021 гг.

Можно предположить, что снижение по обоим показателям взаимосвязано и использование средств защиты информации в сети Интернет напрямую зависит от уровня компьютеризации населения. Следует обратить внимание на данный факт, особенно в части вопросов кибербезопасности.

На рисунке 28 представлена динамика индекса доступности цифровых услуг организаций. Таблица с расчетами, выполненными диссертантом, представлена в приложении Е.



Рисунок 28 – Динамика индекса доступности цифровых услуг организаций в 2013–2021 гг.

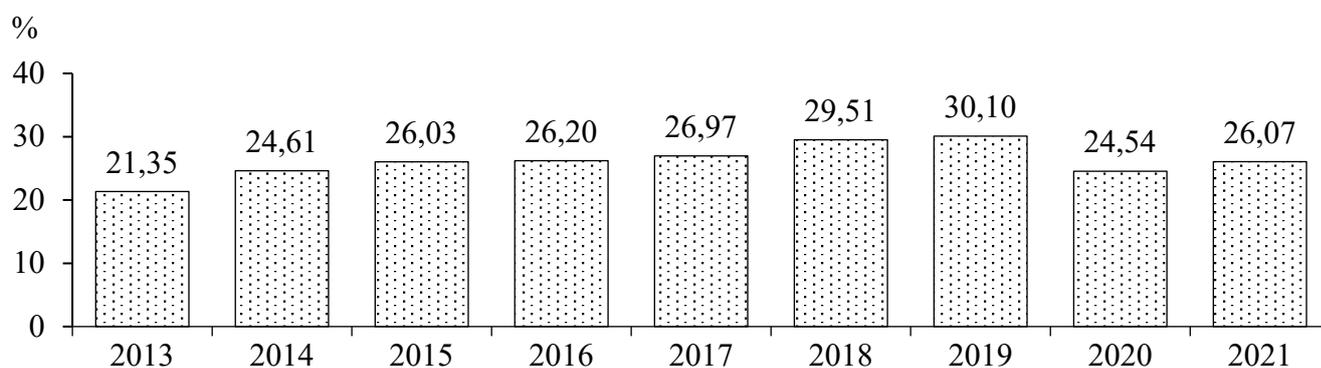
Примечательно, что здесь также наблюдается достаточно разнонаправленная ситуация, но только в другие временные периоды. Так, за период с 2013 по 2015 г. значение показателя хотя и менялось, но изменения были незначительные. Далее с 2016 по 2019 г. включительно был выявлен существенный прирост показателя, наиболее ярко – по результатам 2018 и 2019 гг. В 2020 г. значение показателя существенно снизилось относительно предыдущего года, а по результатам 2021 г. выявлен снова прирост значения показателя.

Если рассматривать динамику каждого из индикаторов, входящих в состав показателя, то с 2020 г. наблюдается сокращение доли организаций, использующих средства защиты информации, передаваемой по глобальным сетям. Такие показатели, как «доля организаций, размещающих заказы на товары (работы, услуги) в сети Интернет» и «доля организаций, имеющих веб-сайт», хотя и продемонстрировали снижение в 2020 г., но по результатам 2021 г. выявлен прирост. Отметим, что за исследуемый период значение показателя не превышало 50 % (исключение составили 2018 и 2019 гг.), хотя официальный сайт является одним из наиболее востребованных инструментов коммуникаций со своей целевой аудиторией. Также снизилась доля организаций, использующих широкополосный доступ к сети Интернет. Отметим, что если в 2013 г. значение показателя было 79,4 %, то по результатам 2021 г. доля таких организаций составила 75,6 %.

В свою очередь, прирост выявлен по показателю «доля организаций, получивших заказы на выпускаемые товары (работы, услуги) по интернету, в общем числе обследованных организаций. Если в 2013 г. насчитывалось всего 18,9 % организаций, то в 2021 г. уже 26,4 %.

Также важным является уровень интегративности цифровых технологий. Динамика индекса интегративности цифровых технологий представлена на рисунке 29. Таблица с расчетами, выполненными диссертантом, представлена в приложении Е.

Как видно на рисунке 29, наблюдается постепенный прирост показателя за анализируемый период. Исключение составляет 2020 г., как и по некоторым другим индикаторам.



Примечание – Рассчитано и составлено автором.

Рисунок 29 – Динамика индекса интегративности цифровых технологий в 2013–2021 гг.

Рассмотрим динамику показателей, входящих в состав индекса интегративности цифровых технологий.

Во-первых, снижается востребованность локальных вычислительных сетей. Если в 2013 г. локальные вычислительные сети использовало 73,4 % организаций, то в 2020 г. значение этого показателя составило только 54,65 %.

Во-вторых, наблюдается прирост востребованности Интранета и Экстранета. Так, востребованность Интранета увеличилась с 16,7 % в 2013 г. до 30,64 % в 2020 г. Востребованность Экстранета также увеличивается, но пока значения ниже. Если в 2013 г. его использовали только 7,7 % компаний, то в 2020 г. значение показателя составило уже 19,41 %. Также прирост выявлен по использованию операционных систем (20,05 % в 2020 г.).

В-третьих, значения показателей по использованию специальных программных средств для управления закупками и управления, ERP-систем, CRM-систем имели практически однонаправленные тенденции, и в 2020 г. было зафиксировано снижение.

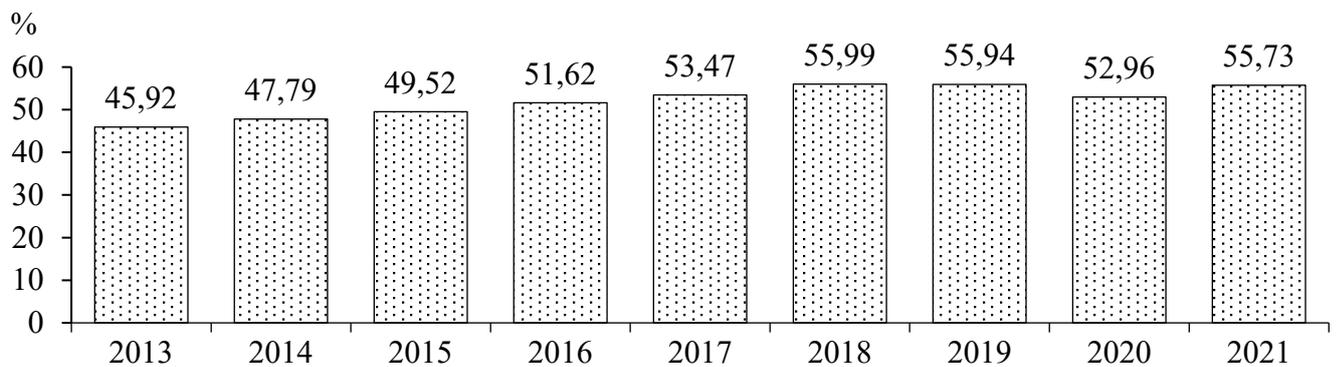
Низкий уровень востребованности также характерен для SCM-систем. Так, если в 2013 г. значение показателя было 2,6 %, то по результатам 2020 г. – 4,33 %.

В-четвертых, на фоне всех остальных выделяется такой индикатор, как «доля организаций, использующих электронный обмен данными между своими и внешними информационными системами по форматам обмена, в общем числе обследо-

ванных организаций». Так, в 2014 г. был выявлен существенный прирост этого показателя (52,70 % в 2014 г. против 25,7 % в 2013 г.). Положительная динамика сохранялась вплоть до 2020 г. Так, по результатам 2019 г. значение показателя было 67 %, а по результатам 2020 г. – 54,26 %.

При этом по результатам 2021 г. значения всех показателей, входящих в состав индекса, показывают положительную динамику относительно 2020 г.

Далее рассмотрим динамику интегрального индекса развития рынка цифровых услуг, позволяющего выявить тенденции развития с учетом всех ранее рассмотренных индексов (рисунок 30). Таблица с расчетами, выполненными диссертантом, представлена в приложении Ж.



Примечание – Рассчитано и составлено автором.

Рисунок 30 – Динамика интегрального индекса развития рынка цифровых услуг в 2013–2021 гг.

Как видно на рисунке 30, прослеживается положительный тренд развития национального рынка цифровых услуг. Наблюдается существенный прирост востребованности цифровых услуг населением. Как было отмечено выше, если раньше влияние оказала возможность получения государственных и муниципальных услуг в цифровом пространстве, то на современном этапе значимость приобретает, по мнению диссертанта, развитие цифровых услуг в коммерческом секторе. Доступность цифровых услуг организаций демонстрирует достаточно высокие значения

(более 50 %), но при этом требуется интенсификация усилий для привлечения и последующего сохранения потребителей на национальном рынке.

На рисунке 31 диссертантом представлена динамика каждого блока, входящего в итоговый показатель оценки синергетического эффекта системы цифровых услуг (таблица с расчетами представлена в приложении II).



Примечание – Рассчитано и составлено автором.

Рисунок 31 – Динамика синергетического эффекта системы цифровых услуг в 2017–2021 гг.

Рассмотрим более подробно каждый из синергетических блоков.

Анализируя блок востребованности и доступности цифровых услуг для населения, отметим следующее. В 2019 г. существенно снизилась доля населения, использующего средства защиты информации, в общей численности населения, использующего сеть Интернет. В 2020 и 2021 гг. тенденция сохранилась (сокра-

щение составило -238 и $-2,9$ п. п. соответственно), хотя и не имела столь существенного выражения. При этом мы наблюдаем рост доли населения, использующего сеть Интернет для осуществления финансовых операций, а также для заказа товаров и услуг.

В свою очередь, для востребованности и доступности цифровых государственных и муниципальных услуг характерно снижение доли кириллических доменных имен в общем количестве доменных имен в доменах .RU и .РФ. Прирост выявлен только по результатам 2021 г. Отметим, что по результатам 2020 г. домен верхнего уровня .RU входит в 10 наиболее популярных. Доменное пространство России включает в себя два национальных домена: .RU и .РФ. Первый домен появился в 1994 г. и занимает существенную долю в российском доменном пространстве. В свою очередь, домен .РФ существует с 2010 г. и имеет лидерские позиции по числу регистраций доменных имен.

Доля мобильного интернет-трафика демонстрирует прирост за исследуемый период. Так, если в 2016 г. значение показателя составило 10,77 %, то в 2021 г. доля мобильного интернет-трафика составила 27,5 %.

Что касается получения населением государственных и муниципальных услуг в электронном виде, то здесь наблюдается существенный прирост в 2017 и 2018 гг. Далее было снижение темпов, и в 2021 г. значение показателя составило 85,1 %.

В свою очередь, онлайн-взаимодействие бизнеса с органами власти имеет стабильный характер. За исследуемый период времени значение показателя варьировалось в границах от 54,2 % до 57,7 %. По результатам 2021 г. значение показателя составило 57,3 %.

Таким образом, ключевыми факторами, повлиявшими на динамику индекса, стали замедление темпов прироста доли населения, получившего государственные и муниципальные услуги в электронной форме, а также онлайн-взаимодействие бизнеса с органами власти.

При рассмотрении востребованности и доступности цифровых услуг организаций отметим, что среди положительных моментов можно выделить ежегодный

до 2020 г. прирост доли организаций, использующих широкополосный доступ к сети Интернет. По результатам 2020 г. выявлено существенное снижение этого показателя, но в 2021 г. доля организаций, использующих широкополосный доступ к сети Интернет, составила 75,6 %.

Также наблюдается перманентный прирост доли организаций, получавших заказы на выпускаемые товары (работы, услуги) с использованием сети Интернет. Если в 2016 г. значение показателя составляло 19,3 %, то в 2021 г. уже 26,4 %.

При этом более 40 % организаций размещали заказы на товары (работы, услуги) в сети Интернет. Так, с 2016 по 2019 г. включительно наблюдался прирост этого показателя, и только в 2020 г. было зафиксировано снижение (40,7 %). При этом в 2021 г. значение показателя составило уже 42 %.

Схожая динамика характерна и для доли организаций, имевших веб-сайт. Если с 2016 по 2019 г. значение показателя увеличилось с 45,9 % до 51,9 %, то в 2020 г. произошло существенное снижение и значение показателя составило 44,2 %. В свою очередь, в 2021 г. доля организаций, имевших веб-сайт, составила 46,2 %.

Что касается доли организаций, использовавших средства защиты информации, передаваемой по глобальным сетям, то с 2016 по 2019 г. значение показателя увеличилось с 87,3 % до 89,5 %. В 2020 г. значение показателя составило 75,34 %, а по результатам 2021 г. – только 72,3 %.

Как видно из рисунка 31, в 2019 г. зафиксировано снижение синергетического эффекта, а уже с 2020 г. наблюдается отрицательный синергетический эффект, что обусловлено пандемией новой коронавирусной инфекции COVID-19 и связанными с ней антикризисными мерами социально-экономического развития. Вопросы цифровизации национальной экономики не получили в этот период должного внимания. С 2019 г. активно разрабатывались меры поддержки предпринимательского сектора, населения в сложных условиях. У предприятий и организаций основным вопросом было преодоление трудностей, с которыми они столкнулись; также в числе первоочередных были задачи сохранения рабочих мест, выплаты заработной платы. Отраслевых документов по цифровой трансформации пока что не

так много, и они требуют усовершенствования, так же, как и регуляторная деятельность государства. Наблюдавшийся рост цифровых финансовых услуг, а также цифровых услуг розничной торговли был обусловлен в первую очередь ограничениями, которые были введены в связи с пандемией, необходимостью соблюдения режима самоизоляции и рекомендациями оплаты товаров и услуг бесконтактным способом.

Таким образом, можно сделать вывод, что востребованность цифровых услуг населением увеличивается, что оказывает положительное влияние на рынок цифровых услуг и систему в целом, но в то же время необходимы меры, направленные на повышение доступности цифровых услуг организаций и интегративности цифровых технологий, что выражается в использовании цифровых технологий организациями.

В 2019 г. было опубликовано исследование Л. Б. Нюренбергер, И. Ю. Севрюкова и С. П. Киселева, посвященное онлайн-предпринимательству в сфере потребительских товаров и услуг¹, в котором были выделены положительные и негативные аспекты влияния цифровой торговли на покупателя. Среди положительных аспектов отмечается наличие более широкого ассортимента, снижение временных затрат на поиск необходимых товаров и их приобретение, а также комфортное приобретение и индивидуальный подход. В свою очередь, негативными аспектами являются затрудненный поиск необходимого товара в связи с глобальностью сети и наличием большого числа сайтов (информация о товаре носит неполный характер и ограничена лишь основными сведениями), а также отсутствие гарантий безопасности при совершении сделки.

Далее рассмотрим причины, которые оказывают дестабилизирующее влияние на развитие цифровых услуг, в динамике (таблица 26).

¹ Нюренбергер Л. Б., Севрюков И. Ю., Киселев С. П. Онлайн-предпринимательство в сфере потребительских товаров и услуг: практический опыт, тренды // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2019. – № 6 (79). – С. 398–408.

Таблица 26 – Факторы, сдерживающие развитие цифровых услуг, %

Фактор	2015	2016	2019	2020
Предпочтение личных покупок	52,0	54,0	58,2	51,5
Отсутствие необходимости (нежелание пользоваться, нет интереса)	38,0	37,0	39,2	35,5
Отсутствие доверия к интернет-покупкам	17,0	19,0	19,6	17,0
Нежелание раскрывать в интернете персональные данные	5,0	6,0	6,2	5,2
Недостаток навыков для заказа товаров, услуг с помощью интернета	4,0	5,0	5,5	5,6
Нежелание раскрывать в интернете информацию о платежной карте	4,0	5,0	6,4	5,1
Технические сложности (например, недостаточная скорость интернет-соединения и др.)	1,0	1,0	0,7	0,6
Другие причины	7,0	8,0	0,0	13,5*

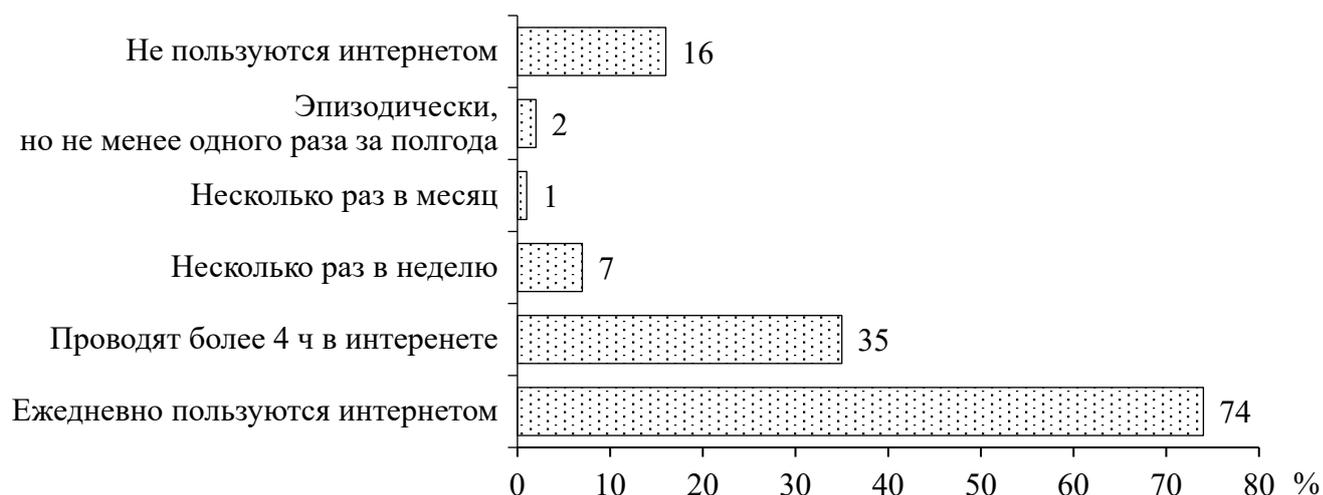
Примечание – * Заказ оформили другие люди (родственники или члены семьи, друзья).
Составлено по: Составлено по Индикаторы цифровой экономики: 2017: стат. сб. / Г. И. Абдрахманова, Л. М. Гохберг, М. А. Кевеш и др. – М.: НИУ ВШЭ, 2017. – 320 с.; Индикаторы цифровой экономики: 2020: стат. сб. / Г. И. Абдрахманова, К. О. Вишневский, Л. М. Гохберг и др. – М.: НИУ ВШЭ, 2020. – 360 с.; Индикаторы цифровой экономики: 2021: стат. сб. / Г. И. Абдрахманова, К. О. Вишневский, Л. М. Гохберг и др. – М.: НИУ ВШЭ, 2021. – 380 с.

Таким образом, можно сделать вывод, что одним из сдерживающих факторов является востребованность традиционного (аналогового) пространства в самом процессе приобретения товаров и услуг.

Кроме того, отсутствие доверия и интереса к цифровым услугам у многих потенциальных потребителей также негативно сказывается на востребованности и экономической эффективности данных услуг. Причем технические сложности не занимают лидирующих позиций и демонстрируют тенденцию к снижению, что свидетельствует о развитости цифровой инфраструктуры.

В 2020 г. тенденции сохранились. Причем наблюдается прирост по такому сдерживающему фактору, как оформление заказа родственниками, друзьями либо членами семьи. В 2020 г. значение показателя составило 13,5 %. Нельзя сказать, что этот фактор весьма негативный. В то же время он свидетельствует о том, что цифровые услуги все же привлекают население.

В рамках данного исследования представляет интерес востребованность цифрового пространства в 2021 г. (рисунок 32).

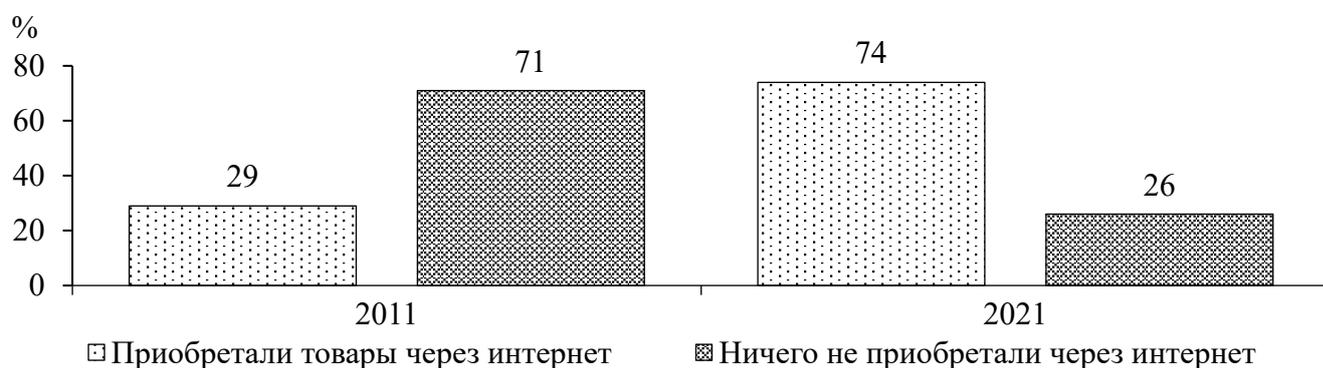


Примечание – Составлено автором по: ВЦИОМ представляет данные опроса россиян, посвященного покупкам в интернете / ВЦИОМ. – URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/pokupki-v-internete-novaja-russkaja-norma> (дата обращения: 14.01.2022).

Рисунок 32 – Востребованность цифрового пространства в России в 2021 г.

Подавляющее большинство респондентов (74 %) пользуются сетью Интернет ежедневно. Только у 16 % респондентов отсутствует заинтересованность в цифровом пространстве, 40 % из них – лица старше 60 лет. В качестве положительного тренда важно отметить, что в 2011 г. значение этого показателя составляло 50 %.

В октябре 2021 г. ВЦИОМ представил данные опроса россиян относительно покупок в сети Интернет (рисунок 33).

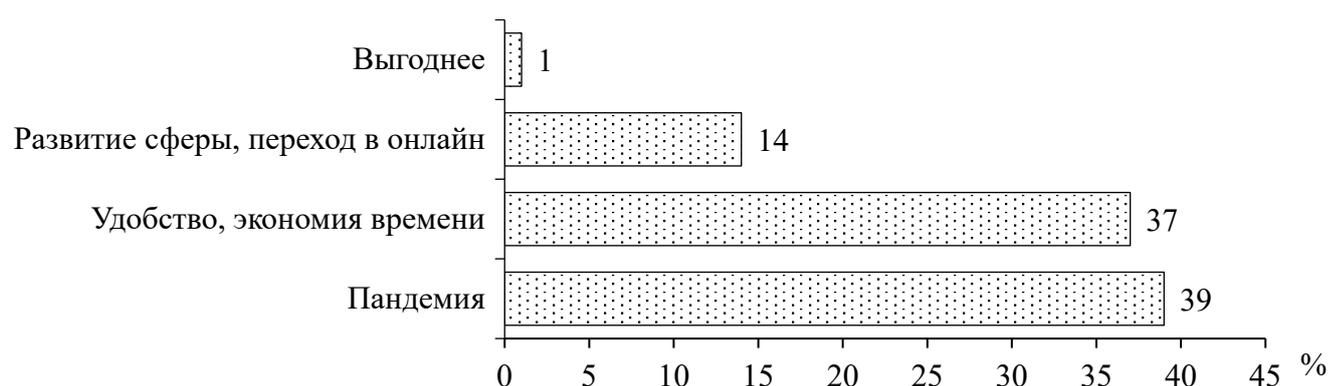


Примечание – Составлено автором по: ВЦИОМ представляет данные опроса россиян, посвященного покупкам в интернете / ВЦИОМ. – URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/pokupki-v-internete-novaja-russkaja-norma> (дата обращения: 14.01.2022).

Рисунок 33 – Динамика востребованности приобретения товаров через интернет у российских интернет-пользователей

Как видно из рисунка 33, за прошедшие 10 лет ситуация с востребованностью приобретения товаров через интернет практически полностью поменялась. Если в 2011 г. ничего не приобретал 71 % пользователей, то в 2021 г. значение данного показателя составило только 26 %.

В свою очередь, влияние на востребованность цифровых услуг оказал ряд факторов, которые были выявлены в мае 2021 г. (рисунок 34).



Примечание – Составлено автором по: Заказ услуг через интернет. По опросу потребителей услуг / Data Insight. – URL: https://datainsight.ru/sites/default/files/DI_Avito_Service_order.pdf (дата обращения: 15.01.2021).

Рисунок 34 – Основные причины увеличения онлайн-заказа услуг

Решающими факторами оказались пандемия (39 %), а также удобство и экономия времени (37 %). При этом для развития цифрового рынка необходимо обеспечить сохранение целевой аудитории в цифровом пространстве, чтобы снизить вероятность возвращения к традиционному формату заказа и потребления услуг.

Таким образом, диссертант пришел к выводу, что на национальном рынке цифровых услуг есть определенный уровень спроса и представлены организации, которые могут его удовлетворить. Для улучшения сложившейся ситуации и развития рынка цифровых услуг необходима разработка стратегических документов, направленных на стимулирование предпринимательского сектора к переходу в цифровое пространство, а также повышение уровня цифровой грамотности населения и заинтересованности в приобретении и потреблении цифровых услуг, что позволит обеспечить не только рост востребованности самих цифровых услуг, но также ин-

тенсивность и разнообразие потребляемых услуг. Также это окажет благоприятное влияние на совершенствование как рынка цифровых услуг, так и всей системы цифровых услуг, что в условиях перехода к цифровой модели национальной экономики является весьма значимым.

В условиях недостаточной представленности национальных компаний в цифровом пространстве потребитель начинает рассматривать зарубежные платформы для приобретения товаров и услуг, что негативно сказывается на развитии национальной экономики и показателях экономической эффективности отечественных компаний.

4.2 Оценка развития системы цифровых финансовых услуг на потребительских рынках

Как отмечалось ранее, цифровые финансовые услуги также входят в число наиболее востребованных услуг.

«Использование банками интернет-пространства позволило достичь определенных целей:

- 1) выведения части операций клиентов из офиса в Интернет путем открытия личных кабинетов клиентов и возможности взаимодействия банка с клиентом онлайн;
- 2) продвижения продуктов банка через размещение информации на официальном сайте и на тематических интернет-страницах;
- 3) оптимизации сети офисов банка с учетом специфики территории»¹.

В таблице 27 представлены страны-лидеры с точки зрения востребованности цифровых финансовых услуг, а также показатели России, что позволит выявить, как соотносятся российские тенденции с мировыми.

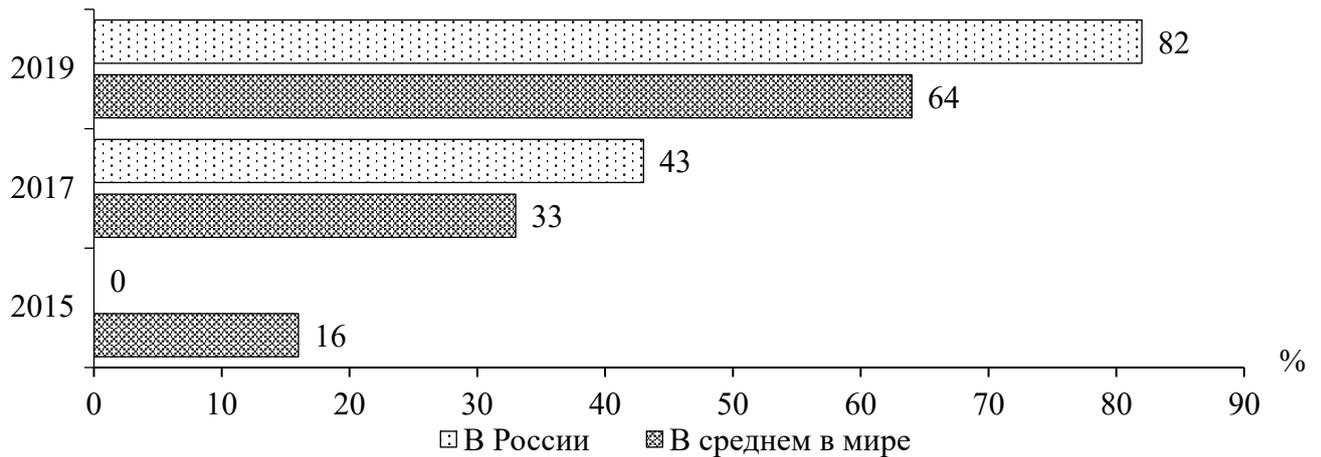
¹ Усова Н. В., Логинов М. П., Стрельников Е. В. Успешность банковских услуг на рынке ипотечного кредитования // Финансы и кредит. – 2018. – Т. 24, № 11 (779). – С. 2600–2601.

Таблица 27 – Использование интернета населением для осуществления финансовых операций по странам в 2016–2021 гг., % общей численности населения в возрасте 15–74 лет

2016	2017	2018	2019	2020	2021
Финляндия (92)	Финляндия (93)	Финляндия (94)	Финляндия (91)	Финляндия (92)	Финляндия (93)
Эстония (90)	Эстония (90)	Швеция (91)	Швеция (84)	Швеция (80)	Республика Корея (92)
Швеция (89)	Швеция (90)	Эстония (90)	Эстония (81)	Великобритания (80)	Швеция (83)
Франция (69)	Франция (72)	Великобритания (78)	Великобритания (78)	Эстония (80)	Эстония (82)
Великобритания (68)	Великобритания (72)	Франция (72)	Чехия (68)	Республика Корея (79)	Великобритания (80)
США (66)	США (69)	Чешская Республика (72)	Франция (66)	Канада (76)	Канада (79)
Чешская Республика (63)	Чешская Республика (67)	США (68)	Республика Корея (66)	Чехия (70)	Чехия (73)
Германия (59)	Республика Корея (66)	Германия (64)	Германия (61)	Франция (66)	Франция (72)
Китай (50)	Германия (62)	Республика Корея (62)	США (60)	Германия (65)	США (64)
Италия (42)	Италия (43)	Италия (46)	Россия (43)	США (60)	Россия (53)
Россия (23)	Россия (31)	Россия (39)	Италия (36)	Россия (49)	Германия (50)
<p>Примечание – Составлено автором по: Цифровая экономика: крат. стат. сб. / Г. И. Абдрахманова, Л. М. Гохберг, А. В. Демьяненко и др. – М.: НИУ ВШЭ, 2018. – 96 с.; Цифровая экономика: 2019: крат. стат. сб. / Г. И. Абдрахманова, К. О. Вишневский, Л. М. Гохберг и др. – М.: НИУ ВШЭ, 2019. – 96 с.; Цифровая экономика: 2020: крат. стат. сб. / Г. И. Абдрахманова, К. О. Вишневский, Л. М. Гохберг и др. – М.: НИУ ВШЭ, 2020. – 112 с.; Цифровая экономика: 2021: крат. стат. сб. / Г. И. Абдрахманова, К. О. Вишневский, Л. М. Гохберг и др. – М.: НИУ ВШЭ, 2021. – 124 с.</p>					

Как видно из таблицы 27, бессменным лидером с 2016 г. является Финляндия. Китай входил в десятку лидеров только в 2016 г. (50 %), Италия – с 2016 по 2019 г. Республика Корея в числе лидеров с 2017 г., а в 2021 г. заняла второе место по уровню активности населения на рынке цифровых финансовых услуг. Россия не занимает лидирующих позиций, но при этом в 2019 и 2021 гг. замыкала десятку лидеров.

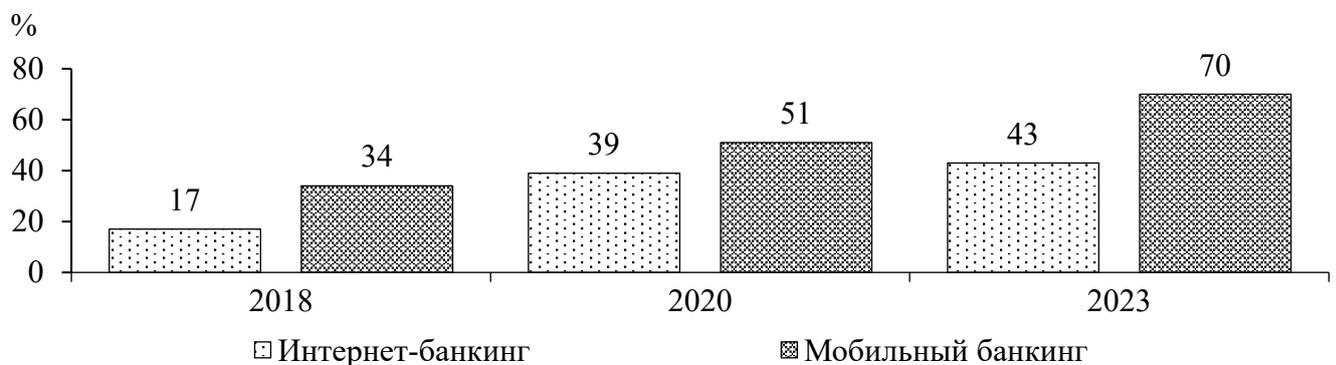
При этом научный интерес представляет динамика уровня проникновения финтех-услуг как в России, так и в мире (рисунок 35). Хотя данные по России за 2015 г. отсутствуют, но в 2019 г. значение показателя уже составляло 64 %. В свою очередь, в среднем в мире значение показателя возросло с 16 % в 2015 г. до 82 % в 2019 г. В доступных диссертанту источниках данные после 2019 г. отсутствуют.



Примечание – Составлено автором по данным данных Института национальных проектов.

Рисунок 35 – Уровень проникновения финтех-услуг в России и мире

Далее перейдем к востребованности цифрового банкинга у населения (рисунок 36).



Примечание – Составлено автором по данным Аналитического центра НАФИ.

Рисунок 36 – Динамика востребованности цифрового банкинга у населения

Начиная с 2018 г. наблюдается положительная динамика уровня востребованности интернет-банкинга и мобильного банкинга. Если в 2018 г. доля пользователей мобильного банкинга составляла 34 %, то в 2023 г. уже 70 % пользователей. В свою очередь, интернет-банкингом пользуется только 43 % пользователей.

Таким образом, можно сделать вывод о необходимости более детального исследования рынка цифровых финансовых услуг в России.

Рассмотрим динамику основных показателей доступности цифровых финансовых услуг (таблица 28).

Количество действующих кредитных организаций позволяет оценить доступность банковского обслуживания для потребителей. Количество электронных терминалов, установленных в организациях торговли/услуг, показывает доступность цифровых финансовых услуг.

Показатели количества безналичных платежей, совершенных физическими лицами, а также количества платежей за товары (работы, услуги), совершенных с использованием платежных (расчетных и кредитных) карт, выданных российскими кредитными организациями, на территории России, позволяют оценить востребованность цифровых финансовых услуг.

Сокращение количества кредитных организаций наблюдается во всех федеральных округах. Так, за исследуемый период наибольшее сокращение выявлено в Северо-Кавказском федеральном округе (–68,2 %), наименьшее зафиксировано в Дальневосточном федеральном округе (–11,8 %). В то же время доля кредитных организаций федерального округа в национальном показателе в 2021 г. увеличилась по сравнению с 2015 г.: в Северо-Западном федеральном округе (с 8,19 % до 8,9 %), в Приволжском федеральном округе (с 11,6 % до 12,4 %), в Уральском федеральном округе (с 4,37 % до 5,9 %), а также в Дальневосточном федеральном округе (с 2,3 % до 4,1 %).

Достаточно интересная ситуация выявлена по количеству электронных терминалов, установленных в организациях торговли (услуг).

Таблица 28 – Динамика основных показателей доступности цифровых финансовых услуг

Федеральный округ	Количество действующих кредитных организаций		Количество электронных терминалов, установленных в организациях/торговли (услуг) (POS-терминалов)	Количество безналичных платежей, совершенных физическими лицами			Количество платежей за товары (работы, услуги), совершенных с использованием платежных (расчетных и кредитных) карт, выданных российскими кредитными организациями, на территории России					
	Доля в национальном показателе, %			Доля в национальном показателе, %	Δ2021 к 2015, %	Доля в национальном показателе, %		Доля в национальном показателе, %	Δ2021 к 2015, %			
	2015	2021	Δ2021 к 2015, %			2015	2021			2015	2021	
Центральный	59,21	56,8	-51,6	30,41	30,8	142,2	38,29	35,6	368,3	29,25	31,4	494,5
Северо-Западный	8,19	8,9	-45,0	12,88	11,8	119,5	11,74	11,0	373,6	13,86	11,9	374,3
Южный	5,05	4,9	-51,4	7,62	10,7	-65,9	6,18	8,4	588,5	6,47	8,8	650,5
Северо-Кавказский	3,00	1,9	-68,2	1,40	2,2	260,0	1,70	2,6	649,6	1,60	2,1	612,3
Приволжский	11,60	12,4	-45,9	18,20	18,2	139,5	16,20	17,5	446,3	18,50	19,2	471,9
Уральский	4,37	5,9	-31,3	11,70	9,3	89,0	9,90	8,5	330,8	11,80	9,3	333,4
Сибирский	5,59	5,1	-53,7	13,30	11,5	107,6	12,20	10,8	342,7	14,00	11,5	355,5
Дальневосточный	2,30	4,1	-11,8	4,50	5,6	201,3	3,80	5,7	653,6	4,50	5,9	626,2
Примечание – Составлено автором по данным Центрального банка Российской Федерации.												

Все федеральные округа можно разделить на четыре категории:

1) прирост количества POS-терминалов превышает 200 %. В данную категорию входят Северо-Кавказский федеральный округ (+260 %) и Дальневосточный федеральный округ (+201,3 %);

2) прирост количества POS-терминалов больше 100 %, но не превышает 200 %. В данную категорию входят Центральный федеральный округ (+142,2 %), Северо-Западный федеральный округ (+119,5 %), Приволжский федеральный округ (+139,5%) и Сибирский федеральный округ (+107,6 %);

3) прирост количества POS-терминалов не превышает 100 %. В данную категорию входит только Уральский федеральный округ (+89 %);

4) сокращение количества POS-терминалов. В данную категорию входит только Южный федеральный округ (-65,9 %).

Причем если рассматривать динамику доли данного показателя федерального округа в национальном показателе, то в Южном федеральном округе при выявленном сокращении количества POS-терминалов она увеличилась с 7,62 % в 2015 г. до 10,7 % в 2021 г.

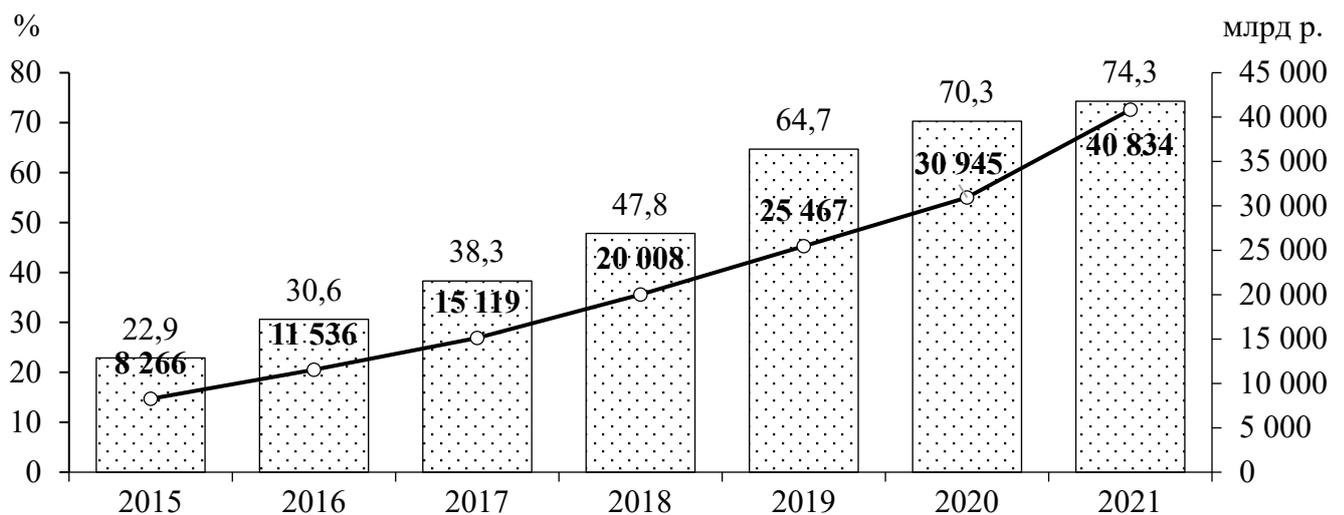
Востребованность цифровых финансовых услуг у населения иллюстрирует динамика количества безналичных платежей, совершенных физическими лицами.

Существенного прироста доли какого-либо федерального округа в национальном показателе не наблюдается. Снижение зафиксировано в Центральном, Северо-Западном, Уральском и Сибирском федеральных округах. При этом прирост количества безналичных платежей, совершенных физическими лицами, в 2021 г. относительно 2015 г. превышает 300 %. Так, минимальный прирост по данному показателю в исследуемой совокупности составляет 330,8 % (Уральский федеральный округ); в свою очередь, максимальное значение показателя составляет 653,6 % (Дальневосточный федеральный округ).

По показателю «количество платежей за товары (работы, услуги), совершенных с использованием платежных (расчетных и кредитных) карт, выданных российскими кредитными организациями, на территории России» сложилась схожая ситуация. Сокращение доли федерального округа в национальном показателе за-

фиксировано в Северо-Западном, Уральском и Сибирском федеральных округах. При этом прирост по данному показателю в 2021 г. относительно 2015 г. также превышает 300 %. Так, минимальный прирост в исследуемой совокупности составляет 333,4 % (Уральский федеральный округ), а максимальное значение показателя – 650,5 % (Южный федеральный округ).

Также в рамках данного исследования представляет интерес динамика доли безналичных платежей за товары (работы, услуги) в совокупном объеме розничной торговли, общественного питания и платных услуг населению и объема платежей за товары (работы, услуги), совершенных с использованием платежных (расчетных и кредитных) карт, выданных российскими кредитными организациями, на территории России (рисунок 37).



□ Доля безналичных платежей за товары (работы, услуги) в совокупном объеме розничной торговли, общественного питания и платных услуг населению, %

—○— Объем платежей за товары (работы, услуги), совершенных с использованием платежей (расчетных и кредитных) карт, выданных российскими кредитными организациями, на территории России, млрд р.

Примечание – Составлено автором по данным Центрального банка Российской Федерации.

Рисунок 37 – Динамика доли безналичных платежей за товары (работы, услуги) в совокупном объеме розничной торговли, общественного питания и платных услуг населению и объема платежей за товары (работы, услуги), совершенных с использованием платежных (расчетных и кредитных) карт, выданных российскими кредитными организациями, на территории России

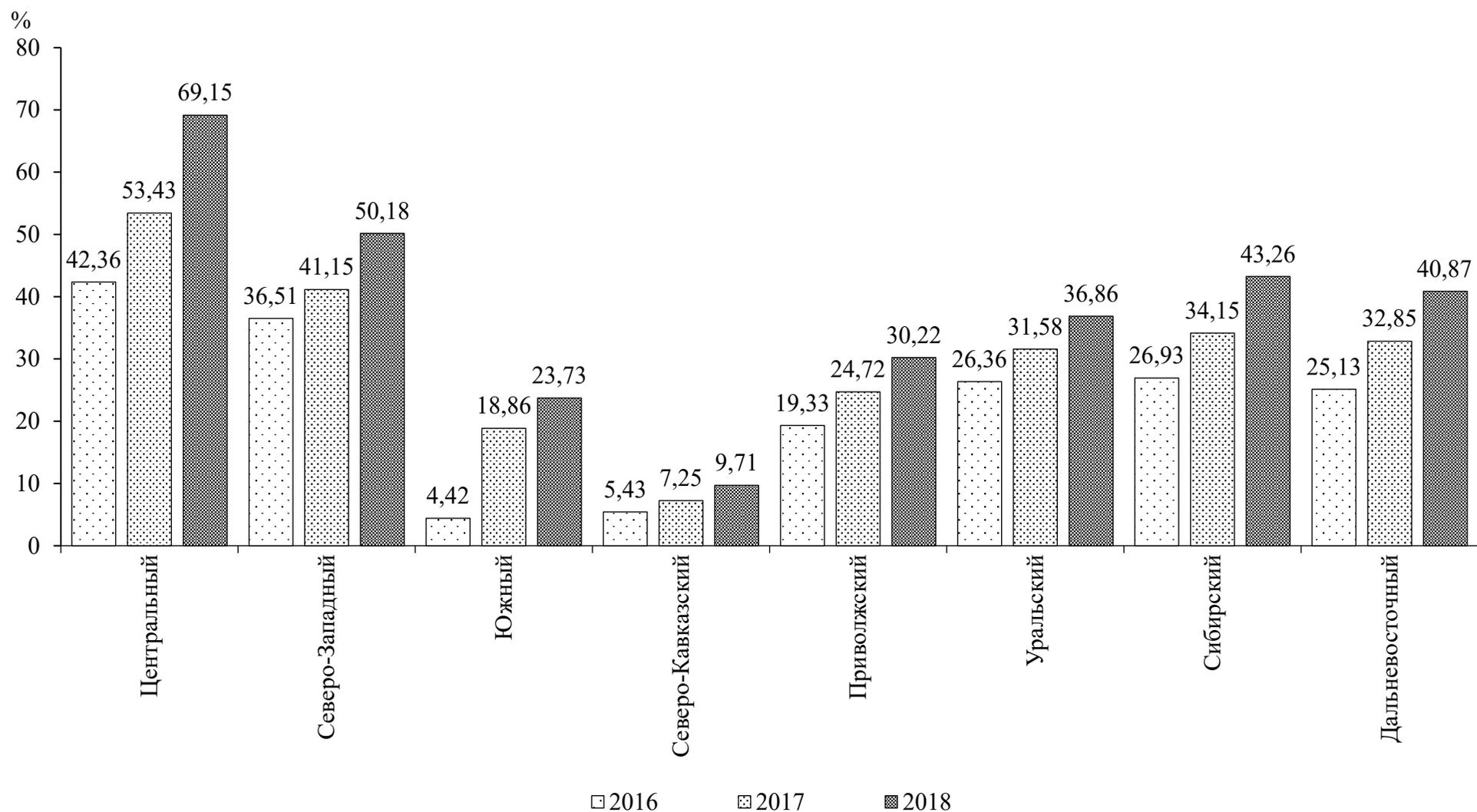
О востребованности цифровых финансовых услуг свидетельствует динамика доли безналичных платежей за товары (работы, услуги) в совокупном объеме потребительского рынка. Как отмечалось ранее в диссертационном исследовании, пандемия новой коронавирусной инфекции COVID-19 выступила в качестве одного из катализаторов развития цифровой экономики в целом и цифровых услуг в национальной экономике. Так, если в 2015 г. доля безналичных платежей на потребительском рынке составила только 22,89 %, то за период с 2019 по 2021 г. значение показателя увеличилось с 64,7 % до 74,3 %.

Также за анализируемый период диссертантом выявлен существенный прирост объема платежей за товары (работы, услуги), совершенных с использованием платежных (расчетных и кредитных) карт, выданных российскими кредитными организациями, на территории России. Прирост составил 394 % (32 568,4 млрд р.).

Далее рассмотрим динамику доли безналичных платежей за товары (работы, услуги) в совокупном объеме розничной торговли, общественного питания и платных услуг населению в разрезе федеральных округов за период с 2016 по 2018 г. включительно (ввиду отсутствия необходимых данных за все годы исследуемого периода) (рисунок 38).

Как видно на рисунке 38, во всех федеральных округах наблюдается положительная динамика доли безналичных платежей за товары (работы, услуги) в совокупном объеме потребительского рынка. Лидерами являются Центральный и Северо-Западный федеральные округа, где значения показателей увеличились до 69,15 % и 50,18 % соответственно. Аутсайдерами являются Южный и Северо-Кавказский федеральные округа. Причем в Южном федеральном округе значение анализируемого показателя увеличилось с 4,42 % в 2016 г. до 23,73 % в 2018 г. В Уральском федеральном округе также наблюдается положительная динамика, причем она не носит взрывного характера, а демонстрирует плавный прирост с 26,38 % в 2016 г. до 36,86 % в 2018 г.

Далее рассмотрим динамику использования интернет-банкинга и (или) мобильного банкинга как взрослым населением, так и субъектами малого и среднего предпринимательства (рисунок 39).



Примечание – Составлено автором по данным Центрального банка Российской Федерации.

Рисунок 38 – Динамика доли безналичных платежей за товары (работы, услуги) в совокупном объеме розничной торговли, общественного питания и платных услуг населению по федеральным округам, %



Примечание – Составлено автором по данным Центрального банка Российской Федерации.

Рисунок 39 – Динамика доли взрослого населения и доли субъектов малого и среднего предпринимательства, использующих дистанционный доступ к банковским счетам для осуществления перевода денежных средств в отчетном периоде (интернет-банкинг и(или) мобильный банкинг)

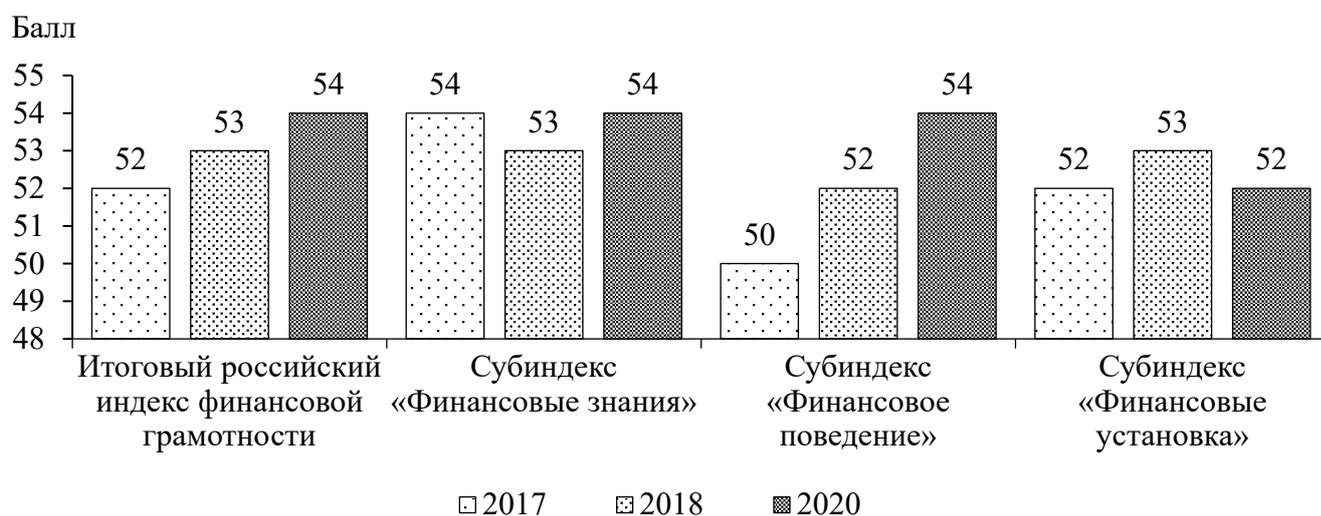
Как видим, у субъектов малого и среднего предпринимательства востребованность дистанционного доступа к банковским счетам для осуществления перевода денежных средств не претерпела существенных изменений за период с 2015 по 2020 г. Так, значение показателя возросло с 74,6 % в 2015 г. до 88,8 % в 2020 г.

Иная картина сложилась с востребованностью мобильного банкинга и (или) интернет-банкинга у взрослого населения: здесь наблюдается существенный прирост показателя. Так, если в 2015 г. только 23,66 % опрошенных использовали дистанционный доступ к банковским счетам для осуществления перевода денежных средств, то в 2020 г. значение показателя увеличилось до 75,4 %.

Перейдем ко второму блоку показателей, которые характеризуют безопасность цифровых банковских услуг.

На востребованность и перспективы развития цифровых банковских услуг оказывает влияние уровень финансовой грамотности населения. Его оценка осуществляется Центральным банком Российской Федерации.

Российский индекс финансовой грамотности включает в себя три субиндекса: «финансовые знания», «финансовое поведение» и «финансовые установки». На рисунке 40 представлена динамика итогового индекса и трех субиндексов за период с 2017 по 2020 г.



Примечание – Составлено автором по данным Центрального банка Российской Федерации.

Рисунок 40 – Динамика итогового российского индекса финансовой грамотности

Как видно на рисунке 40, итоговый российский индекс финансовой грамотности демонстрирует перманентный рост, но при этом субиндексы демонстрируют разнонаправленные тенденции. Так, наблюдается прирост по субиндексу «финансовое поведение», что свидетельствует, в частности, о более активном потреблении финансовых услуг. В свою очередь, субиндекс «финансовые установки», на значение которого оказывают влияние осознание обязательности платежей по кредитным продуктам и важность заботы о завтрашнем дне, демонстрирует рост в 2018 г. и спад в 2020 г.

Далее рассмотрим динамику несанкционированных операций с использованием платежных карт (рисунок 41).



Примечание – Составлено автором по данным Центрального банка Российской Федерации.

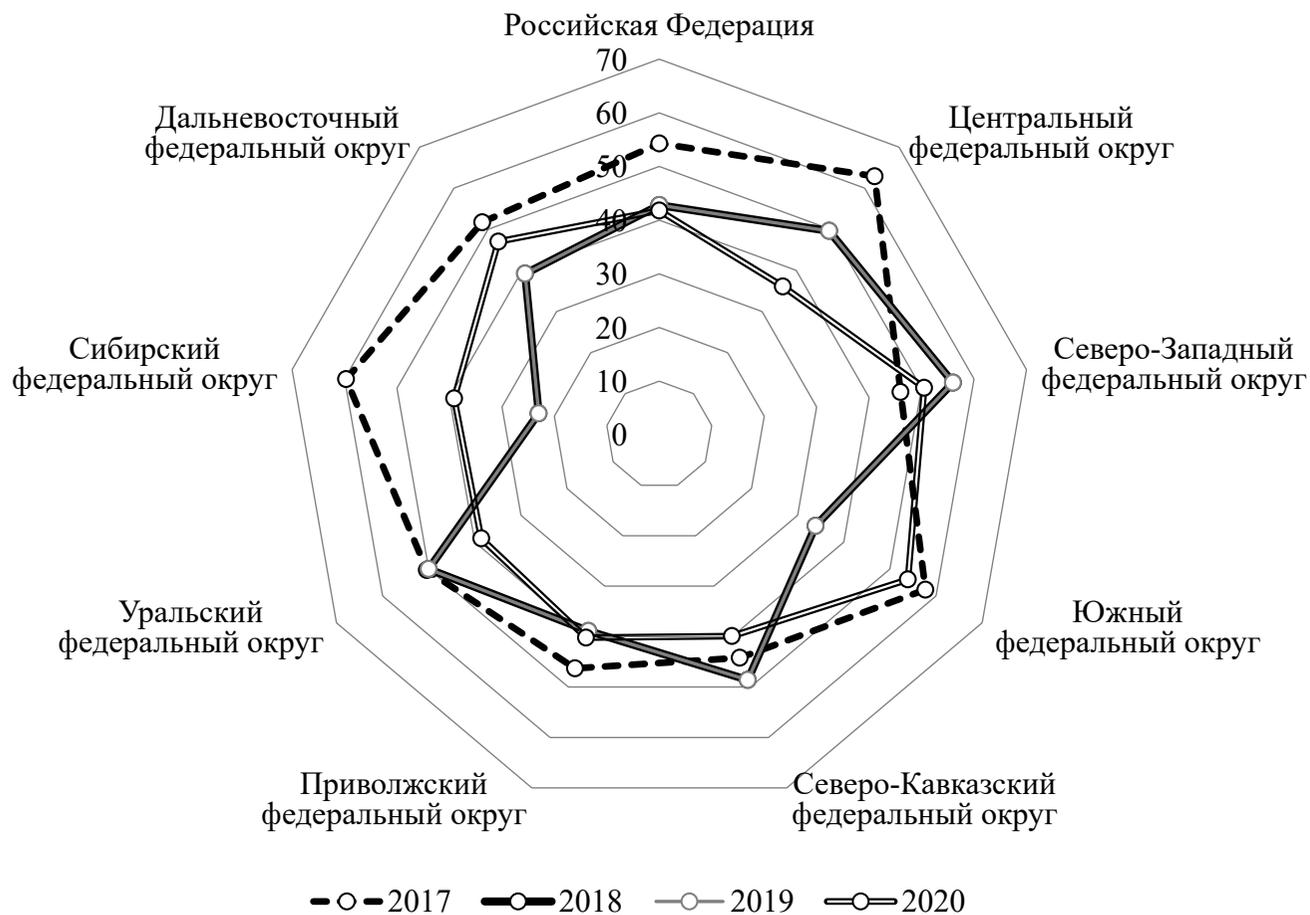
Рисунок 41 – Динамика несанкционированных операций с использованием платежных карт

Как видно на рисунке 41, более 50 % случаев несанкционированных операций с использованием платежных карт приходится на сеть Интернет и устройства мобильной связи. Данный факт усиливает актуальность совершенствования цифровых финансовых услуг и повышения уровня финансовой грамотности.

Далее перейдем к третьему блоку, который характеризует лояльность потребителей цифровых финансовых услуг.

Потенциал цифровых финансовых услуг иллюстрирует изменение доли взрослого населения, не пользовавшегося дистанционными каналами доступа к финансовым услугам и готового начать регулярно пользоваться при наличии такой возможности (рисунок 42).

Как видим на рисунке 42, доля взрослого населения, не пользовавшегося дистанционными каналами доступа к финансовым услугам и готового начать регулярно пользоваться при наличии такой возможности, сокращается, что свидетельствует о снижении потенциала цифровых финансовых услуг. Но при этом необходимо учитывать и качественную составляющую: расширение ассортимента предлагаемых цифровых услуг и их востребованность у потребителя.



Примечание – Составлено автором по данным Центрального банка Российской Федерации.

Рисунок 42 – Доля взрослого населения, готового начать регулярно пользоваться дистанционными каналами доступа к финансовым услугам при наличии такой возможности, % тех, кто не пользовался ими

В данном случае для диссертанта представляет интерес доля взрослого населения, положительно оценивающего удовлетворенность использованием различных каналов доступа к финансовым услугам. Рассмотрим, как в 2020 г. в России в целом и в каждом из федеральных округов соотносились доля взрослого населения, положительно оценивающего удовлетворенность предоставлением финансовых услуг с помощью удаленной идентификации (единой биометрической системы данных) и доля взрослого населения, использующего мобильное устройство для перевода денежных средств (рисунок 43).



Примечание – Составлено автором по данным Центрального банка Российской Федерации.

Рисунок 43 – Соотношение доли взрослого населения, положительно оценивающего удовлетворенность предоставлением финансовых услуг с помощью удаленной идентификации (единой биометрической системы данных), и доли взрослого населения, использующего мобильное устройство для перевода денежных средств, в 2020 г.

Как видим, существует определенный уровень неудовлетворенности предоставлением финансовых услуг с помощью единой биометрической системы данных. Во всех федеральных округах, за исключением Центрального (67,1 %), более 70 % взрослого населения использует мобильное устройство для перевода денежных средств. Самое высокое значение показателя зафиксировано в Южном федеральном округе (86,1 %).

Большое значение также имеет уровень удовлетворенности взрослого населения использованием различных каналов доступа к финансовым услугам как по характеристикам, так и по категориям каналов доступа (второй блок показателей).

Оценка по характеристикам строится на четырех индикаторах: «легкость доступа, есть везде», «приемлемая стоимость», «хороший уровень защиты, безопасность», «быстрый доступ, приемлемое время ожидания».

Рассмотрим динамику значений каждого индикатора по отдельности таблицы 29–36).

Таблица 29 – Динамика доли взрослого населения, положительно оценивающего удовлетворенность использованием различных каналов доступа к финансовым услугам по характеристике «легкость доступа, есть везде», % опрошенных

Территория	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Российская Федерация	93,64	93,25 (-)	92,50 (-)	94,62 (+)	94,62 (0)	93,78 (-)
Центральный федеральный округ	96,38	97,74 (+)	97,06 (-)	91,45 (-)	91,45 (0)	92,82 (+)
Северо-Западный федеральный округ	96,64	99,32 (+)	95,95 (-)	99,35 (+)	99,35 (0)	97,89 (-)
Южный федеральный округ	90,91	94,29 (+)	89,14 (-)	98,88 (+)	98,88 (0)	96,97 (-)
Северо-Кавказский федеральный округ	97,67	62,79 (-)	73,26 (+)	92,54 (+)	92,54 (0)	92,78 (+)
Приволжский федеральный округ	89,27	94,63 (+)	90,15 (-)	94,10 (+)	94,10 (0)	92,81 (-)
Уральский федеральный округ	94,41	93,01 (-)	98,60 (+)	95,56 (-)	95,56 (0)	95,83 (+)
Сибирский федеральный округ	91,94	91,94 (0)	94,31 (+)	97,04 (+)	97,04 (0)	88,62 (-)
Дальневосточный федеральный округ	91,67	83,33 (-)	80,00 (-)	91,04 (+)	91,04 (0)	97,17 (+)

Примечание – Составлено автором по данным Центрального банка Российской Федерации.

(-) – сокращение значения показателя относительно предыдущего года; (+) – рост показателя; (0) – значение показателя не изменилось относительно предыдущего года.

По индикатору «легкость доступа, есть везде» в целом по России за анализируемый период значение варьируется от 92,5 % до 94,62 %, причем изменение имеет волнообразный характер.

В 2015 г. половина федеральных округов демонстрировала значения выше среднероссийского, в том числе Северо-Кавказский (97,67 %), Северо-Западный (96,64 %), Центральный (96,38 %) и Уральский (94,41 %). Аутсайдером по легкости доступа цифровых финансовых услуг был Приволжский федеральный округ (89,27 %).

В 2020 г. на национальном уровне доля населения, положительно оценившего легкость доступа к финансовым услугам, незначительно увеличилась относительно 2015 г. и составила 93,78 %, хотя относительно 2019 г. наблюдается снижение показателя. Примечательно, что произошла смена лидеров и аутсайдеров в данной категории. Так, в число лидеров вошли Северо-Западный (97,89 %), Дальневосточный (97,17 %), Южный (96,97 %) и Уральский (95,83 %) федеральные округа. Аутсайдером стал Сибирский федеральный округ (88,62 %).

Далее рассмотрим динамику по индикатору «приемлемая стоимость» (таблица 30).

Динамика уровня удовлетворенности взрослого населения приемлемостью стоимости использования различных каналов доступа к финансовым услугам показывает, что в 2015 г. среднее значение показателя по России составило 89,55 %, но в 2020 г. произошло его снижение до 88,53 %.

В 2015 г. лидерами были Уральский (94,41 %) и Северо-Кавказский (93,02 %) федеральные округа, а отстающими – Приволжский (86,12 %), Дальневосточный (86,67 %) и Сибирский (87,68 %).

В 2020 г. лидерами стали Южный (95,76 %) и Северо-Западный (92,96 %) федеральные округа, а отстающими – Сибирский (79,64 %) и Приволжский (85,62 %).

Таблица 30 – Динамика доли взрослого населения, положительно оценивающего удовлетворенность использованием различных каналов доступа к финансовым услугам по характеристике «приемлемая стоимость», % опрошенных

Территория	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Российская Федерация	89,55	88,19 (-)	88,75 (+)	87,58 (-)	87,58 (0)	88,53 (+)
Центральный федеральный округ	90,05	91,63 (+)	94,57 (+)	85,91 (-)	85,91 (0)	89,60 (+)
Северо-Западный федеральный округ	91,95	97,97 (+)	84,46 (-)	98,70 (+)	98,70 (0)	92,96 (-)
Южный федеральный округ	89,61	90,86 (+)	84,57 (-)	92,74 (+)	92,74 (0)	95,76 (+)
Северо-Кавказский федеральный округ	93,02	59,30 (-)	74,42 (+)	84,08 (+)	84,08 (0)	87,45 (+)
Приволжский федеральный округ	86,12	87,16 (+)	84,48 (-)	87,27 (+)	87,27 (0)	85,62 (-)
Уральский федеральный округ	94,41	88,81 (-)	96,50 (+)	87,41 (-)	87,41 (0)	89,17 (+)
Сибирский федеральный округ	87,68	85,31 (-)	92,89 (+)	82,27 (-)	82,27 (0)	79,64 (-)
Дальневосточный федеральный округ	86,67	86,67 (0)	80,00 (-)	83,08 (+)	83,08 (0)	89,88 (+)
<p>Примечание – Составлено автором по данным Центрального банка Российской Федерации.</p> <p>(-) – сокращение значения показателя относительно предыдущего года; (+) – рост показателя; (0) – значение показателя не изменилось относительно предыдущего года.</p>						

Далее перейдем к оценке уровня безопасности при использовании различных каналов доступа к финансовым услугам (таблица 31).

Что касается уровня удовлетворенности безопасностью при использовании финансовых услуг, то в 2020 г., в сравнении с 2015 г. наблюдается незначительное снижение доли удовлетворенного взрослого населения. Так, если в 2015 г. значение показателя составляло 88,61%, то в 2020 г. – 87,62 %.

Если рассматривать в разрезе федеральных округов, то в 2015 г. наибольшая доля удовлетворенных уровнем безопасности отмечалась в Северо-Кавказском (94,19 %), Уральском (93,71 %) и Северо-Западном (93,29 %) федеральных округах. Наименьший уровень удовлетворенности зафиксирован в Центральном (84,16 %) и Приволжском (86,44 %) федеральных округах. В 2020 г. произошли изменения: лидерами стали Южный (92,12 %) и Уральский (91,67 %) федеральные округа, а отстающими – Сибирский (78,44 %) и Северо-Кавказский (81,37 %).

Таблица 31 – Динамика доли взрослого населения, положительно оценивающего удовлетворенность использованием различных каналов доступа к финансовым услугам по характеристике «хороший уровень защиты, безопасность», % опрошенных

Территория	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Российская Федерация	88,61	87,69 (-)	90,13 (+)	87,99 (-)	87,99 (0)	87,62 (-)
Центральный федеральный округ	84,16	92,99 (+)	96,15 (+)	84,06 (-)	84,06 (0)	87,62 (+)
Северо-Западный федеральный округ	93,29	95,27 (+)	91,22 (-)	97,40 (+)	97,40 (0)	90,14 (-)
Южный федеральный округ	90,26	85,71 (-)	80,57 (-)	92,18 (+)	92,18 (0)	92,12 (-)
Северо-Кавказский федеральный округ	94,19	60,47 (-)	69,77 (+)	81,09 (+)	81,09 (0)	81,37 (+)
Приволжский федеральный округ	86,44	87,46 (+)	87,16 (-)	88,51 (+)	88,51 (0)	88,70 (+)
Уральский федеральный округ	93,71	83,92 (-)	92,31 (+)	88,89 (-)	88,89 (0)	91,67 (+)
Сибирский федеральный округ	89,10	85,78 (-)	95,26 (+)	87,68 (-)	87,68 (0)	78,44 (-)
Дальневосточный федеральный округ	91,67	91,67 (0)	93,33 (+)	88,06 (-)	88,06 (0)	90,28 (+)
<p>Примечание – Составлено автором по данным Центрального банка Российской Федерации.</p> <p>(-) – сокращение значения показателя относительно предыдущего года; (+) – рост показателя; (0) – значение показателя не изменилось относительно предыдущего года.</p>						

Рассмотрим динамику удовлетворенности с точки зрения времени ожидания и скорости доступа к финансовым услугам (таблица 32).

Уровень удовлетворенности на национальном уровне сократился с 92,07 % в 2015 г. до 89,7 % в 2020 г.

В разрезе федеральных округов ситуация следующая: если в 2015 г. лидерами стали Северо-Кавказский (97,67 %) и Уральский (95,1 %) федеральные округа, то в 2020 г. на первые позиции вышли Северо-Западный (95,07 %) и Уральский федеральные округа (92,5 %). Что касается аутсайдеров по данному показателю, то в 2015 г. ими стали Приволжский (86,44 %) и Южный (89,61 %) федеральные округа. В 2020 г. также произошли определенные изменения. В Приволжском федеральном округе ситуация немного улучшилась и удовлетворенных респондентов стало уже 88,36 %. При этом минимальное значение было зафиксировано в Сибирском федеральном округе (82,04 %).

Таблица 32 – Динамика доли взрослого населения, положительно оценивающего удовлетворенность использованием различных каналов доступа к финансовым услугам по характеристике «быстрый доступ, приемлемое время ожидания», % опрошенных

Территория	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Российская Федерация	92,07	89,63 (-)	91,06 (+)	91,56 (+)	91,56 (0)	89,70 (-)
Центральный федеральный округ	94,12	94,57 (+)	95,93 (+)	89,61 (-)	89,61 (0)	89,85 (+)
Северо-Западный федеральный округ	94,63	97,97 (+)	93,24 (-)	100,00 (+)	100,00 (0)	95,07 (-)
Южный федеральный округ	89,61	90,29 (+)	83,43 (-)	98,32 (+)	98,32 (0)	92,12 (-)
Северо-Кавказский федеральный округ	97,67	55,81 (-)	73,26 (+)	89,05 (+)	89,05 (0)	88,97 (-)
Приволжский федеральный округ	86,44	91,04 (+)	88,36 (-)	91,93 (+)	91,93 (0)	88,36 (-)
Уральский федеральный округ	95,10	86,01 (-)	96,50 (+)	87,41 (-)	87,41 (0)	92,50 (+)
Сибирский федеральный округ	91,94	87,20 (-)	96,21 (+)	88,67 (-)	88,67 (0)	82,04 (-)
Дальневосточный федеральный округ	93,33	88,33 (-)	81,67 (-)	87,06 (+)	87,06 (0)	91,90 (+)
<p>Примечание – Составлено автором по данным Центрального банка Российской Федерации.</p> <p>(-) – сокращение значения показателя относительно предыдущего года; (+) – рост показателя; (0) – значение показателя не изменилось относительно предыдущего года.</p>						

Таким образом, по данной группе оценочных индикаторов общая удовлетворенность ухудшилась в Северо-Кавказском федеральном округе. Также в Сибирском и Уральском федеральных округах наблюдалось изменение значений показателей и в 2020 г. выявлено снижение относительно 2015 г. Положительная динамика зафиксирована в Южном, Северо-Западном и Дальневосточном федеральных округах. Центральный федеральный округ демонстрирует определенную стабильность.

Далее рассмотрим динамику доли взрослого населения, положительно оценивающего удовлетворенность использованием различных каналов доступа к финансовым услугам по категориям каналов доступа (таблицы 33–36).

Уровень удовлетворенности использованием электронного терминала для безналичной оплаты товаров и услуг с помощью банковской карты (POS-терминала)/электронного терминала, установленного в организациях торговли (услуг), на территории страны пока не превышает 50 %. Так, если в 2015 г. значение данного показателя составляло 39,33 % опрошенных, то в 2020 г. оно снизилось до 23,95 %.

Таблица 33 – Доля взрослого населения, положительно оценивающего удовлетворенность использованием электронного терминала для безналичной оплаты товаров и услуг с помощью банковской карты (POS-терминала)/электронного терминала, установленного в организациях торговли (услуг), % опрошенных

Территория	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Российская Федерация	39,33	43,63 (+)	40,19 (-)	34,19 (-)	34,19 (0)	23,95 (-)
Центральный федеральный округ	36,65	49,55 (+)	51,58 (+)	30,02 (-)	30,02 (0)	22,03 (-)
Северо-Западный федеральный округ	42,95	46,62 (+)	33,11 (-)	61,04 (+)	61,04 (0)	30,28 (-)
Южный федеральный округ	33,77	49,74 (+)	28,57 (-)	42,46 (+)	42,46 (0)	29,70 (-)
Северо-Кавказский федеральный округ	31,40	18,60 (-)	34,88 (+)	30,85 (-)	30,85 (0)	17,49 (-)
Приволжский федеральный округ	37,85	42,09 (+)	35,52 (-)	33,54 (-)	33,54 (0)	19,52 (-)
Уральский федеральный округ	46,15	46,85 (+)	48,95 (+)	31,85 (-)	31,85 (0)	25,83 (-)
Сибирский федеральный округ	48,82	43,60 (-)	32,70 (-)	23,65 (-)	23,65 (0)	26,35 (+)
Дальневосточный федеральный округ	33,33	11,67 (-)	46,67 (+)	23,88 (-)	23,88 (0)	26,32 (+)
<p>Примечание – Составлено автором по данным Центрального банка Российской Федерации.</p> <p>(-) – сокращение значения показателя относительно предыдущего года; (+) – рост показателя; (0) – значение показателя не изменилось относительно предыдущего года.</p>						

Если рассматривать в разрезе федеральных округов, то в 2015 г. значение показателя варьировалось в границах от 48,82 % до 31,4 %. Лидером стал Сибирский федеральный округ, далее следовали Уральский (46,15 %) и Северо-Западный (42,95 %) федеральные округа. Меньше удовлетворенных использованием электронного терминала было в Южном (33,77 %), Дальневосточном (33,33 %) и Северо-Кавказском (31,40 %) федеральных округах.

По результатам 2020 г. ситуация ухудшилась, что подтверждается следующими данными. Во всех федеральных округах без исключения снизилась доля респондентов, удовлетворенных использованием электронных терминалов. При этом произошли изменения среди лидеров и аутсайдеров. Так, лидерами по уровню удовлетворенности стали Северо-Западный (30,28 %) и Южный (29,7 %) федеральные округа, а аутсайдерами – Приволжский (19,52 %) и Северо-Кавказский (17,49 %).

Далее перейдем к оценке удовлетворенности оплатой платежной картой на сайте интернет-магазина (таблица 34).

Таблица 34 – Доля взрослого населения, положительно оценивающего удовлетворенность использованием оплаты платежной картой на сайте интернет-магазина, % опрошенных

Территория	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Российская Федерация	25,74	23,75 (-)	26,13 (+)	24,38 (-)	24,38 (0)	31,78 (+)
Центральный федеральный округ	22,85	32,58 (+)	36,65 (+)	25,87 (-)	25,87 (0)	32,18 (+)
Северо-Западный федеральный округ	18,79	20,27 (+)	25,00 (+)	46,10 (+)	46,10 (0)	42,25 (-)
Южный федеральный округ	21,27	30,29 (+)	19,43 (-)	28,49 (+)	28,49 (0)	36,97 (+)
Северо-Кавказский федеральный округ	38,37	25,58 (-)	22,09 (-)	23,88 (+)	23,88 (0)	25,10 (+)
Приволжский федеральный округ	23,97	12,54 (-)	22,09 (+)	16,46 (-)	16,46 (0)	23,97 (+)
Уральский федеральный округ	31,47	18,88 (-)	19,58 (+)	27,41 (+)	27,41 (0)	35,00 (+)
Сибирский федеральный округ	25,12	24,64 (-)	25,12 (+)	16,75 (-)	16,75 (0)	31,14 (+)
Дальневосточный федеральный округ	40,00	16,67 (-)	18,33 (+)	12,44 (-)	12,44 (0)	33,20 (+)
<p>Примечание – Составлено автором по данным Центрального банка Российской Федерации.</p> <p>(-) – сокращение значения показателя относительно предыдущего года; (+) – рост показателя; (0) – значение показателя не изменилось относительно предыдущего года.</p>						

Анализ динамики изменения доли взрослого населения, положительно оценивающего удовлетворенность оплатой платежей картой на сайте интернет-магазина, показал, что в 2020 г. отмечался прирост в сравнении с 2015 г. Так, на национальном уровне в 2015 г. положительную оценку дали 25,74 % опрошенных, а в 2020 г. – уже 31,78 %. В разрезе федеральных округов значение демонстрирует положительную динамику в большинстве случаев. Исключение составляют Северо-Кавказский и Дальневосточный федеральные округа. Причем оба округа были лидерами в 2015 г., когда доля опрошенных, положительно оценивающих удовлетворенность использованием оплаты платежной картой на сайте интернет-магазина, в Северо-Кавказском федеральном округе составила 38,37 %, а в Дальневосточном – 40,00 %. В 2020 г. лидерами по данному показателю стали Северо-Западный (42,25 %) и Юж-

ный (36,97 %) федеральные округа. Также весьма интересная ситуация сложилась по аутсайдерам. В 2015 г. это были именно Северо-Западный (18,79 %) и Южный (21,27 %) федеральные округа, ставшие, как отмечалось выше, лидерами в 2020 г. В свою очередь, в 2020 г. в категорию аутсайдеров вошли Приволжский (23,97 %) федеральный округ и один из лидеров 2015 г. – Северо-Кавказский федеральный округ (25,10 %).

Далее рассмотрим динамику доли взрослого населения, удовлетворенного использованием интернет-банка для дистанционного доступа к банковским счетам (таблица 35).

Таблица 35 – Доля взрослого населения, положительно оценивающего удовлетворенность использованием интернет-банка для дистанционного доступа к банковским счетам (доступ к интернет-банку осуществляется через веб-браузер), % опрошенных

Территория	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Российская Федерация	25,49	21,94 (-)	31,94 (+)	25,41 (-)	25,41 (0)	28,79 (+)
Центральный федеральный округ	21,49	22,17 (+)	41,40 (+)	25,40 (-)	25,40 (0)	26,24 (+)
Северо-Западный федеральный округ	20,13	17,57 (-)	24,32 (+)	40,91 (+)	40,91 (0)	42,96 (+)
Южный федеральный округ	29,87	29,71 (-)	21,14 (-)	32,96 (+)	32,96 (0)	31,52 (-)
Северо-Кавказский федеральный округ	31,40	22,09 (-)	37,21 (+)	30,35 (-)	30,35 (0)	20,15 (-)
Приволжский федеральный округ	24,92	18,81 (-)	28,96 (+)	19,57 (-)	19,57 (0)	21,92 (+)
Уральский федеральный округ	32,17	18,88 (-)	31,47 (+)	27,41 (-)	27,41 (0)	40,00 (+)
Сибирский федеральный округ	25,12	27,01 (+)	30,33 (+)	17,73 (-)	17,73 (0)	29,34 (+)
Дальневосточный федеральный округ	38,33	15,00 (-)	28,33 (+)	11,94 (-)	11,94 (0)	27,94 (+)

Примечание – Составлено автором по данным Центрального банка Российской Федерации.
 (-) – сокращение значения показателя относительно предыдущего года; (+) – рост показателя; (0) – значение показателя не изменилось относительно предыдущего года.

Здесь также наблюдается недостаточный уровень удовлетворенности. За анализируемый период значение показателя не превышало 50 %. На национальном уровне за анализируемый период был зафиксирован прирост. Так, если в среднем

по России в 2015 г. доля удовлетворенных респондентов составила 25,49 %, то в 2020 г. уже 28,79 %.

В ряде федеральных округов зафиксировано снижение уровня удовлетворенности (Северо-Кавказский, Приволжский и Дальневосточный федеральные округа). Примечательно, что по итогам 2015 г. лидером был Дальневосточный федеральный округ (38,33 %). В свою очередь, в числе отстающих в 2015 г. были Центральный (21,49 %) и Северо-Западный (20,13 %) федеральные округа.

По результатам 2020 г. лидерами стали Уральский (40,00 %) и Северо-Западный (42,96 %) федеральные округа, а аутсайдерами – Северо-Кавказский (20,15 %) и Приволжский (21,92 %).

В заключение рассмотрим динамику уровня удовлетворенности мобильным банком для доступа к банковским счетам (таблица 36).

Таблица 36 – Доля взрослого населения, положительно оценивающего удовлетворенность использованием мобильного банка для доступа к банковским счетам с помощью планшета или смартфона (с помощью специализированного мобильного приложения (программы) для смартфона или планшета или с помощью отправки СМС на короткий номер), % опрошенных

Территория	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Российская Федерация	26,12	24,00 (-)	39,00 (+)	31,95 (-)	31,95 (0)	38,39 (+)
Центральный федеральный округ	21,04	24,89 (+)	50,90 (+)	27,48 (-)	27,48 (0)	37,62 (+)
Северо-Западный федеральный округ	21,48	18,24 (-)	31,08 (+)	50,00 (+)	50,00 (0)	53,52 (+)
Южный федеральный округ	32,47	29,14 (-)	22,86 (-)	39,66 (+)	39,66 (0)	45,45 (+)
Северо-Кавказский федеральный округ	37,21	24,42 (-)	41,86 (+)	37,31 (-)	37,31 (0)	30,80 (-)
Приволжский федеральный округ	24,92	19,70 (-)	34,93 (+)	26,09 (-)	26,09 (0)	26,71 (+)
Уральский федеральный округ	29,37	20,98 (-)	37,76 (+)	35,56 (-)	35,56 (0)	49,17 (+)
Сибирский федеральный округ	27,01	32,70 (+)	39,81 (+)	27,59 (-)	27,59 (0)	37,72 (+)
Дальневосточный федеральный округ	41,67	16,67 (-)	36,67 (+)	25,37 (-)	25,37 (0)	37,25 (+)

Примечание – Составлено автором по данным Центрального банка Российской Федерации.

(-) – сокращение значения показателя относительно предыдущего года; (+) – рост показателя; (0) – значение показателя не изменилось относительно предыдущего года.

За исследуемый период сокращение выявлено только в Северо-Кавказском (37,21 % в 2015 г. и 30,80 % в 2020 г.) и Дальневосточном (41,67 % в 2015 г. и 37,25 % в 2020 г.) федеральных округах.

В целом по России и в большинстве федеральных округов наблюдается увеличение уровня удовлетворенности. Так, на национальном уровне в 2015 г. положительно оценили использование мобильного банка 26,12 %, а в 2020 г. – 38,39 %.

Что касается лидеров и аутсайдеров, то сложилась следующая ситуация. Составы федеральных округов – лидеров полностью изменились. Так, если в 2015 г. это были Дальневосточный (41,67 %) и Северо-Кавказский (37,21 %) федеральные округа, то в 2020 г. – Уральский (49,17 %) и Северо-Западный (53,52 %). Аутсайдерами в 2015 г. были Центральный (21,04 %) и Северо-Западный (21,48 %) федеральные округа, а в 2020 г. уже Приволжский (26,71 %) и Северо-Кавказский (30,80 %).

По итогам анализа динамики доли взрослого населения, положительно оценивающего удовлетворенность использованием различных каналов доступа к финансовым услугам по категориям каналов доступа, диссертантом сделаны следующие выводы.

Снижение уровня удовлетворенности выявлено в Дальневосточном, Приволжском и Северо-Кавказском федеральных округах. Незначительные изменения, которые можно считать стабильными показателями, зафиксированы в Сибирском, Центральном и Уральском федеральных округах.

Положительная динамика уровня удовлетворенности по совокупности показателей характерна для Южного и Северо-Западного федеральных округов.

Таким образом диссертантом делается вывод о необходимости продолжения повышения уровня финансовой грамотности населения, развития цифровых финансовых услуг и внедрения прогрессивных технологий, позволяющих обеспечить безопасность приобретения и потребления цифровых финансовых услуг в условиях цифровой трансформации национальной экономики и санкционного давления зарубежных стран.

4.3 Диагностика развития системы цифровых услуг на потребительских рынках

Проанализировав тенденции развития национального рынка цифровых услуг, проведем диагностику развития системы цифровых услуг на потребительских рынках.

Прежде чем перейти к выявлению тенденций развития национального рынка, рассмотрим динамику использования интернета населением для заказа товаров и услуг по странам. В таблице 37 представлены первые 10 стран-лидеров и доля населения для возможности сравнения с лидерами.

Как видим, Россия не входит в десятку стран-лидеров, но при этом демонстрирует существенный рост. Так, если в 2015 г. доля населения, заказывавшего товары и услуги через интернет, составляла только 23 %, то в 2020 г. уже 40 %, что свидетельствует о востребованности цифрового сегмента и необходимости дальнейшей поддержки участников рынка. Примерами могут служить Великобритания, Германия и Швеция, демонстрирующие высокую вовлеченность населения в цифровой рынок.

Далее перейдем к анализу национального рынка услуг розничной торговли. Данные за период с 2013 по 2021 г., иллюстрирующие развитие исследуемого сектора услуг розничной торговли, как традиционных, так и цифровых, представлены в таблице 38.

За исследуемый период наблюдался стабильный прирост как оборота розничной торговли (прирост составил 66,65 %), так и доли цифровых услуг розничной торговли в данном показателе (если в 2014 г. значение показателя составляло 0,7 %, то по результатам 2021 г. уже 5,1 %), что свидетельствует о развитии сегмента цифровых услуг розничной торговли и их востребованности у населения. Также весьма важным фактором является тенденция укрупнения предприятий розничной торговли на традиционном рынке услуг розничной торговли. Это подтверждается следующими обстоятельствами.

Таблица 37 – Использование интернета населением для заказа товаров и услуг по странам, % общей численности населения в возрасте 15–74 лет

2016	2017	2018	2019	2020
Великобритания (83)	Великобритания (82)	Великобритания (83)	Великобритания (87)	Великобритания (90)
Швеция (76)	Швеция (81)	Швеция (78)	Швеция (82)	Швеция (84)
Германия (74)	Германия (75)	Германия (77)	Германия (79)	Германия (83)
Финляндия (67)	Финляндия (71)	Финляндия (70)	Канада (76)	Канада (76)
Франция (66)	Франция (67)	Франция (67)	Финляндия (73)	Финляндия (76)
Эстония (56)	Республика Корея (58)	Эстония (61)	Франция (70)	Чехия (72)
США (55)	Эстония (58)	Чешская Республика (59)	Эстония (68)	Республика Корея (70)
Япония (53)	США (57)	Республика Корея (58)	Чехия (64)	Франция (70)
Республика Корея (50)	Чешская Республика (56)	США (57)	Республика Корея (63)	Эстония (68)
Чешская Республика (47)	Япония (48)	Япония (48)	США (61)	США (61)
<i>Для сравнения:</i>				
Россия (23)	Россия (29)	Россия (35)	Россия (36)	Россия (40)
<p>Примечание – Составлено автором по: Цифровая экономика: крат. стат. сб. / Г. И. Абдрахманова, Л. М. Гохберг, А. В. Демьяненко и др. – М.: НИУ ВШЭ, 2018. – 96 с.; Цифровая экономика: 2019: крат. стат. сб. / Г. И. Абдрахманова, К. О. Вишневский, Л. М. Гохберг и др. – М.: НИУ ВШЭ, 2019. – 96 с.; Цифровая экономика: 2020: крат. стат. сб. / Г. И. Абдрахманова, К. О. Вишневский, Л. М. Гохберг и др. – М.: НИУ ВШЭ, 2020. – 112 с.; Цифровая экономика: 2021: крат. стат. сб. / Г. И. Абдрахманова, К. О. Вишневский, Л. М. Гохберг и др. – М.: НИУ ВШЭ, 2021. – 124 с.</p>				

Во-первых, наблюдается рост доли сетевых операторов в обороте розничной торговли. Так, доля сетевых операторов возросла с 23,2 % в 2013 г. до 41,9 % в 2021 г. На первый взгляд, это положительная тенденция, но при этом возрастают барьеры входа на рынок для единичных объектов розничной торговли. Следовательно, возможна ситуация ухудшения положения потребителя на рынке.

Во-вторых, снижается количество организаций и индивидуальных предпринимателей, предоставляющих услуги розничной торговли (сокращение составило 45,7 % и 22,81 % соответственно).

Таблица 38 – Тенденции развития рынка цифровых услуг розничной торговли

Показатель	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Темп прироста 2021/2013, %
Обеспеченность населения торговыми площадями современных форматов на 1 000 чел., м²	160,9	188,8	199,8	219,5	235,3	249,4	259,4	278,8	289,6	79,99
Доля продаж через интернет в общем объеме оборота розничной торговли, %	–	0,7	0,9	1,2	1,3	1,7	2,0	3,9	5,1	–
Доля розничных торговых сетей в формировании оборота розничной торговли субъектов Российской Федерации, %	23,2	23,8	26,3	27,3	33,5	36,2	38,2	43	41,9	–
Оборот розничной торговли, млрд р.	23 685,9	26 356,2	27 526,8	28 240,9	29 745,5	31 579,4	33 624,3	33 873,6	39 472,0	66,65
Организации, осуществляющие розничную торговлю, тыс. ед.	375,5	376,7	380,5	352,3	327,2	290,3	254,5	223,5	203,9	–45,70
Индивидуальные предприниматели, осуществляющие розничную торговлю, тыс. ед.	1 442,2	1 437,1	1 418,7	1 384,7	1 294,3	1 258,2	1 191,4	1 060,1	1 113,3	–22,81
Примечание – Составлено автором по данным Росстата.										

В данном случае это может свидетельствовать именно об укрупнении предприятий розничной торговли и о наличии предпосылок к олигополизации традиционного рынка услуг розничной торговли.

В-третьих, за исследуемый период наблюдался прирост обеспеченности населения торговыми площадями современных форматов на 1 000 чел. (79,99 %). Данное обстоятельство также обусловлено и потребностями потребителей, так как современному клиенту предприятия розничной торговли важны сервис, наличие различных групп товаров и удобство приобретения.

Отметим, что цифровая розничная торговля напрямую связана с цифровыми сбытовыми услугами. «Ключевыми драйверами развития цифровых сбытовых услуг можно назвать глобализацию и интеграцию экономических процессов; цифровую трансформацию, обусловленную переходом к новому технологическому укладу; наличие кризисных явлений в экономике, вызванных различными причинами, необходимость обеспечения сбыта продукции в достаточно короткие сроки без снижения ее качества»¹.

Далее рассмотрим тенденции развития рынка цифровых услуг розничной торговли в разрезе федеральных округов по показателям, которые были выделены диссертантом ранее: оборот розничной торговли; число активных абонентов фиксированного широкополосного доступа к сети Интернет на 100 чел. (на конец года); число активных абонентов мобильного широкополосного доступа к сети Интернет на 100 чел. (на конец года); обеспеченность населения торговыми площадями современных форматов на 1 000 чел.; доля продаж через интернет в общем объеме оборота розничной торговли; доля розничных торговых сетей в формировании оборота розничной торговли субъектов Российской Федерации (таблица 39).

¹ Разорвин И. В., Усова Н. В., Логинов М. П. Повышение доступности сельскохозяйственной продукции для населения на основе развития цифровых сбытовых услуг // Аграрный вестник Урала. – 2020. – № S13. – С. 81.

Таблица 39 – Тенденции развития рынка цифровых услуг розничной торговли на уровне федеральных округов за период с 2013 по 2021 г.

Показатель	Федеральный округ							
	Центральный	Северо-Западный	Южный	Северо-Кавказский	Приволжский	Уральский	Сибирский	Дальневосточный
Оборот розничной торговли, %	73,9	85,6	97,3	53,14	50,82	37	31,54	132,5
Число активных абонентов фиксированного широкополосного доступа к сети Интернет на 100 чел. (на конец года), %	54,55	23,88	56,15	107,7	29,12	42,78	38,36	63,79
Число активных абонентов мобильного широкополосного доступа к сети Интернет на 100 чел. (на конец года), %	85,49	80,44	56,39	39,28	95,83	100	78,62	62,56
Обеспеченность населения торговыми площадями современных форматов на 1 000 чел., %	61,49	198,7	62,81	205,6	85,96	67,74	84,61	203,4
Доля продаж через интернет в общем объеме оборота розничной торговли, п. п.	7	6	4,9	0,9	3,5	4,8	4	1,6
Доля розничных торговых сетей в формировании оборота розничной торговли субъектов Российской Федерации, п. п.	18,7	15	11,7	4,6	17,8	23,9	20	9,6
Примечание – Составлено автором по данным Росстата.								

В целом по всем федеральным округам наблюдается положительная динамика по темпам прироста оборота розничной торговли, обеспеченности населения торговыми площадями современных форматов и доступности сети Интернет для населения. При этом значения показателей варьируются по федеральным округам, что позволяет выявить модели развития рынка цифровых услуг розничной торговли.

Как видно из представленной таблицы 39, для Центрального федерального округа характерен существенный прирост оборота розничной торговли (73,9 %), а также доли продаж через интернет (7 п. п.) и доли розничных торговых сетей в формировании оборота розничной торговли (18,7 п. п.).

Тогда как для Северо-Западного федерального округа характерен существенный прирост обеспеченности населения торговыми площадями современных форматов на 1 000 чел. (198,7 п. п.). Также Северо-Западный федеральный округ продемонстрировал существенный прирост цифровой торговли (6 п. п.).

В свою очередь, в Южном федеральном округе выявлен прирост оборота розничной торговли (97,3 %), а прирост доли продаж через интернет и доли розничных торговых сетей в общем объеме оборота розничной торговли составил 4,9 и 11,7 п. п. соответственно.

Для Северо-Кавказского федерального округа характерны прирост на 107,7 % числа активных абонентов фиксированного широкополосного доступа к сети Интернет на 100 чел. и на 205,6 % обеспеченности населения торговыми площадями современных форматов на 1 000 чел.

В Приволжском и Уральском федеральных округах число активных абонентов мобильного широкополосного доступа к сети Интернет на 100 чел. увеличилось на 95,83 % и 100 % соответственно, а прирост доли продаж через интернет в общем объеме оборота розничной торговли составил 3,5 % и 4,8 % соответственно. Примечательно, что в Уральском федеральном округе зафиксирован максимальный прирост доли розничных торговых сетей в формировании оборота розничной торговли (23,9 %).

Также представляет интерес ситуация в Сибирском федеральном округе, где зафиксирован минимальный прирост оборота розничной торговли (31,54 %), но при этом доля розничных торговых сетей в формировании оборота розничной торговли субъектов Российской Федерации возросла на 20 п. п.

И в заключение рассмотрим Дальневосточный федеральный округ. За исследуемый период выявлен максимальный прирост оборота розничной торговли (132,5 %), а также обеспеченности населения торговыми площадями современных форматов (203,4 %) при условии, что по таким показателям, как «доля продаж через интернет в общем объеме оборота розничной торговли» и «доля розничных торговых сетей в формировании оборота розничной торговли», федеральный округ нахо-

дится на предпоследнем месте. Значения показателей составили 1,6 и 9,6 п. п. соответственно.

Далее проведем рейтингование федеральных округов. Полная таблица с результатами рейтингования представлена в приложении И. Ранжирование федеральных округов по вкладу в национальные показатели проведено на основании данных Росстата и представлено в таблице 40, где 1 – наибольший вклад федерального округа в национальные показатели, а 8 – наименьший.

Таблица 40 – Рейтингование федеральных округов по ключевым показателям развития рынка цифровых услуг розничной торговли за период с 2013 по 2021 г.

Показатель	Федеральный округ							
	Центральный	Северо-Западный	Южный	Северо-Кавказский	Приволжский	Уральский	Сибирский	Дальневосточный
Оборот розничной торговли	1	5	6	7	2	4	3	8
Число активных абонентов фиксированного широкополосного доступа к сети Интернет на 100 чел. (на конец года)	2–3	1	6	8	4	2–3	5	7
Число активных абонентов мобильного широкополосного доступа к сети Интернет на 100 чел. (на конец года)	2	1	4	7–8	7–8	6	5	3
Обеспеченность населения торговыми площадями современных форматов на 1 000 чел.	1	6	5	8	3	2	4	7
Доля продаж через интернет в общем объеме оборота розничной торговли	–	–	–	–	–	–	–	–
Доля розничных торговых сетей в формировании оборота розничной торговли субъектов Российской Федерации	2	1	4	8	5	6	3	7
Оборот розничной торговли	1	4	3	8	2	6	5	7
Число активных абонентов фиксированного широкополосного доступа к сети Интернет на 100 чел. (на конец года)	1	3	6	8	4	2	5	7

Продолжение таблицы 40

Показатель	Федеральный округ							
	Центральный	Северо-Западный	Южный	Северо-Кавказский	Приволжский	Уральский	Сибирский	Дальневосточный
Число активных абонентов мобильного широкополосного доступа к сети Интернет на 100 чел. (на конец года)	2	1	7	8	6	3	5	4
Обеспеченность населения торговыми площадями современных форматов на 1 000 чел.	1	5	6	8	2	3	4	7
Доля продаж через интернет в общем объеме оборота розничной торговли	1	2	3	8	6	4	5	7
Доля розничных торговых сетей в формировании оборота розничной торговли субъектов Российской Федерации	4	1	6	8	5	2	3	7
Средний ранг за период 2013–2021 гг.	1,48	2,91	5,24	7,63	4,02	3,69	3,98	6,15
Примечание – Составлено и рассчитано автором.								

Как видно из таблицы 40, лидерами по индивидуальным рейтингам за исследуемый период являются Центральный и Северо-Западный федеральные округа, затем – Приволжский, Уральский и Сибирский федеральные округа. Наименьший вклад по анализируемым показателям вносят Южный, Дальневосточный и Северо-Кавказский федеральные округа.

Кроме того, если рассматривать средний ранг за период с 2013 по 2021 г., то наибольший вклад в формирование национальных показателей вносят Центральный федеральный округ (1,48) и Северо-Западный федеральный округ (2,91). Далее следуют Уральский (3,69), Сибирский (3,98), Приволжский (4,02) и Южный (5,24) федеральные округа. Наименьший же вклад вносят Дальневосточный федеральный округ (6,15) и Северо-Кавказский федеральный округ (7,63).

Рассмотрим более подробно тенденции развития в рамках каждого из федеральных округов.

Центральный федеральный округ за исследуемый период сохранил лидирующие позиции по таким индикаторам, как оборот розничной торговли и обеспеченность населения торговыми площадями современных форматов. С 2016 по 2021 г. включительно данный федеральный округ занимал первое место по показателю «доля продаж через интернет в общем объеме оборота розничной торговли». Также в целом федеральный округ входит в число лидеров по доле сетевых операторов в обороте розничной торговли, что свидетельствует о тенденции олигополизации рынка услуг розничной торговли федерального округа.

На рисунке 44 представлена динамика числа активных пользователей мобильного и фиксированного доступа к сети Интернет. Как видно из рисунка, востребованность мобильного широкополосного доступа к сети Интернет превалирует. Так, за период с 2013 по 2021 г. число активных абонентов фиксированного широкополосного доступа к сети Интернет увеличилось с 18,7 % до 28,9 %. В свою очередь число активных абонентов мобильного широкополосного доступа к сети Интернет на 100 чел. возросло с 64,8 % в 2013 г. до 120,2 % в 2021 г.



Примечание – Составлено автором по данным Росстата.

Рисунок 44 – Востребованность сети Интернет в Центральном федеральном округе с 2013 по 2021 г.

Сибирский и Уральский федеральные округа демонстрируют достаточно высокие значения по всем индикаторам. По таким индикаторам, как оборот розничной торговли, а также число активных абонентов мобильного и фиксированного широкополосного доступа к сети Интернет, эти округа имеют средние ранги.

Как мы видим на рисунке 45, в Сибирском федеральном округе число абонентов мобильного доступа к сети Интернет существенно выше числа абонентов фиксированного доступа. При этом с 2013 по 2021 г. значение показателя увеличилось с 58 % до 103,6 %. По числу абонентов фиксированного доступа также наблюдается постоянный прирост, хотя темпы роста не такие высокие, как у мобильного доступа: за исследуемый период значение показателя возросло с 15,9 % до 22 %.



Примечание – Составлено автором по данным Росстата.

Рисунок 45 – Востребованность сети Интернет в Сибирском федеральном округе с 2013 по 2021 г.

Что касается востребованности сети Интернет в Уральском федеральном округе, то динамика представлена на рисунке 46. Здесь наблюдается схожая ситуация с Сибирским федеральным округом. Число активных пользователей мобильного широкополосного доступа увеличилось с 54,2 % в 2013 г. до 108,4 % в 2021 г. В свою очередь, число активных пользователей фиксированного широкополосного доступа увеличилось с 18,7 в 2013 г. до 26,7 в 2021 г.



Примечание – Составлено автором по данным Росстата.

Рисунок 46 – Востребованность сети Интернет в Уральском федеральном округе с 2013 по 2021 г.

В Приволжском федеральном округе наблюдается стабильная ситуация по вкладу цифровой торговли и сетевых операторов. При этом обеспеченность населения торговыми площадями современных форматов повышается (рисунок 47).



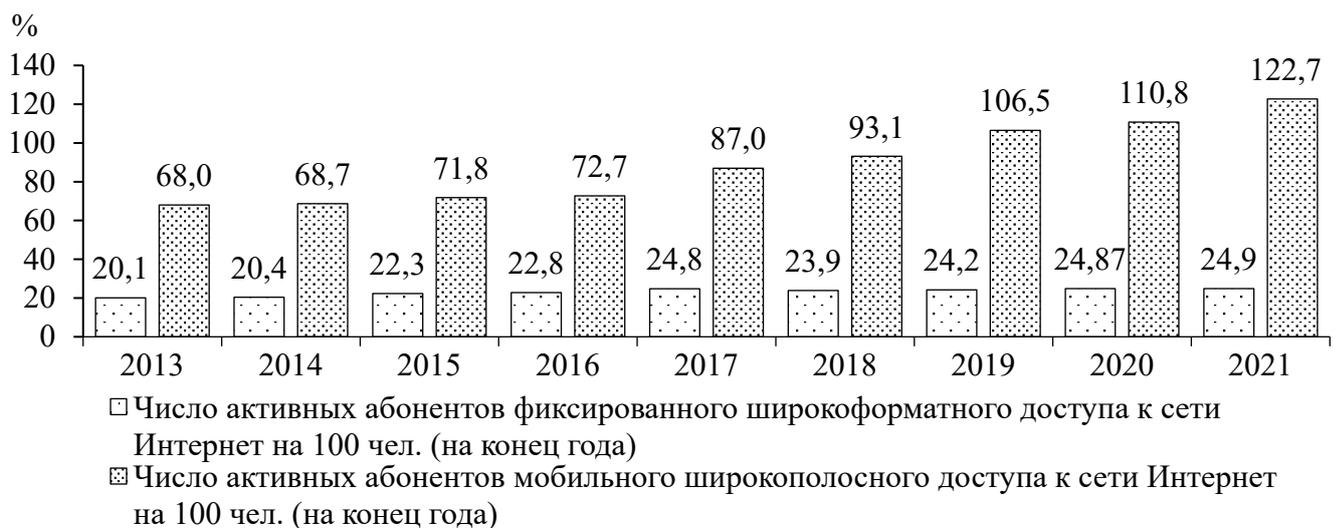
Примечание – Составлено автором по данным Росстата.

Рисунок 47 – Востребованность сети Интернет в Приволжском федеральном округе с 2013 по 2021 г.

По востребованности сети Интернет наблюдается прирост числа абонентов как фиксированного, так и мобильного широкополосного доступа. Так, к 2021 г. число абонентов мобильного интернета достигло 103,2 %, а число абонентов фиксированного доступа к сети Интернет по результатам 2021 г. составило 23,5 %.

Северо-Западный федеральный округ вносит существенный вклад в формирование национального оборота розничной торговли сетевыми операторами, о чем свидетельствует первый ранг по данному показателю в течение всего анализируемого периода. Также наблюдается усиление роли цифровой торговли в данном федеральном округе: за исследуемый период его ранг изменился от 4 до 2. Достаточно высоки ранги по числу активных абонентов широкополосного доступа к сети Интернет, как фиксированного, так и мобильного, а обеспеченность населения торговыми площадями современных форматов сохраняется на достаточно низком уровне относительно остальных федеральных округов. В то же время в данном федеральном округе в 2021 г. зафиксированы достаточно высокие показатели по числу абонентов мобильного доступа к сети Интернет (122,7 %), а также фиксированного широкополосного доступа к сети Интернет на 100 чел. (24,9 %).

Динамика востребованности сети Интернет в Северо-Западном федеральном округе с 2013 по 2021 г. представлена на рисунке 48.



Примечание – Составлено автором по данным Росстата.

Рисунок 48 – Востребованность сети Интернет в Северо-Западном федеральном округе с 2013 по 2021 г.

Далее перейдем к характеристике ситуации в Дальневосточном федеральном округе, где наблюдается снижение ранга по вкладу цифровой торговли в оборот розничной торговли, а также незначительное повышение ранга по вкладу в национальные показатели по обороту розничной торговли. По остальным показателям округ сохраняет свои ранги в течение всего анализируемого периода.

Динамика числа активных абонентов фиксированного и мобильного широкополосного доступа к сети Интернет представлена на рисунке 49. Приведенные данные свидетельствуют о высоком уровне востребованности мобильного доступа к сети Интернет, но также сохраняется положительная динамика и по фиксированному доступу к сети.



Примечание – Составлено автором по данным Росстата.

Рисунок 49 – Востребованность сети Интернет в Дальневосточном федеральном округе с 2013 по 2021 г.

Южный федеральный округ демонстрирует стабильную ситуацию по вкладу в национальные показатели. При этом по числу активных абонентов фиксированного и мобильного широкополосного доступа к сети Интернет федеральный округ демонстрирует разнонаправленные тенденции в 2014 и 2015 гг. При этом в целом за анализируемый период число активных абонентов фиксированного широкополосного доступа к сети Интернет на 100 чел. возросло с 13 % до 20,3 %. По мобиль-

ному доступу значение показателя изменилось с 62,6 % в 2013 г. до 97,9 % в 2021 г. Динамика числа активных абонентов фиксированного и мобильного широкополосного доступа к сети Интернет представлена на рисунке 50.



Примечание – Составлено автором по данным Росстата.

Рисунок 50 – Востребованность сети Интернет в Южном федеральном округе с 2013 по 2021 г.

Северо-Кавказский федеральный округ демонстрирует стабильные наименьшие показатели по всем индикаторам. Как видно из рисунка 51, уровень востребованности фиксированного доступа к сети Интернет увеличился до 10,8 % в 2021 г. (в 2013 г. значение показателя составило 5,2 %), а что касается мобильного интернета, то здесь в 2021 г. было зафиксировано значение 73,4 % (в 2013 г. – 52,7 %).

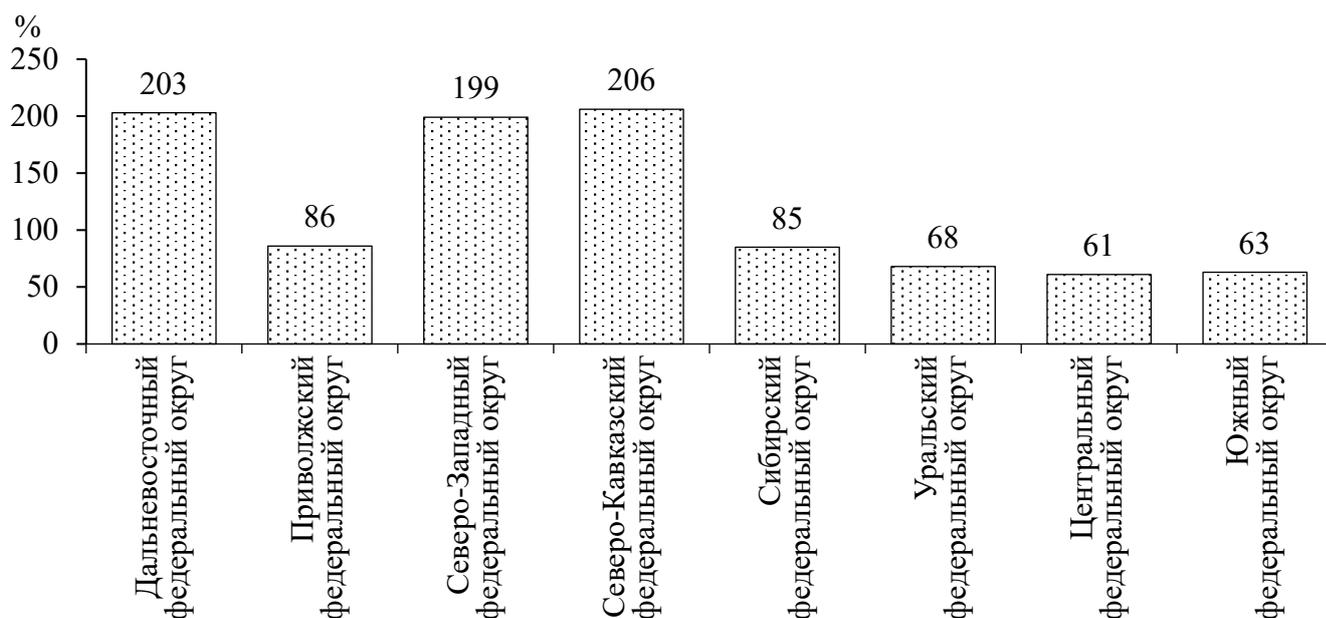
Также представляют интерес темпы роста обеспеченности населения торговыми площадями современных форматов на 1 000 чел. (рисунок 52).

Так, за период с 2013 по 2021 г. включительно наибольший прирост зафиксирован в Северо-Кавказском (206 %), Дальневосточном (203 %) и Северо-Западном (199 %) федеральных округах, примерно равные показатели зафиксированы в Приволжском (86 %) и Сибирском (85 %) федеральных округах. В свою очередь, наименьший темп прироста выявлен в Уральском (68 %), Южном (63 %) и Центральном (61 %) федеральных округах.



Примечание – Составлено автором по данным Росстата.

Рисунок 51 – Востребованность сети Интернет в Северо-Кавказском федеральном округе с 2013 по 2021 г.

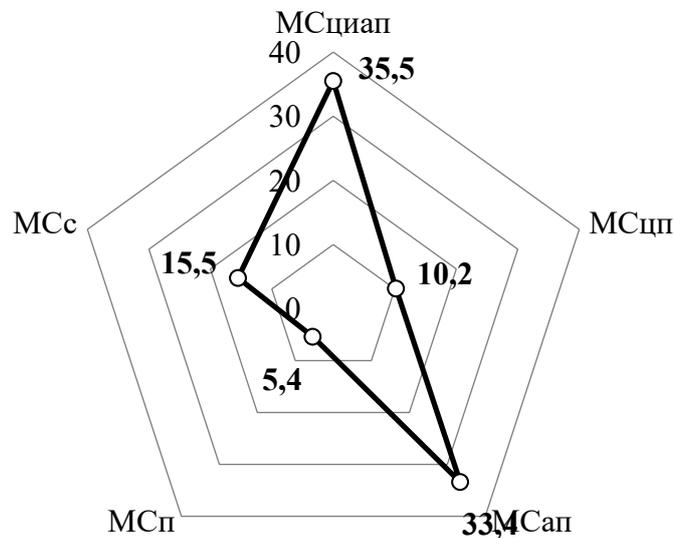


Примечание – Составлено автором по данным Росстата.

Рисунок 52 – Изменение обеспеченности населения торговыми площадями современных форматов на 1 000 чел. с 2013 по 2021 г.

Далее по результатам анализа и выявления моделей рынка цифровых услуг розничной торговли федеральных округов и с учетом анализа рынка цифровых фи-

нансовых услуг определим модель системы цифровых услуг на потребительских рынках (рисунок 53).



Примечание – Составлено автором.

Рисунок 53 – Модель системы цифровых услуг на потребительских рынках

Таким образом, можно сделать вывод, что система цифровых услуг на потребительских рынках пока не имеет должного уровня развития, о чем свидетельствует тот факт, что основным трендом развития является традиционный потребительский рынок, а цифровое пространство находится только на этапе становления. При этом перспективы для формирования именно цифровой модели есть, так как в ряде федеральных округов были выявлены модель развивающейся одновременно в цифровом и аналоговом пространстве системы цифровых услуг и модель развивающейся в аналоговом пространстве системы цифровых услуг.

Выводы по главе 4

Четвертая глава посвящена выявлению тенденций и проблематики развития системы цифровых услуг на потребительских рынках. По результатам апробации предложенного методического инструментария были получены следующие результаты.

1. Национальная экономика Российской Федерации пока не имеет достаточно сильных позиций по мировым показателям конкурентоспособности, хотя по большинству показателей наблюдается положительная динамика.

2. Населением востребованы государственные и муниципальные услуги в цифровом пространстве, но при этом необходимо стимулировать интерес к цифровым услугам коммерческого сектора, особенно российских компаний. Также выявлена тенденция цифровизации услуг коммерческого сектора и рост заинтересованности компаний в цифровых технологиях. При этом необходимо обратить внимание на вопросы кибербезопасности и цифровой грамотности населения.

3. По результатам проведения оценки развития системы цифровых финансовых услуг на потребительских рынках диссертантом делается вывод о необходимости продолжения повышения уровня финансовой грамотности населения, развития цифровых финансовых услуг и внедрения прогрессивных технологий, позволяющих обеспечить безопасность приобретения и потребления цифровых финансовых услуг в условиях цифровой трансформации национальной экономики и санкционного давления зарубежных стран.

4. Система цифровых услуг на потребительских рынках пока не имеет должного уровня развития, о чем свидетельствует тот факт, что основным трендом развития является традиционный потребительский рынок, а цифровое пространство находится только на этапе становления. При этом перспективы для формирования именно цифровой модели есть, так как в ряде федеральных округов были выявлены модель развивающейся одновременно в цифровом и аналоговом пространстве си-

системы цифровых услуг и модель развивающейся в аналоговом пространстве системы цифровых услуг

5. В условиях санкционного давления и усиления значимости обеспечения экономической и цифровой безопасности государства важную роль играют развитость и доступность цифровых услуг, предоставляемых различными организациями, а также возможность объединить всех участников рынка благодаря использованию инструментов, позволяющих усилить процессы интеграции в цифровое пространство.

6. Существует необходимость в разработке стратегических документов, направленных на стимулирование предпринимательского сектора к переходу в цифровое пространство, а также на повышение уровня цифровой грамотности населения. В совокупности это будет способствовать росту востребованности самих цифровых услуг, интенсивности и разнообразию потребляемых услуг и тем самым развитию рынка цифровых услуг.

5 Стратегические ориентиры развития системы цифровых услуг на потребительских рынках

5.1 Комплексная оценка зрелости региональных рынков цифровых услуг в условиях формирования цифровой модели национальной экономики

Учитывая территориальную специфику национального рынка, а именно протяженность и определенную поляризованность с точки зрения экономического пространства, а также рассматривая национальный рынок как совокупность рынков федеральных округов и ключевой структурный элемент системы цифровых услуг, необходимо провести оценку зрелости региональных рынков цифровых услуг.

На развитие регионального рынка цифровых услуг оказывает влияние множество факторов, среди которых уровень инновационности и востребованности цифровых технологий всеми участниками, а также доступность цифровых технологий. По мнению диссертанта, для каждого из участников регионального рынка цифровых услуг (государство в лице органов власти, потребитель цифровой услуги, производитель цифровой услуги, кредитные организации, рейтинговые и консалтинговые агентства, Федеральная антимонопольная служба, логистические компании) свойственна определенная значимость развития и функционирования данного рынка (таблица 41).

Таблица 41 – Участники регионального рынка цифровых услуг

Участник рынка	Значение рынка для участников
Государство в лице органов власти	Рост макроэкономических показателей. Повышение качества жизни населения. Повышение конкурентоспособности национальной экономики на глобальном рынке

Продолжение таблицы 41

Участник рынка	Значение рынка для участников
Рейтинговые и консалтинговые агентства	Повышение эффективности функционирования. Предоставление цифровых услуг с учетом территориальной специфики. Повышение эффективности сбора и обработки необходимой информации
Потребитель цифровой услуги	Повышение качества услуг и сокращение времени реагирования на запросы со стороны клиента. Повышение удовлетворенности клиента. Повышение доступности и дифференциация предоставляемых цифровых услуг. Персонификация услуг и рост уровня соответствия индивидуальным моделям потребления
Производитель цифровой услуги	Рост выручки и капитализация компании (только для коммерческих организаций). Установление более тесной связи с клиентами, развитие коллабораций и снижение оттока клиентов. Возможность экспансии на другие рынки без существенных финансовых затрат
Кредитные организации	Повышение эффективности предоставления цифровых услуг. Возможность формирования моделей поведения пользователей. Повышение эффективности функционирования цифровых платформ. Предоставление цифровых финансовых услуг для населения
Федеральная антимонопольная служба	Обеспечение конкурентной среды в цифровом пространстве. Надзор за соблюдением законодательства в сфере конкуренции на товарных рынках, защиты конкуренции на рынке финансовых услуг, деятельности субъектов естественных монополий и рекламы. Осуществление контроля над соблюдением законодательства о контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд, выполнение функций по контролю над осуществлением иностранных инвестиций в Российской Федерации
Логистические компании	Повышение эффективности предоставления услуг логистического характера по оптимальному продвижению продукции и информации от производителя к потребителю. Расширение зоны присутствия компании
Примечание – Составлено автором.	

Как видно из таблицы 41, значимость развития рынка цифровых услуг как ключевого элемента системы цифровых услуг является одним из приоритетов в процессе перехода к цифровой модели национальной экономики.

В свою очередь, приоритетность развития рынка и системы цифровых услуг дает ряд преимуществ.

Так, в качестве преимущества выделяются способность проникновения на глобальные рынки в относительно короткие сроки, а также возможность достаточно быстрой территориальной экспансии на национальном уровне.

Кроме того, к преимуществам относится сокращение сбытовой цепи услуг благодаря возможности отказа от ряда посредников, которые были необходимы в традиционной модели предоставления услуги. Таким образом, компания – производитель цифровой услуги получает возможность выстраивания наиболее эффективной системы взаимодействия с потребителем и быстрого реагирования на изменяющиеся потребности целевой аудитории.

Еще одним достоинством является клиентоориентированность и возможность персонализации предлагаемой услуги, что также может привести к снижению коммерческих расходов на производство и предоставление цифровых услуг. Потребитель ощущает свою индивидуальность и получает услугу, соответствующую его потребностям и ожиданиям. В свою очередь, производитель цифровой услуги ориентируется на запросы потребителя и несет затраты на производство и предоставление цифровой услуги только в соответствии с запросом потребителя.

В то же время выделяется и ряд недостатков. В частности, отсутствие нормативно-правовой базы, регулирующей вопросы предоставления цифровых услуг (производство, предоставление услуг, вопросы защиты прав потребителей и защиты интересов производителей цифровых услуг). Хотя в программных документах закреплён вопрос относительно формирования законодательной базы, приходится констатировать, что нормативно-правовая база пока находится на стадии становления. Существуют отдельные законодательные акты, внесены изменения в действующее законодательство, но этого недостаточно для полноценного регулирования цифровых услуг.

Еще одним недостатком является обязательное наличие сети Интернет и качество связи. В данном случае от потребителя и производителя цифровой услуги не зависит возможность осуществления сделок по оказанию цифровых услуг. В действующем национальном проекте «Цифровая экономика Российской Федерации» данный вопрос также рассматривается.

Специфическим недостатком является кибермошенничество и вероятность утраты конфиденциальности.

Рассмотрим более подробно базовый документ по формированию цифровой модели национальной экономики – национальную программу «Цифровая экономика Российской Федерации».

Национальная программа нацелена на реализацию ключевых направлений¹:

- формирование новой регуляторной среды отношений граждан, бизнеса и государства, возникающих с развитием цифровой экономики;
- создание современной высокоскоростной инфраструктуры хранения, обработки и передачи данных;
- обеспечение устойчивости и безопасности ее функционирования;
- формирование системы подготовки кадров для цифровой экономики;
- поддержка развития перспективных «сквозных» цифровых технологий и проектов по их внедрению;
- повышение эффективности государственного управления и оказания государственных услуг посредством внедрения цифровых технологий и платформенных решений.

Основными целями национального проекта являются:

- увеличение внутренних затрат на развитие цифровой экономики за счет всех источников (по доле в валовом внутреннем продукте страны) не менее чем в три раза по сравнению с 2017 г.;
- создание устойчивой и безопасной информационно-телекоммуникационной инфраструктуры высокоскоростной передачи, обработки и хранения больших объемов данных, доступной для всех организаций и домохозяйств;
- использование преимущественно отечественного программного обеспечения государственными органами, органами местного самоуправления и организациями.

¹ Паспорт национального проекта «Национальная программа „Цифровая экономика Российской Федерации“», утв. президиумом Совета при Президенте РФ по стратегическому развитию и национальным проектам, протокол от 4 июня 2019 г. № 7.

Для достижения поставленных целей в рамках каждого федерального проекта, входящего в структуру национальной программы «Цифровая экономика» сформулированы ключевые задачи, представленные в таблице 42.

Таблица 42 – Задачи в рамках национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации»

Федеральный проект	Задача
«Нормативное регулирование цифровой среды»	Создание системы правового регулирования цифровой экономики, основанного на гибком подходе в каждой сфере, а также внедрение гражданского оборота на базе цифровых технологий
«Цифровые технологии»	Создание «сквозных» цифровых технологий преимущественно на основе отечественных разработок. Создание комплексной системы финансирования проектов по разработке и (или) внедрению цифровых технологий и платформенных решений, включающей в себя венчурное финансирование и иные институты развития. Преобразование приоритетных отраслей экономики и социальной сферы, включая здравоохранение, образование, промышленность, сельское хозяйство, строительство, городское хозяйство, транспортную и энергетическую инфраструктуру, финансовые услуги, посредством внедрения цифровых технологий и платформенных решений
«Информационная инфраструктура»	Создание глобальной конкурентоспособной инфраструктуры передачи, обработки и хранения данных преимущественно на основе отечественных разработок
«Кадры для цифровой экономики»	Обеспечение подготовки высококвалифицированных кадров для цифровой экономики
«Цифровое государственное управление»	Внедрение цифровых технологий и платформенных решений в сферах государственного управления и оказания государственных услуг, в том числе в интересах населения и субъектов малого и среднего предпринимательства, включая индивидуальных предпринимателей. Разработка и внедрение национального механизма осуществления согласованной политики государств – членов Евразийского экономического союза при реализации планов в области развития цифровой экономики
«Информационная безопасность»	Обеспечение информационной безопасности на основе отечественных разработок при передаче, обработке и хранении данных, гарантирующей защиту интересов личности, бизнеса и государства

Примечание – Составлено автором по: Паспорт национального проекта «Национальная программа „Цифровая экономика Российской Федерации“», утв. президиумом Совета при Президенте РФ по стратегическому развитию и национальным проектам, протокол от 4 июня 2019 г. № 7.

Отметим, что выделенные направления и решаемые в их рамках задачи не затрагивают отраслевой аспект. В частности, для государственного управления определена поддержка перспективных проектов, направленных на повышение эффективности государственного управления, а также оказание государственных услуг. В то же время сфера услуг не рассматривается подробно, что оказывает негативное влияние на результат.

Развитие отраслевого законодательства, регулирующего вопросы цифрового взаимодействия, находится в сфере интересов органов власти, но не носит первоочередного характера.

Федеральный проект «Информационная инфраструктура» направлен на создание глобальной конкурентоспособной инфраструктуры на основе отечественных разработок, в том числе направленной на обеспечение функционирования цифровых платформ работы с данными для бизнеса, общества и органов власти. В частности, обеспечение широкополосного доступа к сети Интернет (фиксированного и беспроводного) жителей городов, сельских территорий, а также населенных пунктов, расположенных в труднодоступных местах. Причем доля домохозяйств должна достигать к концу 2021 г. 89 %, а к 2024 г. – не менее 97 %, что также будет способствовать развитию системы цифровых услуг на территории страны.

Разработчики проекта отмечают, что необходимо обеспечить возможности гражданам, государству в лице органов власти, предпринимательскому сектору предоставлять услуги в цифровом и дистанционном форматах.

В России действует онлайн-сервис по повышению уровня цифровой грамотности. В сложившейся ситуации, по мнению диссертанта, необходимо предоставлять возможности повышения уровня цифровой грамотности населения на различных площадках, чтобы граждане любой возрастной категории имели возможность получить необходимые знания в сфере цифровых технологий.

Ввиду того, что остается неразработанным вопрос относительно определения уровня зрелости системы цифровых услуг, диссертантом предлагается авторский подход к выявлению уровня зрелости системы цифровых услуг на региональном уровне.

По мнению диссертанта, **зрелость регионального рынка цифровых услуг** – это состояние рынка цифровых услуг на региональном уровне, характеризующееся развитостью применения инструментария стратегического развития рынка цифровых услуг, уровнем инновационной активности федерального округа, объемом инновационных товаров, работ и услуг, а также моделью рынка цифровых услуг розничной торговли.

Цель оценки – выявление уровня зрелости региональных рынков цифровых услуг на основе мониторинга, осуществляемого органами исполнительной власти, с ежегодной публикацией тенденций развития для последующего определения приоритетных мер управленческого воздействия.

Задачи оценки уровня зрелости:

- выявление драйверов развития регионального рынка цифровых услуг;
- определение успешного опыта по развитию регионального рынка цифровых услуг для ретрансляции на других территориях.

Объектом оценки служат региональные рынки цифровых услуг.

В качестве предмета оценки зрелости региональных рынков цифровых услуг выступают следующие элементы:

- стратегические и нормативно-правовые документы;
- доступность цифрового пространства;
- востребованность цифровых технологий.

В таблице 43 представлена характеристика уровней зрелости регионального рынка цифровых услуг, предложенная диссертантом.

Выявление уровня зрелости развития регионального рынка цифровых услуг осуществляется по следующей модели, предлагаемой диссертантом.

Цель предлагаемого подхода к оценке: на основе анализа действующих стратегических документов, использования результатов применения предложенной диссертантом методики выявления модели рынка цифровых услуг розничной торговли, а также учета уровня инновационности территории выявление уровня зрелости регионального рынка цифровых услуг.

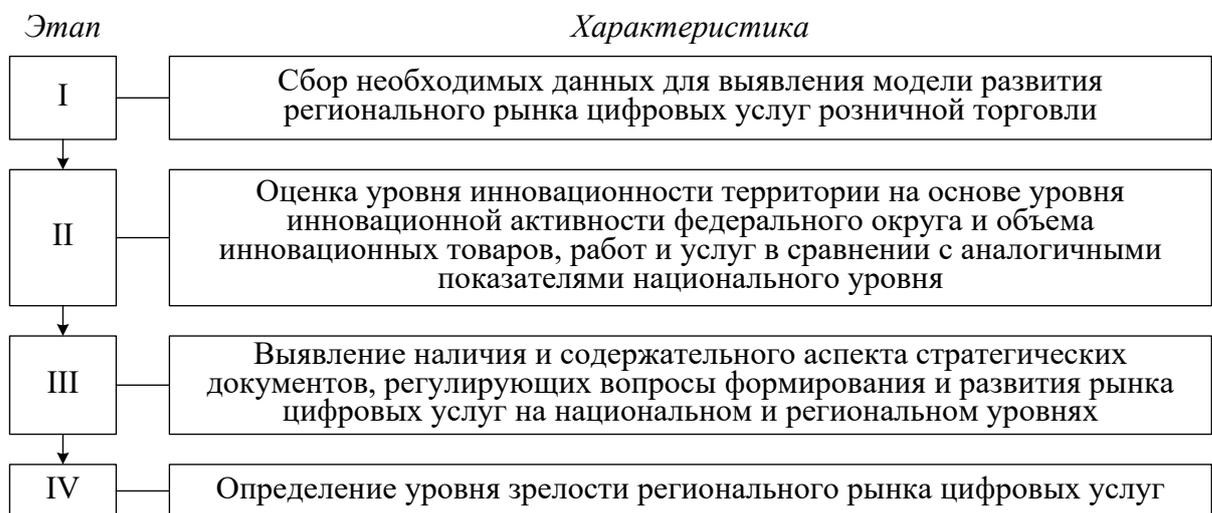
Таблица 43 – Уровни зрелости регионального рынка цифровых услуг

Уровень	Характеристика
Отсутствие рынка	<p>Отсутствуют стратегические документы, регулирующие вопросы формирования и развития рынка цифровых услуг. Процесс развития рынка характеризуется неконтролируемыми процессами возникновения и развития цифровых услуг.</p> <p>Уровень инновационной активности федерального округа равен 0 или менее 1 %.</p> <p>Объем инновационных товаров, работ и услуг равен 0 или существенно ниже национального показателя.</p> <p>Характерна модель перманентного рынка цифровых услуг либо сокращающегося рынка цифровых услуг розничной торговли</p>
Становление	<p>Развитие рынка цифровых услуг находится в зоне внимания федеральных органов власти, но секторальных программных документов нет. Региональные программные документы отсутствуют.</p> <p>Уровень инновационной активности федерального округа превышает 1 % и приближен к национальному уровню.</p> <p>Объем инновационных товаров, работ и услуг приближен к национальному уровню.</p> <p>Характерна модель развивающегося в аналоговом пространстве рынка цифровых услуг розничной торговли</p>
Управление	<p>Стратегические документы развития рынка цифровых услуг разработаны на национальном уровне.</p> <p>Объем инновационных товаров, работ и услуг и уровень инновационной активности федерального округа соответствует значениям на национальном уровне.</p> <p>Характерна модель развивающегося в аналоговом пространстве рынка цифровых услуг либо развивающегося в цифровом пространстве рынка цифровых услуг розничной торговли</p>
Стандартизация	<p>Существуют нормативно-правовая база и стратегические документы, регулирующие развитие и функционирование рынка цифровых услуг.</p> <p>Разработаны методические подходы к оценке регионального рынка цифровых услуг.</p> <p>Объем инновационных товаров, работ и услуг и уровень инновационной активности федерального округа превышают значения показателей на национальном уровне.</p> <p>Характерна модель развивающегося в цифровом пространстве рынка цифровых услуг розничной торговли</p>
Оптимизация	<p>Инфраструктура рынка цифровых услуг постоянно совершенствуется. Повышается доступность цифровых технологий для всех слоев населения. Существует равнозначный доступ как к традиционным рынкам услуг, так и к цифровым.</p> <p>Объем инновационных товаров, работ и услуг и уровень инновационной активности федерального округа соответствуют/максимально приближены к значениям показателей на национальном уровне.</p> <p>Характерна модель развивающегося одновременно в цифровом и аналоговом пространстве рынка цифровых услуг розничной торговли</p>
Примечание – Составлено автором.	

Задачи методики:

- проанализировать действующие стратегические документы на национальном и региональном уровнях, регулирующие формирование и развитие рынков цифровых услуг;
- выявить уровень инновационности федерального округа;
- на основе предложенной диссертантом методики определить модель рынка цифровых услуг розничной торговли.

Оценка уровня зрелости регионального рынка цифровых услуг осуществляется в несколько этапов (рисунок 54).



Примечание – Составлено автором.

Рисунок 54 – Концептуальная схема проведения оценки уровня зрелости регионального рынка цифровых услуг

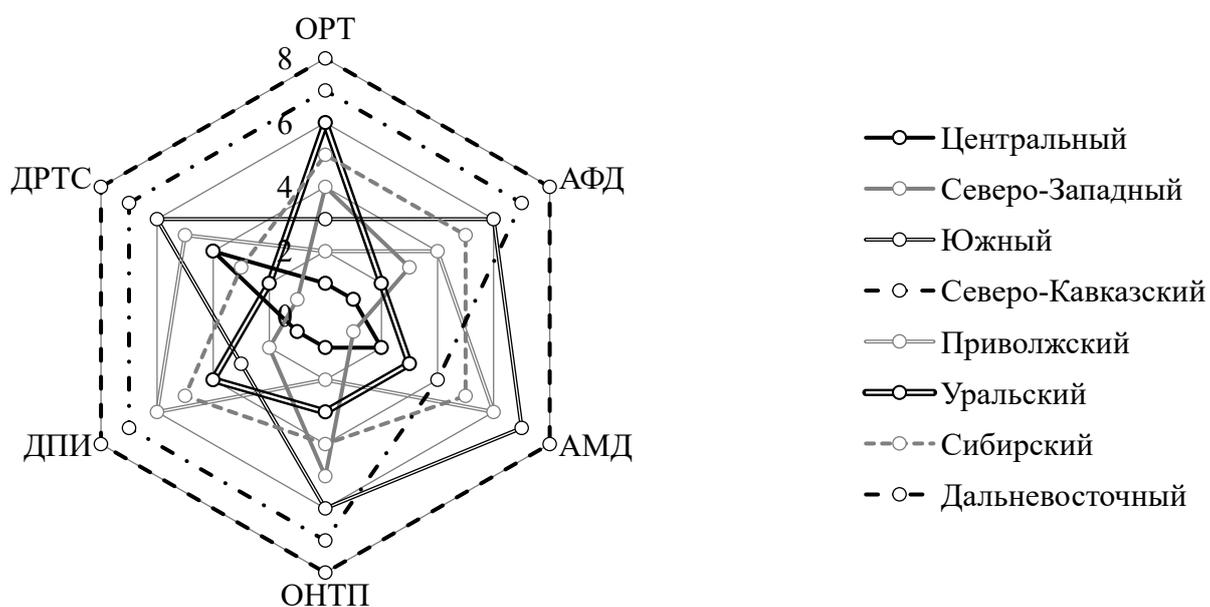
Новизна предлагаемого методического подхода заключается в интегративности выявленной в ходе ретроспективного анализа модели ключевого (с точки зрения вклада в экономические показатели) рынка цифровых услуг и уровня инновационного федерального округа в контексте национальных показателей.

Ожидаемые результаты от внедрения предлагаемого подхода к оценке уровня зрелости регионального рынка цифровых услуг:

- выявление потенциала развития регионального рынка цифровых услуг;

– определение приоритетов развития регионального рынка цифровых услуг с учетом уровня инновационности территории и модели рынка цифровых услуг розничной торговли.

Для большей наглядности и сравнения результатов развития рынков цифровых услуг розничной торговли диссертантом была построена диаграмма развития данных рынков по федеральным округам (рисунок 55).



Примечание – Составлено автором.

Рисунок 55 – Развитие рынков цифровых услуг розничной торговли в федеральных округах в 2021 г.:

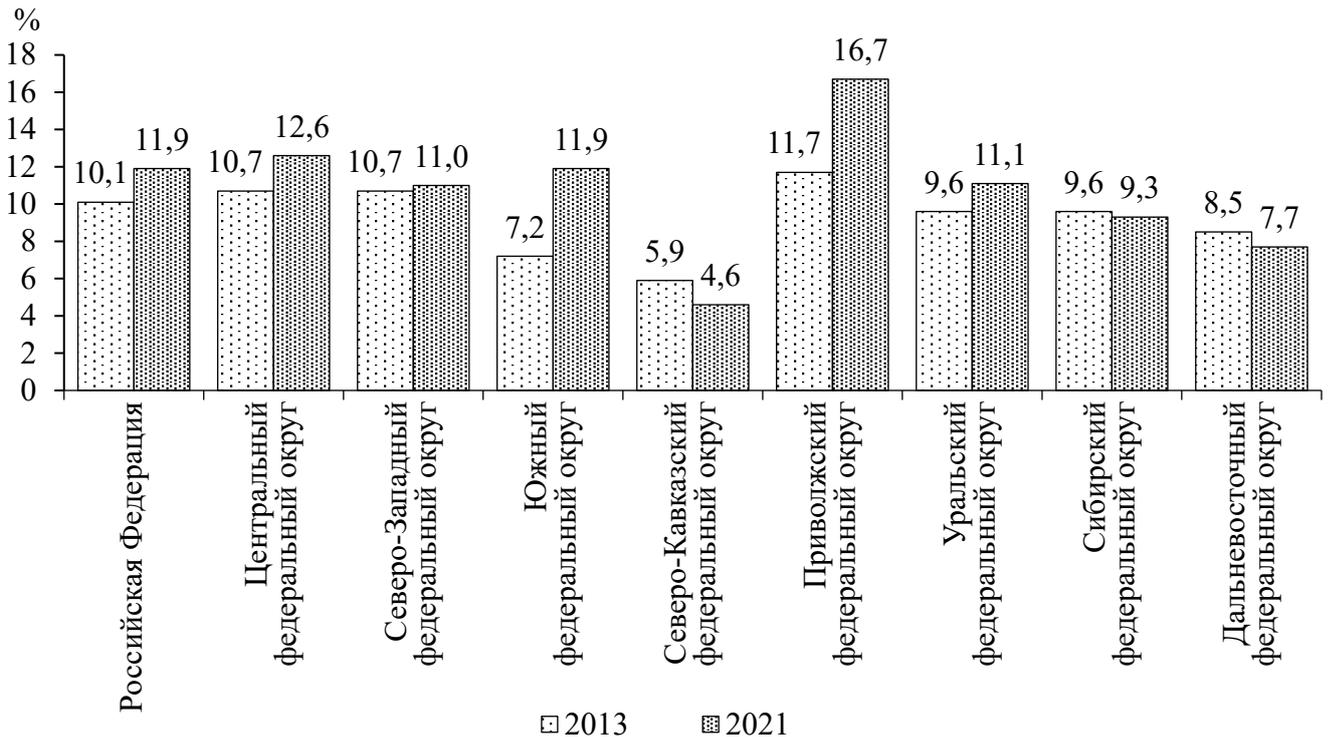
1 – наибольший рейтинг федерального округа по показателю в сравнении с другими округами;
 8 – наименьший рейтинг федерального округа по показателю в сравнении с другими округами;
 ОРТ – оборот розничной торговли; ДРТС – доля розничных торговых сетей;
 ДПИ – доля продаж через Интернет; ОНТП – обеспеченность населения торговыми площадями;
 АМД – число активных абонентов мобильного доступа к сети Интернет;
 АФД – число активных абонентов фиксированного доступа к сети Интернет

Существенное влияние на развитие региональных рынков цифровых услуг оказывает уровень инновационной активности.

Применительно к федеральным округам, которые исследуются автором в диссертационном исследовании, отмечается, что для всех территорий характерно

отсутствие стратегических документов, направленных на развитие региональных рынков цифровых услуг, что выступает в качестве дестабилизирующего фактора развития рынков.

На рисунке 56 диссертантом представлен уровень инновационности федеральных округов и Российской Федерации в 2013 и 2021 гг.

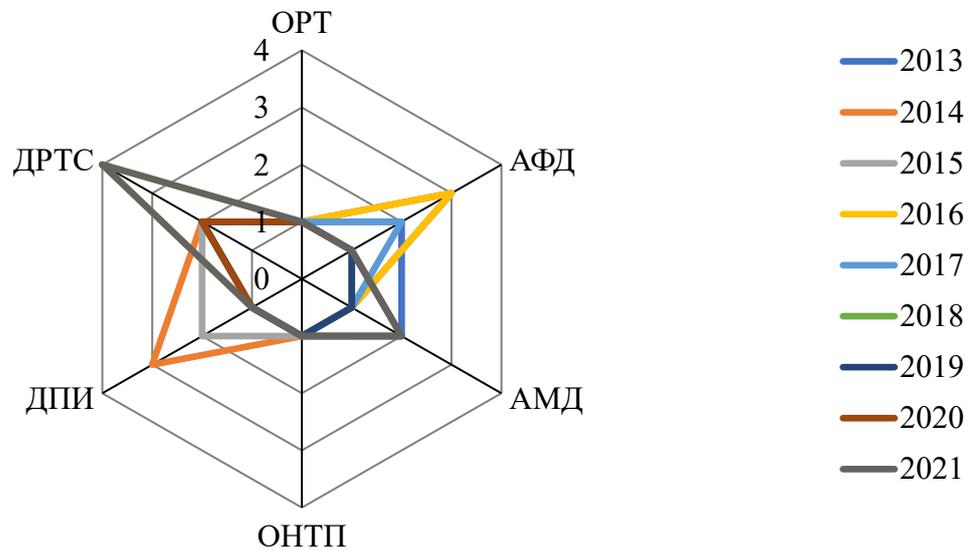


Примечание – Составлено автором по данным НИУ «Высшая школа экономики».

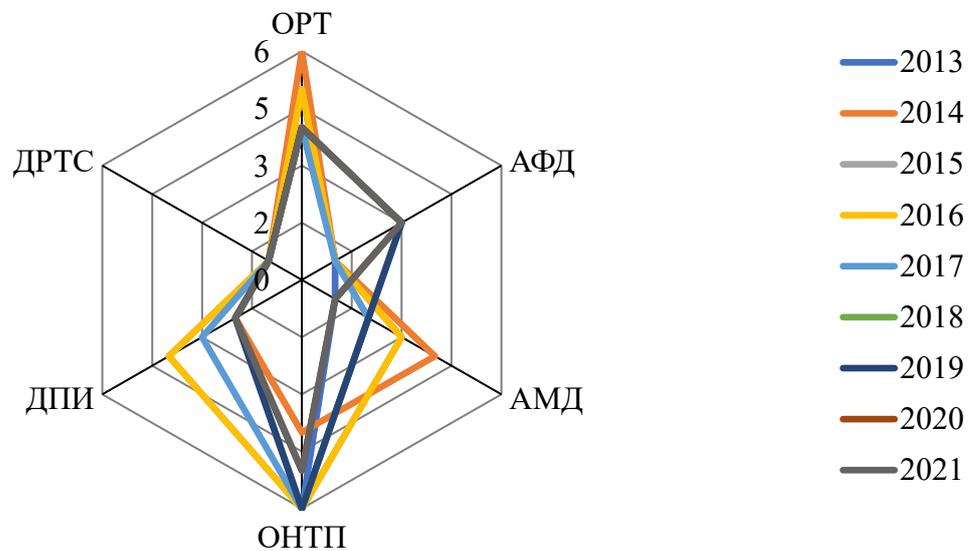
Рисунок 56 – Уровень инновационности федеральных округов и Российской Федерации в 2013 и 2021 гг.

Как видно на представленном рисунке 56, в большинстве федеральных округов выявлен прирост уровня инновационности. Исключение составили Северо-Кавказский (–1,3 п. п.), Сибирский (–0,3 п. п.) и Дальневосточный (–0,8 п. п.) федеральные округа. При этом существенный прирост показателя выявлен в Приволжском (5 п. п.), Южном (4,7 п. п.) и Центральном (1,9 п. п.) федеральных округах. В целом по Российской Федерации значение показателя за период с 2013 по 2021 г. увеличилось на 1,8 п. п.

Развитие рынков цифровых услуг розничной торговли Центрального и Северо-Западного федеральных округов показано на рисунке 57.



Центральный федеральный округ



Северо-Западный федеральный округ

Примечание – Составлено автором.

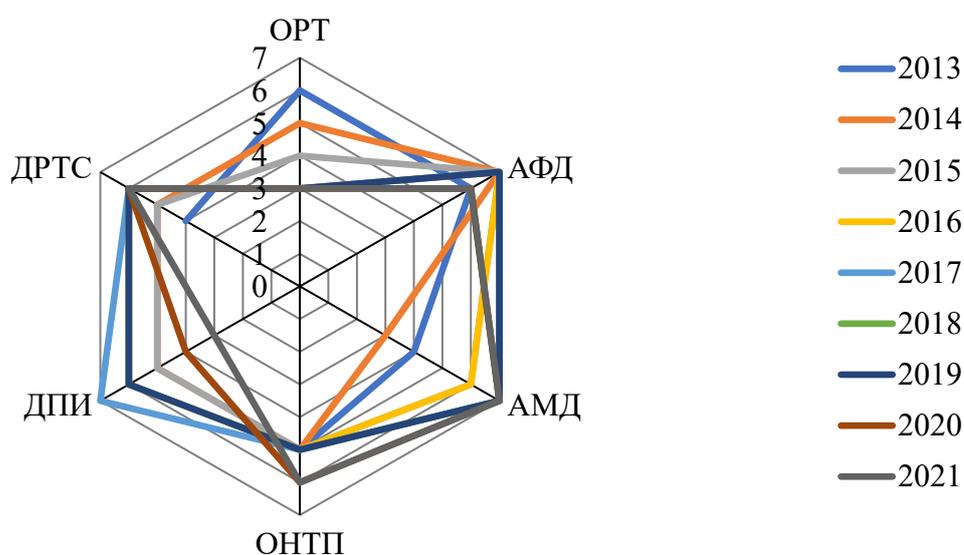
Рисунок 57 – Развитие рынков цифровых услуг розничной торговли Центрального и Северо-Западного федеральных округов в 2013–2021 гг.

Для Центрального федерального округа характерна модель развивающегося одновременно в цифровом и аналоговом пространстве рынка цифровых услуг роз-

ничной торговли; при этом объем инновационных товаров, работ и услуг в общем объеме соответствует национальному показателю.

В Северо-Западном федеральном округе ситуация аналогичная. Различие заключается в том, что для данного федерального округа характерна модель развивающегося в цифровом пространстве рынка цифровых услуг розничной торговли, при которой наблюдается рост по таким показателям, как доля продаж через сеть Интернет и доля активных пользователей мобильного интернета.

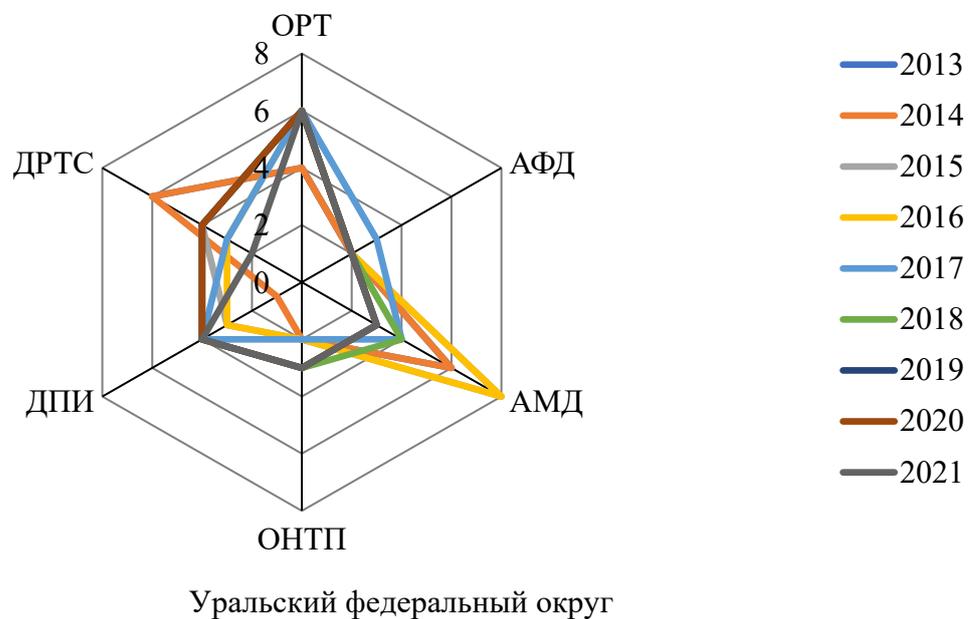
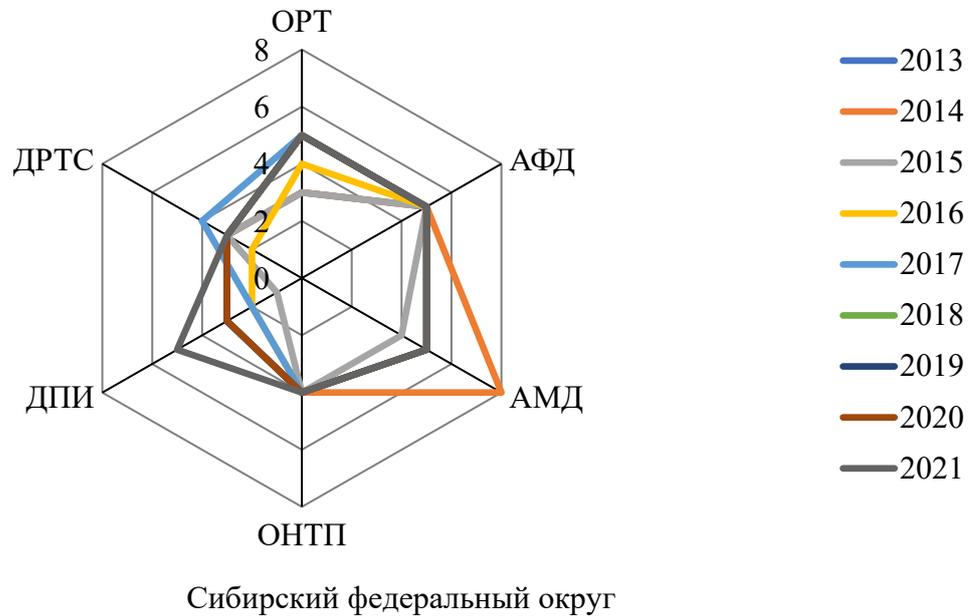
Высокий уровень инновационной активности также характерен для Приволжского федерального округа. Причем уровень инновационной активности демонстрирует значения выше среднероссийского. Для регионального рынка характерна модель рынка цифровых услуг розничной торговли, развивающегося в аналоговом пространстве, в соответствии с которой наблюдается прирост активных пользователей мобильного Интернета, не приводящий к росту оборота розничной торговли и продаж через сеть Интернет (рисунок 58). Таким образом, наблюдается рост востребованности цифровых технологий и цифровых услуг, что также можно отнести к положительному тренду.



Примечание – Составлено автором.

Рисунок 58 – Развитие рынка цифровых услуг розничной торговли в Приволжском федеральном округе в 2013–2021 гг.

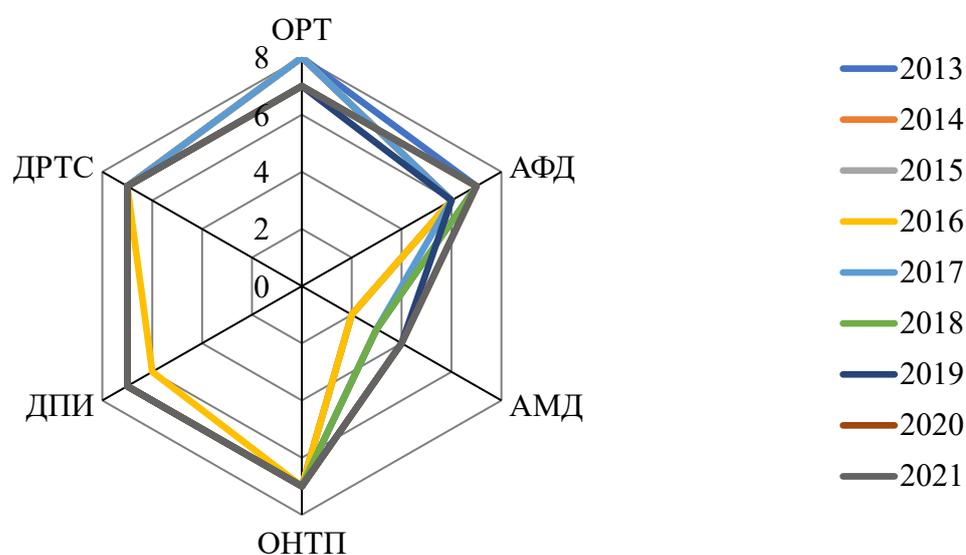
Аналогичные тенденции на рынке цифровых услуг розничной торговли характерны для Уральского и Сибирского федеральных округов. Сравнение моделей их развития представлено на рисунке 59.



Примечание – Составлено автором.

Рисунок 59 – Развитие рынков цифровых услуг розничной торговли Сибирского и Уральского федеральных округов в 2013–2021 гг.

Ситуация по инновационной составляющей в данных федеральных округах сложилась иначе. В Уральском федеральном округе уровень инновационной активности в 2021 г. соответствует национальному уровню. В Сибирском федеральном округе зафиксированы значения ниже национальных как в 2013 г., так и в 2021 г. Это также характерно для Дальневосточного федерального округа, причем в данном федеральном округе наблюдались низкие темпы прироста доли торговых сетей и активных пользователей сети Интернет (рисунок 60).



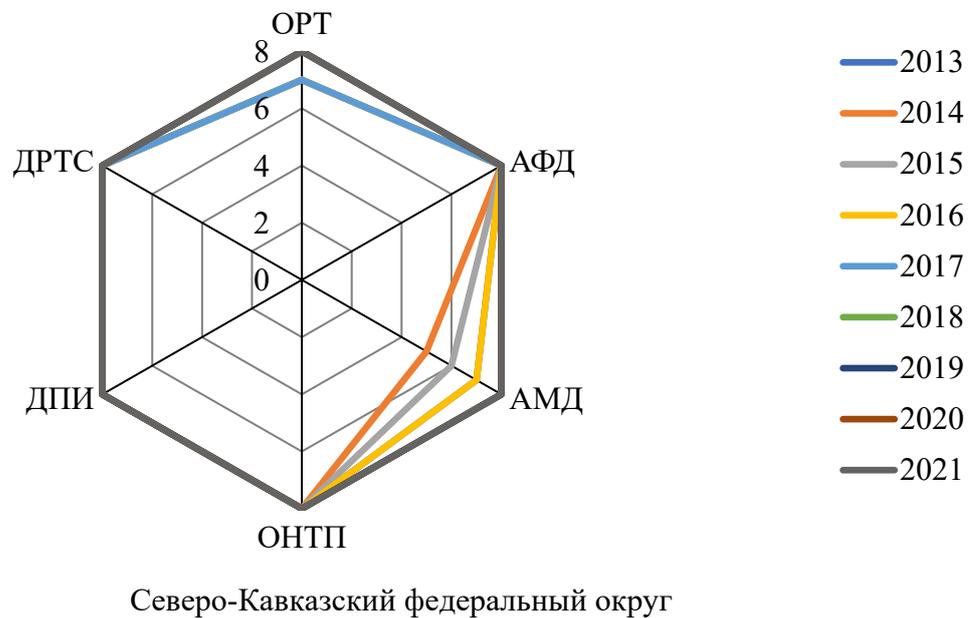
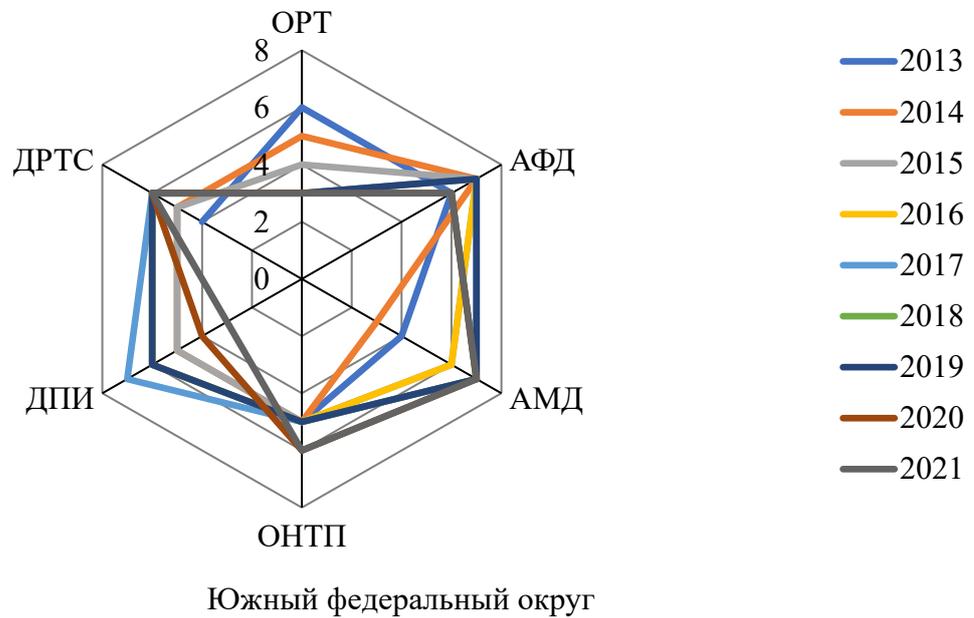
Примечание – Составлено автором.

Рисунок 60 – Развитие рынка цифровых услуг розничной торговли в Дальневосточном федеральном округе в 2013–2021 гг.

Модель перманентного рынка цифровых услуг, для которой свойственны низкие темпы прироста по всей совокупности показателей, а также сокращение значений показателей, характерна для Южного и Северо-Кавказского федеральных округов (рисунок 61).

По результатам 2021 г. в Южном федеральном округе уровень инновационной активности был зафиксирован на уровне среднероссийского значения. В Северо-Кавказском федеральном округе уровень инновационной активности дости-

гает критического значения – 4,6 %, при этом значение показателя снизилось относительно 2013 г. (5,9 %).



Примечание – Составлено автором.

Рисунок 61 – Развитие рынков цифровых услуг розничной торговли в Южном и Северо-Кавказском федеральных округах в 2013–2021 гг.

По результатам проведенного анализа диссертантом выявлен уровень зрелости по таким параметрам, как «стратегические документы», «уровень инновацион-

ной активности», «модель системы цифровых услуг на потребительских рынках», и составлена матрица соответствия уровней зрелости региональных рынков цифровых услуг федеральных округов (таблица 44).

Как видно из представленной матрицы, для всех федеральных округов характерно становление рынка цифровых услуг по критерию «Стратегические документы». При этом сформировавшаяся модель системы цифровых услуг на потребительских рынках варьируется по федеральным округам, и в ряде округов наблюдается двойственная ситуация присутствия элементов двух уровней зрелости. По мнению диссертанта, на развитие рынка цифровых услуг также оказывает влияние инновационная деятельность. В частности, в Дальневосточном федеральном округе отмечается снижение уровня инновационной активности предприятий, причем за анализируемый период значение показателя не превышало среднероссийского. В данном федеральном округе наблюдается модель перманентной системы цифровых услуг на потребительских рынках. Модель сокращающейся системы цифровых услуг на потребительских рынках характерна для Южного и Северо-Кавказского федеральных округов. В данном случае в 2013 г. уровень инновационной активности не превышал среднероссийского. В 2021 г. данная тенденция сохранилась для Северо-Кавказского федерального округа. В связи с этим требуется усилить внимание к данному показателю.

На основании данных Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации диссертантом проведен анализ рейтинга цифровой зрелости федеральных округов по состоянию на август 2021 г. (графическое представление приведено в приложении М). При оценке цифровой зрелости учитывались показатели по нескольким блокам: здравоохранение, образование, государственное управление, развитие городской среды, а также транспорт и логистика. В большинстве случаев уровень зрелости регионального рынка цифровых услуг коррелирует с результатами рейтингования.

Таблица 44 – Матрица соответствия уровней зрелости региональных рынков цифровых услуг

Федеральный округ	Критерий				Рейтинг цифровой зрелости федеральных округов (август 2021 г.)
	Стратегические документы	Уровень инновационной активности	Модель системы цифровых услуг на потребительских рынках	Уровень зрелости регионального рынка цифровых услуг	
Центральный	Становление	Стандартизация	Модель развивающейся одновременно в цифровом и аналоговом пространстве системы цифровых услуг	Стандартизация	Средний
Северо-Западный	Становление	Стандартизация	Модель развивающейся в цифровом пространстве системы цифровых услуг	Стандартизация	Средний
Южный	Становление	Становление	Модель сокращающейся системы цифровых услуг	Становление	Низкий
Северо-Кавказский	Становление	Становление	Модель сокращающейся системы цифровых услуг	Становление	Низкий
Приволжский	Становление	Стандартизация	Модель развивающейся в аналоговом пространстве системы цифровых услуг	Стандартизация	Средний
Уральский	Становление	Управление	Модель развивающейся в аналоговом пространстве системы цифровых услуг	Становление	Средний
Сибирский	Становление	Становление	Модель развивающейся в аналоговом пространстве системы цифровых услуг	Становление	Низкий
Дальневосточный	Становление	Становление	Модель перманентной системы цифровых услуг	Отсутствие рынка	Низкий
<p>Примечание – Составлено автором по: Цифровой регион: вызовы и ожидания / Дальневосточный фонд высоких технологий. – URL: https://www.vostokventures.ru/wpcontent/uploads/2021/08/Tsifrovoi_774_Region_-_vuzovy_i_ozhidania_DFVT.pdf (дата обращения: 12.08.2022).</p>					

Исключение составляет Уральский федеральный округ. Из всех субъектов Федерации, входящих в его состав, Ханты-Мансийский автономный округ – Югра, Ямало-Ненецкий автономный округ демонстрировали высокий рейтинг цифровой зрелости; Курганская, Тюменская и Челябинская области показали средний рейтинг и только в Свердловской области зафиксирован низкий рейтинг.

Национальный рынок цифровых услуг характеризуется двумя уровнями зрелости региональных рынков: становление и стандартизация. Отсутствие рынка характерно только для Дальневосточного федерального округа, что находит свое отражение в отсутствии стратегических документов, перманентной модели рынка цифровых услуг розничной торговли и низком уровне объема инновационных товаров, работ и услуг.

Недостаточное внимание со стороны органов власти регионального уровня к развитию рынка цифровых услуг может привести к ряду негативных последствий. В частности, это хаотичное развитие рынка с отсутствием приоритетов развития, а также существенно низкий уровень правовой защиты в связи с отсутствием нормативно-правовой базы. Все это может оказать негативное влияние на процесс достижения стратегических целей, закрепленных в национальной программе «Цифровая экономика Российской Федерации», и не позволит обеспечить лидирующие позиции национальной экономики на глобальном уровне.

Важным мероприятием по развитию рынков цифровых услуг является разработка программных документов, в том числе секторальных, направленных на становление и развитие данных рынков.

5.2 Концептуальные положения развития системы цифровых услуг в России

Смена технологических укладов и активное преобразование национальных экономик других стран выступают в роли катализатора трансформации экономики России с целью обеспечения ее конкурентоспособности на международном уровне.

В целом функционирование и развитие системы цифровых услуг невозможно без учета преимуществ и угроз, которые несет в себе цифровая экономика как драйвер для национальной экономики и ее последующей трансформации с учетом глобальных вызовов. Постоянное расширение границ цифровых технологий и их внедрение в экономическую жизнь общества усиливают значимость развития системы цифровых услуг.

Предлагаемые диссертантом концептуальные направления развития системы цифровых услуг ориентированы на формирование прогрессивной и конкурентоспособной системы цифровых услуг, отвечающей требованиям рынка и глобальным вызовам к 2025 г. В приложении Н представлен проект предлагаемой дорожной карты развития системы цифровых услуг на национальном уровне, составленной на основе концептуальных положений развития системы цифровых услуг.

Таким образом, целью предлагаемой концепции является формирование прогрессивной и конкурентоспособной системы цифровых услуг, отвечающей требованиям рынка и глобальным вызовам к 2026 г.

Сформулированный диссертантом целевой вектор развития национальной системы цифровых услуг коррелирует с одним из стратегических приоритетов «Стратегии национальной безопасности Российской Федерации»: «внедрение новых технологий сопровождается трансформацией механизмов производства и потребления, появлением новых рынков товаров и услуг, изменением облика существующих отраслей экономики и технологических стандартов, повышением уровня переработки природных ресурсов, снижением энергоемкости мировой экономики»¹.

В то же время барьером для развития цифровой экономики в целом и системы цифровых услуг в частности является достаточно высокий уровень цифровой поляризованности территории страны.

Как было выявлено диссертантом в процессе проведения исследования, существует ряд задач и проблем, которые необходимо решить.

¹ О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации: указ Президента РФ от 2 июля 2021 г. № 400.

Во-первых, обеспечение уровня цифровой грамотности населения и кибербезопасности.

В процессе проведения оценки синергетического эффекта диссертантом было выявлено снижение доли населения, использующего средства защиты информации, в общей численности населения, использующего сеть Интернет, также наблюдалось снижение по организациям. В условиях усиления санкционного давления, что ярко выразилось в 2022 г., необходимо не только обеспечивать доступность собственного программного обеспечения, но и развивать собственные платформы и экосистемы.

В 2022 г., когда ряд мобильных приложений был удален из онлайн-магазинов AppStore и Google Play, это привело к определенным последствиям с точки зрения доступности цифровых услуг, а также росту мошенничества. Наличие отечественных магазинов приложений и доступность для скачивания/обновления с официальных сайтов данных приложений повышают уровень защищенности населения.

Кроме того, важно наличие необходимого уровня знаний о безопасном поведении в сети Интернет и об онлайн-покупках.

Во-вторых, учитывая, что территория Российской Федерации большая, рассмотрение развития секторов экономики в контексте федеральных округов либо субъектов Федерации. В рамках данной работы исследование рынка цифровых услуг было проведено в контексте деления национального рынка на рынки федеральных округов. По результатам исследования был выявлен высокий уровень дифференциации федеральных округов по уровню развития цифровых услуг розничной торговли как доминирующего рынка в системе цифровых услуг, что негативно сказывается на национальных показателях и требует совершенствования используемого управленческого инструментария.

В-третьих, отсутствие секторальных стратегических документов, направленных на формирование и развитие системы цифровых услуг на федеральном и региональном уровнях. Разработанные и реализуемые стратегические документы по переходу к цифровой модели национальной экономики формируют общий вектор развития, но при этом не учитывается специфика отдельных секторов националь-

ной экономики и различных территорий. В данном случае это является дестабилизирующим фактором, направленным на снижение уровня использования цифрового потенциала территории. Хотя, как было отмечено ранее, в системе цифровых услуг нивелируется влияние пространственного аспекта, сохраняется специфика территорий по таким критериям, как доступность сети Интернет, развитость цифровых навыков, модель потребительского поведения, особенности менталитета и традиций населения отдельной территории.

В-четвертых, недостаточный уровень проработанности правового аспекта функционирования рынков цифровых услуг как структурных элементов системы цифровых услуг.

В таблице 45 представлена характеристика ключевых нормативно-правовых актов, регулирующих рынок цифровых услуг.

Таблица 45 – Нормативно-правовые акты, регулирующие рынок цифровых услуг¹

Нормативно-правовой акт	Регуляторная направленность
Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30 ноября 1994 г. № 51-ФЗ	Введение категории «цифровые права»; отнесение цифровых прав к объектам гражданских прав
Федеральный закон от 31 июля 2020 г. № 259-ФЗ «О цифровых финансовых активах, цифровой валюте и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации». Начало действия документа – 1 января 2021 г. (за исключением отдельных положений)	Отношения относительно выпуска, учета и обращения цифровых финансовых активов; деятельность всех участников национального рынка цифровых финансовых активов
Федеральный закон от 20 июля 2020 г. № 211-ФЗ «О совершении финансовых сделок с использованием финансовой платформы»	Оказание операторами финансовых платформ услуг по совершению финансовых сделок. В качестве сторон финансовых сделок выступают потребители финансовых услуг и финансовые организации либо эмитенты с использованием финансовых платформ

¹ Усова Н. В., Логинов М. П., Плахтий Е. В. Проблемы правового регулирования рынка цифровых услуг // Менеджмент и бизнес-администрирование. – 2022. – № 1. – С. 40.

Продолжение таблицы 45

Нормативно-правовой акт	Регуляторная направленность
Федеральный закон от 2 августа 2019 г. № 259-ФЗ «О привлечении инвестиций с использованием инвестиционных платформ и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации»	Инвестирование и привлечение инвестиций с использованием инвестиционных платформ; деятельность операторов инвестиционных платформ; возникновение и обращение утилитарных цифровых прав; выдача и обращение ценных бумаг, удостоверяющих утилитарные цифровые права
Федеральный закон от 31 июля 2020 г. № 258-ФЗ «Об экспериментальных правовых режимах в сфере цифровых инноваций в Российской Федерации»	Установление экспериментальных правовых режимов в сфере цифровых инноваций, круга участников экспериментальных правовых режимов в сфере цифровых инноваций по направлениям деятельности: медицинская деятельность, предоставление транспортных и логистических услуг и организация транспортного обслуживания, финансовые услуги, продажа товаров, работ, услуг дистанционным способом и иные; регулирование отношений, связанных с установлением и реализацией экспериментальных правовых режимов, в том числе изменением, приостановлением, прекращением, мониторингом, оценкой эффективности и результативности

Диссертантом были выделены ключевые тренды развития рынка цифровых услуг. В современных условиях ужесточения санкционной повестки, а также с учетом последствий пандемии новой коронавирусной инфекции COVID-19 не теряют своей актуальности мероприятия, которые были реализованы органами власти в 2020 г.

1. Регулирование новых отношений:

– внесение изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации относительно регулирования дистанционной (удаленной) работы и временного перевода работника на дистанционную (удаленную) работу по инициативе работодателя в исключительных случаях;

– расширение электронного документооборота в части регулирования трудовых отношений и кадрового учета;

– введения экспериментальных правовых режимов в сфере цифровых инноваций;

2. Регулирование отношений, связанных с искусственным интеллектом:

– с 1 июля 2020 г. и сроком на пять лет на территории г. Москвы, являющегося городом федерального значения, установление специального регулирования с целью формирования необходимых условий для разработки и внедрения технологий искусственного интеллекта в данном территориальном образовании с возможностью последующего использования результатов применения искусственного интеллекта;

– введение экспериментальных правовых режимов, способствующих разработке, апробации и внедрению цифровых инноваций;

– утверждение Концепции развития регулирования отношений в сфере технологий искусственного интеллекта и робототехники до 2024 г., направленной на определение основных подходов к трансформации системы нормативного регулирования в Российской Федерации в различных сферах деятельности, а также формирование правовой базы и выявление правовых барьеров для регулирования новых общественных отношений, появляющихся в связи с разработкой и применением технологий искусственного интеллекта и робототехники и систем на их основе;

– утверждение паспорта Федерального проекта «Искусственный интеллект» в рамках Национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации». Данный проект направлен на создание условий для использования предприятиями и гражданами продуктов и услуг, основанных на преимущественно отечественных технологиях искусственного интеллекта, обеспечивающих качественно новый уровень эффективности деятельности.

3. Регулирование цифровых платформ:

– ФАС России подготовлен «Пятый антимонопольный пакет», содержащий законодательные инициативы по внесению изменений в Федеральный закон от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции» и Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30 декабря 2001 г. № 195-ФЗ;

– определен перечень технически сложных товаров, на которых должно быть предусмотрено российское программное обеспечение.

4. Доступ бизнеса к данным:

– инициатива Минцифры России по приравниванию обезличенных данных к персональным;

– изменение требований к обработке общедоступных данных;

– сохранение требований к форме получения согласия на обработку персональных данных в соответствии с Федеральным законом от 27 июля 2006 г. № 152-ФЗ «О персональных данных».

5. Регулирование цифровых платформ и требования к онлайн-контенту:

– в соответствии с Федеральным законом от 30 декабря 2020 г. № 530-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон „Об информации, информационных технологиях и о защите информации“» с 1 февраля 2021 г. на владельцев социальных сетей возлагаются дополнительные обязанности в отношении распространяемой информации.

Таким образом, изменения, внесенные в нормативно-правовую базу, служат основой для дальнейшего формирования системы правового регулирования рынка цифровых услуг.

Все выделенные проблемы и задачи приводят к низким темпам и асимметричности формирования и развития системы цифровых услуг, когда часть рынков, входящих в систему, может демонстрировать темпы развития намного выше, чем остальные. Все это также может привести к снижению инвестиционной привлекательности отдельных цифровых рынков и их цифровой зрелости.

Формирование прогрессивной и конкурентоспособной системы цифровых услуг, отвечающей требованиям рынка и глобальным вызовам, к 2025 г. основано на активном развитии инновационных услуг и внедрении цифровых технологий в сферу услуг, как на уровне органов власти, так и в предпринимательском секторе. Как выявлено диссертантом, население более склонно потреблять государственные и муниципальные цифровые услуги, чем коммерческие. Таким образом, необходимо не только стимулировать предпринимательский сектор к развитию своей

цифровой предпринимательской деятельности, но и обеспечить население необходимыми знаниями и навыками относительно приобретения и потребления цифровых услуг, предоставляемых коммерческим сектором. Кроме того, необходимо обеспечить условия для развития цифровых экосистем, что также будет способствовать снижению рисков для населения при потреблении цифровых услуг.

Важным аспектом является то, что инновационный путь развития сферы услуг и внедрение цифровых технологий позволят повысить качество предоставляемых услуг с учетом индивидуальных особенностей потребителя. Развитие системы цифровых услуг не должно носить односторонний характер, подразумевающий переориентацию на цифровые технологии, а также полный отказ либо нивелирование значимости предоставления услуг в традиционном формате. В данном случае выбор цифровых услуг должен быть основан на приоритетности для потребителя. В среднесрочной перспективе сохранится тенденция потребления услуг в традиционном формате ввиду наличия отдельных категорий населения, которые не хотят потреблять цифровые услуги. На данном этапе развития национальной экономики одним из факторов, не позволяющих активно развиваться цифровым услугам, служит недостаточный уровень покрытия сетью Интернет территории страны.

За период с 1 января 2022 г. по 31 декабря 2024 г. необходимо реализовать следующие мероприятия:

- организация профессиональной переподготовки персонала, повышение уровня цифровой грамотности населения;
- популяризация цифровых услуг коммерческого сектора на основе проведения просветительской деятельности среди населения;
- разработка стратегических документов по развитию рынка цифровых услуг в каждом федеральном округе. При условии, что доминирующими являются модели рынка, развивающегося одновременно в цифровом и аналоговом пространстве, и рынка, развивающегося в аналоговом пространстве, целесообразно усилить административное и экономическое воздействие на участников рынка цифровых услуг Дальневосточного федерального округа, Южного и Северо-Кавказского федеральных округов и учесть это в региональных стратегических документах;

- компаниям, работающим на рынке услуг, необходимо пересмотреть свои сегменты рынка с целью выявления изменений в моделях поведения и последующего изменения модели взаимодействия в цифровом и аналоговом пространстве;
- компаниям, функционирующим на рынке услуг, следует провести аудит используемых продуктов и, при необходимости, обновить с учетом появления новых программных продуктов либо изменения инструментов, используемых для взаимодействия с потребителями;
- каждому из участников системы цифровых услуг необходимо определить приоритетные направления цифровизации и разработать программные документы, направленные на ускоренное внедрение цифровых технологий с целью обеспечения роста макроэкономических показателей, а также повышения качества жизни и доступности услуг для населения;
- развитие финансовых механизмов, позволяющих обеспечить доступность финансовых ресурсов для предпринимательского сектора, реализующих инновационные услуги и бизнес-идеи;
- внедрение инновационных цифровых инструментов (smart-контракты, цифровой рубль);
- разработка и реализация стратегических документов национального и регионального уровней, определяющих направления формирования и развития рынка цифровых услуг, с учетом приоритетных направлений по обеспечению конкурентоспособности национальной экономики на международном уровне в условиях перехода к новому технологическому укладу;
- разработка новых и внесение изменений в действующие нормативно-правовые акты, регулирующие использование инновационных технологий на рынке цифровых услуг, а также обеспечивающих защиту прав потребителей на данном рынке. На законодательном уровне необходимо закрепить порядок взаимодействия на рынке цифровых услуг, определить специфику и особенности предоставления цифровых услуг. Пока не нашло своего отражения обеспечение качества цифровой услуги, что также оказывает негативное влияние;

– использование экспериментальных правовых режимов в сфере цифровых инноваций с целью повышения эффективности разработки и внедрения цифровых инноваций, что повлияет и на инвестиционную привлекательность национальной экономики;

– совершенствование налогового законодательства в части предоставления цифровых услуг и использования цифровых технологий в процессе осуществления деятельности.

По результатам проведенного исследования и на основании характеристики выделенных функций государства в развитии системы цифровых услуг в рамках шестого технологического уклада диссертантом определены направления деятельности органов власти по развитию системы цифровых услуг в России.

Во-первых, достижение технологического лидерства, что позволит повысить не только качество предоставляемых цифровых услуг, но и качество жизни населения, уровень конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности экономики страны.

Во-вторых, обеспечение безопасности и надежности предоставления цифровых услуг. Наличие киберугроз и недостаточный уровень доверия у потребителя к компаниям, предоставляющим цифровые услуги, оказывают негативное влияние на востребованность цифровых услуг и, как следствие, использование цифрового потенциала.

В-третьих, формирование коммерческого и некоммерческого сегментов цифровых услуг, что позволит повысить качество предоставляемых услуг и возможность их потребления в любое удобное время.

В-четвертых, закрепление на законодательном уровне категорий «цифровая услуга», «цифровой рынок» и легитимного использования на рынках smart-контрактов и цифрового рубля как инновационных цифровых инструментов, способствующих развитию системы цифровых услуг.

В-пятых, разработка и утверждение стратегических документов, регулирующих развитие рынков цифровых услуг на национальном и региональном уровнях, что позволит не только определить целевой вектор развития и выявить возможно-

сти и угрозы для рынков, но также применить системный подход к данному вопросу с ранжированием и преемственностью целей, задач и мероприятий. Мероприятия в рамках данных стратегических документов должны обеспечить как формирование и поддержание конкурентной рыночной среды на основе контроля доли рынка каждого участника рынка цифровых услуг и пресечения сговоров и иных методов недобросовестной конкуренции, так и снижение уровня цифрового неравенства и социальной напряженности.

В-шестых, формирование развитой инфраструктуры системы цифровых услуг, позволяющей использовать цифровые технологии. Ввиду дифференцированности территории по уровню развитости и доступности инфраструктуры системы цифровых услуг необходимо обеспечить развитие инфраструктуры, доступность и востребованность цифровых услуг для всех слоев населения, а также повышение цифровой грамотности. В частности, актуальным направлением является поддержка цифровых предприятий в секторах экономики с доминирующим числом традиционных предприятий и развитие информационной инфраструктуры рынка с последующей минимизацией издержек на передачу данных и снижением уровня асимметрии передаваемой информации.

В-седьмых, обеспечение представленности триады цифрового обслуживания во всей совокупности рынков цифровых услуг, т. е. взаимосвязи цифровых операций, продуктов и услуг, являющейся ядром системы цифровых услуг.

В-восьмых, развитие платформенной и экосистемной экономики как этапа развития системы цифровых услуг. Возможность получения цифровых услуг различного характера на одной платформе либо в рамках одной экосистемы позволит повысить качество предоставления услуг на основе учета предыдущего потребительского поведения и модели поведения при выборе цифровых услуг.

В-девятых, увеличение доли цифровой экономики в макроэкономических показателях. Развитие цифрового сегмента и увеличение его вклада в макроэкономические показатели позволит интенсивно развивать национальную экономику и обеспечивать рост международных показателей оценки цифровой экономики.

Критерии успешной реализации перечисленных направлений:

- большинство услуг как коммерческого, так и некоммерческого характера перенесено в цифровое пространство;
- востребованность цифровых услуг и цифровых экосистем составляет не менее 70 % всех представленных в цифровом пространстве;
- уровень цифровой грамотности и владения цифровыми навыками составляет не менее 50 %.

В то же время переход к цифровой модели национальной экономики и развитие системы цифровых услуг связаны с рядом рисков (таблица 46).

Таблица 46 – Риски развития системы цифровых услуг

Вид риска	Риски для системы цифровых услуг
Инфляционный	Рост инфляции и, соответственно, цен на сырье и материалы для производителей цифровых услуг и стоимости предоставляемых цифровых услуг для потребителя
Производственный	Риск невыполнения обязательств компанией по оказанию цифровых услуг либо предоставление цифровых услуг ненадлежащего качества. Неспособность рынков цифровых услуг, входящих в систему, предоставить цифровую услугу в связи с цифровыми сбоями либо недостаточным уровнем развитости цифровой инфраструктуры. Сбой в работе цифровых платформ и экосистем. Переориентация компаний на цифровой рынок с последующим снижением качества предоставляемых услуг в традиционном формате. Отсутствие интереса к потребностям существующих клиентов
Финансовый	Невозможность выполнения своих обязательств перед инвесторами
Организационный	Ошибки в менеджменте. Недостаточная проработанность вопросов развития системы цифровых услуг со стороны органов власти федерального и регионального уровней
Рыночный	Изменение рыночной конъюнктуры
Политический	Изменения в государственной политике в части развития системы цифровых услуг. Введение санкций и иные ответные действия зарубежных партнеров России
Валютный	Изменение валютного курса
Маркетинговый	Низкий уровень проработанности маркетинговой стратегии и маркетинговых инструментов продвижения новых цифровых услуг. Недостаточный уровень исследованности целевой аудитории
Юридический	Возникновение противоречий в законодательстве РФ при регулировании вопросов предоставления и потребления цифровой услуги

Продолжение таблицы 46

Вид риска	Риски для системы цифровых услуг
Коммерческий	Снижение уровня платежеспособности целевой аудитории. Усиление конкуренции на рынках цифровых услуг. Появление новых «сильных» конкурентов
Профессиональный	Снижение уровня компетентности сотрудников, занимающихся обслуживанием цифровой инфраструктуры, осуществляющих взаимодействие с потребителями
Примечание – Составлено автором.	

Результатами реализации предложенных диссертантом мероприятий будут увеличение цифрового технологического потенциала, перевод взаимодействия с потребителем в цифровой формат и создание новых потребительских сервисов.

Диссертантом определены основные участники реализации мероприятий по развитию системы цифровых услуг (таблица 47).

Таблица 47 – Участники реализации мероприятий по развитию системы цифровых услуг

Участник	Задача
Министерство внутренних дел	Подготовка предложений по изменению законодательства Российской Федерации в части незаконного оборота криптовалют, использования сети Интернет для незаконного завладения персональными данными граждан
Министерство культуры	Разработка и реализация проектов «Цифровой театр», «Цифровой музей». Развитие цифрового кинотеатра и поддержка отечественных кинопроизводителей
Министерство науки и высшего образования	Развитие цифровых образовательных услуг. Обеспечение реализации проекта «Экспорт образования». Формирование цифровых образовательных экосистем совместно с кредитными организациями и предприятиями
Министерство промышленности и торговли	Поддержка производителей отечественного телекоммуникационного и кабельного оборудования и программного обеспечения. Разработка отраслевых программ (в частности, стратегии развития цифровых услуг в сфере торговли)
Министерство сельского хозяйства	Развитие цифровых сбытовых услуг. Реализация проекта «Умный АПК»

Продолжение таблицы 47

Участник	Задача
Министерство строительства и жилищно-коммунального хозяйства	Внедрение цифровых технологий в строительную отрасль. Обеспечение возможности цифрового управления жилищно-коммунальными услугами.
Министерство транспорта	Реализация распоряжения Минтранса России от 31 мая 2021 г. № ВС-105-р «Об утверждении Программы цифровизации в сфере дорожного хозяйства в Российской Федерации»
Министерство труда и социальной защиты	Перенос в цифровое пространство государственных услуг
Министерство финансов	Обеспечение цифрового сопровождения деятельности департаментов
Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций	Обеспечение развития цифровой инфраструктуры, реализации отраслевой цифровой трансформации. Контроль над реализацией цифровизации в отраслях и в органах публичной власти
Министерство экономического развития	Обеспечение стратегического планирования на основе цифровых платформ. Внедрение цифровых технологий на региональном уровне
Федеральная служба государственной статистики (Росстат)	Формирование базы статистических данных, характеризующих развитие цифровой экономики и рынка цифровых услуг
Федеральная служба по финансовому мониторингу (Росфинмониторинг)	Противодействие легализации доходов, полученных преступным путем, и иных действий, противоречащих законодательству Российской Федерации. Контроль над использованием цифрового рубля на территории страны
Федеральная антимонопольная служба	Контроль над концентрацией компаний на цифровом рынке. Обеспечение равного доступа к цифровым услугам различных групп населения
Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека (Роспотребнадзор)	Соблюдение прав потребителей при предоставлении услуг в цифровом пространстве
Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки (Рособрнадзор)	Контроль и надзор за образовательными учреждениями при реализации цифровых образовательных услуг
Примечание – Составлено автором.	

Для развития системы цифровых услуг и обеспечения ее конкурентоспособности необходимо, чтобы общество обладало сформированными навыками для совершения действий в цифровом пространстве. В свою очередь, внедрение и исполь-

зование в предпринимательской деятельности smart-контрактов и цифрового рубля позволит обеспечить соблюдение всех условий контрактов и развить цифровой рынок не только административными инструментами, но и экономическими. В данном случае большую значимость приобретает принятие обществом данных цифровых инструментов и наличие соответствующих навыков.

Таким образом, представленные диссертантом концептуальные положения позволят к 2025 г. сформировать полноценную систему цифровых услуг с развитыми экосистемами и востребованными платформенными решениями как со стороны предпринимательского сектора, так и со стороны населения.

5.3 Приоритеты стратегического развития системы цифровых услуг на основе внедрения и использования цифрового рубля

Развитие системы цифровых услуг основано на внедрении цифровых технологий и поддержке органами публичной власти трансформационных процессов в экономике. Новацией последних лет является введение в оборот цифрового рубля, что обусловлено также тенденциями развития рынка цифровых финансовых услуг. Одним из инструментов развития системы цифровых услуг, по мнению диссертанта, является использование цифрового рубля.

Первые упоминания на сайте Центрального банка Российской Федерации о возможности внедрения в стране цифрового рубля датируются октябрём 2020 г. В дальнейшем вопросы внедрения цифрового рубля становились ключевой темой на различных дискуссионных площадках, а количество научных публикаций по данной тематике в 2021 г. существенно возросло.

Как отмечается в документе Центрального банка Российской Федерации «Итоги работы Банка России: кратко о главном»¹, цифровой рубль станет третьей

¹ Итоги работы Банка России: кратко о главном / ЦБ РФ. – URL: <https://cbr.ru/StaticHtml/File/117647/annualshort.pdf> (дата обращения: 16.06.2021).

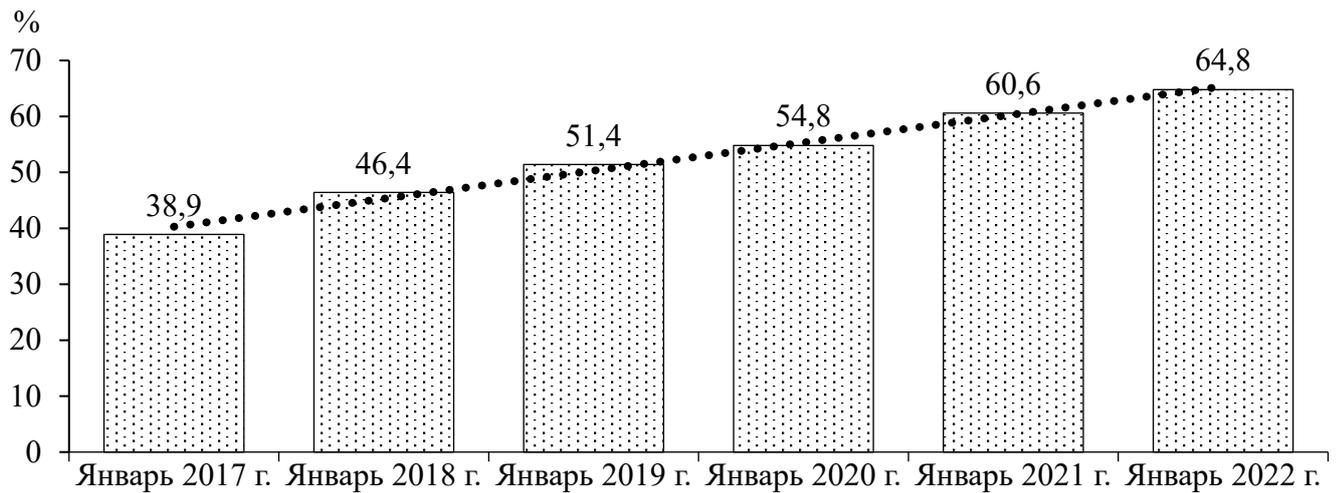
формой денег, наряду с наличными и безналичными рублями, обладающей конкурентными преимуществами, такими как наличие доступа к цифровому кошельку через финансовую организацию, клиентом которой гражданин либо представитель предпринимательского сектора является. Кроме того, в отличие от мобильного и интернет-банкинга, осуществлять платежи цифровым рублем возможно и в офлайн-режиме. Еще одним достоинством цифрового рубля является возможность его использования в smart-контрактах, что обеспечит контроль над целевым использованием денежных средств. В отличие от иных криптовалют, цифровой рубль будет эмитироваться Центральным банком и являться его обязательством. Также среди достоинств можно выделить повышение доступности цифровых услуг, как финансовых, так и розничной торговли на отдаленных территориях, где наблюдается незначительный уровень востребованности цифровых финансовых услуг и низкий уровень цифровой грамотности населения.

К немаловажным достоинствам цифрового рубля относится безопасность осуществления транзакций, так как он является обязательством Центрального банка Российской Федерации и у каждого цифрового рубля имеется уникальный номер, благодаря которому возможно отследить движение денежных средств и вернуть в случае осуществления неправомерных действий третьими лицами.

В связи с вышесказанным диссертант предлагает осуществить развитие рынка цифровых услуг на основе внедрения и использования цифрового рубля.

Актуальность и востребованность внедрения цифрового рубля подчеркивается динамикой доли безналичных платежей в торговом обороте (рисунок 62).

Как видно на рисунке 62, с каждым годом доля безналичных платежей увеличивается. Так, если по состоянию на январь 2017 г. доля безналичных платежей в торговом обороте составляла 38,9 %, то в январе 2022 г. значение показателя составило уже 64,8 %. По мнению диссертанта, одним из катализаторов развития безналичных платежей в сфере услуг торговли стала пандемия новой коронавирусной инфекции COVID-19, которая стимулировала взрывной рост рынка цифровых услуг розничной торговли и развитие системы цифровых услуг в целом.



Примечание – Составлено автором по: Доля безналичных платежей в торговом обороте / СберИндекс. – URL: <https://sberindex.ru/ru/dashboards/dolya-beznala> (дата обращения: 17.06.2021).

Рисунок 62 – Динамика доли безналичных платежей в торговом обороте

Наряду с долей безналичных платежей, значимость цифрового рубля в развитии системы цифровых услуг подчеркивают проникновение онлайн-торговли в России и доля онлайн-ритейла в торговом обороте (рисунок 63).



Примечание – Составлено автором по: Экономика Рунета 20/23. Измерение объемов экосистемы цифровой экономики России / Ассоциации электронных коммуникаций (РАЭК). – URL: <https://raec.ru/upload/files/runet-economy-22-23.pdf> (дата обращения: 01.12.2023).

Рисунок 63 – Динамика проникновения онлайн-торговли в России и доли онлайн-ритейла в торговом обороте

Как видно на рисунке 63, онлайн-торговля активно проникает в экономику России и пользуется популярностью. Наблюдается активное развитие маркетплейсов, мобильных приложений, а цифровые услуги на потребительских рынках получили свое развитие в мессенджерах и социальных сетях. При этом, как мы видим на рисунке 63, увеличение доли онлайн-ритейла присутствует, но не имеет таких же существенных темпов прироста, что также подтверждает необходимость расширения используемого инструментария по развитию системы цифровых услуг на потребительских рынках.

Диссертант придерживается точки зрения, что дальнейшее развитие системы цифровых услуг в современных условиях основано на использовании инновационных цифровых инструментов и их встраивании в традиционную модель предоставления услуг.

В частности, применение технологии smart-контрактов обеспечит соблюдение всех условий договора сторонами в соответствии с установленными сроками. В то же время применение цифрового рубля позволит повысить доступность цифровых услуг для различных групп населения с дифференцированным уровнем доступа к сети Интернет, что становится немаловажным при обеспечении конкурентоспособности национальной экономики и повышении качества жизни населения страны.

Среди направлений использования цифровой валюты выделяются не только осуществление платежей и переводов, но также возможность транзакций по smart-контрактам и быстрая конвертация в наличные и безналичные денежные средства.

Выше диссертантом была представлена положительная динамика востребованности безналичных платежей в торговом обороте, что также можно отнести к предпосылкам введения цифрового рубля. В качестве преимуществ внедрения цифрового рубля выделяются:

- современный и безопасный инструмент осуществления платежей, выступающий альтернативой наличным денежным средствам;
- неприкосновенность денежных средств клиента в случае банкротства кредитной организации, что обусловлено спецификой модели цифрового рубля;

– возможность оплаты в случае отсутствия интернет-соединения. Цифровой рубль, в отличие от наличных денег, может использоваться для дистанционных расчетов, а отличие от безналичных денежных средств заключается в возможности осуществления расчетов без доступа к сети Интернет.

Если рассматривать безналичные деньги как средство сбережения, то у них есть такой недостаток, как отсутствие начисления процентов, что не является значимым при осуществлении транзакций купли-продажи на рынке цифровых услуг.

Необходимо повышать уровень финансовой грамотности населения не только относительно новых продуктов, но и в том, что касается обеспечения информационной безопасности и противодействия мошенничеству. Недостаточный уровень знаний о цифровых технологиях приводит к снижению эффективности их использования и, следовательно, потенциала рынка цифровых услуг в целом.

В качестве фактора, сдерживающего развитие рынка цифровых услуг, диссертант выделяет недостаточный уровень проработанности правового поля, что может привести к снижению привлекательности цифровых услуг для потенциальных потребителей. Приходится констатировать тот факт, что нормативно-правовая база, регулирующая вопросы предоставления цифровых услуг, в настоящее время находится на стадии становления.

В программе «Цифровая экономика Российской Федерации» предусмотрено направление «Нормативное регулирование цифровой среды», в рамках которого планируется разработка и реализация законодательных инициатив, позволяющих нивелировать влияние ряда барьеров, оказывающих негативное влияние на использование потенциала цифровой экономики в целом и отдельных сфер деятельности в частности.

Развитию системы цифровых услуг, по мнению диссертанта, способствуют следующие новации в нормативно-правовом регулировании.

Во-первых, урегулирован правовой статус smart-контрактов, а также введены в оборот такие категории, как «цифровые финансовые активы», «цифровые права».

Во-вторых, разработана концепция цифрового рубля как новой формы фиатной валюты. В конце июня 2021 г. Центральный банк РФ объявил состав группы

банков, которые изъявили желание участвовать в пилотном проекте по его тестированию. Среди участников есть как крупные системно значимые банки, так и кредитные организации, признанные Банком России значимыми на рынке платежных услуг (таблица 48).

Таблица 48 – Кредитные организации, участвующие в пилотном проекте по внедрению цифрового рубля

Кредитная организация	Системно значимая	Значимая на рынке платежных услуг
Ак Барс Банк (ПАО)	–	+
АО «АЛЬФА-БАНК»	+	+
АО «Банк ДОМ.РФ»	–	–
Банк ВТБ (ПАО)	+	+
«Газпромбанк» (АО)	+	–
АО «Тинькофф Банк»	–	+
ПАО «Промсвязьбанк»	+	–
ПАО «Росбанк»	+	+
ПАО «Сбербанк»	+	+
ПАО «СКБ-банк»	–	–
Банк СОЮЗ (АО)	–	–
ПАО «ТРАНСКАПИТАЛБАНК»	–	–

Примечание – Составлено автором по: Перечень системно значимых кредитных организаций на 29 октября 2020 г. / Центральный банк Российской Федерации. – URL: https://cbr.ru/banking_sector/credit/SystemBanks.html/ (дата обращения: 29.06.2021); Реестр кредитных организаций, признанных Банком России значимыми на рынке платежных услуг / Центральный банк Российской Федерации. – URL: <https://cbr.ru/registries/nps/reestr/> (дата обращения: 29.06.2021).

Участие в реализации пилотного проекта крупных кредитных организаций позволит не только выявить уязвимости цифрового рубля, но и внедрить его в экономическую жизнь общества в более сжатые сроки, что обусловлено уровнем доверия населения к данным кредитным организациям.

В-третьих, для российского бизнес-сообщества, осуществляющего экспорт IT-услуг, предоставлены определенные льготы по налогу на добавленную стоимость, а также на законодательном уровне урегулирован вопрос относительно

краудфандинговых платформ. В частности, определены правовые основы их функционирования, а также возникновения и обращения утилитарных цифровых прав.

В-четвертых, создан институт доверенной третьей стороны при использовании электронных подписей, а также предусмотрена возможность использования облачных технологий для электронной подписи.

В-пятых, поддерживается развитие национальной платежной системы «Мир», что выражается в расширении круга субъектов предпринимательской деятельности, которые обязаны предоставить возможность осуществления платежей с использованием карты «Мир».

В-шестых, осуществляется поддержка со стороны органов публичной власти цифровых инноваций, что выражается в применении экспериментальных правовых режимов, ключевым отличием которых является снятие ограничений для компаний, занимающихся разработкой и внедрением цифровых инноваций.

В-седьмых, утверждена Концепция развития регулирования отношений в сфере технологий искусственного интеллекта и робототехники до 2024 г. В соответствии с данной концепцией целевой вектор заключается в стимулировании разработки, внедрения и использования технологий робототехники и искусственного интеллекта в доверенном и безопасном исполнении. Данная цель будет «способствовать достижению высоких темпов экономического роста, повышению благосостояния и качества жизни граждан, обеспечению национальной безопасности и правопорядка, достижению устойчивой конкурентоспособности российской экономики, в том числе лидирующих позиций в мире в области искусственного интеллекта»¹.

По состоянию на июнь 2021 г. Минэкономразвития России осуществляло деятельность по следующим проектам в сфере регулирования цифровой экономики:

– машиночитаемое право. Минэкономразвития осуществляет разработку Концепции развития технологий машиночитаемого права, которая будет направ-

¹ Концепция развития регулирования отношений в сфере технологий искусственного интеллекта и робототехники до 2024 г. – URL: https://www.economy.gov.ru/material/file/57ff64233-9b16c479b12030fb5f1b6e3/19082020_2129-p.pdf (дата обращения: 01.07.2021).

лена на упрощение взаимодействия между гражданами, предпринимательским сектором и органами власти благодаря «оцифровке» норм права и нивелированию влияния толкования норм права сторонами;

– кредитование под залог объектов интеллектуальной собственности. Данная новация направлена, с одной стороны, на увеличение объемов кредитования высокотехнологичных компаний, а также компаний – владельцев авторских прав, а с другой – на снижение издержек кредитных организаций вследствие высвобождения части иммобилизованных в их резервах средств. В основе данного подхода будет комплекс мер, направленных на ускорение темпов развития высокотехнологичных компаний и компаний, владеющих авторскими правами, благодаря использованию объектов интеллектуальной собственности заемщиками в качестве предметов залога.

По результатам проведенного анализа тенденций развития рынка цифровых услуг диссертант придерживается точки зрения, что будет наблюдаться переход от экстенсивного развития национального рынка цифровых услуг к интенсивному.

Приоритетными направлениями интенсивного развития будут являться:

– внедрение инновационных цифровых инструментов (smart-контракты, цифровой рубль);

– разработка и реализация стратегических документов национального и регионального уровней, определяющих направления формирования и развития рынка цифровых услуг с учетом приоритетных направлений по обеспечению конкурентоспособности национальной экономики на международном уровне в условиях перехода к новому технологическому укладу;

– разработка нормативно-правовых актов, регулирующих использование инновационных технологий на рынке цифровых услуг, а также обеспечивающих защиту прав потребителей на данном рынке. На законодательном уровне необходимо закрепить порядок взаимодействия на рынке цифровых услуг, определить специфику и особенности предоставления цифровых услуг. Пока не нашло своего отражения обеспечение качества цифровой услуги, что также оказывает негативное влияние;

– использование экспериментальных правовых режимов в сфере цифровых инноваций с целью повышения эффективности разработки и внедрения цифровых инноваций, что также повлияет и на инвестиционную привлекательность национальной экономики;

– совершенствование налогового законодательства относительно предоставления цифровых услуг и использования цифровых технологий в процессе осуществления деятельности.

Перенос процесса взаимодействия участников рынка в цифровое пространство, а также развитие платформенных решений, smart-контрактов и цифровых валют усиливают актуальность закрепления на законодательном уровне прав и обязанностей участников цифрового рынка и обеспечения правового соответствия всего процесса взаимодействия участников.

Выводы по главе 5

В пятой главе автором сформулированы приоритеты развития системы цифровых услуг в России.

1. Проведена оценка зрелости региональных рынков цифровых услуг. Выявлено, что национальный рынок цифровых услуг характеризуется двумя уровнями зрелости региональных рынков: становление и стандартизация. Отсутствие рынка характерно только для Дальневосточного федерального округа.

2. Разработаны концептуальные положения и дорожная карта развития системы цифровых услуг в России, которые позволят к 2026 г. сформировать полноценную систему цифровых услуг с развитыми экосистемами и востребованными платформенными решениями как со стороны предпринимательского сектора, так и со стороны населения.

3. Предложены направления развития системы цифровых услуг на основе цифрового рубля как инновационного фиатного средства платежа.

Заключение

В ходе работы над диссертационным исследованием поставленная цель была достигнута, а именно развиты теоретико-методологические основы исследования формирования системы цифровых услуг на потребительских рынках и разработан инструментарий, позволяющий оценить и выявить приоритетные направления развития и функционирования этой системы в условиях развития цифровых финансовых услуг и внедрения цифрового рубля. Диссертантом получены следующие результаты.

1. Разработана теоретическая платформа исследования системы цифровых услуг, базирующаяся на теориях циклического развития, цифровой экономики и сферы услуг, применение которых в комплексе с учетом специфики прогнозируемых нового этапа научно-технического прогресса, пятой научно-технической революции и седьмого технологического уклада позволило предложить и обосновать концептуальную и расширенную модели цифровой экономики, раскрыть экономическое содержание понятий «цифровая услуга», «система цифровых услуг», «рынок цифровых услуг»; теоретически охарактеризовать специфику цифровой услуги, разработать классификацию цифровых услуг и рынков цифровых услуг, обосновать структуру системы цифровых услуг.

Диссертантом систематизированы основные характеристики исторических этапов развития НТП, а этапы цифрового развития научно-технического прогресса дополнены этапом «цифровое общество» на основе внедрения цифровых и интеллектуальных технологий.

Предложен авторский прогноз о возможности пятой научно-технической революции – «зеленой» революции – на основе цифровых и экологосберегающих технологий. Прогнозируемая революция будет основана не только на прошлом опыте, но и на изменении потребностей человека. Актуальность приобретают экологичность, перенос всех процессов в цифровое пространство.

Выделен прогнозируемый седьмой технологический уклад на основе экономики экологии и максимальной замены труда человека на цифровые и интеллектуальные технологии. Прогнозируемый технологический уклад по времени будет характерен для периода «зеленой» революции, которая направлена на экологизацию производства и потребления, дезурбанизацию и развитие цифрового сегмента экономики, а актуальной задачей является обеспечение экономического роста при снижении уровня использования природных ресурсов. Окружающая среда становится драйвером экономического развития, что обусловлено определенными причинами. Так, увеличение численности населения планеты, рост производительности труда стали катализаторами появления крупной промышленности и крупных городов с развитой инфраструктурой, отвечающей современным требованиям.

На основе исследования различных подходов к определению категории «цифровая экономика» диссертантом предлагается подход, отличающийся от существующих акцентом на шестой технологический уклад как период формирования и выделением ключевых структурных элементов.

Диссертантом разработано две модели цифровой экономики: концептуальная и расширенная. В концептуальной модели представлены только основные участники процесса, но при этом не учтены цифровые технологии, которые позволяют повышать качество предоставляемых цифровых услуг. Расширенная модель цифровой экономики учитывает не только государство как регулятора цифровой экономики, но и структуру цифрового пространства.

Существующие подходы к определению категорий «информационная услуга» и «электронная услуга» не учитывают ряд характеристик, свойственных цифровым услугам, а именно интерактивность экономических отношений, использование искусственного интеллекта, наличие активного и пассивного цифрового следа. В то же время категория «цифровая услуга» пока практически не представлена в научных трудах. В связи с этим диссертантом предлагается определение цифровой услуги как совокупности интерактивных экономических отношений, содержащих ценностное предложение конечному потребителю на основе цифрового следа посетителя и активного использования маркетингового инструментария, осу-

ществляемых в цифровом пространстве с использованием современных цифровых технологий между участниками процесса оказания услуги относительно удовлетворения своих нужд и потребностей посредством обмена.

Ключевыми отличиями цифровой услуги от иных услуг, предлагаемых на рынке, являются наличие доступа к цифровой инфраструктуре, программного обеспечения и необходимого уровня знаний и умений у производителя и потребителя цифровой услуги; кастомизация цифровой услуги; интерактивность экономических отношений; нулевые предельные издержки при предоставлении/получении дополнительной единицы цифровой услуги; учет поведения потребителя в цифровой среде при формировании ценностного предложения.

Цифровые услуги в процессе своего развития и усложнения процессов формируют систему цифровых услуг, представляющую собой комплекс взаимосвязанных элементов, характеризующийся совокупностью отношений, складывающихся между производителем и потребителем относительно цифровых операций, услуг и продуктов на цифровых платформах с использованием цифровых технологий, осуществлением управленческого воздействия со стороны государства в лице органов власти, а также рейтинговых и консалтинговых агентств, оператора цифровой платформы с целью обеспечения его функционирования. Целью данной системы является обеспечение эффективности функционирования и развития субъектов комплекса цифровых услуг на основе системы знаний относительно процесса взаимодействия его участников.

В системе цифровых услуг основным элементом является рынок цифровых услуг, основными участниками которого являются производители услуг, потребители услуг, цифровые посредники (цифровые платформы, цифровые коммуникации) и регулятор рынка в лице государства, определяющего нормативно-правовую базу рынка цифровых услуг.

Диссертантом предложен авторский подход к определению категории «рынок цифровых услуг», в соответствии с которым это действующая в цифровом пространстве открытая развивающаяся система экономических отношений по купле-продаже товаров или услуг с использованием цифровых сервисов и технологий,

имеющая определенные количественные и качественные характеристики; а также классификация рынков цифровых услуг по различным основаниям.

2. Предложены оригинальные методологические положения формирования и функционирования системы цифровых услуг на потребительских рынках в условиях трансформации отраслей экономики и создания новых сегментов рынков услуг, отличающиеся учетом специфики текущего шестого технологического уклада, применением синергетического методологического подхода к развитию сферы услуг и факторного подхода к исследованию потенциала рынка цифровых услуг в национальной экономике, что в совокупности позволяет оценить величину синергетического эффекта на развитие потребительских рынков, а также выявить факторы, оказывающие на них сдерживающее или усиливающее влияние.

Для системы цифровых услуг на потребительских рынках будут характерны определенные направления развития: дальнейшая замена аналоговых услуг цифровыми, расширение и трансформация платформенных решений и мобильных приложений в процессе удовлетворения спроса, развитие экосистем и маркетплейсов на базе существующих платформенных решений, развитие инфраструктуры и сегмента цифрового контента, повышение финансовой и цифровой грамотности населения, расширение перечня маркетингового инструментария, используемого в цифровом пространстве.

Перечень государственных функций по развитию системы цифровых услуг в рамках шестого технологического уклада достаточно обширен. Причем в рамках данных функций закладывается фундамент для развития системы цифровых услуг в рамках седьмого технологического уклада, основанного на внедрении цифровых технологий во все сферы жизни общества.

Диссертантом предложена модель перехода к цифровой экономике на основе секторальных аспектов цифровой трансформации. В действующих стратегических документах закрепляется цифровое развитие государственного управления, кадровое обеспечение, развитие информационной инфраструктуры, цифровой безопасности и цифровых технологий. Отсутствие секторального подхода усложняет про-

цесс цифровой трансформации национальной экономики. Немаловажным фактором является возникновение непредвиденных обстоятельств, которые также становятся катализаторами цифровой трансформации на уровне отдельных секторов экономики, обладающих определенной спецификой. Наблюдается формирование новых сегментов рынков, а именно рынков цифровых услуг, обладающих не только специфическими свойствами услуги, но и инновационными характеристиками, обусловленными цифровой природой услуг.

Для оценки синергетического эффекта и выявления его динамики диссертантом предлагается подход с использованием системы сбалансированных показателей и включает в себя три блока факторов, а именно «востребованность и доступность цифровых услуг для населения», «востребованность и доступность цифровых государственных и муниципальных услуг» и «востребованность и доступность цифровых услуг организаций».

Также диссертантом выделены следующие факторы-потенциалы:

– внутренние (востребованность цифровых услуг населением, доступность цифрового пространства для населения и цифровых услуг организаций, интегративность цифровых технологий);

– внешние (демографический, инвестиционный, инфраструктурный, кадровый, цифровой, инновационный, экономический, национально-этнический потенциалы и потенциал рынка аналоговых товаров и услуг);

– глобальные (цифровизация, интернационализация хозяйственной деятельности, научно-технический прогресс и технологический уклад, глобализация и интеграция).

Вся совокупность факторов-потенциалов оказывает влияние на потенциал рынка цифровых услуг. При этом степень влияния может варьироваться в зависимости от конкретного периода времени рынка и его специфики.

3. Доказана перспективность использования в экономической науке и практике оригинальных методических подходов к оценке формирования и функционирования системы цифровых услуг на потребительских рынках, основанных на разработанном автором механизме их развития, что позволяет

учитывать вовлеченность в цифровое пространство участников рынка, уровень развитости цифровых технологий в национальной экономике, совокупность индикаторов качественного и количественного характера, лояльность потребителей и уровень безопасности в процессе приобретения и потребления цифровых услуг. Предложены и обоснованы модели развития системы цифровых услуг на потребительских рынках, основанные, в отличие от уже имеющихся, на впервые предложенной совокупности показателей цифровизации, что позволяет применить дифференцированное организационно-экономическое регулирование данных услуг с целью повышения эффектов их развития на основе внедрения цифрового рубля.

В России, по мнению диссертанта, функционирует собственная модель управления развитием рынка цифровых услуг, в основе которой лежит как развитие существующих рынков в цифровом пространстве, так и формирование инновационных рынков цифровых услуг, позволяющих повысить темпы роста макроэкономических показателей и качество жизни населения. Происходит стирание территориальных границ и повышается вероятность выхода национальных компаний, функционирующих в цифровом пространстве на международный рынок.

Диссертантом представлен механизм развития рынка цифровых услуг на потребительских рынках, каждый из участников которого выполняет определенные функции.

Профильный орган государственной власти разрабатывает стратегические документы, определяет приоритетные направления развития рынка цифровых услуг и контролирует достижение поставленных целей. Он находится в тесном взаимодействии с Министерством цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации, обеспечивающим развитие цифровой инфраструктуры.

Федеральная антимонопольная служба осуществляет надзор за деятельностью участников национального рынка цифровых услуг, обеспечивая конкурентную среду и развитие рынка.

Рейтинговые агентства формируют рейтинги цифровых платформ (мобильные приложения, маркетплейсы, интернет-магазины).

Взаимодействие между продавцом и покупателем цифровых услуг осуществляется на цифровых платформах. В процессе предоставления цифровых услуг могут принимать участие логистические компании, обеспечивающие доставку товаров до конечного потребителя. Для рынка цифровых услуг розничной торговли характерно наличие логистических компаний либо собственных логистических служб, оказывающих услуги по транспортировке товаров до покупателя.

Диссертантом предлагается совокупность методик:

– методика оценки уровня развития рынка цифровых услуг, которая основана на ряде интегральных показателей, позволяющих комплексно оценить развитие рынка с учетом доступности цифрового пространства для населения и востребованности им цифровых услуг, доступности цифровых услуг организаций и интегративности цифровых технологий;

– методика анализа рынка цифровых услуг розничной торговли, направленная на выявление тенденций развития национального рынка цифровых услуг розничной торговли и федеральных округов, оказывающих негативное влияние на формирование национальных показателей.

– методика оценки уровня развития рынка цифровых финансовых услуг, основанная на совокупности показателей, включающей структуру и востребованность цифровых финансовых услуг, а также оценку состояния цифровых финансовых услуг со стороны потребителей, и позволяющая выявить тенденции развития национального рынка цифровых финансовых услуг с учетом лояльности потребителей и уровня безопасности в процессе их приобретения и потребления.

Выявлены и охарактеризованы модели развития системы цифровых услуг на потребительских рынках, что позволяет сформировать приоритетные направления развития системы цифровых услуг на потребительском рынке страны с учетом региональных тенденций и специфики каждого из федеральных округов.

4. Разработаны, обоснованы и апробированы методика анализа рынка цифровых услуг розничной торговли и методика оценки уровня развития рынка цифровых финансовых услуг, основанные на факторном и синергетическом подходах, что позволило осуществить ранжирование федеральных

округов Российской Федерации по степени их вклада в национальные показатели системы цифровых услуг, выявить динамику изменения синергетического эффекта и эмпирически обосновать авторскую модель развития системы цифровых услуг на потребительских рынках.

Национальная экономика Российской Федерации пока не имеет достаточно сильных позиций по мировым показателям конкурентоспособности, хотя по большинству показателей наблюдается положительная динамика.

Выявлен положительный тренд развития национального рынка цифровых услуг. Наблюдается существенный прирост востребованности цифровых услуг населением. Доступность цифровых услуг организаций демонстрирует достаточно высокие значения (более 50 %), но при этом требуется интенсификация усилий для привлечения последующего сохранения потребителей на национальном рынке.

В свою очередь, по результатам анализа развития цифровых финансовых услуг выявлены востребованность цифровых финансовых услуг, но при этом есть необходимость продолжения повышения уровня финансовой грамотности населения, развития цифровых финансовых услуг и внедрения прогрессивных технологий, позволяющих обеспечить безопасность приобретения и потребления цифровых финансовых услуг в условиях цифровой трансформации национальной экономики и санкционного давления зарубежных стран.

Населением востребованы государственные и муниципальные услуги в цифровом пространстве, но при этом необходимо стимулировать интерес к цифровым услугам коммерческого сектора, особенно российских компаний. Также выявлена тенденция цифровизации услуг коммерческого сектора и рост заинтересованности компаний в цифровых технологиях. При этом необходимо обратить внимание на вопросы кибербезопасности и цифровой грамотности населения.

Система цифровых услуг на потребительских рынках пока не имеет должного уровня развития. При этом перспективы для формирования именно цифровой модели есть, так как в ряде федеральных округов были выявлены модель развивающейся одновременно в цифровом и аналоговом пространстве системы цифровых услуг и модель развивающейся в аналоговом пространстве системы цифровых услуг.

В условиях санкционного давления и усиления значимости обеспечения экономической и цифровой безопасности государства важную роль играют развитость и доступность цифровых услуг, предоставляемых различными организациями, а также возможность объединить всех участников рынка благодаря использованию инструментов, позволяющих усилить интеграционные процессы в цифровое пространство.

5. Представлены концептуальные направления развития системы цифровых услуг на потребительских рынках, ориентированные на повышение ее конкурентоспособности и устойчивости, отвечающей требованиям рынка и глобальным вызовам, на основе внедрения и использования цифрового рубля, а также комплекс мер и практических рекомендаций, включающих дорожную карту развития цифровых услуг, которые позволят в среднесрочной перспективе осуществить формирование системы этих услуг на основе платформенных решений с учетом интересов ее участников.

Выявлено, что для всех федеральных округов характерно становление рынка цифровых услуг по критерию «стратегические документы». Сформировавшаяся модель системы цифровых услуг на потребительских рынках варьируется в зависимости от федерального округа, и в ряде округов наблюдается двойственная ситуация присутствия элементов двух уровней зрелости. Также на развитие рынка цифровых услуг оказывает влияние инновационная деятельность. Так, в Уральском федеральном округе наблюдается ситуация высокого уровня инновационной активности предприятий, но при этом весьма низкий уровень по показателю «объем инновационных товаров, работ и услуг», что свидетельствует о необходимости усиления внимания к данному показателю.

Рынок цифровых услуг Российской Федерации характеризуется двумя уровнями зрелости региональных рынков: становление и стандартизация. Отсутствие рынка характерно только для Дальневосточного федерального округа, что находит свое отражение в отсутствии стратегических документов, выявленной модели системы цифровых услуг на потребительских рынках и низком уровне объема инновационных товаров, работ и услуг.

По результатам анализа диссертантом сформулированы предложения по развитию рынка цифровых услуг на основе цифрового рубля как инновационного цифрового фиатного средства платежа, а также разработаны концептуальные положения и дорожная карта развития системы цифровых услуг в России с учетом выявленных тенденций и проблем развития рынка цифровых услуг.

Развитие национального и региональных рынков цифровых услуг основано на внедрении цифровых технологий и поддержке органами публичной власти трансформационных процессов в экономике. Одним из инструментов развития рынка цифровых услуг является использование цифрового рубля, который станет третьей формой денег наряду с наличными и безналичными рублями, обладающей конкурентными преимуществами.

Среди направлений использования цифровой валюты выделяются не только осуществление платежей и переводов, но также осуществление транзакций по smart-контрактам и быстрая конвертация в наличные и безналичные денежные средства.

В свою очередь, применение технологии smart-контрактов обеспечит соблюдение всех условий договора сторонами в соответствии с установленными сроками. Применение цифрового рубля позволит повысить доступность цифровых услуг для различных групп населения с дифференцированным уровнем доступа к сети Интернет, что становится немаловажным при обеспечении конкурентоспособности национальной экономики и повышении качества жизни населения страны.

Предлагаемые диссертантом концептуальные направления развития направлены на формирование конкурентоспособной системы цифровых услуг, отвечающей требованиям рынка и глобальным вызовам.

Выявлено, что население более склонно потреблять государственные и муниципальные цифровые услуги, чем коммерческие. Необходимо не только стимулировать предпринимательский сектор к развитию своей цифровой предпринимательской деятельности, но и обеспечить население необходимыми знаниями и навыками относительно приобретения и потребления цифровых услуг, предоставляемых коммерческим сектором. Также необходимо обеспечить условия для

развития цифровых экосистем, что снизит риски для населения при потреблении цифровых услуг.

Для успешного развития системы цифровых услуг предлагается ряд мероприятий:

- организация профессиональной переподготовки персонала, повышение уровня цифровой грамотности населения;

- популяризация цифровых услуг коммерческого сектора на основе проведения просветительской деятельности среди населения;

- разработка стратегических документов по развитию рынка цифровых услуг в каждом федеральном округе. По результатам исследования было выявлено, что целесообразно усилить административное и экономическое воздействие на участников рынка цифровых услуг Дальневосточного, Южного и Северо-Кавказского федеральных округов и учесть это в региональных стратегических документах;

- компаниям, работающим на рынке услуг, необходимо пересмотреть свои сегменты рынка с целью выявления изменений в моделях поведения и провести аудит используемых продуктов;

- участникам системы цифровых услуг необходимо определить приоритетные направления цифровизации и разработать программные документы, направленные на ускоренное внедрение цифровых технологий;

- органам власти необходимо развивать финансовые механизмы, позволяющие обеспечить доступность финансовых ресурсов для предпринимательского сектора, реализующих инновационные услуги и бизнес-идеи;

- внедрение инновационных цифровых инструментов (smart-контракты, цифровой рубль).

Представленные концептуальные положения и дорожная карта позволят в среднесрочной перспективе осуществить формирование системы цифровых услуг на основе платформенных решений с учетом интересов ее участников.

Список литературы

1. Абаев, А. Л. Современные цифровые технологии в розничной торговле / А. Л. Абаев, М. Т. Гуриева // Новые парадигмы развития маркетинговых инструментов в условиях трансформации современной экономики / под общ. ред. С. В. Карповой. – Москва : Дашков и К°, 2020. – С. 46–56. – EDN DUYTDW.
2. Абалкин, Л. И. Избранные труды : в 4 т. / Л. И. Абалкин. – Москва : Экономика, 2000. – Т. 2. Политическая экономия: хозяйственный механизм развитого социалистического общества. Новый тип экономического мышления. Перестройка: пути и проблемы. – 911 с. – ISBN 5-282-02015-7.
3. Агафонов, А. Н. Формирование системы управления информационными услугами : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Агафонов Алексей Николаевич. – Самара, 2007. – 144 с.
4. Агафонова, А. Н. Методология управления комплексом информационных услуг в электронной коммерции : дис. ... д-ра экон. наук : 08.00.05 / Агафонова Анна Николаевна. – Самара, 2015. – 333 с.
5. Агеев, А. И. Формирование организационных и информационных механизмов управления построением в России цифровой экономики / А. И. Агеев, Е. Л. Логинов // Экономические стратегии. – 2018. – Т. 20, № 3 (153). – С. 56–67. – EDN XOUAEP.
6. Александров, Ю. Л. Показатели розничной торговли как опережающие индикаторы конъюнктуры экономики России / Ю. Л. Александров, О. С. Демченко // Проблемы современной экономики. – 2014. – № 2 (50). – С. 334–337. – EDN SNAJFJ.
7. Александров, Ю. Л. Состояние и развитие государственного регулирования потребительского рынка / Ю. Л. Александров, Н. Н. Терещенко // Экономика. Психология. Бизнес. – 2004. – № 4. – С. 16–33. – EDN UVVPRZ.
8. Алексеева, Е. В. Динамическая характеристика развития цифровой экономики Уральского макрорегиона / Е. В. Алексеева, Н. В. Новикова. – DOI

10.24412/1999-2645-2023-274-20 // Региональная экономика и управление: электронный научный журнал. – 2023. – № 2 (74). – URL: <https://eee-region.ru/article/7420/> (дата обращения: 18.02.2024).

9. Анализ рынков в современной экономической социологии : пер. с англ. / отв. ред. В. В. Радаев, М. С. Добрякова ; сост., науч. ред. и авт. предисл. В. В. Радаев. – 2-е изд. – Москва : ГУ ВШЭ, 2008. – 423 с. – ISBN 978-5-7598-0599-1

10. Анимица, Е. Г. Стратегические ориентиры развития Уральского макрорегиона в условиях цифровизации экономики / Е. Г. Анимица, Н. В. Новикова // Российские регионы в фокусе перемен : сб. докл. XIV Междунар. конф. (Екатеринбург, 14–16 ноября 2019 г.). – Екатеринбург: УМЦ УПИ, 2020. – С. 700–703. – EDN IDTYSH.

11. Баранов, И. А. Типологизация экономических циклов и модельный инструментарий их исследования / И. А. Баранов // Российское предпринимательство. – 2014. – № 5 (251). – С. 20–26.

12. Барыкин, С. Е. Мировая платформенная экономика как понятийная категория цифровой трансформации / С. Е. Барыкин, Н. А. Конахина // Аудит и финансовый анализ. – 2022. – № 5. – С. 32–36.

13. Барыкин, С. Е. Теория цифровой экономики в контексте международного экономического сотрудничества в сфере развития Арктики / С. Е. Барыкин, Н. А. Конахина. – DOI 10.38097/AFA.2023.71.52.012 // Аудит и финансовый анализ. – 2023. – № 2. – С. 26–32.

14. Бездудная, А. Г. Отечественный и зарубежный опыт развития современных экосистем – конкуренция или сотрудничество / А. Г. Бездудная // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2022. – № 5-1 (137). – С. 91–96.

15. Безпалов, В. В. Предпосылки и условия введения цифрового рубля на основе системы блокчейна как инструмента повышения экономической безопасности в финансовой сфере / В. В. Безпалов, А. Ю. Ремесленников // Современные технологии управления. – 2021. – № 1 (94). – EDN WXAJQW.

16. Белл, Д. Грядущее постиндустриальное общество: опыт социального прогнозирования : пер. с англ. / Д. Белл. – Москва : Academia, 1999. – 783 с. – ISBN 5-87444-070-4.

17. Белов, В. И. Возможности развития рынка образовательных услуг в условиях становления цифровой экономики в Российской Федерации / В. И. Белов, Т. В. Степанова // XXII Царскосельские чтения : материалы междунар. науч. конф. (Санкт-Петербург, 23–24 апреля 2018 г.): в 3 т. – Санкт-Петербург : ЛГУ им. А. С. Пушкина, 2018. – Т. 3. – С. 18–22. – EDN YXOZOM.

18. Бем-Баверк, Э. Основы теории ценности хозяйственных благ : пер. с нем. / Э. Бем-Баверк. – Ленинград : Прибой, 1929. – 194 с.

19. Береза, Н. В. Особенности формирования и развития рынка информационных услуг : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Береза Наталья Викторовна. – Шахты, 2012. – 25 с.

20. Беспалов, Р. А. Маркетинговая деятельность банков России в условиях цифровизации экономики / Р. А. Беспалов, О. С. Прошина // Экономика. Социология. Право. – 2019. – № 2 (14). – С. 16–20. – EDN XVKBFL.

21. Блауг, Г. Экономическая мысль в ретроспективе / Г. Блауг. – Москва : Дело Лтд, 2004. – 720 с. – ISBN 5-864611-51-4.

22. Блауг, М. Жугляр, Клемент / М. Блауг // Блауг М. 100 великих экономистов до Кейнса : пер. с англ. – Санкт-Петербург : Экономикус, 2008. – С. 107–108.

23. Блауг, М. Кассель, Карл Густав / М. Блауг // Блауг М. 100 великих экономистов до Кейнса : пер. с англ. – Санкт-Петербург : Экономикус, 2008. – С. 117–120.

24. Бодрунов, С. Д. Реиндустриализация и становление «цифровой экономики»: гармонизация тенденций через процесс инновационного развития / С. Д. Бодрунов, Д. С. Демиденко, В. А. Плотников. – DOI 10.22394/1726-1139-2018-2-43-54 // Управленческое консультирование. – 2018. – № 2 (110). – С. 43–54. – EDN YUKBJV.

25. Бондаренко, В. А. Цифровая трансформация бизнеса в России: эмпирический срез / В. А. Бондаренко, Т. Б. Ерохина, Н. В. Гузенко // Детерминанты разви-

тия экономики России в условиях цифровой трансформации и обеспечения технологического суверенитета / Е. Н. Макаренко, Н. Г. Вовченко, Н. Г. Кузнецов и др.; под ред. Е. Н. Макаренко. – Ростов-на-Дону: РГЭУ, 2023. – С. 192–205.

26. Бондаренко, В. В. Особенности и тенденции развития российского рынка Private Banking / В. В. Бондаренко, Н. В. Одинцов // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2016. – № 12-3. – С. 549–555. – EDN XENYRN.

27. Боркова, Е. А. Цифровизация экономики на примере банковской системы / Е. А. Боркова, К. А. Осипова, Е. В. Светловидова, Е. В. Фролова. – DOI 10.18334/се.13.6.40734 // Креативная экономика. – 2019. – Т. 13, № 6. – С. 1153–1162. – EDN UEEWPM.

28. Василенко, Н. В. Цифровая экономика: концепции и реальность / Н. В. Василенко. – DOI 10.18720/IEP/2017.3/20 // Инновационные кластеры в цифровой экономике: теория и практика : тр. VIII Науч.-практ. конф. с междунар. участием (Санкт-Петербург, 17–22 мая 2017 г.). – Санкт-Петербург : СПбПУ, 2017. – С. 147–151. – EDN ZFCRZZ.

29. Ватлина, Л. В. Цифровизация и инновационное развитие экономики / Л. В. Ватлина, В. А. Плотников // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2023. – № 1 (139). – С. 106–113. – EDN OSBQSI.

30. Ватолкина, Н. Ш. Сущность и классификация электронных услуг как объекта управления / Н. Ш. Ватолкина // Национальная концепция качества: государственная и общественная защита прав потребителей : сб. тез. докл. Междунар. науч.-практ. конф. (Санкт-Петербург, 1 октября 2018 г.). – Санкт-Петербург : Культ-Информ-Пресс, 2018. – С. 205–209. – EDN YMGVQL.

31. Введение в «цифровую» экономику / А. В. Кешелава В. Г. Буданов, В. Ю. Румянцев [и др.] ; под общ. ред. А. В. Кешелава. – Москва : ВНИИГеосистем, 2017. – 28 с.

32. Веремеенко, О. С. Направления совершенствования механизма повышения эффективности услуг розничной торговли на рынке продовольственных това-

ров: трансформация традиционной бизнес-модели в цифровую / О. С. Веремеенко, Ю. Ю. Сулова, А. В. Волошин [и др.]. – DOI 10.34925/EIP.2022.139.2.068 // Экономика и предпринимательство. – 2022. – № 2 (139). – С. 372–377. – EDN GHRWVI.

33. Верзун, Н. А. Сетевая архитектура цифровой экономики / Н. А. Верзун, М. О. Колбанев, А. В. Омелян. – Санкт-Петербург : СПбГЭУ, 2018. – 156 с. – ISBN 978-5-7310-4563-6. – EDN ZCHJIL.

34. Веселов, А. И. Прогнозирование синергетического эффекта до объединения банков / А. И. Веселов // Экономический анализ: теория и практика. – 2011. – № 18 (225). – С. 25–29.

35. Вехи экономической мысли : в 6 т. / сост. и общ. ред. В. М. Гальперина. – Санкт-Петербург : Экономическая школа, 2000. – Т. 1: Теория потребительского поведения и спроса. – 380 с. – ISBN 5-900428-48-6.

36. Вишнякова, С. С. Формирование сферы электронных услуг в России : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Вишнякова Светлана Сергеевна. – Москва, 2007. – 187 с.

37. Власова, Н. Ю. Развитие локальных рынков услуг крупнейших городов в условиях долевой экономики / Н. Ю. Власова, Д. А. Карх // Экономика сферы услуг в условиях цифровизации. – Екатеринбург : УрГЭУ, 2020. – С. 55–68. – EDN RAWIOY.

38. Власова, Н. Ю. Риски цифрового неравенства при формировании электронного правительства / Н. Ю. Власова // Экономико-правовые проблемы обеспечения экономической безопасности : материалы IV Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 19 марта 2021 г.). – Екатеринбург : УрГЭУ, 2021. – С. 250–253. – EDN НКВМЕI.

39. Власова, Н. Ю. Цифровизация системы стратегического планирования в РФ / Н. Ю. Власова // Реформа системы государственного управления и государственной службы: ее современные эффективные модели : материалы Междунар. науч.-практ. конф. (Душанбе, 5–6 марта 2021 г.). – Душанбе: Академия государственного управления при Президенте Республики Таджикистан, 2021. – С. 55–58. – EDN AMXRPA.

40. Волкова, А. А. Цифровая экономика: сущность явления, проблемы и риски формирования и развития / А. А. Волкова, В. А. Плотников, М. В. Рукинов. – DOI 10.22394/1726-1139-2019-4-38-49 // Управленческое консультирование. – 2019. – № 4 (124). – С. 38–49. – EDN RPOCAD.

41. Волкова, М. М. Экономико-организационное моделирование цен на интерактивные информационные услуги : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.13 / Волкова Мария Михайловна. – Санкт-Петербург, 1994. – 168 с.

42. ВЦИОМ представляет данные опроса россиян, посвященного покупкам в интернете / ВЦИОМ. – URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/pokupki-v-internete-novaja-russkaja-norma> (дата обращения: 14.01.2022).

43. Гелисханов, И. З. Цифровые платформы в экономике: сущность, модели, тенденции развития / И. З. Гелисханов, Т. Н. Юдина, А. В. Бабкин. – DOI 10.18721/JE.11602 // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. – 2018. – Т. 11, № 6. – С. 22–36. – EDN YUKCIN.

44. Глазьев, С. Ю. Рынок в будущее. Россия в новых технологическом и мирохозяйственном укладах / С. Ю. Глазьев. – Москва : Книжный мир, 2018. – 765 с. – ISBN 978-5-6041071-1-9.

45. Глазьев, С. Ю. Эволюция технико-экономических систем: возможности и границы централизованного регулирования / С. Ю. Глазьев, Д. С. Львов, Г. Г. Фетисов. – Москва : Наука, 1992. – 207 с. – ISBN 5-02-012035-9.

46. ГнUTOва, А. А. Функционирование и развитие регионального рынка информационных услуг : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / ГнUTOва Анна Александровна. – Тольятти, 2010. – 20 с.

47. Головина, Т. А. Развитие цифровых платформ как фактор конкурентоспособности современных экономических систем / Т. А. Головина, А. В. Полянин, И. Л. Авдеева. – DOI 10.17072/1994-9960-2019-4-551-564 // Вестник Пермского университета. Серия: Экономика. – 2019. – Т. 14, № 4. – С. 551–564. – EDN NDBKWH.

48. Головцова, И. Г. Цифровая трансформация сферы услуг в новых условиях / И. Г. Головцова, М. Ю. Сучкова // Техничко-технологические проблемы сервиса. – 2020. – № 4 (54). – С. 81–86. – EDN RILDSD.

49. Гончаренко, Л. П. Цифровизация национальной экономики / Л. П. Гончаренко, С. А. Сыбачин. – DOI 10.26425/1816-4277-2019-8-32-38 // Вестник университета. – 2019. – № 8. – С. 32–38. – EDN UZMEDG.

50. Гончаренко, Л. С. Цифровая экономика как фактор социально-экономической трансформации России / Л. С. Гончаренко // Вестник Челябинского государственного университета: экономические науки. – 2019. – № 3, вып. 64. – С. 43–49.

51. Горбашко, Е. А. Анализ тенденций развития электронных услуг в Российской Федерации / Е. А. Горбашко, Н. Ш. Ватолкина // Техничко-технологические проблемы сервиса. – 2020. – № 3 (53). – С. 64–73. – EDN JLIJGF.

52. Горбашко, Е. А. Тенденции развития сферы услуг в условиях цифровой трансформации экономики / Е. А. Горбашко, Н. Ш. Ватолкина // Техничко-технологические проблемы сервиса. – 2019. – № 3 (49). – С. 45–51. – EDN XQMMWU.

53. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30 ноября 1994 г. № 51-ФЗ.

54. Гретченко, А. А. Сущность цифровой экономики, генезис понятия «цифровая экономика» и предпосылки ее формирования в России / А. А. Гретченко // Научно-аналитический журнал Наука и практика Российского экономического университета им. Г. В. Плеханова. – 2018. – Т. 10, № 3 (31). – С. 23–37. – EDN YMQLSZ.

55. Гретченко, А. И. Формирование цифровой экономики в России / А. И. Гретченко, И. В. Горохова, А. А. Гретченко // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. – 2018. – № 3 (99). – С. 3–11. – EDN URPLDI.

56. Дворядкина, Е. Б. Образовательные услуги регионального вуза в условиях цифровой трансформации экономики / Е. Б. Дворядкина, Д. А. Карх // Цифро-

вой регион: опыт, компетенции, проекты : тр. II Междунар. науч.-практ. конф. (Брянск, 19 ноября 2019 г.). – Брянск : БГИТУ, 2019. – С. 272–275. – EDN IUTQQE.

57. Демченко, С. К. Риски электронной коммерции: источники и возможности снижения / С. К. Демченко. – DOI 10.26730/2587-5574-2021-4-16-26 // Экономика и управление инновациями. – 2021. – № 4 (19). – С. 16–26. – EDN SAXXLN.

58. Денисова, А. Л. Качество информационных услуг: теория и методология : дис. ... д-ра экон. наук : 08.00.05 / Денисова Анна Леонидовна. – Тамбов, 2001. – 341 с.

59. Детерминанты развития экономики России в условиях цифровой трансформации и обеспечения технологического суверенитета / Е. Н. Макаренко, Н. Г. Вовченко, Н. Г. Кузнецов [и др.] ; под ред. Е. Н. Макаренко. – Ростов-на-Дону : РГЭУ, 2023. – 546 с. – ISBN 978-5-7972-3086-1.

60. Джевонс, У. Теория политической экономии : пер. с англ. / У. Джевонс. – Москва ; Челябинск : Социум, 2021. – 477 с. – ISBN 978-5-91603-144-7.

61. Длинные волны: научно-технический прогресс и социально-экономическое развитие / С. Ю. Глазьев, Г. И. Микерин, П. Н. Тесля [и др.]. – Новосибирск : Наука, 1991. – 224 с. – ISBN 5-02-029449-7. – EDN TRYTMX.

62. Доклад о цифровой экономике 2019. Создание стоимости и получение выгод: последствия для развивающихся стран : обзор / Организация Объединенных Наций. – URL: https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/der2019_overview_ru.pdf (дата обращения: 04.07.2020).

63. Долан, Э. Дж. Микроэкономика : пер. с англ. / Э. Дж. Долан, Д. Е. Линдсей ; под общ. ред. Б. С. Лисовик, В. Лукашевич. – Санкт-Петербург : Санкт-Петербург Оркестр, 1994. – 448 с. – ISBN 5-7062-0029-7.

64. Доля безналичных платежей в торговом обороте / СберИндекс. – URL: <https://sberindex.ru/ru/dashboards/dolya-beznala> (дата обращения: 17.06.2021).

65. Дракер, П. Посткапиталистическое общество / П. Дракер // Новая постиндустриальная волна на западе : антология / под ред. В. Л. Иноземцева. – Москва : Academia, 1999. – С. 67–100.

66. Дракер, П. Управление в обществе будущего : пер. с англ. / П. Друкер. – Москва : Вильямс, 2007. – 306 с. – ISBN 978-5-8459-1130-8.
67. Дудин, М. Н. Вызовы и угрозы цифровой экономики для устойчивости национальной банковской системы / М. Н. Дудин, С. В. Шкодинский. – DOI 10.26794/2587-5671-2022-26-6-52-71 // Финансы: теория и практика. – 2022. – Т. 26, № 6. – С. 52–71. – EDN GDJOCQ.
68. Дудин, М. Н. Цифровое предпринимательство в сфере услуг и торговом секторе: сущность, цели, задачи, оценка экономических выгод / М. Н. Дудин, З. К. Омарова // ЦИТИСЭ. – 2019. – № 1 (18). – С. 31. – EDN ZCWIPJ.
69. Дудин, М. Н. Элементы корреляционного анализа в оценке цифрового неравенства отдельных регионов России / М. Н. Дудин, С. В. Шкодинский, Д. И. Усманов. – DOI 10.31857/S042473880014670-6 // Экономика и математические методы. – 2022. – Т. 58, № 1. – С. 92–103. – EDN DEVOLW.
70. Дятел, Е. П. Услуга в системе экономических отношений / Е. П. Дятел // Журнал экономической теории. – 2010. – № 1. – С. 1–8. – EDN LLUDLX.
71. Ежова, Е. Н. Продвижение банковского сегмента в регионах: инструменты и технологии / Е. Н. Ежова, Е. А. Заможных, П. И. Срыбная // Российская школа связей с общественностью. – 2019. – № 12. – С. 25–38. – EDN YZOOJF.
72. Елисеева, А. А. Методический подход к оценке тенденций формирования и развития регионального рынка персональных услуг / А. А. Елисеева, Е. Б. Дворядкина. – DOI 10.25683/VOLBI.2022.61.460 // Бизнес. Образование. Право. – 2022. – № 4 (61). – С. 152–158. – EDN PMLGOZ.
73. Жидкова, О. С. Развитие системы оказания электронных государственных услуг населению: на примере Курганской области : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Жидкова Оксана Сергеевна. – Москва, 2013. – 150 с.
74. Жолудь, А. А. Экономическая ценность информационных электронных услуг органов местного самоуправления : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.01 / Жолудь Алексей Александрович. – Москва, 2012. – 25 с.
75. Жук, М. А. Оценка синергетического эффекта виртуальных интеграционных цепочек социально экономических субъектов региона / М. А. Жук // Вестник

Оренбургского государственного университета. – 2011. – № 8 (127). – С. 208–213. – EDN PATEND.

76. Заборовский, Д. А. Управление качеством услуг в условиях цифровой экономики / Д. А. Заборовский. – DOI 10.26163/RAEN.2019.86.21.005 // Вестник образования и развития науки Российской академии естественных наук. – 2019. – № 3. – С. 20–23. – EDN DZZYQT.

77. Завьялов, Д. В. Цифровые платформы как инструмент и условие конкурентоспособности страны на мировом рынке товаров и услуг / Д. В. Завьялов, Н. Б. Завьялова, Е. В. Киселева. – DOI 10.18334/eo.9.2.40608 // Экономические отношения. – 2019. – Т. 9, № 2. – С. 443–454. – EDN BLWKOG.

78. Заказ услуг через интернет. По опросу потребителей услуг / Data Insight. – URL: https://datainsight.ru/sites/default/files/DI_Avito_Service_order.pdf (дата обращения: 15.01.2021).

79. Зверева, А. О. Трансформация торговых услуг в цифровой экономике / А. О. Зверева, Е. Ю. Депутатова. – DOI 10.21686/2413-2829-2019-4-156-163 // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. – 2019. – № 4 (106). – С. 156–163. – EDN ODUFGE.

80. Зубарев, А. Е. Закономерности развития цифровой экономики / А. Е. Зубарев // Развитие цифровой экономики в России как ключевой фактор экономического роста и повышения качества жизни населения / Г. Н. Андреева, С. В. Бадалянц, Т. Г. Богатырева и др. – Нижний Новгород: Профессиональная наука, 2018. – С. 103–115.

81. Иваницкий, В. П. Финансовые циклы и финансовая политика / В. П. Иваницкий, В. М. Пищулов, М. П. Логинов. – Екатеринбург : УрГЭУ, 2020. – 222 с. – ISBN 978-5-9656-0294-0. – EDN EZAGJO.

82. Иванов, А. Е. Априорная оценка синергетического эффекта интеграции на основе нечетко-множественной модели определения коэффициента синергетического роста / А. Е. Иванов // Экономический анализ: теория и практика. – 2012. – № 42 (297). – С. 33–42. – EDN PFHAPR.

83. Иванченко, О. В. Тенденции развития агентского бизнеса digital-услуг / О. В. Иванченко, Е. В. Писарева. – DOI 10.23670/IRJ.2020.96.6.126 // Международный научно-исследовательский журнал. – 2020. – № 6-4 (96). – С. 69–73. – EDN YEFMFB.

84. Измалков, С. Теория экономических механизмов (Нобелевская премия по экономике 2007 г.) / С. Измалков, К. Сонин, М. Юдкевич // Вопросы экономики. – 2008. – № 1. – С. 4–26. – EDN JTXFZX.

85. Индикаторы инновационной деятельности: 2020 : стат. сб. / Л. М. Гохберг, К. А. Дитковский, Е. И. Евневич [и др.]. – Москва : НИУ ВШЭ, 2020. – 336 с. – ISBN 978-5-7598-2185-4. – DOI 10.17323/978-5-7598-2185-4. – EDN AHROOM.

86. Индикаторы цифровой экономики: 2017 : стат. сб. / Г. И. Абдрахманова, Л. М. Гохберг, М. А. Кевеш [и др.]. – М.: НИУ ВШЭ, 2017. – 320 с. – ISBN 978-5-7598-1592-1. – DOI 10.17323/978-5-7598-1592-1. – EDN ZBZXUV.

87. Индикаторы цифровой экономики: 2018 : стат. сб. / Г. И. Абдрахманова, К. О. Вишневский, Г. Л. Волкова [и др.]. – Москва : НИУ ВШЭ, 2018. – 268 с. – ISBN 978-5-7598-1770-3. – DOI 10.17323/978-5-7598-1770-3. – EDN XZGFBB.

88. Индикаторы цифровой экономики: 2019 : стат. сб. / Г. И. Абдрахманова, К. О. Вишневский, Л. М. Гохберг [и др.]. – Москва : НИУ ВШЭ, 2019. – 248 с. – DOI 10.17323/978-5-7598-1924-0. – EDN BРXDPR.

89. Индикаторы цифровой экономики: 2020 : стат. сб. / Г. И. Абдрахманова, К. О. Вишневский, Л. М. Гохберг [и др.]. – Москва : НИУ ВШЭ, 2020. – 360 с. – ISBN 978-5-7598-2194-6. – DOI 10.17323/978-5-7598-2194-6. – EDN RAKZLK.

90. Индикаторы цифровой экономики: 2021 : стат. сб. / Г. И. Абдрахманова, К. О. Вишневский, Л. М. Гохберг [и др.]. – Москва : НИУ ВШЭ, 2021. – 380 с. – ISBN 978-5-7598-2385-8. – DOI 10.17323/978-5-7598-2385-8. – EDN OUNNIJ.

91. Инновационное развитие сферы услуг в национальной экономике / Г. В. Астратова, Е. В. Баженова, Н. В. Брыксина [и др.]. – Екатеринбург : УрГЭУ, 2016. – 339 с. – ISBN 978-5-9656-0253-7. – EDN XHUTZF.

92. Иофис, М. В. Формирование рынка информационных услуг : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Иофис Михаил Викторович. – Москва, 1998. – 150 с.

93. Исследование РАЭК: экономика Рунета в эпоху COVID-19 – растем и трансформируемся / РАЭК. – URL: <https://raec.ru/live/raec-news/11580/> (дата обращения: 08.07.2020).

94. Итоги работы Банка России: кратко о главном / ЦБ РФ. – URL: <https://cbr.ru/StaticHtml/File/117647/annualshort.pdf> (дата обращения: 16.06.2021).

95. Ишимбаев, Р. Н. Эволюция теоретических концепций информационной экономики / Р. Н. Ишимбаев // Интеллект. Инновации. Инвестиции. – 2013. – № 2. – С. 34–38. – EDN QBWXJD.

96. Карпачев, Д. В. Применение блокчейн-технологий в функционировании фондов прямых инвестиций / Д. В. Карпачев, Е. Г. Князева // Российские регионы в фокусе перемен : сб. докл. XIII Междунар. конф. (Екатеринбург, 15–17 ноября 2018 г.) : в 2 т. – Екатеринбург : УМЦ УПИ, 2019. – Т. 2. – С. 563–569. – EDN PIEMHG.

97. Карпова, Г. А. Проблемы цифровой трансформации сферы услуг: инновационный, экономический и социальный аспекты / Г. А. Карпова, Л. В. Хорева, А. В. Шраер. – DOI 10.26163/GIEF.2023.97.42.029 // Журнал правовых и экономических исследований. – 2023. – № 2. – С. 192–201. – EDN QIENTH.

98. Карх, Д. А. Методические подходы к оценке эффективности предприятия общественного питания на современном этапе развития экономики / Д. А. Карх, З. О. Фадеева, В. М. Гаянова // Человек. Спорт. Медицина. – 2018. – № 2. – С. 62.

99. Карх, Д. А. Розничная торговля – драйвер развития потребительского рынка региона / Д. А. Карх // Урал – XXI век: регион инновационного развития : материалы II Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 29–30 ноября 2017 г.) : в 2 т. – Екатеринбург : УрГЭУ, 2017. – Т. 2. – С. 106–113. – EDN YORUVS.

100. Карх, Д. А. Экономическая и социальная эффективность услуг розничной торговли : дис. ... д-ра экон. наук : 08.00.05 / Карх Дмитрий Андреевич. – Екатеринбург, 2010. – 304 с.

101. Касаткина, С. В. Управление рисками в сфере электронных банковских услуг : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.13 / Касаткина Светлана Владимировна. – Москва, 2006. – 207 с.

102. Кастельс, М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура : пер. с англ. / М. Кастельс . – Москва : ГУ ВШЭ, 2000. – 606 с. – ISBN 5-7598-0069-8.

103. Кастельс, М. Информационное общество и государство благосостояния: финская модель : пер. с англ. / М. Кастельс, П. Химанен. – Москва : Логос, 2002. – 219 с. – ISBN 5-8163-0040-7.

104. Кейнс, Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег : пер. с англ. / Дж. М. Кейнс. – Москва : Гелиос АРВ, 2002. – 352 с.

105. Кешелава, А. В. Предмет цифровой экономики и роль цифровых инструментов / А. В. Кешелава, И. Л. Хае // Цифровая экономика. – 2019. – № 2 (6). – С. 87–95. – EDN JPVVYD.

106. Князева, Е. Г. Цифровая экономика: финансы и кредит / Е. Г. Князева // Российские регионы в фокусе перемен : сб. докл. XII Междунар. конф. (Екатеринбург, 16–18 ноября 2017 г.) : в 2 т. – Екатеринбург : УМЦ УПИ, 2018. – Т. 2. – С. 345–348. – EDN YZGJBR.

107. Ковалев, В. Е. Цифровизация локального продуктового ритейла: возможности и ограничения / В. Е. Ковалев, Е. А. Антинескул, В. Д. Добровлянин. – DOI 10.33305/224-24 // АПК: экономика, управление. – 2022. – № 4. – С. 24–34. – EDN GISMDB.

108. Кондратьев, Н. Д. Большие циклы конъюнктуры и теория предвидения / Н. Д. Кондратьев. – Москва : Экономика, 2002. – 765 с. – ISBN 5-282-02181-1.

109. Кондратьев, Н. Д. Избранные сочинения / Н. Д. Кондратьев. – Москва : Экономика, 1993. – 542 с. – ISBN 5-282-01499-8.

110. Кондратьев, Н. Д. Проблемы экономической динамики / Н. Д. Кондратьев. – Москва : Экономика, 1989. – 523 с. – ISBN 5-282-00700-2.

111. Конотопов, М. В. Цикличность экономического развития / М. В. Конотопов, К. А. Гореликов // Ежегодник «Виттевские чтения». – 2014. – № 1. – С. 4–8. – EDN STWVIB.

112. Концепция развития регулирования отношений в сфере технологий искусственного интеллекта и робототехники до 2024 г. – URL: <https://www.econo->

my.gov.ru/material/file/57ff642339b16c479b12030fb5f1b6e3/19082020_2129-p.pdf
(дата обращения: 01.07.2021).

113. Конькова, Е. Д. К вопросу об особенностях трансформации предпринимательства в российской сфере услуг / Е. Д. Конькова, Ю. Г. Кузменко // Проблемы современной экономики. – 2015. – № 2 (54). – С. 322–325. – EDN UFHGQP.

114. Коробкова, О. К. Цифровизация как новый этап генезиса услуг сферы здравоохранения / О. К. Коробкова. – DOI 10.25683/VOLBI.2020.50.169 // Бизнес. Образование. Право. – 2020. – № 1 (50). – С. 255–261. – EDN AKLCOO.

115. Коробкова, О. К. Цифровые платформы как новый этап развития услуг индустрии здоровья / О. К. Коробкова // Российский экономический интернет-журнал. – 2019. – № 2. – URL: <https://www.e-rej.ru/Articles/2019/Korobkova.pdf> (дата обращения: 18.02.2022). – EDN HFPZKI.

116. Коробов, Ю. И. Поведение потребителей банковских услуг в цифровой экономике / Ю. И. Коробов. – DOI 10.25198/2077-7175-2019-6-55 // Интеллект. Инновации. Инвестиции. – 2019. – № 6. – С. 55–60. – EDN ASAYCO.

117. Костин, К. Б. Современные бизнес-модели электронной коммерции / К. Б. Костин, А. Н. Субоч. – DOI 10.18334/vines.10.3.110593 // Вопросы инновационной экономики. – 2020. – Т. 10, № 3. – С. 1623–1642. – EDN YPBKMB.

118. Криворучко, С. В. Трансформация инфраструктуры платежной отрасли в условиях перехода к цифровой экономике / С. В. Криворучко, В. А. Лопатин, А. С. Небера. – DOI 10.26794/1999-849X-2021-14-3-30-43 // Экономика. Налоги. Право. – 2021. – Т. 14, № 3. – С. 30–43. – EDN LAQPSH.

119. Криворучко, С. В. Трансформация платежных услуг под влиянием цифровых технологий: роль пользовательского опыта / С. В. Криворучко, А. С. Небера // Банковское дело. – 2021. – № 8. – С. 57–63. – EDN GHHLOZ.

120. Креницкий, В. А. Цифровая экономика: перспективы и угрозы / В. А. Креницкий // Ученые записки. – 2018. – Т. 16. – С. 155–165. – EDN VYCSAO.

121. Кузменко, Ю. Г. Факторы, влияющие на развитие предпринимательской инициативы в розничной торговле и общественном питании / Ю. Г. Кузменко,

А. Б. Левина, И. Г. Матвеева // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – № 3. – URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=13357> (дата обращения: 18.04.2022). – EDN SYZPCP.

122. Кузнецов, Б. Л. Введение в экономическую синергетику / Б. Л. Кузнецов. – Набережные Челны : Издательство КамПИ, 1999. – 326 с. – ISBN 5-230-29434-5. – EDN WJZAUN.

123. Кульман, А. А. Экономические механизмы / А. Кульман ; пер. с фр. под общ. ред. Н. И. Хрустальной. – Москва : Прогресс ; Универс, 1993. – 188 с. – ISBN 5-01-004188-X.

124. Купчишина, Е. В. Эволюция концепций цифровой экономики как феномена неэкономии / Е. В. Купчишина // Государственное управление. Электронный вестник. – 2018. – № 68. – С. 426–444. – EDN XUMNVJ.

125. Курегян, С. В. Механизмы взаимодействия цифрового производства, цифровых услуг и цифровых бизнес-моделей / С. В. Курегян, Ю. В. Мелешко // Техничко-технологические проблемы сервиса. – 2021. – № 2 (56). – С. 90–94. – EDN SNDEM V.

126. Лapidус, Л. В. Вызовы цифровой экономики как триггеры цифровой трансформации: эволюционная шкала и причинно-следственные связи / Л. В. Лapidус. – DOI 10.25198/2077-7175-2023-3-11 // Интеллект. Инновации. Инвестиции. – 2023. – № 3. – С. 11–27.

127. Лapidус, Л. В. Осведомленность поколения Z о технологиях цифровой трансформации бизнеса в условиях технологического сдвига / Л. В. Лapidус, Л. А. Сорокина, А. О. Гостилович. – DOI 10.17072/2218-9173-2020-4-618-638 // Ars Administrandi (Искусство управления). – 2020. – Т. 12, № 4. – С. 618–638. – EDN TUSMTH.

128. Ларин, С. Н. Постиндустриальная экономика: концептуальные особенности развития и стратегии экономического роста стран-лидеров / С. Н. Ларин, Н. А. Соколов. – DOI 10.5281/zenodo.1218435 // Бюллетень науки и практики. – 2018. – Т. 4, № 4. – С. 305–321. – EDN XMFХЕТ.

129. Логинов, М. Экономические механизмы: сущность, классификация, кибернетический подход / М. Логинов // Проблемы теории и практики управления. – 2015. – № 9. – С. 94–102. – EDN UKWIUT.

130. Логинов, М. П. Дорожные карты: понятие, сущность, классификация / М. П. Логинов // Проблемы управления. – 2017. – № 5. – С. 2–17.

131. Логинов, М. П. Межрегиональный проект: теория, методология, практика / М. П. Логинов, А. А. Муринович. – Екатеринбург : РАНХиГС, 2017. – 146 с. – EDN ZTVLUX.

132. Логинов, М. П. Особенности системы ипотечных услуг в России / М. П. Логинов. – Екатеринбург : УрАГС, 2009. – 335 с. – ISBN 978-5-8056-0199-7. – EDN QUHCQN.

133. Логинов, М. П. Развитие ипотечного комплекса России (синергетический подход) / М. П. Логинов // Финансы и кредит. – 2009. – № 36 (372). – С. 30–36. – EDN KVACQP.

134. Майорова, Е. А. Систематизация показателей развития электронной торговли / Е. А. Майорова, А. Ф. Никишин, Т. В. Панкина. – DOI 10.26140/anie-2020-0901-0059 // Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2020. – Т. 9, № 1 (30). – С. 244–247. – EDN XHDLLH.

135. Макконнелл, К. Р. Экономикс: принципы, проблемы и политика : пер. с 16-го англ. изд. / К. Р. Макконнелл, С. А. Брю. – Москва : ИНФРА-М, 2007. – 940 с. – ISBN 5-16-002468-9

136. Малое предпринимательство и социально-экономическое развитие территории / Е. М. Козаков, С. В. Дорошенко, А. И. Татаркин [и др.]. – Екатеринбург : ИЭ УрО РАН, 2012. – 431 с. – ISBN 978-5-94646-384-3. – EDN QVKHTL.

137. Марамыгин, М. С. Понятие розничного банковского продукта / М. С. Марамыгин, А. В. Поваров // Известия Уральского государственного экономического университета. – 2011. – № 2 (34). – С. 22–28. – EDN PAKDCJ.

138. Маркс, К. Капитал. Критика политической экономии : в 3 т. : пер. с нем. / К. Маркс. – М.: Политиздат, 1983. – Т. 1, кн. 1: Процесс производства капитала. – 905 с.

139. Маршалл, А. Принципы экономической науки : в 3 т. : пер. с англ. / А. Маршалл. – Москва : Прогресс, 1993. – ISBN 5-01-004201-0.

140. Маслова, М. С. Электронная торговля услугами в условиях новой экономики / М. С. Маслова, Б. Н. Панышин // Экономика и банки. – 2015. – № 1. – С. 47–53. – EDN UIFSET.

141. Медунецкий, В. М. Основные этапы развития технических наук / В. М. Медунецкий, К. В. Силаева. – Санкт-Петербург : Университет ИТМО, 2016. – 67 с.

142. Мерзликина, Г. С. Метод определения синергетического эффекта различных видов интегрированных формирований в промышленности / Г. С. Мерзликина, Ю. В. Качапкина // ФЭС: Финансы. Экономика. Стратегия. – 2011. – № 10. – С. 16–20. – EDN OPFWDF.

143. Механизмы управления / В. Н. Бурков, И. В. Буркова, М. В. Губко [и др.] ; под ред. Д. А. Новикова. – Москва : URSS, 2011. – 192 с. – ISBN 978-5-9710-0342-7. – EDN RCIPMP.

144. Мещеряков, Б. Г. Соотношение аналитических и аффективных оценок при виртуальном выборе товара потребителем / Б. Г. Мещеряков, А. И. Назаров, Я. В. Шокин. – DOI 10.17759/exrpsy.2022150404 // Экспериментальная психология. – 2022. – Т. 15, № 4. – С. 68–83. – EDN RLILAJ.

145. Мизес, Л. фон. Человеческая деятельность. Трактат по экономической теории / Л. фон Мизес. – Челябинск : Социум, 2008. – 878 с.

146. Мировой финансовый рынок и Россия : обзор 2021 / М. М. Абреков, П. В. Алексеев, Т. В. Белянчикова [и др.] – Москва : КноРус, 2022. – Т. 2. – 242 с. – ISBN 978-5-406-10232-9. – EDN YYYNZH.

147. Мировые финансы в условиях системных, технологических и экологических трансформаций / И. А. Балюк, Г. А. Бунич, А. Г. Глебова [и др.] ; под ред. Е. С. Соколовой, А. В. Кузнецова. – Москва : КноРус, 2024. – 232 с. – ISBN 978-5-406-12009-5. – EDN UBGSSQU.

148. Миронов, Л. В. Информационная инфраструктура и информационная безопасность как главные приоритеты развития цифровой экономики / Л. В. Миро-

нов, М. Л. Шер // Развитие цифровой экономики в России как ключевой фактор экономического роста и повышения качества жизни населения / Г. Н. Андреева, С. В. Бадальянц, Т. Г. Богатырева и др. – Нижний Новгород: Профессиональная наука, 2018. – С. 81–102.

149. Мисюра, А. В. Предпринимательские экосистемы: новый взгляд на развитие территорий и отраслей / А. В. Мисюра, С. В. Орехова // Наука – образование – экономика: новые тренды и риски : сб. науч. тр. IX Урал. науч. чтений профессоров и докторантов гуманитарных наук (Екатеринбург, 8 февраля 2022 г.). – Екатеринбург : УрГЭУ, 2022. – С. 41–46. – EDN BLREZQ.

150. Митчелл, У. К. Экономические циклы: проблема и ее постановка : пер. с англ. / У. К. Митчелль. – Москва ; Ленинград : Гос. изд-во, 1930. – 504 с.

151. Михаил Мишустин провел стратегическую сессию по формированию национального проекта «Экономика данных» / Правительство России. – URL: <http://government.ru/news/50172/> (дата обращения: 24.11.2023).

152. Михеев, С. С. Private banking и конкурентные преимущества российских средних банков / С. С. Михеев, М. В. Сбруйкина, В. А. Успенский // Мир новой экономики. – 2016. – № 3. – С. 66–73. – EDN WMIGKV.

153. Мокроносов, А. Г. Малые предприятия на региональном рынке услуг технического сервиса / А. Г. Мокроносов, В. А. Придвижкин, П. Г. Воронин. – DOI 10.24411/2077-7639-2019-10046 // Дискуссия. – 2019. – № 6 (97). – С. 33–46. – EDN WFDHZC.

154. Мокроносов, А. Г. Развитие конкуренции на рынке социальных услуг сельских поселений Свердловской области в методологии регионального стандарта / А. Г. Мокроносов, Е. С. Огородникова, А. Е. Плахин. – DOI 10.32417/1997-4868-2020-198-7-85-96 // Аграрный вестник Урала. – 2020. – № 7 (198). – С. 85–96. – EDN WCWWVB.

155. Муринович, А. А. Основы построения региональной дорожной карты / А. А. Муринович, М. П. Логинов // Управленец. – 2016. – № 6 (64). – С. 32–41. – EDN XSCZWJ.

156. Мусаев, Л. А. Оценка синергетического эффекта экономических систем / Л. А. Мусаев // Вестник Южно-Российского государственного технического университета (НПИ). Серия: Социально-экономические науки. – 2011. – № 3. – С. 132–137. – EDN OFWXMD.

157. Неговская, Т. Ю. Особенности развития рынка информационных услуг : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Неговская Татьяна Юрьевна. – Москва, 2001. – 176 с.

158. Некоторые аспекты современного банкинга / М. С. Марамыгин, Л. И. Юзвович, Н. Н. Мокеева [и др.]. – Екатеринбург : Альфа Принт, 2019. – 368 с. – EDN IZSINC.

159. Нестеренко, Е. С. Цифровая услуга и ее роль в социально-экономическом развитии России / Е. С. Нестеренко // Исследование, систематизация, кооперация, развитие, анализ социально-экономических систем в области экономики и управления (ИСКРА – 2019) : сб. тр. II Всерос. школы-симпозиума молодых ученых (Симферополь–Судак, 2–4 октября 2019 г.). – Симферополь–Судак : Ариал, 2019. – С. 181–185. – EDN IFIPLE.

160. Нечеухина, Н. С. Инструментарий исследования и оценки потенциала потребительского рынка услуг в трансформируемой экономике / Н. С. Нечеухина, О. В. Мустафина. – DOI 10.18721/JE.13509 // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. – 2020. – Т. 13, № 5. – С. 120–135. – EDN YHAVOM.

161. Нечеухина, Н. С. Роль торговли в реиндустриализации экономики России / Н. С. Нечеухина, О. В. Мустафина // Новая индустриализация России: экономика – наука – человек – природопользование : сб. науч. тр. VII Урал. науч. чтений профессоров и докторантов (Екатеринбург, 4–5 февраля 2020 г.). – Екатеринбург : УрГЭУ, 2020. – С. 127–134. – EDN PGVZDE.

162. Новикова, К. В. Минимизация потерь продовольственного ритейла в России / К. В. Новикова, Е. А. Антинескул, В. Е. Ковалев. – DOI 10.24412/2071-6435-2022-3-73-92 // ЭТАП: экономическая теория, анализ, практика. – 2022. – № 3. – С. 73–92. – EDN OKLFCY.

163. Новикова, Н. В. Влияние цифровых технологий на развитие региональных потребительских рынков / Н. В. Новикова, Л. С. Дианова // Урал – драйвер неоиндустриального и инновационного развития России : материалы III Урал. экон. форума (Екатеринбург, 21–22 октября 2021 г.). – Екатеринбург: УрГЭУ, 2021. – С. 182-187. – EDN PQZGOR.

164. Новикова, Н. В. Пандемия COVID-19 – катализатор цифровой трансформации регионального потребительского рынка / Н. В. Новикова, Л. С. Дианова // Наука – образование – экономика: новые тренды и риски : Сборник научных трудов IX Урал. науч. чтений профессоров и докторантов гуманитарных наук (Екатеринбург, 8 февраля 2022 г.). – Екатеринбург: УрГЭУ, 2022. – С. 72–81. – EDN GWJHVB.

165. Новикова, Н. В. Цифровая трансформация – важнейший фактор резильентности регионального потребительского рынка / Н. В. Новикова, Л. С. Дианова, Е. В. Строгонова // Экономико-правовые проблемы обеспечения экономической безопасности : материалы V Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 17 марта 2022 г.). – Екатеринбург : УрГЭУ, 2022. – С. 57–64. – EDN RAYKWH.

166. Новикова, С. И. Развитие устойчивости сферы услуг в экосистеме макросреды в условиях кризиса / С. И. Новикова, Е. В. Щербенко. – DOI 10.17516/2782-2214-0025 // Торговля, сервис, индустрия питания. – 2021. – Т. 1, № 3. – С. 283–297. – EDN RQRXGJ.

167. Новые подходы к региональному развитию: наука, экология, экономика / Ю. П. Качановский, П. В. Сараев, А. М. Корнеев [и др.] ; под общ. ред. Т. Г. Пильневой. – Воронеж : Ритм, 2018. – 202 с. – ISBN 978-5-6041235-9-1. – EDN YLYLCX.

168. Ноздрева, И. Е. Развитие рынка privatebanking в России / И. Е. Ноздрева, С. Ю. Сивакова // Наука Красноярья. – 2017. – Т. 6, № 4–3. – С. 278–284.

169. Нюренбергер, Л. Б. Онлайн-предпринимательство в сфере потребительских товаров и услуг: практический опыт, тренды / Л. Б. Нюренбергер, И. Ю. Севрюков, С. П. Киселев. – DOI 10.21295/2223-5639-2019-6-398-408 // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2019. – № 6 (79). – С. 398–408. – EDN ROHTGT.

170. О внесении изменений в Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей : федер. закон от 31 июля 2020 г. № 290-ФЗ

171. О внесении изменений в Федеральный закон «Об электронной подписи» и статью 1 Федерального закона «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля : федер. закон от 27 декабря 2019 г. № 476-ФЗ.

172. О внесении изменений в части первую, вторую и статью 1124 части третьей Гражданского кодекса Российской Федерации : федер. закон от 18 марта 2019 г. № 34-ФЗ.

173. О внесении изменений в часть вторую Налогового кодекса Российской Федерации и статью 9 Федерального закона «О внесении изменений в части первую и вторую Налогового кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации о налогах и сборах» : федер. закон от 15 апреля 2019 г. № 63-ФЗ.

174. О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 г. : указ Президента РФ от 21 июля 2020 г. № 474.

175. О персональных данных : федеральный закон от 27 июля 2006 г. № 152-ФЗ.

176. О совершении финансовых сделок с использованием финансовой платформы : федер. закон от 20 июля 2020 г. № 211-ФЗ.

177. О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации : указ Президента РФ от 2 июля 2021 г. № 400.

178. О стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 гг. : указ Президента РФ от 9 мая 2017 г. № 203.

179. О федеральной целевой программе «Электронная Россия (2002–2010 гг.)» : постановление Правительства РФ от 28 января 2002 г. № 65.

180. О цифровых финансовых активах, цифровой валюте и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации : федер. закон от 31 июля 2020 г. № 259-ФЗ.

181. Об утверждении Концепции развития регулирования отношений в сфере технологий искусственного интеллекта и робототехники до 2024 г. : распоряжение Правительства РФ от 19 августа 2020 г. № 2129-р.

182. Об утверждении программы «Цифровая экономика Российской Федерации» : распоряжение Правительства РФ от 28 июля 2017 г. № 1632-р.

183. Оборин, М. С. Региональные тенденции развития потребительских цифровых технологий сферы услуг / М. С. Оборин. – DOI 10.24412/1995-042X-2022-1-143-151 // Сервис в России и за рубежом. – 2022. – Т. 16, № 1 (98). – С. 143–151. – EDN VWEQEG.

184. Оборин, М. С. Стратегические направления развития сферы услуг в цифровой среде / М. С. Оборин, И. В. Митрофанова. – DOI 10.34670/AR.2020.22.62.017 // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2020. – Т. 10, № 9-1. – С. 162–175. – EDN XZEQGV.

185. Оборин, М. С. Формирование конкурентных преимуществ сферы торговых услуг региона / М. С. Оборин // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Экономика и управление. – 2019. – Т. 5 (71), № 1. – С. 75–86. – EDN PSRZPQ.

186. Огнева, Э. Н. Классификация электронных информационных услуг как инструмент управления качеством / Э. Н. Огнева. – DOI 10.20913/2618-7515-2018-2-122-131 // Труды ГПНТБ СО РАН. – 2018. – № 13-2. – С. 122–131. – EDN CУJХЕВ.

187. Орехова, С. В. Экосистемы и новая конкуренция: феномен «яйца и курицы» / С. В. Орехова, Н. Ю. Ярошевич. – DOI 10.22394/2304-3369-2022-2-34-48 // Вопросы управления. – 2022. – № 2 (75). – С. 34–48. – EDN ZQТНТG.

188. Основные направления деятельности Правительства Российской Федерации. – URL: <http://economy.gov.ru/minec/activity/sections/strategicPlanning/government> (дата обращения: 05.08.2018).

189. Основные направления единой государственной денежно-кредитной политики на 2023 г. и период 2024 и 2025 гг. / Банк России. – URL:

[https://cbr.ru/Content/Document/File/139691/on_2023\(2024-2025\).pdf](https://cbr.ru/Content/Document/File/139691/on_2023(2024-2025).pdf) (дата обращения: 13.08.2022).

190. Основные направления реализации цифровой повестки Евразийского экономического союза до 2025 г. : утверждены Решением Высшего Евразийского экономического совета от 11 октября 2017 г. № 12.

191. Паньшин, Б. Н. Развитие рынка услуг электронной торговли / Б. Н. Паньшин // Наука и инновации. – 2013. – Т. 11, № 129. – С. 8–11.

192. Паньшин, Б. Н. Цифровая экономика: особенности и тенденции развития / Н. Б. Паньшин // Наука и инновации. – 2016. – Т. 3, № 157. – С. 17–20.

193. Паспорт национального проекта «Национальная программа „Цифровая экономика Российской Федерации“» : утвержден президиумом Совета при Президенте РФ по стратегическому развитию и национальным проектам, протокол от 4 июня 2019 г. № 7.

194. Перес, К. Технологические революции и финансовый капитал: динамика пузырей и периодов процветания : пер. с англ. / К. Перес. – Москва : Дело, 2011. – 231 с. – ISBN 978-5-7749-0626-0.

195. Перечень поручений по итогам конференции по искусственному интеллекту. – URL: <http://www.kremlin.ru/acts/assignments/orders/64859/print> (дата обращения: 05.01.2021).

196. Перечень системно значимых кредитных организаций на 29 октября 2020 г. / Центральный банк Российской Федерации. – URL: https://cbr.ru/banking_sector/credit/SystemBanks.html/ (дата обращения: 29.06.2021).

197. Пиле, Я. Э. Цифровая экономика: точки роста интернет-торговли / Я. Э. Пиле. – DOI 10.25799/AR.2019.91.2.011 // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2019. – Т. 9, № 2-1. – С. 126–135. – EDN VZUBGF.

198. Пирогова, О. Е. Оценка устойчивости экономического развития торговых предприятий в условиях цифровой экономики / О. Е. Пирогова. – Санкт-Петербург : Университетская книга, 2019. – 175 с. – ISBN 978-5-907205-67-3.

199. Пирогова, О. Е. Прогнозирование динамики электронной коммерции в структуре российского ритейла / О. Е. Пирогова, Б. А. Бабарин. – DOI

10.34286/1995-4638-2021-76-1-56-64 // Международный научный журнал. – 2021. – № 1. – С. 56–64. – EDN FYFDBK.

200. Поведение пользователей в мобильных приложениях 2020: Россия : отчет / Criteo. – URL: <https://www.criteo.com/ru/wp-content/uploads/sites/10/2020/07/Deck-GlobalAppSurvey-2020-RU-RU.pdf> (дата обращения: 09.01.2021).

201. Половова, Т. А. П. О синергетическом эффекте в оценке экономической устойчивости социально-экономических систем / Т. А. П. Половова, Ю. В. Гусев // Экономика и предпринимательство. – 2016. – № 3-1 (68). – С. 806–811. – EDN VUEFIV.

202. Полянин, А. В. Цифровая трансформация деятельности предпринимательских структур / А. В. Полянин, Т. А. Головина, Ю. В. Вертакова. – DOI 10.18413/2411-3808-2018-45-4-632-641 // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Экономика. Информатика. – 2018. – Т. 45, № 4. – С. 636–645. – EDN YVOTVR.

203. Попов, Е. А. Концептуальная сущность услуг в информационно-сервисной экономике / Е. А. Попов. – Самара : СГЭУ, 2007. – 126 с. – ISBN 978-5-94622-240-2.

204. Попов, Е. В. Рынок информационных услуг: особенности анализа и функционирования / Е. В. Попов, И. С. Кац // Вестник УГТУ-УПИ. Серия: Экономика и управление. – 2005. – № 1. – С. 5–11. – EDN JUKKRD.

205. Попов, Е. В. Теория анализа рынка / Е. В. Попов, А. И. Татаркин. – Екатеринбург: ИЭ УрО РАН, 2000. – 219 с. – ISBN 5-7691-1064-3.

206. Попова, Е. В. Анализ цифровых платформ, применяемых для эффективной реализации цепочек создания ценности / Е. В. Попова, А. И. Семенов // Инновации и инвестиции. – 2019. – № 8. – С. 234–237. – EDN IDHBAG.

207. Потенциал // Большая советская энциклопедия онлайн. – URL: <https://bse.slovaronline.com/31942-POTENTIAL> (дата обращения: 05.07.2018).

208. Потенциал // Толковый словарь Д. Н. Ушакова онлайн. – URL: <https://ushakovdictionary.ru/word.php?wordid=55068> (дата обращения: 05.07.2018).

209. Предпринимательство и инновации: от предприятий к экосистемам / И. А. Аренков, Г. Л. Багиев, К. А. Белокрылов [и др.] ; под общ. ред. И. А. Аренкова, Е. А. Мидлер, Е. Г. Черновой. – Санкт-Петербург : СПбГЭУ, 2023. – 267 с. – ISBN 978-5-7310-6179-9.

210. Предприятие в условиях цифровой трансформации: экономика и управление / Я. П. Силин, А. Н. Головина, Е. Л. Андреева [и др.] ; под. ред. Я. П. Силина. – Екатеринбург: Трикс, 2021 – 338 с. – ISBN 978-5-6046523-4-3. – EDN WHCGBO

211. Проблемы и тенденции развития сферы услуг в условиях цифровизации / Ю. Л. Александров, Т. Ю. Анопченко, Т. Г. Бутова [и др.]. – 2-е изд., перераб. и доп. – Красноярск : СФУ, 2023. – 260 с. – ISBN 978-5-7638-4866-3. – EDN OCFJND.

212. Программа «Цифровая экономика Российской Федерации» : утверждена распоряжением Правительства РФ от 28 июля 2017 г. № 1632-р.

213. Промышленная политика России / И. В. Разорвин, В. И. Салчинский, А. В. Анисимов, Н. В. Усова [и др.]. – Екатеринбург: Уральский институт – филиал РАНХиГС, 2013. – 296 с. – ISBN 978-5-8056-0311-3.

214. Пшеничников, В. В. Перспективы и риски применения электронных денег в условиях цифровизации экономики / В. В. Пшеничников // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2018. – № 1 (109). – С. 39–45. – EDN TEEOEJ.

215. Пьянкова, С. Г. Механизмы повышения эффективности и качества услуг в условиях цифровой экономики: зарубежный и отечественный опыт / С. Г. Пьянкова // Управленческий и сервисный потенциал цифровой экономики: проблемы и перспективы : материалы Междунар. науч.-практ. конф. (Омск, 14–15 мая 2020 г.). – Омск : ОмГТУ, 2020. – С. 99–105. – EDN TFDKVK.

216. Пьянкова, С. Г. Продвижение вуза на рынке образовательных услуг в условиях пространственной интеграции университетов / С. Г. Пьянкова, И. В. Митрофанова, О. Т. Ергунова, Е. Б. Жемерикина. – DOI 10.15688/re.volsu.2020.3.4 // Региональная экономика. Юг России. – 2020. – Т. 8, № 3. – С. 32–48. – EDN MINQXX.

217. Пьянкова, С. Г. Совершенствование отраслевых и региональных рынков услуг: российский и зарубежный опыт / С. Г. Пьянкова. – DOI 10.17513/fr.42834 // *Фундаментальные исследования*. – 2020. – № 8. – С. 97–102. – EDN PSNVZQ.

218. Развитие цифровой экономики в России как ключевой фактор экономического роста и повышения качества жизни населения / Г. Н. Андреева, С. В. Бадальянц, Т. Г. Богатырева [и др.]. – Нижний Новгород : Профессиональная наука, 2018. – 131 с. – ISBN 978-1-370-96063-7. – EDN YRUVXB.

219. Развитие экономических систем в цифровой экономике: маркетинг, сфера услуг, логистика / Г. Л. Азоев, О. Н. Быкова, А. П. Гарнов [и др.] ; под ред. И. Б. Стукаловой и др. – Москва : Русайнс, 2020. – 262 с. – ISBN 978-5-4365-6619-1. – EDN LUZDJS.

220. Развитие экономических систем: теория, методология, практика / Б. Н. Герасимов, О. И. Уланова, Е. Н. Смирнов [и др.] ; под общ. ред. Б. Н. Герасимова. – Пенза : ПГАУ, 2020. – 198 с. – ISBN 978-5-907181-77-9. – EDN CMIGSI.

221. Разорвин, И. В. Маркетинговый потенциал агропромышленного комплекса Свердловской области / И. В. Разорвин, Н. В. Усова, Н. А. Данилов. – DOI 10.24411/2077-7639-2018-10016 // *Дискуссия*. – 2018. – № 6 (91). – С. 60–68. – EDN YSTOXZ.

222. Разорвин, И. В. Сегментация потребительских рынков крупных городов Урала как инструмент формирования маркетинговых приоритетов их развития / И. В. Разорвин, В. М. Шарапова, Н. В. Усова // *Вопросы управления*. – 2016. – № 1 (38). – С. 66–76.

223. Разорвин, И. В. Совершенствование товародвижения агропродукции Свердловской области. – DOI 10.32417/article_5d47f93b8fae50.91935140 / И. В. Разорвин, Н. В. Усова, Н. В. Бардасова // *Аграрный вестник Урала*. – 2019. – № 6 (185). – С. 93–98. – EDN PSQABB.

224. Разорвин, И. В. Сравнительный анализ каналов сбыта услуг / И. В. Разорвин, Н. В. Усова // *Научный вестник Уральской академии государственной службы: политология, экономика, социология, право*. – 2009. – № 3 (8). – С. 99–103. – EDN MMBCPR.

225. Реестр кредитных организаций, признанных Банком России значимыми на рынке платежных услуг / Центральный банк Российской Федерации. – URL: <https://cbr.ru/registries/nps/reestr/> (дата обращения: 29.06.2021).

226. Резник, И. А. Развитие электронных банковских услуг : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.10 / Резник Инна Александровна. – Оренбург, 2008. – 201 с.

227. Родбертус-Ягцов, К. И. Экономические сочинения / К. И. Родбертус-Ягцов. – Москва : Директ-Медиа, 2007. – 403 с.

228. Россия в зеркале международных рейтингов / Г. В. Бобылев, Н. В. Горбачева, О. В. Валиева [и др.]. – Изд., доп. и перераб. – Новосибирск : Параллель, 2019. – 170 с. – ISBN 978-5-98901-221-3. – EDN YWZMXR.

229. Савиных, О. И. Цифровизация денежного посредничества в Российской Федерации / О. И. Савиных, Л. Ф. Шайбакова // Конкурентоспособность территорий : материалы XXII Всерос. экон. форума молодых ученых и студентов (Екатеринбург, 22–26 апреля 2019 г.) : в 5 ч– Екатеринбург : УрГЭУ, 2019. – Ч. 4. – С. 54–56. – EDN MSEMОЕ.

230. Савруков, А. Н. Методика оценки потенциала ипотечного жилищного кредитования в регионе / А. Н. Савруков // Региональная экономика: теория и практика. – 2012. – № 8. – С. 33–43. – EDN OOZEJX.

231. Самуэльсон, П. Основания экономического анализа : пер. с англ. / П. Самуэльсон. – Санкт-Петербург : Экономическая школа, 2002. – 604 с. – ISBN 5-900428-75-3.

232. Самуэльсон, П. Экономика : в 2 т. / П. Самуэльсон. – Москва : Алгон, 1992. – Т. 1. – 331 с. ; Т. 2. – 413 с.

233. Самуэльсон, П. Экономика : пер. с англ. / П. Самуэльсон, Д. Нордхаус. – 15-е изд. – Москва : Бином, 1997. – 800 с. – ISBN 5-7989-0030-4.

234. Сейфуллаева, М. Э. Проблемы и перспективы розничной торговли в России: первые итоги влияния пандемии и что нас ждет в обозримом будущем / М. Э. Сейфуллаева, В. П. Чеглов, С. В. Панасенко // Маркетинг в России и за рубежом. – 2021. – № 1. – С. 75–84. – EDN KXBDSL.

235. Семенов, А. Слияния и поглощения российских компаний: синергетический эффект – методы измерений / А. Семенов // Микроэкономика. – 2006. – № 3. – С. 39–64. – EDN KZVLEX.

236. Силин, Я. П. Контуры формирования цифровой экономики в России / Я. П. Силин, Е. Г. Анимица. – DOI 10.29141/2073-1019-2018-19-3-3 // Известия Уральского государственного экономического университета. – 2018. – Т. 19, № 3. – С. 18–25. – EDN UUXGCA.

237. Силин, Я. П. Несколько сюжетов о современном экономическом развитии России / Я. П. Силин, Е. Г. Анимица // Новая индустриализация России: экономика – наука – человек : сб. науч. тр. VIII Урал. науч. чтений профессоров и докторантов общественных наук (Екатеринбург, 9 февраля 2021 г.). – Екатеринбург : УрГЭУ, 2021. – С. 3–10. – EDN VTZDKU.

238. Силин, Я. П. Теории экономического роста и экономического цикла в исследовании региональных процессов новой индустриализации / Я. П. Силин, Е. Г. Анимица, Н. В. Новикова. – DOI 10.29141/2073-1019-2019-20-2-1 // Journal of new economy. – 2019. – Т. 20, № 2. – С. 5–29. – EDN BNAGYJ.

239. Силин, Я. П. Уральский макрорегион: большие циклы индустриализации / Я. П. Силин, Е. Г. Анимица, Н. В. Новикова ; под науч. ред. С. Ю. Глазьева, С. Д. Бодрунова. – Екатеринбург : УрГЭУ, 2019. – 371 с. – ISBN 978-5-9656-0286-5.

240. Сисмонди, Ж. С. де. Новые начала политической экономии, или о богатстве в его отношении к народонаселению / Ж. С. Сисмонди де. – Москва : Государственное социально-экономическое издательство, 1937. – 386 с.

241. Скворцова, Н. А. Развитие системы электронной коммерции торговых компаний / Н. А. Скворцова, К. Г. Ченцова // Научные Записки ОрелГИЭТ. – 2020. – № 1 (33). – С. 20–24. – EDN XQVPCV.

242. Слепов, В. А. О теории экономических механизмов / В. А. Слепов, В. К. Бурлачков, К. В. Ордов // Финансы и кредит. – 2011. – № 24 (456). – С. 2–8. – EDN NUPGYB.

243. Смирнов, Е. Н. Глобальные цифровые платформы в мировой экономике данных / Е. Н. Смирнов. – Москва : КноРус, 2024. – 282 с. – ISBN 978-5-4660-4225-2.

244. Смирнов, Е. Н. Глобальные цифровые платформы как фактор трансформации мировых рынков / Е. Н. Смирнов. – DOI 10.18334/vines.10.1.100699 // Вопросы инновационной экономики. – 2020. – Т. 10, № 1. – С. 13–24. – EDN JMCNPH.

245. Смирнов, Е. Н. Моделирование оценки состояния управления подпроцессами инновационной деятельности предприятия / Е. Н. Смирнов // Развитие экономических систем: теория, методология, практика / Б. Н. Герасимов, О. И. Уланова, Е. Н. Смирнов [и др.] ; под общ. ред. Б. Н. Герасимова. – Пенза : ПГАУ, 2020. – С. 37–62.

246. Смит, А. Исследование о природе и причинах богатства народов / А. Смит. – Москва : Соцэкгиз, 1962. – 674 с.

247. Соколинская, Н. Э. Этапы появления новых рынков электронных услуг и цифровых продуктов в России / Н. Э. Соколинская, Е. А. Гвоздецкая // Финансовые рынки и банки. – 2018. – № 1. – С. 55–60. – EDN AOTRLY.

248. Социально-экономическая политика региона: новые вызовы и приоритеты: к 30-летию образования кафедры экономики и управления / науч. ред. И. Д. Тургель]. – Екатеринбург : Уральский институт – филиал РАНХиГС, 2015. – 194 с. – ISBN 978-5-8056-0331-1.

249. Стукалова, И. Б. Маркетплейсы vs торговых центров: современные тренды и прогнозы / И. Б. Стукалова. – DOI 10.21686/2413-2829-2023-195-207 // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. – 2023. – Т. 20, № 5 (131). – С. 195–207. – EDN GOKBTK.

250. Стукалова, И. Б. Перспективы развития электронной торговли: возможности и угрозы / И. Б. Стукалова. – DOI 10.25136/2409-8647.2021.4.36909 // Теоретическая и прикладная экономика. – 2021. – № 4. – С. 29–40. – EDN MXFKTI.

251. Сэй, Ж. Б. Трактат политической экономии / Ж. Б. Сэй. – Москва : К. Т. Солдатенков, 1896. – 400 с.

252. Тапскотт, Д. Электронно-цифровое общество: плюсы и минусы эпохи сетевого интеллекта : пер. с англ. / Д. Тапскотт. – Киев : ITN Пресс, 1999. – 403 с. – ISBN 5-87983-080-2.

253. Твердохлебова, М. Д. Роль маркетплейсов на рынке розничных торговых услуг / М. Д. Твердохлебова, В. В. Никишкин // Практический маркетинг. – 2019. – № 6 (268). – С. 3–8. – EDN IITVDA.

254. Темная, А. В. Цифровые технологии в сфере услуг: мировой опыт в российских реалиях / А. В. Темная // Вектор экономики. – 2019. – № 5 (35). – С. 101. – EDN NAXSUW.

255. Тенденции развития интернета в России и зарубежных странах : аналит. докл. / Г. И. Абдрахманова, О. Е. Баскакова, К. О. Вишневецкий [и др.]. – Москва : НИУ ВШЭ, 2020. – 144 с. – ISBN 978-5-906737-66-3. – EDN TIIACQ.

256. Тенденции развития интернета: от цифровых возможностей к цифровой реальности : аналит. докл. / Г. И. Абдрахманова, С. А. Васильковский, К. О. Вишневецкий [и др.]. – Москва : НИУ ВШЭ, 2022. – 228 с. – ISBN 978-5-906737-66-3.

257. Теории цикла // Всемирная история экономической мысли : в 6 т. / С. П. Аукционек, А. М. Волков, С. К. Дубинин [и др.]. – Москва : Мысль, 1994. – Т. 5: Теоретические и прикладные концепции развитых стран Запада (послевоенный период). – 559 с. – ISBN 5-244-00537-1.

258. Терещенко, Н. Н. Методологические подходы к экономической диагностике развития потребительского рынка / Н. Н. Терещенко // Проблемы современной экономики. – 2012. – № 3 (43). – С. 94.

259. Ткаченко, И. Н. Цифровая экономика: основные тренды и задачи развития / И. Н. Ткаченко, Е. Н. Стариков. – DOI 10.18500/1994-2540-2020-20-3-244-255 // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Экономика. Управление. Право. – 2020. – Т. 20, № 3. – С. 244–255. – EDN BSTPCY.

260. Токарь, Е. В. Основные тренды и перспективы развития розничной торговли в эпоху цифровизации / Е. В. Токарь, Л. В. Соловьева, Д. А. Рогов. – DOI 10.21295/2223-5639-2023-1-40-50 // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2023. – № 1 (98). – С. 40–50. – EDN UVSMEZ.

261. Толковый словарь русского языка: около 30 000 слов / под ред. Д. Н. Ушакова. – Москва : АСТ, 2008. – 1054 с. – ISBN 978-5-17-034923-4.

262. Толстихина, Е. И. Анализ модификации рынка потребителей при цифровой трансформации / Е. И. Толстихина, С. К. Демченко // Russian economic bulletin. – 2022. – Т. 5, № 3. – С. 108–112.

263. Толстихина, Е. И. Совершенствование модели поведения потребителей в условиях цифровой трансформации / Е. И. Толстихина, С. К. Демченко, В. Г. Подпригора, Ю. Ю. Сулова. – DOI 10.14451/1.227.152 // Экономические науки. – 2023. – № 227. – С. 152–158. – EDN ZBVGPU.

264. Толстихина, Е. И. Формирование потребительского поведения: сущность и особенности / Е. И. Толстихина, С. К. Демченко. – DOI 10.17516/2782-2214-0064 // Торговля, сервис, индустрия питания. – 2022. – Т. 2, № 4. – С. 281–290. – EDN DQOGST.

265. Туган-Барановский, М. И. Периодические промышленные кризисы: история английских кризисов. Общая теория кризисов: избранное / М. И. Туган-Барановский. – Москва : Наука : Росспэн, 1997. – 573 с. – ISBN 5-02-012263-7.

266. Тургель, И. Д. Стратегическое развитие сферы розничной торговли: федеральный, региональный и локальный уровень / И. Д. Тургель, Н. В. Усова // Вопросы управления. – 2012. – № 2 (19). – С. 171–181. – EDN PWKAUH.

267. Тургель, И. Д. Тенденции и проблемы развития розничной торговли в крупных городах Уральского региона / И. Д. Тургель, Н. В. Усова // Научный вестник Уральской академии государственной службы: политология, экономика, социология, право. – 2011. – № 1 (14). – С. 30–37. – EDN NPUPJR.

268. Указ о национальных целях развития России до 2030 г. – URL: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/63728> (дата обращения: 22.07.2020).

269. Усова Н. В. Федеральный Закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации»: «шаг вперед» или «два шага назад»? / Н. В. Усова // Государственное регулирование экономики: теория и практика : сб. науч. тр. памяти Н. И. Каширских. – Екатеринбург, 2010. – С. 80–91.

270. Усова, Н. В. Стратегические направления развития торговли на региональном и локальном уровне (на примере Свердловской области и МО «город Екатеринбург») / Н. В. Усова // Устойчивое развитие российских регионов: экономика политических процессов и новая модель пространственного развития : докл. IX Междунар. науч.-практ. конф. по проблемам экономического развития в современном мире. – Екатеринбург : УрФУ, 2012. – С. 338–340.

271. Усова, Н. В. Влияние мирового финансового кризиса на потребительский рынок / Н. В. Усова // Государство, политика, социум: вызовы и стратегические приоритеты развития : сб. ст. (Екатеринбург, 26–27 ноября 2009 г.)– Екатеринбург: Уральская академия государственной службы, 2009. – Ч. 1. – С. 159–161.

272. Усова, Н. В. Маркетинг потребительских рынков крупных городов Урала : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Усова Наталья Витальевна – Екатеринбург, 2014. – 203 с.

273. Усова, Н. В. Методические подходы к исследованию локальных потребительских рынков крупных городов (на примере городов индустриальных регионов Урала) / Н. В. Усова // Региональная экономика: теория и практика. – 2014. – № 31 (358). – С. 14–23. – EDN SJBCLN.

274. Усова, Н. В. Модели развития потребительских рынков крупных городов Свердловской области / Н. В. Усова // Дискуссия. – 2013. – № 9 (39). – С. 104–109.

275. Усова, Н. В. Направления развития локального потребительского рынка крупного моноспециализированного города (на примере МО «город Каменск-Уральский») / Н. В. Усова // Государство, политика, социум: вызовы и стратегические приоритеты развития : сб. ст. Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 28 ноября 2012 г.) : в 2 т. – Екатеринбург, 2012. – Т. 2. – С. 244–247.

276. Усова, Н. В. Специфика формирования и развития маркетинговых структур потребительских рынков в постсоветский период: ретроспективный анализ / Н. В. Усова // Муниципалитет: экономика и управление. – 2019. – № 2 (27). – С. 124–133. – EDN CPSDQY.

277. Усова, Н. В. Стратегические направления развития локальных потребительских рынков крупнейших городов Уральского федерального округа / Н. В. Усова // Конкурентоспособность территорий : материалы XV Всерос. форума молодых ученых с междунар. участием в рамках III Евразийского экономического форума молодежи «Диалог цивилизаций – “ПУТЬ НАВСТРЕЧУ”». – Екатеринбург: УрГЭУ, 2012. – С. 149–152.

278. Усова, Н. В. Стратегия развития розничной торговли крупнейшего города: вчера, сегодня, завтра (на примере МО «Город Екатеринбург») / Н. В. Усова // Муниципальная экономика и управление. – 2011. – № 1 (1). – С. 72–78.

279. Усова, Н. В. Тенденции и приоритеты развития локального потребительского рынка в моногороде металлургического профиля (на примере города Златоуст) / Н. В. Усова // Старопромышленные территории России и Германии: возрождение или стагнация? (Екатеринбург, 10–11 октября 2012 г.) / сост.: И. Д. Тургель, Н. К. Шеметова, А. В. Ручкин. – Екатеринбург, 2012. – С. 167–172. – EDN PZUDFV.

280. Усова, Н. В. Тенденции изменения роли крупнейших городов в экономике Российской Федерации / Н. В. Усова // Проблемы в управлении социально-экономическими системами в условиях инновационного развития: сб. науч. тру. VI Региональной научно-практической конференции (часть I) и XXXVI студен. науч. конф. «Студент и научно-технический прогресс» (часть II) (Челябинск, 28 марта 2012 г.). – Челябинск : Энциклопедия, 2012. – С. 272–277.

281. Усова, Н. В. Теоретические подходы к классификации потребительского рынка / Н. В. Усова // Государство, политика, социум: вызовы и стратегические приоритеты развития : междунар. конф. (Екатеринбург, 24–25 ноября 2011 г.). – Екатеринбург : УрАГС, 2011. – С. 176–179.

282. Фалеев, А. В. Формирование и развитие региональных рынков информационных услуг : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Фалеев Александр Васильевич. – Новосибирск, 2012. – 145 с.

283. Федеральный закон от 31.07.2020 N 258-ФЗ (ред. от 02.07.2021) «Об экспериментальных правовых режимах в сфере цифровых инноваций в Российской Федерации» // Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс»

284. Финансовая грамотность в условиях цифровизации: основные риски и управление ими. – Москва : Институт национальных проектов, 2020. – 17 с.

285. Фишер, И. Покупательная сила денег : пер. с англ. / И. Фишер. – Москва : Дело, 2001. – 318 с. – ISBN 5-7749-0223-4.

286. Фокина, О. В. Развитие концепции маркетинга покупательского опыта в условиях цифровой экономики / О. В. Фокина. – Киров : ВятГУ, 2018. – 136 с. – ISBN 978-5-98228-168-5. – EDN XXPLTF.

287. Фридмен и Хайек о свободе / пер. с англ. под ред. А. Бабича. – Минск : Полифакт-Референдум, 1990. – 125 с.

288. Хакен, Г. Синергетика : пер. с англ. / Г. Хакен. – Москва : Мир, 1980. – 404 с.

289. Ханова, А. А. Синергетический эффект управления организацией на основе сбалансированной системы показателей / А. А. Ханова // Прикаспийский журнал: управление и высокие технологии. – 2010. – № 4 (12). – С. 36–41. – EDN LPATDP.

290. Хоутри, Р. Деньги и кредит : пер. с англ. / Р. Хоутри. – Москва : изд-во Ком. акад, 1930. – 363 с.

291. Цветков, В. Я. Электронные ресурсы и электронные услуги / В. Я. Цветков, С. Г. Семушкина // Современные проблемы науки и образования. – 2009. – № 6-1. – С. 39–40. – EDN KXTJWL.

292. Ценжарик, М. К. Эволюция экосистем: от платформ к метавселенным / М. К. Ценжарик // Предпринимательство и инновации: от предприятий к экосистемам / И. А. Аренков, Г. Л. Багиев, К. А. Белокрылов и др.; под общ. ред. И. А. Аренкова, Е. А. Мидлер, Е. Г. Черновой. – СПб.: СПбГЭУ, 2023. – С. 54–63.

293. Цифровая трансформация экономики и промышленности: проблемы и перспективы / А. А. Алетдинова, И. А. Аренков, Р. Р. Афанасьева [и др.]. – Санкт-Петербург : СПбПУ, 2017. – 807 с. – ISBN 978-5-7422-5881-0. – DOI 10.18720/IEP/2017.4. – EDN ZFCQAV.

294. Цифровая экономика : крат. стат. сб. / Г. И. Абдрахманова, Л. М. Гохберг, А. В. Демьяненко [и др.]. – Москва : НИУ ВШЭ, 2018. – 96 с. – ISBN 978-5-7598-1743-7. – DOI 10.17323/978-5-7598-1743-7. – EDN YVOSEC.

295. Цифровая экономика: 2019 : крат. стат. сб. / Г. И. Абдрахманова, К. О. Вишневский, Л. М. Гохберг [и др.]. – Москва : НИУ ВШЭ, 2019. – 96 с. – ISBN 978-5-7598-1927-1. – DOI 10.17323/978-5-7598-1927-1. – EDN ZKLWDP.

296. Цифровая экономика: 2020 : крат. стат. сб. / Г. И. Абдрахманова, К. О. Вишневский, Л. М. Гохберг [и др.]. – Москва : НИУ ВШЭ, 2020. – 112 с. – ISBN 978-5-7598-2148-9. – EDN CJKUGI.

297. Цифровая экономика: 2021 : крат. стат. сб. / Г. И. Абдрахманова, К. О. Вишневский, Л. М. Гохберг [и др.]. – Москва : НИУ ВШЭ, 2021. – 124 с.

298. Цифровизация экономики: мир, Россия, регионы / И. В. Митрофанова, И. А. Рябова, О. В. Фетисова [и др.]. – Москва–Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 74 с. – ISBN: 978-5-4499-0439-3.

299. Цифровой регион: вызовы и ожидания / Дальневосточный фонд высоких технологий. – URL: https://www.vostokventures.ru/wpcontent/uploads/2021/08/Tsifrovoi_774_Region_-_vyzovy_i_ozhidania_DFVT.pdf (дата обращения: 12.08.2022).

300. Цифровой регион: вызовы и ожидания / Дальневосточный фонд высоких технологий. – URL: https://www.vostokventures.ru/wp-content/uploads/2021/08/Tsifrovoi_774_Region_-_vyzovy_i_ozhidania_DFVT.pdf (дата обращения: 12.08.2022).

301. Цифровые платформы: подходы к определению и типизации / Ростелеком. – URL: https://files.data-economy.ru/digital_platforms.pdf (дата обращения: 30.07.2020).

302. Цифровые экосистемы в России: эволюция, типология, подходы к регулированию / Институт экономической политики им. Е. Т. Гайдара. – URL: https://www.iep.ru/files/news/Issledovanie_jekosistem_Otchet.pdf (дата обращения: 03.08.2022).

303. Чаленко, А. Ю. О понятийной неопределенности термина «механизм» в экономических исследованиях / А. Ю. Чаленко // Экономика промышленности. – 2010. – № 3 (51). – С. 26–33. – EDN OIAWEB.

304. Чеглов, В. П. Трансформация внутренней торговли в России в условиях цифровизации экономики / В. П. Чеглов, А. Н. Столярова. – DOI 10.33983/2075-1826-2020-2-27-38 // Менеджмент и бизнес-администрирование. – 2020. – № 2. – С. 27–38. – EDN KORCGQ.

305. Чеглов, В. П. Экосистемы в ретейле или ретейл в экосистемах / В. П. Чеглов, А. В. Чеглов. – Москва : ИНФРА-М, 2024. – 187 с. – ISBN 978-5-16-019004-4. – DOI 10.12737/2082654. – EDN MDABAN.

306. Шваб, К. Четвертая промышленная революция : пер. с англ. / К. Шваб. – Москва : Э, 2017. – 207 с. – ISBN 978-5-699-90556-0.

307. Шитухина, Н. С. Анализ зарубежного опыта регулирования сферы информационных услуг в условиях цифровизации / Н. С. Шитухина // Новые технологии. – 2018. – № 3. – С. 145–152. – EDN YPOISD.

308. Шкулипа, Н. И. Private banking в России: современное состояние и перспективы / Н. И. Шкулипа, Л. Е. Зернова // Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития : сб. материалов Междунар. науч. конф. молодых исследователей (Москва, 11 мая 2017 г.). – Москва : МГУДТ, 2017. – С. 80–82. – EDN YQRYCB.

309. Шмоллер, Г. Наука о народном хозяйстве. Ее предмет и метод : пер. с нем. / Г. Шмоллер. – Москва : Сабашниковы, 1897. – 112 с.

310. Шокин, Я. В. Анализ ценовых и неценовых факторов потребительского поведения на рынке образовательных услуг / Я. В. Шокин, Е. В. Константинова. – DOI 10.17308/ekon.2020.3/3100 // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Экономика и управление. – 2020. – № 3. – С. 14–24. – EDN ZYNEMS.

311. Шохнех, А. В. Цифровая экономика: теория и методология интеграции субъектов в электронно-цифровое предпринимательское поле / А. В. Шохнех, В. С. Телятникова, Л. И. Насонова. – Уфа : Аэтерна, 2018. – 170 с. – ISBN 978-5-00109-657-3. – EDN YXHDEL.

312. Шумпетер, Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия : пер. с нем. и англ. / Й. Шумпетер. – Москва : Эксмо, 2007. – 861 с. – ISBN 978-5-699-19290-8.

313. Щепина, И. Н. Цифровая экономика как одна из моделей развития постиндустриального общества / И. Н. Щепина, А. А. Бородина // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Экономика и управление. – 2019. – № 2. – С. 97–105. – EDN JFTVFO.

314. Экономика Рунета 20/23. Измерение объемов экосистемы цифровой экономики России / Ассоциации электронных коммуникаций (РАЭК). – URL: <https://raec.ru/upload/files/runet-economy-22-23.pdf> (дата обращения: 01.12.2023).

315. Экономическая энциклопедия / гл. ред. Л. И. Абалкин. – 2-е изд. – Москва : Экономика, 2010. – 1055 с.

316. Экономический цикл: анализ австрийской школы : пер. с англ. / сост. А. В. Кураева. – Челябинск : Социум, 2005. – 220 с. – ISBN 5-901901-30-4.

317. Юзвович, Л. И. Оппортунизм розничного потребителя: роль и значение феномена для организаций сферы услуг / Л. И. Юзвович, Д. А. Карх, К. А. Данилова. – Екатеринбург : УрГЭУ, 2020. – 160 с. – ISBN 978-5-9656-0296-4.

318. Юзвович, Л. И. Современные проблемы развития безналичных расчетов в условиях цифровизации банковского сектора / Л. И. Юзвович, О. С. Лаврова // Весенние дни науки : сб. докл. Междунар. конф. студентов и молодых ученых (Екатеринбург, 24–25 апреля 2020 г.). – Екатеринбург : УМЦ УПИ, 2020. – С. 468–471. – EDN JAEOXF.

319. Янова, С. Ю. Цифровой рубль: перспективы и проблемы внедрения / С. Ю. Янова, Я. А. Калугина, С. В. Киншин. – DOI 10.36992/2075-1915_2021_2_2 // Банковские услуги. – 2021. – № 2. – С. 2–10. – EDN NPUMEB.

320. Advancing Australia as a digital economy: an update to the national digital economy strategy / Department of broadband communications and the digital economy (DBCDE). – Canberra, 2013. – 73 p. – ISBN 978-0-64275-453-0.

321. Aftalion, A. The Theory of economic cycles based on the capitalistic technique of production / A. Aftalion. – DOI 10.2307/1935892 // Review of economic statistics. – 1927. – Vol. 9, no. 4. – P. 165–170.

322. Barua, A. Driving e-business excellence / A. Barua, P. Konana, A. B. Whinston, F. Yin // MIT Sloan management review. – 2001. – Vol. 43, no. 1. – P. 36–44.

323. Bukh, R. Defining, conceptualizing and measuring the digital economy. global development institute. / R. Bukh, R. Heeks. – Manchester : Centre for Development Informatics, 2017. – 26 p. – (Working papers, no. 68) – ISBN 978-1-905469-62-8.

324. Cassel, G. Fundamental thoughts in economics / G. Cassel. – London : Unwin, 1925. – 159 p.

325. Dahlman, C. Harnessing the digital economy for developing countries / C. Dahlman, S. Mealy, M. Wermelinger. – Paris : OECD, 2016. – URL: <http://www.oecd-ilibrary.org/docserver/download/4adffb24-en.pdf> (дата обращения: 13.07.2020).

326. Digital economy in Japan and the EU – an assessment of the common challenges and the collaboration potential / EU-Japan Centre for Industrial Cooperation. – Tokyo, 2015. – URL: https://www.eu-japan.eu/sites/eu-japan.eu/files/DigitalEconomy_final.pdf (дата обращения: 24.07.2019).

327. Freeman, C. Technical innovation, diffusion, and long cycles of economic development / C. Freeman. – DOI 10.1007/978-3-662-10351-7_21 // The Long-Wave Debate / ed. by T. Vasko. – Berlin : Springer, 1987. – P. 295–309.

328. G20 Digital Economy Development and Cooperation Initiative. – 2016. – URL: <http://www.g20.utoronto.ca/2016/g20-digital-economy-development-and-cooperation.pdf> (дата обращения: 13.07.2020).

329. Gallino, S. Integration of online and offline channels in retail: the impact of sharing reliable inventory availability information / S. Gallino, A. Moreno. – DOI 10.2139/ssrn.2149095 // Management science: journal of the Institute for operations research and the management sciences. – 2014. – Vol. 60, no. 6. – P. 1434–1451.

330. Gilbride, T. J. A model for inferring market preferences from online retail product information matrices / T. J. Gilbride, I. S. Currim, O. Mintz, S. Siddarth. – DOI

10.1016/j.jretai.2016.07.002 // Journal of retailing. – 2016. – Vol. 92, no. 4. – P. 470–485.

331. Global information technology report 2015. – URL: <http://reports.weforum.org/global-information-technology-report-2015/> (дата обращения: 23.01.2021).

332. Global information technology report 2016. – URL: http://reports.weforum.org/global-information-technology-report-2016/?doing_wp_cron=1627331086.41-14630222320556640625 (дата обращения: 23.01.2021).

333. Global innovation index 2018. – URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2018.pdf (дата обращения: 23.01.2021).

334. Global innovation index. – URL: <https://www.globalinnovationindex.org/Home> (дата обращения: 23.01.2021).

335. Jevons, W. S. The theory of political economy / W. S. Jevons. – 2nd ed – London : Macmillan, 1879. – 432 p.

336. Juglar, C. Des crises commerciales: et de leur retour periodique en France, en Angleterre et aux Etats-Unis / C. Juglar. – Paris : Guillaumin et Cie, 1862. – 278 p.

337. Kitchin, J. Cycles and trends in economic factors / J. Kitchin. – DOI 10.2307/1927031 // The review of economics and statistics. – 1923. – Vol. 5, no. 1. – P. 10–16.

338. Knickrehm, M. Digital disruption: the growth multiplier / M. Knickrehm, B. Berthon, P. Daugherty. – Dublin : Accenture, 2016. – 12 p.

339. Krishnan, R. Retail strategies on the web: price and non-price competition in the online book industry / R. Krishnan, E. Wolff, D. Fernandes, K. Clay // Journal of industrial economics. – 2002. – Vol. 50, no. 3. – P. 351–367.

340. Kuznets, S. Secular movements in production and prices their nature and their bearing upon cyclical fluctuations / S. Kuznets. – Boston : Houghton Mifflin, 1930. – 570 p.

341. Kuznets, S. Schumpeter's business cycles / S. Kuznets // The American economic review. – 1940. – Vol. 30, no. 2. – P. 257–271.

342. Long wave theory / ed. by C. Freeman. – Cheltenham : Edward Elgar, 1996. – 677 p. – ISBN 1-85278-954-9.

343. Masuda, Y. The information society as post-industrial society / Y. Masuda. – Washington : World Future Society, 1981. – 171 p.
344. Melis, K. The impact of the multi-channel retail mix on online store choice: does online experience matter? / K. Melis, K. Campo, E. Breugelmans, L. Lamey // Journal of retailing. – 2015. – Vol. 91, no. 2. – P. 272–288.
345. Negroponte, N. Being digital / N. Negroponte. – URL: <https://governance40.com/wp-content/uploads/2018/12/Nicholas-Negroponte-Being-Digital-Vintage-1996.pdf> (дата обращения: 24.07.2019).
346. Nordhaus, W. D. Resources as a constraint on growth / W. D. Nordhaus // The American economic review. – 1974. – Vol. 64, no. 2. – P. 22–26.
347. Nordhaus, W. D. The political business cycle / W. D. Nordhaus. – DOI 10.2307/2296528 // Review of economic studies. – 1975. – Vol. 42, no. 2. – P. 169–190.
348. Perez, C. Structural change and assimilation of new technologies in the economic and social system / C. Perez. – DOI 10.1016/0016-3287(83)90050-2 // Futures. – 1987. – Vol. 15, no. 5. – P. 357–375.
349. Spiethoff, A. Business cycles / A. Spiethoff // Handwörterbuch der Staatswissenschaften. Bd. 3. – Jena: Fischer, 1923. – S. 8–91.
350. Su, L. Impact of e-commerce adoption on farmers' participation in the digital financial market evidence from rural China / L. Su, Y. Peng, R. Kong, Q. Chen. – DOI 10.3390/jtaer16050081 // Journal of theoretical and applied electronic commerce research. – 2021. – Vol. 16, no. 5. – P. 1434–1457.
351. The digital economy and society index (DESI). – URL: <https://digital-agenda-data.eu/datasets/desi/visualizations> (дата обращения: 23.01.2021).
352. The digital economy. Series roundtables on competition policy / OECD Competition committee. – 2012. – No. 151. – URL: <http://www.oecd.org/daf/competition/The-Digital-Economy-2012.pdf> (дата обращения: 24.07.2019).
353. The new digital economy. How it will transform business / Oxford economics. – URL: <https://www.pwc.com/mt/en/publications/assets/the-new-digital-economy.pdf> (дата обращения: 24.07.2019).

354. The World Bank Group. – URL: <https://www.worldbank.org/en/who-we-are> (дата обращения: 23.01.2021).

355. UNCTAD B2C e-commerce index 2017. – URL: https://unctad.org/system/files/official-document/tn_unctad_ict4d09_en.pdf (дата обращения: 23.01.2021).

356. UNCTAD B2C e-commerce index 2019. – URL: https://unctad.org/system/files/official-document/tn_unctad_ict4d14_en.pdf (дата обращения: 23.01.2021).

357. Wieser, F. von. Der natürliche Werth / F. von Wieser. – Wien : Hölder, 1889. – 268 S.

Публикации автора по теме исследования

358. Ершова, Е. В. Цифровизация сферы услуг как приоритетное направление развития бизнеса / Е. В. Ершова, Н. В. Усова // Государство, политика, социум: вызовы и стратегические приоритеты развития. Управление изменениями: мозаика сценариев в условиях турбулентности : материалы XV Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 27–28 ноября 2019 г.) : в 2 т. – Екатеринбург : УИУ РАН-ХиГС, 2019. – Т. 1. – С. 292–297.

359. Логинов, М. П. Инновационная политика на рынке цифровых финансовых услуг / М. П. Логинов, Н. В. Усова. – DOI 10.22394/2304-3369-2019-5-157-168 // Вопросы управления. – 2019. – № 5 (60). – С. 157–168. – EDN UKQCXY.

360. Логинов, М. П. Особенности организации private banking в России / М. П. Логинов, Н. В. Усова. – DOI 10.22394/2304-3369-2019-4-64-77 // Вопросы управления. – 2019. – № 4 (59). – С. 64–77.

361. Логинов, М. П. Особенности управления инновациями в сфере услуг / М. П. Логинов, Н. В. Усова. – DOI 10.24411/1994-2796-2019-10314 // Вестник Челябинского государственного университета. – 2019. – № 3 (425). – С. 120–131.

362. Логинов, М. П. Повышение конкурентоспособности банковских услуг на основе цифровых инструментов продвижения / М. П. Логинов, Н. В. Усова

// Менеджмент и предпринимательство в парадигме устойчивого развития : материалы III Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 28 мая 2020 г.). – Екатеринбург : УрГЭУ, 2020. – С. 151–154.

363. Логинов, М. П. Приоритеты развития национального рынка цифровых финансовых услуг / М. П. Логинов, Н. В. Усова // Экономическая безопасность в условиях цифровой экономики: трансформация векторов и подходов : материалы I Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 24–25 октября 2019 г.) : в 2 т. – Екатеринбург : РАНХиГС, 2019. – Т. 1. – С. 296–299.

364. Логинов, М. П. Продвижение финансовых услуг на основе SMM-маркетинга / М. П. Логинов, Н. В. Усова // Гуманитарные технологии в современном мире : сб. ст. VIII Междунар. науч.-практ. конф. (Калининград, 28–30 мая 2020 г.) : в 2 ч. – Калининград : РА Полиграфычъ, 2020. – Ч. 1. – С. 637–642.

365. Логинов, М. П. Развитие онлайн-торговли на рынке цифровых услуг в условиях кризиса / М. П. Логинов, Н. В. Усова // Социально-экономическое развитие организаций и регионов в условиях цифровизации экономики : материалы докл. Междунар. науч.-практ. конф. (Витебск, 1–31 октября 2020 г.). – Витебск : ВГТУ, 2020. – С. 205–209.

366. Логинов, М. П. Ретроспективный анализ развития рынка цифровых услуг розничной торговли / М. П. Логинов, Н. В. Усова // Цифровой регион: опыт, компетенции, проекты : сб. ст. III Междунар. науч.-практ. конф. (Брянск, 26–27 ноября 2020 г.). – Брянск : БГИТУ, 2020. – С. 548–553.

367. Логинов, М. П. Услуги розничной торговли: цифровая или традиционная модель развития? / М. П. Логинов, Н. В. Усова // Новая индустриализация России: экономика – наука – человек : сб. науч. тр. VIII Урал. науч. чтений профессоров и докторантов обществ. наук (Екатеринбург, 9 февраля 2021 г.). – Екатеринбург : УрГЭУ, 2021. – С. 134–140. – EDN PUINBE.

368. Логинов, М. П. Факторный анализ проблем технологического развития сферы услуг в условиях цифровой трансформации экономики / М. П. Логинов, Н. В. Усова // Экономическая генетика регионов: коды наследственности и инду-

стриальное развитие / отв. ред. Ю. Г. Мыслякова. – Екатеринбург : АМБ, 2020. – С. 91–95.

369. Логинов, М. П. Формирование и развитие потенциала рынка цифровых услуг / М. П. Логинов, Н. В. Усова // e-FORUM. – 2020. – № 2 (11). – С. 154–163. – EDN НКPLUU.

370. Логинов, М. П. Цифровые услуги как динамический код экономического развития региона / М. П. Логинов, Н. В. Усова // Экономическая генетика регионов: коды наследственности и индустриальное развитие / отв. ред. Ю. Г. Мыслякова. – Екатеринбург : АМБ, 2020. – С. 95–110.

371. Мыслякова, Ю. Г. Цифровая трансформация образовательных услуг вузов в условиях глобальных вызовов: региональный аспект / Ю. Г. Мыслякова, Н. В. Усова. – DOI 10.24411/2070-1381-2020-10105 // Государственное управление. Электронный вестник. – 2020. – № 82. – С. 326–353.

372. Разорвин, И. В. Повышение доступности сельскохозяйственной продукции для населения на основе развития цифровых сбытовых услуг / И. В. Разорвин, Н. В. Усова, М. П. Логинов. – DOI 10.32417/1997-4868-2021-13-79-85 // Аграрный вестник Урала. – 2020. – № S13. – С. 79–85. – EDN ZCGCKM.

373. Тимофеев, Е. О. Развитие информационно-коммуникационных технологий как драйвер цифровизации национальной экономики / Е. О. Тимофеев, Н. В. Усова // Конкурентоспособность субъектов хозяйствования в условиях новых вызовов внешней среды: проблемы и пути их решения : сб. материалов Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 8 апреля 2020 г.). – Екатеринбург : УГГУ, 2020. – С. 334–339.

374. Усова, Н. В. Генезис моделей цифровой экономики / Н. В. Усова, М. П. Логинов. – DOI 10.29141/2782-4934-2022-1-3-2 // Цифровые модели и решения. – 2022. – Т. 1, № 3. – URL: <https://usue-journal.ru/images/new-pdf/3/2.pdf> (дата обращения: 11.03.2024).

375. Усова, Н. В. Драйверы развития цифровых услуг в условиях пандемии Covid-19 / Н. В. Усова // Актуальные проблемы экономики и менеджмента. – 2022. – № 1 (33). – С. 159–171.

376. Усова, Н. В. Использование цифрового рубля в расчетах с Республикой Беларусь / Н. В. Усова, М. П. Логинов // Устойчивое развитие экономики: международные и национальные аспекты : сб. ст. V Междунар. науч.-практ. конф. (Новополоцк, 13–14 октября 2022 г.). – Новополоцк : ПГУ имени Евфросинии Полоцкой, 2022. – С. 239–242.

377. Усова, Н. В. К вопросу о развитии экономики: от ручного труда к цифровизации / Н. В. Усова, М. П. Логинов. – DOI 10.17072/2218-9173-2022-3-377-402 // Ars administrandi (Искусство управления). – 2022. – Т. 14, № 3. – С. 377–402.

378. Усова, Н. В. К вопросу о формировании теоретического базиса исследования системы цифровых услуг / Н. В. Усова. – DOI 10.33983/2075-1826-2024-2-82-96 // Менеджмент и бизнес-администрирование. – 2024. – № 2. – С. 82–97.

379. Усова, Н. В. К оценке цифровой зрелости управления муниципалитетом / Н. В. Усова, М. П. Логинов. – DOI 10.22394/2304-3385-2022-2-41-52 // Муниципалитет: экономика и управление. – 2022. – № 2 (39). – С. 41–52.

380. Усова, Н. В. Обеспечение макроэкономической устойчивости на основе цифрового рубля / Н. В. Усова, М. П. Логинов // Экономический вестник Донбасского государственного технического института. – 2022. – № 14. – С. 36–42.

381. Усова, Н. В. Оценка влияния уровня цифровизации на сферу образовательных услуг России / Н. В. Усова, М. П. Логинов // Universe of University : сб. материалов Междунар. науч. интернет-конф. (Екатеринбург, 18 мая 2021 г.). – Екатеринбург : УИУ РАНХиГС, 2021. – С. 303–309.

382. Усова, Н. В. Перспективы развития цифровых банковских услуг в условиях глобальных вызовов / Н. В. Усова, М. П. Логинов // Менеджмент и предпринимательство в парадигме устойчивого развития : материалы V Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 12 мая 2022 г.). – Екатеринбург : УрГЭУ, 2022. – С. 202–206.

383. Усова, Н. В. Приоритетные направления продвижения услуг фитнес-центра на рынке крупного города / Н. В. Усова, Я. Г. Гергележиу. – DOI 10.22394/2304-3369-2019-2-231-242 // Вопросы управления. – 2019. – № 2 (57). – С. 231–242. – EDN UGQRNM.

384. Усова, Н. В. Проблемы и направления развития цифровых услуг в России / Н. В. Усова, М. П. Логинов // Урал – драйвер неоиндустриального и инновационного развития России : материалы III Урал. экон. форума (Екатеринбург, 21–22 октября 2021 г.). – Екатеринбург : УрГЭУ, 2021. – С. 287–291.

385. Усова, Н. В. Проблемы правового регулирования рынка цифровых услуг / Н. В. Усова, М. П. Логинов, Е. В. Плахтий. – DOI 10.33983/2075-1826-2022-1-33-44 // Менеджмент и бизнес-администрирование. – 2022. – № 1. – С. 33–44. – EDN FQODVK.

386. Усова, Н. В. Развитие национального рынка цифровых услуг розничной торговли в условиях пандемии: тенденции и приоритеты / Н. В. Усова // Финансовая жизнь. – 2022. – № 1. – С. 27–31.

387. Усова, Н. В. Региональные особенности развития цифровых финансовых услуг / Н. В. Усова, М. П. Логинов // Финансы и общество: новые реалии, новые форматы, новые финансовые инструменты : материалы II Всерос. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 14 ноября 2023 г.). – Екатеринбург : УрГЭУ, 2024. – С. 24–29.

388. Усова, Н. В. Рынок цифровых услуг в России / Н. В. Усова. – Екатеринбург : УрГАУ, 2023. – 300 с. – ISBN 978-5-87203-535-0.

389. Усова, Н. В. Синергетические эффекты цифровой трансформации образовательных услуг / Н. В. Усова, М. П. Логинов. – DOI 10.31063/AlterEconomics/2022.19-4.7 // AlterEconomics. – 2022. – Т. 19, № 4. – С. 685–704.

390. Усова, Н. В. Синергия развития рынка цифровых финансовых услуг / Н. В. Усова, М. П. Логинов // Мировой финансовый рынок и Россия (обзор 2021), т. 1 / отв. ред. Е. А. Звонова, А. Г. Глебова. – Москва : Кнорус, 2022. – С. 122–136.

391. Усова, Н. В. Синергия развития системы цифровых услуг / Н. В. Усова. – DOI 10.17223/19988648/57/2 // Вестник Томского государственного университета. Экономика. – 2022. – № 57. – С. 22–35. – EDN JVHWH S.

392. Усова, Н. В. Теоретические аспекты выявления и формирования маркетингового потенциала потребительского рынка крупного города / Н. В. Усова // Вопросы управления. – 2016. – № 2 (39). – С. 144–149.

393. Усова, Н. В. Успешность банковских услуг на рынке ипотечного кредитования / Н. В. Усова, М. П. Логинов, Е. В. Стрельников. – DOI 10.24891/fo.24.11.2599 // Финансы и кредит. – 2018. – Т. 24, № 11 (779). – С. 2599–2613. – EDN YOVMBN.

394. Усова, Н. В. Финансовая безопасность на рынке криптовалют в России / Н. В. Усова, М. П. Логинов // Организационно-правовые основы экономической безопасности субъектов хозяйствования в условиях новых вызовов внешней среды: проблемы и пути их решения : сб. материалов Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 12 апреля 2022 г.). – Екатеринбург : УГГУ, 2022. – С. 256–259.

395. Усова, Н. В. Финансово-правовое регулирование цифрового рубля в России / Н. В. Усова, М. П. Логинов // Экономико-правовые проблемы обеспечения экономической безопасности : материалы V Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 17 марта 2022 г.). – Екатеринбург : УрГЭУ, 2022. – С. 132–135.

396. Усова, Н. В. Формирование и развитие системы цифровых услуг в России / Н. В. Усова, М. П. Логинов // Управление экономическими системами в условиях неопределенности / науч. ред. В. Е. Ковалев. – Екатеринбург : УрГЭУ, 2023. – С. 35–63. – EDN FWLZFE.

397. Усова, Н. В. Цифровая трансформация финансовых услуг в России / Н. В. Усова, М. П. Логинов. – DOI 10.31063/2073-6517/2021.18-2.9 // Журнал экономической теории. – 2021. – Т. 18, № 2. – С. 277–289.

398. Усова, Н. В. Цифровой рубль и криптовалюты: конкуренты или партнеры? / Н. В. Усова, М. П. Логинов // Наука – образование – экономика: новые тренды и риски : сб. науч. тр. IX Урал. науч. чтений профессоров и докторантов гуманитар. наук (Екатеринбург, 8 февраля 2022 г.). – Екатеринбург : УрГЭУ, 2022. – С. 110–116.

399. Усова, Н. В. Цифровые услуги: оценка зрелости развития / Н. В. Усова, М. П. Логинов // Организационно-правовые основы экономической безопасности субъектов хозяйствования в условиях новых вызовов внешней среды: проблемы и пути их решения : сб. материалов Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 26 мая 2021 г.). – Екатеринбург : УГГУ, 2021. – С. 385–390.

400. Loginov M. Changes in the role of digital services in retail in the context of a crisis / M. Loginov, N. Usova, A. Drevalov. – DOI 10.1051/shsconf/202111401005 // SHS Web of Conferences. – 2021. – Vol. 114. – Art. 01005.

401. Loginov, M. Developing digital retail services as a tool of ensuring consumer market sustainable development in the Sverdlovsk region / M. Loginov, N. Usova, E. Nedorostkova. – DOI 10.1051/shsconf/20219401028 // SHS Web of Conferences. – 2021. – Vol. 94. – Art. 01028.

402. Loginov, M. Digital financial services market development: background and prospects / M. Loginov, N. Usova, E. Nedorostkova. – DOI 10.2991/aebmr.k.200509.081 // Advances in Economics, Business and Management Research. – 2020. – Vol. 139. – P. 453–456.

403. Loginov, M. Ensuring sustainable development of higher education on the basis of digital educational services/ M. Loginov, N. Usova, E. Nedorostkova. – DOI 10.1051/shsconf/202110603014 // SHS Web of Conferences. – 2021. – Vol. 106. – Art. 03014.

404. Loginov, M. Ensuring sustainable development of the national financial market based on digital financial services / M. Loginov, N. Usova, A. Baygotanova. – DOI 10.1051/shsconf/20219302029 // SHS Web of Conferences. – 2021. – Vol. 93. – Art. 02029.

405. Loginov, M. The impact of the COVID-19 coronavirus pandemic on the national digital services market development (exemplified by the digital commerce segment) / M. Loginov, N. Usova, E. Nedorostkova. – DOI 10.2991/assehr.k.201105.030 // Advances in Economics, Business and Management Research. – 2020. – Vol. 486. – P. 161–164.

406. Loginov, M. P. Models of digital services development during an economic crisis / M. P. Loginov, N. V. Usova, A. A. Drevalov. – DOI 10.1007/978-981-16-0953-4_54 // Proceeding of the International Science and Technology Conference «FarEastSon 2020» (Vladivostok, October 6–9, 2020). – Singapore : Springer, 2021. – P. 555–567.

407. Loginov, M. P. Innovation in the national digital financial services market / M.P. Loginov, N. V. Usova. – DOI 10.2991/iscde-19.2019.21 // *Advances in Economics, Business and Management Research*. – 2020. – Vol. 105. – P. 111–116.

408. Polyakova, A. G. Managerial decision support algorithm based on network analysis and big data / A. G. Polyakova, M. P. Loginov, E. V. Strelnikov, N. V. Usova // *International Journal of Civil Engineering and Technology*. – 2019. – Vol. 10, № 2. – P. 291–300.

409. Usova, N. Educational platforms and ecosystems in digital / N. Usova, M. Loginov, E. Nedorostkova. – DOI 10.1051/shsconf/202112805009 // *SHS Web of Conferences*. – 2021. – Vol. 128. – Art. 05009.

410. Usova, N. V. Anti-crisis strategies of the digital retail services market development / N. V. Usova, M. P. Loginov, E. E. Nedorostkova. – DOI 10.34680/BENEFICIUM.2021.4(41).23-29 // *Beneficium*. – 2021. – № 4 (41). – P. 23–29.

411. Usova, N. V. Assessing the digital services market maturity: a ranking approach / N. V. Usova. – DOI 10.34020/2073-6495-2022-1-148-161 // *Вестник НГУЭУ*. – 2022. – № 1. – С. 148–161.

412. Usova, N. V. Cryptocurrency development in Russia / N. V. Usova, M. P. Loginov, E. I. Makovkina. – DOI 10.1007/978-3-031-14410-3_43 // *Challenges and Solutions in the Digital Economy and Finance : Proceedings of the 5th International Scientific Conference on Digital Economy and Finances (Saint-Petersburg, March 17–18, 2022)*. – Cham : Springer, 2022. – P. 417–421.

413. Usova, N. V. Identification of consumer development trends in a major city: a market-based approach / N. V. Usova. – DOI 10.15826/recon.2017.3.1.006 // *R-Economy*. – 2017. – Vol. 3, № 1. – P. 50–58.

414. Usova, N. V. Mechanism for the development of the national digital services market / N. V. Usova. – DOI 10.1007/978-3-031-14410-3_44 // *Challenges and Solutions in the Digital Economy and Finance : Proceedings of the 5th International Scientific Conference on Digital Economy and Finances (Saint-Petersburg, March 17–18, 2022)*. – Cham : Springer, 2022. – P. 423–430.

415. Usova, N. V. The concept of the digital services market development in Russia / N. V. Usova, M. P. Loginov, E. E. Nedorostkova. – DOI 10.1007/978-981-16-8829-4_63 // Proceeding of the International Science and Technology Conference «FarEastCon 2021» (Vladivostok, October 5–8, 2021). – Cham : Springer, 2022. – P. 653–660.

416. Usova, N. V. The growth of the digital retail services market in a down economy: problems and prospects / N. V. Usova, M. P. Loginov, E. E. Nedorostkova. – DOI 10.22394/2304-3369-2022-3-77-88 // Management Issues. – 2022. – № 3 (76). – P. 77–88.

Приложение А (обязательное)

Классификация цифровых услуг

Виды	Характеристика
Специфика самой цифровой услуги¹	
Цифровые продуктосодержащие услуги	Цифровой продукт в цифровой форме, который может содержать различные элементы (текст, изображения, аудио- и видеофайлы) и может храниться, передаваться и многократно использоваться. Примерами служат мобильные приложения, программное обеспечение, электронные документы
Чистая цифровая услуга	Все действия, направленные на удовлетворение потребностей потребителя и в его интересах. Основным критерием выступает то, что работа ведется с информацией и полностью в сети Интернет
Смешанные электронные услуги	Содержательно представляют собой сочетание элементов цифровой продуктосодержащей услуги, чистой цифровой услуги и событий, и услуг в офлайн-пространстве. Цифровые решения представляют собой платформы для взаимодействия. Примерами могут служить социальные сети, мессенджеры и различные платформы
Производные услуги	Цифровые услуги, дополняющие физические услуги и не представляющие никакой ценности как самостоятельная услуга
Гибридные услуги	Услуги, процесс предоставления которых имеет двойственный характер. В целом услуга предоставляется в офлайн-пространстве, но ее отдельные этапы перенесены в цифровое пространство
Зависимость от офлайн-услуг	
Дополняющие цифровые услуги	Цифровые услуги, служащие дополнением к существующим офлайн-услугам (например, онлайн-бронирование)
Заменяющие цифровые услуги	Услуги предоставляются в цифровом пространстве, хотя имеют аналог в офлайн-пространстве (например, электронные газеты)
Полноценные цифровые услуги	Новые услуги, не имеющие аналогов среди традиционных офлайн-услуг (например, компьютерные онлайн-игры, поисковые системы)
Степень охвата целевой аудитории	
Индивидуальные цифровые услуги	Цифровые услуги предоставляются в сети Интернет индивидуально с учетом особенностей конкретного потребителя. Например, репетиторство, консультационные услуги

¹ Ватолкина Н. Ш. Сущность и классификация электронных услуг как объекта управления // Национальная концепция качества: государственная и общественная защита прав потребителей: сб. тез. докл. Междунар. науч.-практ. конф. (Санкт-Петербург, 1 октября 2018 г.). – СПб.: Культ-Информ-Пресс, 2018. – С. 207–208.

Виды	Характеристика
Массовые цифровые услуги	Цифровые услуги предоставляются для большого числа потребителей без учета индивидуальных особенностей. Например, онлайн-выставка, онлайн-лекция
Форма собственности субъекта цифровой услуги	
Государственные цифровые услуги	Цифровые услуги предоставляются органами государственной власти и местного самоуправления либо государственными предприятиями и учреждениями
Частные цифровые услуги	Цифровые услуги предоставляются отечественными и зарубежными коммерческими и некоммерческими частными организациями
Ядро цифровой услуги	
Коммерческие цифровые услуги	Цифровые услуги, предоставляемые на возмездной основе с целью извлечения прибыли в процессе осуществления предпринимательской деятельности
Некоммерческие цифровые услуги	Цифровые услуги, предоставляемые на безвозмездной основе, носящие социальный характер
Игровые цифровые услуги	Цифровые услуги, предоставляемые в игровом цифровом пространстве и потребляемые ограниченным числом лиц – участников игры
Потребитель цифровой услуги	
Цифровые услуги для государства и органов государственной власти	Услуги, предоставляемые государству и органам государственной власти
Цифровые услуги для коммерческих и некоммерческих организаций	Цифровые услуги, предоставляемые коммерческим и некоммерческим организациям
Цифровые услуги для населения	Цифровые услуги, предоставляемые населению на возмездной либо безвозмездной основе
Цифровые услуги между цифровыми платформами, вещами, искусственным интеллектом без участия человека	Цифровые услуги, предоставляемые в цифровом пространстве; участниками (производителями и потребителями) цифровой услуги являются только цифровые платформы, вещи, искусственный интеллект
Отраслевая принадлежность	
Цифровые услуги бытового обслуживания	Цифровые услуги, связанные с удовлетворением конкретной бытовой потребности индивидуального клиента (заказчика) или группы клиентов. Например, цифровые услуги по изготовлению и ремонту мебели, по пошиву обуви
Цифровые транспортные услуги	Цифровые услуги грузовых и пассажирских транспортных перевозок
Жилищно-коммунальные услуги	Цифровые услуги по обслуживанию жилых домов
Цифровые услуги связи	Цифровые услуги мобильной связи, доступа в сеть Интернет, телефона, почты

Виды	Характеристика
Цифровые услуги общественного питания	Заказ и доставка из предприятий общественного питания традиционного формата взаимодействия с потребителем. Формат «рестораны без столиков», получивший свое распространение в США и Европе. Ключевое отличие от традиционного ресторана заключается в отсутствии столиков. В таких ресторанах заказ осуществляется в сети Интернет, блюда доставляются по указанному адресу
Цифровые услуги учреждений культуры	Цифровые услуги библиотек, музеев, театров, концертных и выставочных залов в цифровом пространстве
Цифровые туристские и экскурсионные услуги	Цифровые услуги по организации и осуществлению путешествий, отдыха, рекреации и экскурсий
Цифровые услуги физической культуры и спорта	Цифровые услуги, связанные с обеспечением занятий физической культурой и спортом, направленные на оздоровление и физическое развитие потребителя
Цифровые медицинские услуги	Услуги, предоставляемые с использованием цифровых медицинских сервисов, в том числе с применением технологий телемедицины и обмена клиническими данными между пациентом и специалистом медицинского учреждения дистанционно
Цифровые финансовые услуги	«Услуги на финансовом рынке с использованием сети Интернет, мобильных приложений и т. п. К видам цифровых финансовых услуг можно отнести информационные, коммуникационные, кибербезопасность, сервисные, обслуживание финансовых продуктов и др.» ¹
Цифровые образовательные услуги	Образовательные услуги, реализуемые в цифровом пространстве с использованием сети Интернет и необходимого программного обеспечения, направленные на удовлетворение потребностей в определенных навыках, знаниях и компетенциях, необходимых для осуществления профессиональной деятельности
Цифровые услуги розничной торговли	Услуги, предоставляемые предприятиями розничной торговли в цифровом пространстве с использованием сети Интернет и необходимого программного обеспечения, направленные на удовлетворение потребностей потребителей в товарах потребительского назначения
Цифровые услуги в сфере информационных технологий	Услуги, связанные с деятельностью порталов поиска в сети Интернет, обработкой данных, созданием, изменением и использованием баз данных, хостингом (предоставлением ресурсов для размещения информации на сервере), а также прочей деятельностью по предоставлению информации
Прочие цифровые услуги	Иные услуги, предоставляемые предприятиями розничной торговли в цифровом пространстве с использованием сети Интернет и необходимого программного обеспечения

¹ Логинов М. П., Усова Н. В. Инновационная политика на рынке цифровых финансовых услуг // Вопросы управления. – 2019. – № 5 (60). – С. 159.

Виды	Характеристика
Признак коммерциализации	
Цифровые коммерческие услуги	Цифровые услуги, предоставляемые на коммерческой основе. Основная цель производителя цифровой услуги – извлечение прибыли
Цифровые некоммерческие услуги	Цифровые услуги, предоставляемые без взимания платы
Примечание – Составлено автором.	

Приложение Б
(обязательное)

Классификация рынков цифровых услуг

Признак классификации	Вид рынка	Сущность
Критерий «территориальная характеристика»		
Территориальный уровень	Глобальный. Национальный. Межрегиональный. Региональный. Локальный	Учитываются территориальные границы рынка
Структура экономического пространства	Гомогенный. Поляризованный	Учитывается схожесть/различие условий степени доступности цифровых услуг
Критерий «особенности развития рынка»		
Конъюнктурная оценка рынка	Активный. Стагнирующий. Коллапсирующий	Учитываются факторы, характеризующие направление развития рынка
Направление развития рынка	Развивающийся в цифровом пространстве. Развивающийся в аналоговом пространстве. Развивающийся одновременно в цифровом и аналоговом пространстве. Экстенсивно расширяющийся. Перманентный. Сокращающийся	Учитываются тенденции и интенсивность развития рынка цифровых услуг и рынка аналоговых услуг
Степень сбалансированности рынка	Равновесный. Дефицитный. Избыточный	Учитывается наличие/отсутствие неудовлетворенного спроса
Степень осязаемости и новизны цифровой услуги	Рынок цифровых услуг, которые замещают существующие аналоговые услуги. Рынок новых цифровых услуг в цифровом мире, улучшающих реальные товары и услуги. Рынок цифровых услуг в виртуальном мире, предоставляемых на коммерческой, некоммерческой основе и внутри виртуальных игр	Учитывается инновационность цифровой услуги и наличие аналоговых услуг в реальном мире

Признак классификации	Вид рынка	Сущность
Критерий «доминирование на рынке»		
Уровень развития конкуренции	Монополизированный. Монополистической конкуренции. Олигополистической конкуренции. Совершенной конкуренции	Учитывается количество участников и уровень рыночной власти на рынке цифровых услуг
Субъект доминирования	Рынок продавца. Рынок покупателя	Определяющим фактором является власть того или иного участника рынка. Рынок продавца характеризуется более сильной позицией на нем продавцов по сравнению с покупателями. Для рынка покупателя характерна обратная ситуация
Степень участия иностранных производителей	Формируемый только за счет национальных компаний. С незначительной долей иностранных компаний. С равной долей цифровых услуг национальных и иностранных компаний. С преобладанием иностранных компаний, предоставляющих цифровые услуги	Учитывается соотношение на рынке цифровых услуг представителей отечественного и зарубежного бизнес-сообщества
Критерий «организационно-правовые особенности рынка»		
Степень легализации рыночных процессов	Легальный. Полулегальный. Теневой («черный»)	Учитывается экономико-правовой параметр, т. е. степень соответствия нормам права в процессе функционирования
Канал реализации товаров	Организованный. Неорганизованный	Учитывается канал реализации: через официальные интернет-ресурсы либо частными лицами в порядке свободной торговли в цифровом пространстве
Критерий «целевой рынок»		
Дифференциация по уровню доходов целевого потребителя	Mass-рынок. Middle-рынок. Premium-рынок	Ключевым параметром классификации выступает уровень дохода конечного потребителя
Социальная значимость	Социально гарантированные услуги. Коммерческие услуги	В качестве ключевого фактора учитывается предоставление цифровой услуги органами государственной власти и местного самоуправления либо коммерческими организациями

Признак классификации	Вид рынка	Сущность
Характер спроса на цифровую услугу	С отрицательным спросом. С отсутствующим спросом. Со скрытым спросом. Со снижающимся спросом. С сезонным спросом. С перманентным спросом. С чрезмерным спросом. С иррациональным спросом	Учитывается состояние спроса на цифровую услугу и его тенденции
Охват рынка	Индивидуальные услуги. Массовые услуги	Учитывается специфика целевой аудитории и характер предоставляемых цифровых услуг
Отраслевая принадлежность	Услуги бытового обслуживания. Транспортные услуги. Жилищно-коммунальные услуги. Услуги общественного питания. Услуги связи. Услуги учреждений культуры. Туристские и экскурсионные услуги. Услуги физической культуры и спорта. Медицинские услуги. Финансовые услуги. Образовательные услуги. Услуги розничной торговли. Услуги в сфере информационных технологий. Прочие услуги населению	Учитывается сфера предоставления услуги

Примечание – Составлено автором по: Усова Н. В. Маркетинг потребительских рынков крупных городов Урала: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05– Екатеринбург, 2014. – 203 с.

Приложение В
(обязательное)

Классификация цифровых платформ

Виды цифровых платформ	Характеристика
Масштаб функционирования	
Национальные	Цифровые платформы, разработанные и действующие в рамках одного государства. Например, Qiwi
Региональные	Цифровые платформы, функционирующие только на территории отдельного региона (Азия, Северная Америка и т. д.). Например, «Яндекс», «Одноклассники», «ГЛОНАСС»
Глобальные	Цифровые платформы, не ограниченные государственными границами и имеющие пользователей по всему миру. Например, PayPal, Instagram, Facebook
Ценностная составляющая¹	
Платформы транзакций	Платформы, направленные на упрощение процедуры взаимодействия между продавцом и покупателем. Например, Uber, Gett, eBay, Amazon Marketplace
Интегрированные	Платформы, сочетающие в себе элементы платформы транзакций и инновационной платформы. Например, Apple, Google, Amazon, Facebook
Инновационные	Платформа, объединяющая разработчиков инновационных технологических решений, в том числе инновационные товары и услуги. Например, IntelAndroid, IOS, Microsoft Windows
Инвестиционные	Платформы, выступающие в качестве холдинговой компании и(или) инвестора платформы и включающие в себя компании, которые занимаются разработкой стратегии портфеля платформы. Например, Priceline Group (США), Softbank (Япония), Naspers (ЮАР), IAC Interactive (США), Rocket Internet (Германия)
Направленность предоставляемых цифровых услуг	
Агрегированные	Объединение различных услуг, представленных на одной цифровой платформе. Например, Alibaba
Социальные	Цифровые платформы, предоставляющие услуги по общению, коммуникациям. Например, Instagram, Facebook

¹ Смирнов Е. Н. Глобальные цифровые платформы как фактор трансформации мировых рынков // Вопросы инновационной экономики. – 2020. – Т. 10, № 1. – С. 18.

Виды цифровых платформ	Характеристика
Мобилизационные	Цифровые платформы, позволяющие формировать информационную картину по взаимодействию, например, с клиентом. В дальнейшем данная информация позволит выстроить систему управления взаимоотношениями с клиентом. Например, CRM-системы
Обучающие	Цифровые платформы, предоставляющие доступ к различным обучающим материалам. Например, YouTube, Coursera
Специализация платформы¹	
Социальные сети	Онлайн-платформы, используемые для общения, поиска друзей и создания групп с общими интересами профессионального или личного характера. Например, Facebook.com, Twitter.com, Instagram.com, LinkedIn.com, Vk.com, Odnoklassniki.ru
Мессенджеры	Платформы, используемые для аудио- и видеозвонков, обмена текстовыми сообщениями онлайн. Например, WhatsApp, Telegram, WeChat, Skype, TamTam, Avirton, «Mail.Ru Агент», Firechat
Поисковые системы	Платформы, используемые для быстрого доступа к необходимой информации, размещенной в сети Интернет. Например, Google.com, Bing.com, Baidu.com, Yahoo.com, Yandex.ru, Rambler.ru, Mail.ru, Sputnik.ru
Интернет-браузеры	Платформы, используемые для обработки поисковых запросов, просмотра страниц и содержания веб-документов. Например, Chrome, Firefox, MicrosoftEdge, Safari, Opera, «Яндекс.Браузер», «Спутник», «Амиго», «Рамблер», Orbitum
Видеоплатформы	Цифровые платформы, предназначенные для загрузки и дальнейшего просмотра видеоматериалов. Например, Youtube.com, Vimeo.com, MetaCafe.com, Rutube.ru, «Яндекс.Видео», Ivi.ru, «Видео Mail.Ru»
Операционные системы для ПК	Комплекс программ, взаимосвязанных между собой и используемых для управления ресурсами персонального компьютера, а также для взаимодействия с пользователем. Например, Windows, Unix/Linux, MacOS МАКС, Фантом, RAIDIX, KasperskyOS
Онлайн платежные системы	Цифровые платформы для расчетов между различными участниками (как физическими, так и юридическими лицами). Например, Amazon Pay, WePay, PayPal, Apple Pay, «Яндекс Пэй», Robokassa, QIWI
Образовательные	Цифровые платформы, предоставляющие возможность пройти обучение по отдельным дисциплинам либо направлениям. Например, Edx.org, Coursera.org, Udacity.com, Universarium.org, Stepik.org, Eduson.tv

¹ Гелисханов И. З., Юдина Т. Н., Бабкин А. В. Цифровые платформы в экономике: сущность, модели, тенденции развития // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. – 2018. – Т. 11, № 6. – С. 22–36.

Виды цифровых платформ	Характеристика
Краудфандинговые	Цифровые платформы, используемые для размещения и продвижения соответствующих проектов в сети Интернет с юридическим и финансовым сопровождением. Сбор средств может осуществляться для финансирования стартапов, оказания помощи пострадавшим от стихийных бедствий и т. д. К примеру, музыканты могут собирать так средства для записи студийного альбома. Например, Kickstarter.com, IndieGoGo.com, Crowdfunder.com, Boomstarter.ru, Planeta.ru, Starttrack.ru
По поиску работы	Цифровые платформы по поиску вакансий и подбору персонала. Например, Job.com, CareerBuilder.com, Indeed.com, Upwork.com, Hh.ru, Superjob.ru, Career.ru, YouDo.ru, Fl.ru
Мобильные ОС	Операционные системы для мобильных устройств, за исключением ноутбуков. Например, AppleiOS, Android, WindowsPhone, Sailfish OS
Электронной торговли	Цифровые платформы, позволяющие приобрести товары. Например, Amazon, Aliexpress, eBay, Etsy, Ozon, «Яндекс.Маркет», Auto, Ticketland
Пассажирских перевозок	Цифровые платформы, направленные на удовлетворение потребности в передвижении на автомобиле (такси либо аренда автотранспортного средства). Например, Uber.com, Lyft.com, Blablacar.com, «Яндекс.Такси», City-mobil.ru, Rentmania.com
По аренде жилья	Цифровые платформы, предоставляющие доступ к базе объектов недвижимости для аренды либо продажи. Например, AirBnB.com, HomeAway.com, Hostelworld.com, Cian.ru, Domofond.ru, «Яндекс.Недвижимость»
В сфере туризма и путешествий	Цифровые платформы, предоставляющие возможность пользователям спланировать свою поездку. Например, Tripadvisor.com, Skyscanner.net, Kayak.com, Travelata.ru, Tourvisor.ru, Aviasales.ru, Trip.ru
Результат деятельности на платформе¹	
Инструментальная	Цифровая платформа, результатом деятельности на которой является разработка программных и программно-аппаратных решений
Инфраструктурная	Цифровая платформа, результатом деятельности на которой является ИТ-сервис и информация, необходимая для принятия решения в хозяйственной деятельности
Прикладная	Цифровая платформа, результатом деятельности на которой является транзакция. Сделка, фиксирующая обмен товарами/услугами между участниками на заданном рынке

¹ Цифровые платформы: подходы к определению и типизации / Ростелеком. – URL: https://files.data-economy.ru/digital_platforms.pdf (дата обращения: 30.07.2020).

Виды цифровых платформ	Характеристика
Купоны и скидки	Цифровые платформы, объединяющие производителей товаров и услуг, предоставляющих с определенным процентом скидки при условии получения купона/скидки на данной платформе в течение ограниченного периода времени. Например, Groupon.com, Biglion.ru
Госуслуги	Цифровая платформа, позволяющая получить государственные услуги с использованием сети Интернет. Например, Gov.uk, Dta.gov.au, Gosuslugi.ru, Mos.ru
Степень развитости	
Интернет-магазин	Цифровая платформа, на которой осуществляется торговля товарами/услугами одним продавцом. Например, «Гипербола»
Маркетплейс	Цифровая платформа, представляющая собой электронную торговую площадку, где представлены товары/услуги независимых продавцов. Например, Wildberries, eBay, Avito
Цифровая экосистема	Совокупность цифровых платформ, на которых представлены различные товары и услуги под одним брендом
Степень развития предоставляемого функционала¹	
Технологические	Цифровые платформы, предоставляющие доступ к ИТ-ресурсам и технологиям. Например, AlibabaCloud, MicrosoftAzure
Функциональные	Цифровые платформы, предоставляющие доступ к специализированным инструментам. Например, «1С», Bitrix, SAP
Инфраструктурные	Цифровые платформы, предоставляющие доступ к цифровой инфраструктуре. Например, «Яндекс.Карты»
Корпоративные	Цифровые платформы, позволяющие оптимизировать управленческие процессы. Например, «Госзакупки», X5 GoCargo
Информационные	Цифровые платформы, предоставляющие информационный доступ к рынку. Например, Avito, «Яндекс.Маркет»
Маркетплейсы	Цифровые платформы, направленные на обеспечение взаимодействия сторон за счет предоставления доступа к рынку. Например, AliExpress, Amazon, eBay
Отраслевые	Цифровые платформы, оптимизирующие взаимодействие участников. Например, Smartcat, Cainiao
Классификация Е. В. Поповой, А. И. Семенова²	
Обеспечивающие реализацию онлайн бизнес-моделей	Участники цепочки создания ценности осуществляют производство и реализацию продукции в формате онлайн, а также взаимодействуют с клиентами через онлайн-порталы

¹ Кешелава А. В., Хае И. Л. Предмет цифровой экономики и роль цифровых инструментов // Цифровая экономика. – 2019. – № 2 (6). – С. 87–95.

² Попова Е. В., Семенов А. И. Анализ цифровых платформ, применяемых для эффективной реализации цепочек создания ценности // Инновации и инвестиции. – 2019. – № 8. – С. 235.

Виды цифровых платформ	Характеристика
Обеспечивающие создание высокотехнологичной продукции	Участники цепочки осуществляют прикладные и научные исследования, ведутся научные разработки, создается интеллектуальная собственность, являющаяся конкурентным преимуществом для конкретной компании, группы компаний или государства в целом
Обеспечивающие интеграцию участников согласно их определенным целям и потребностям	Цифровые платформы, представляющие собой современные социальные сети, интернет-форумы и сообщества и др.
Обеспечивающие взаимодействие участников с государственными организациями, выполняющими государственное задание	Цифровые платформы, с использованием которых реализуются государственные услуги для физических и юридических лиц, а также цифровые платформы, обеспечивающие эффективное взаимодействие коммерческих и некоммерческих организаций с государственными органами в рамках реализации определенных проектов
Наличие экономической выгоды	
Коммерческие	Цифровые платформы, созданные для удовлетворения нужд и потребностей потребителей и извлечения из этого экономической выгоды. Например, Ozon.ru
Некоммерческие	Цифровые платформы, созданные для удовлетворения нужд и потребностей потребителей, но без извлечения экономической выгоды. Например, Gosuslugi.ru
Примечание – Составлено автором.	

Приложение Г
(обязательное)

Индекс востребованности цифровых услуг населением ($I_{\text{вцун}}$)

Показатель	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Удельный вес пользователей сети Интернет среди членов домашних хозяйств	60,70	67,20	70,10	73,10	76,00	80,90	82,60	85,00	88,20
Доля населения, использовавшего сеть Интернет для получения государственных и муниципальных услуг, в общей численности населения	10,70	10,60	18,40	28,80	42,30	54,50	56,50	58,70	68,20
Доля домашних хозяйств, имеющих широкополосный доступ к сети Интернет, в общем числе домашних хозяйств	56,50	64,10	66,80	70,70	72,60	73,20	73,60	77,00	82,60
Доля населения, использовавшего сеть Интернет для заказа товаров и (или) услуг, в общей численности населения	15,30	17,80	19,60	23,10	29,10	34,70	35,70	40,30	46,60
Индекс востребованности цифровых услуг населением	35,80	39,93	43,73	48,93	55,00	60,83	62,10	65,25	71,40
Примечание – Составлено и рассчитано автором по данным Росстата.									

Приложение Д
(обязательное)

Индекс доступности цифрового пространства для населения ($I_{дцпн}$)

Показатель	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Доля домохозяйств, имеющих персональный компьютер, в общем числе домохозяйств	71,40	71,00	72,50	74,30	74,40	72,40	69,40	72,10	72,60
Доля населения, использующего средства защиты информации, в общей численности населения, использующего сеть Интернет	84,70	83,80	85,80	85,30	83,40	83,40	78,50	75,70	72,80
Удельный вес домашних хозяйств, имеющих доступ к сети Интернет с домашнего компьютера, в общем числе домашних хозяйств	65,10	67,00	68,40	70,30	70,30	69,00	65,40	65,90	65,10
Доля домашних хозяйств, имеющих доступ к сети Интернет, в общем числе домашних хозяйств	69,10	69,90	72,10	74,80	76,30	76,60	76,90	80,00	84,00
Индекс доступности цифрового пространства для населения	72,58	72,93	74,70	76,18	76,10	75,35	72,55	73,43	73,63
Примечание – Составлено и рассчитано автором по данным Росстата.									

Приложение Е
(обязательное)

Индекс доступности цифровых услуг организаций ($I_{дцую}$)

Показатель	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Доля организаций, использовавших средства защиты информации, передаваемой по глобальным сетям, в общем числе обследованных организаций	86,70	87,70	86,60	87,30	87,20	89,30	89,50	75,34	68,80
Доля организаций, использующих широкополосный доступ к сети Интернет, в общем числе организаций	79,40	81,20	79,50	81,80	83,20	86,50	86,60	58,10	75,60
Доля организаций, имевших веб-сайт, в общем числе обследованных организаций	41,30	40,30	42,60	45,90	47,40	50,90	51,90	44,20	46,20
Доля организаций, размещавших заказы на товары (работы услуги) в интернете, в общем числе обследованных организаций	43,40	41,70	41,30	41,60	41,20	42,20	43,30	40,70	42,00
Доля организаций, получавших заказы на выпускаемые товары (работы, услуги) по интернету, в общем числе обследованных организаций	18,90	17,60	18,20	19,30	20,10	22,50	23,70	24,71	26,40
Индекс доступности цифровых услуг организаций	53,94	53,70	53,64	55,18	55,82	58,28	59,00	48,61	51,80
Примечание – Составлено и рассчитано автором по данным Росстата.									

Приложение Ж
(обязательное)

Индекс интегративности цифровых технологий ($I_{\text{инт}}$)

Показатель	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Доля организаций, использовавших локальные вычислительные сети, в общем числе обследованных организаций	73,40	67,20	63,50	62,30	61,10	63,90	63,50	54,65	54,90
Доля организаций, использовавших Интранет, в общем числе обследованных организаций	16,70	16,80	19,20	21,60	26,20	31,30	31,80	30,64	31,70
Доля организаций, использовавших Экстранет, в общем числе обследованных организаций	7,70	14,30	16,90	15,00	16,60	18,50	19,50	19,41	20,30
Доля организаций, использовавших предоставляемые третьей стороной операционные системы с открытым исходным кодом (например, Linux), в общем числе обследованных организаций	12,70	17,10	17,30	16,60	17,30	18,90	18,90	20,05	20,90
Доля организаций, имевших специальные программные средства для управления закупками товаров (работ, услуг), в общем числе обследованных организаций	38,60	36,30	38,40	37,80	36,20	38,30	39,00	23,72	26,90
Доля организаций, имевших специальные программные средства для управления продажами товаров (работ, услуг), в общем числе обследованных организаций	22,90	20,30	21,90	21,80	22,00	25,90	26,00	16,03	18,60
Доля организаций, использовавших ERP-системы, в общем числе обследованных организаций	7,50	10,10	9,30	10,70	12,20	13,80	14,80	11,50	13,80
Доля организаций, использовавших CRM-системы, в общем числе обследованных организаций	5,70	7,20	9,90	9,40	10,30	13,20	13,90	10,84	13,40

Показатель	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Доля организаций, использовавших электронный обмен данными между своими и внешними информационными системами по форматам обмена, в общем числе обследованных организаций	25,70	52,70	59,60	62,40	63,10	64,90	67,00	54,26	55,40
Доля организаций, использовавших SCM-системы, в общем числе обследованных организаций	2,60	4,10	4,30	4,40	4,70	6,40	6,60	4,33	4,80
Индекс интегративности цифровых технологий	21,35	24,61	26,03	26,20	26,97	29,51	30,10	24,54	26,07
Примечание – Составлено и рассчитано автором по данным Росстата.									

Приложение И
(обязательное)

Интегральный индекс развития рынка цифровых услуг

Индекс	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Индекс востребованности цифровых услуг населением	35,80	39,93	43,73	48,93	55,00	60,83	62,10	65,25	71,40
Индекс доступности цифровых услуг организаций	53,94	53,70	53,64	55,18	55,82	58,28	59,00	48,61	51,80
Индекс доступности цифрового пространства для населения	72,58	72,93	74,70	76,18	76,10	75,35	72,55	73,43	73,63
Индекс интегративности цифровых технологий	21,35	24,61	26,03	26,20	26,97	29,51	30,10	24,54	26,07
Интегральный индекс развития рынка цифровых услуг	45,92	47,79	49,52	51,62	53,47	55,99	55,94	52,96	55,73
Примечание – Составлено и рассчитано автором.									

Приложение К
(обязательное)

Оценка синергетического эффекта

Показатель	2016	2017	Отклонение, п. п.	Оценка влияния	2018	Отклонение, п. п.	Оценка влияния	2019	Отклонение, п. п.	Оценка влияния	2020	Отклонение, п. п.	Оценка влияния	2021	Отклонение, п. п.	Оценка влияния
Востребованность и доступность цифровых услуг для населения																
Доля пользователей сети Интернет среди членов домашних хозяйств	73,1	76	2,9	2	80,9	4,9	4	82,6	1,7	1	85	2,4	2	88,2	3,2	3
Доля абонентов мобильного широкополосного доступа к интернету на 100 чел.	79,26	79,19	-0,08	0	79,89	0,70	0	81,28	1,39	1	81,24	-0,04	0	107,5	26,26	10
Доля населения, использующего средства защиты информации, в общей численности населения, использующего сеть Интернет	85,3	83,4	-1,9	-1	83,4	0	0	78,5	-4,9	-4	75,7	-2,8	-2	72,8	-2,9	-2
Доля населения, использовавшего сеть Интернет для осуществления финансовых операций	23	31	8	8	39	8	8	43	4	4	49	6	6	53	4	4
Доля населения, использовавшего сеть Интернет для заказа товаров и (или) услуг, в общей численности населения	23,1	29,1	6	6	34,7	5,6	5	35,7	1	1	40,3	4,6	4	46,6	6,3	6

Показатель	2016	2017	Отклонение, п. п.	Оценка влияния	2018	Отклонение, п. п.	Оценка влияния	2019	Отклонение, п. п.	Оценка влияния	2020	Отклонение, п. п.	Оценка влияния	2021	Отклонение, п. п.	Оценка влияния
Значение индекса востребованности и доступности цифровых услуг для населения	X	X	X	3	X	X	3,4	X	X	0,6	X	X	2	X	X	4,2
Востребованность и доступность цифровых государственных и муниципальных услуг																
Доля ОГВ и ОМС, имевших скорость передачи данных через интернет не менее 2 Мбит/с, в общем числе обследованных организаций ОГВ и ОМС	57,2	60,1	2,9	2	63,9	3,8	3	67,5	3,6	3	87,8	20,3	10	73,9	-13,9	-10
Доля кириллических доменных имен в общем количестве доменных имен в доменах .RU и .РФ	14,19	13,95	-0,24	0	13,63	-0,32	0	13,04	-0,59	0	12,55	-0,49	0	12,8	0,26	0
Доля мобильного интернет-трафика в общем объеме интернет-трафика	10,77	15,44	4,67	4	21,12	5,68	5	25,00	3,88	3	26,71	1,71	1	27,5	0,79	0
Доля населения, получившего государственные и муниципальные услуги в электронной форме	51,3	64,3	13	10	74,8	10,5	10	77,6	2,8	2	81,1	3,5	3	85,1	4	4
Онлайн-взаимодействие бизнеса с органами власти	56,2	54,2	-2	-2	56,1	1,9	1	57,7	1,6	1	56,6	-1,1	-1	57,3	0,7	0
Значение индекса востребованности и доступности цифровых государственных и муниципальных услуг	X	X	X	2,8	X	X	3,8	X	X	1,8	X	X	2,6	X	X	-1,2

Показатель	2016	2017	Отклонение, п. п.	Оценка влияния	2018	Отклонение, п. п.	Оценка влияния	2019	Отклонение, п. п.	Оценка влияния	2020	Отклонение, п. п.	Оценка влияния	2021	Отклонение, п. п.	Оценка влияния
Востребованность и доступность цифровых услуг организаций																
Доля организаций, использующих широкополосный доступ к сети Интернет, в общем числе организаций	81,8	83,2	1,4	1	86,5	3,3	3	86,6	0,1	0	58,10	-28,5	-10	75,6	-17,36	-10
Доля организаций, использовавших средства защиты информации, передаваемой по глобальным сетям, в общем числе обследованных организаций	87,3	87,2	-0,1	0	89,3	2,1	2	89,5	0,2	0	75,34	-14,16	-10	72,3	-3,04	-3
Доля организаций, имевших веб-сайт, в общем числе обследованных организаций	45,9	47,4	1,5	1	50,9	3,5	3	51,9	1	1	44,2	-7,7	-7	46,2	2	2
Доля организаций, размещавших заказы на товары (работы услуги) в интернете, в общем числе обследованных организаций	41,6	41,2	-0,4	0	42,2	1	1	43,3	1,1	1	40,7	-2,6	-2	42	1,3	1
Доля организаций, получавших заказы на выпускаемые товары (работы, услуги) по интернету, в общем числе обследованных организаций	19,3	20,1	0,8	0	22,5	2,4	2	23,7	1,2	1	24,71	1,01	1	26,4	1,69	1
Значение индекса востребованности и доступности цифровых услуг организаций	X	X	X	0,4	X	X	2,2	X	X	0,6	X	X	-2,4	X	X	-1,8
Синергетический эффект	X	X	X	6,20	X	X	9,40	X	X	3,00	X	X	-5,6	X	X	1,2
Примечание – Составлено и рассчитано автором.																

Приложение Л
(обязательное)

Рейтингование федеральных округов
по ключевым показателям развития рынка цифровых услуг
розничной торговли с 2013 по 2021 г.

Показатель	Федеральный округ							
	Центральный	Северо-Западный	Южный	Северо-Кавказский	Приволжский	Уральский	Сибирский	Дальневосточный
2013								
Оборот розничной торговли	1	5	6	7	2	4	3	8
Число активных абонентов фиксированного широкополосного доступа к сети Интернет на 100 чел. (на конец года)	2–3	1	6	8	4	2–3	5	7
Число активных абонентов мобильного широкополосного доступа к сети Интернет на 100 чел. (на конец года)	2	1	4	7–8	7–8	6	5	3
Обеспеченность населения торговыми площадями современных форматов на 1 000 чел.	1	6	5	8	3	2	4	7
Доля продаж через Интернет в общем объеме оборота розничной торговли	–	–	–	–	–	–	–	–
Доля розничных торговых сетей в формировании оборота розничной торговли субъектов РФ	2	1	4	8	5	6	3	7
2014								
Оборот розничной торговли	1	6	5	7	2	4	3	8
Число активных абонентов фиксированного широкополосного доступа к сети Интернет на 100 чел. (на конец года)	3	1	7	8	4	2	5	6
Число активных абонентов мобильного широкополосного доступа к сети Интернет на 100 чел. (на конец года)	1	4	3	5	7	6	8	2
Обеспеченность населения торговыми площадями современных форматов на 1 000 чел.	1	4	5	8	3	2	4	7

Показатель	Федеральный округ							
	Центральный	Северо-Западный	Южный	Северо-Кавказский	Приволжский	Уральский	Сибирский	Дальневосточный
Доля продаж через интернет в общем объеме оборота розничной торговли	3-4	2	5-6	8	5-6	1	3-4	7
Доля розничных торговых сетей в формировании оборота розничной торговли субъектов РФ	2	1	5	8	4	6	3	7
2015								
Оборот розничной торговли	1	5	4	7	2	6	3	8
Число активных абонентов фиксированного широкополосного доступа к сети Интернет на 100 чел. (на конец года)	3	1	7	8	4	2	5	6
Число активных абонентов мобильного широкополосного доступа к сети Интернет на 100 чел. (на конец года)	1	3	6-7	6-7	5	8	4	2
Обеспеченность населения торговыми площадями современных форматов на 1000 чел.	1	6	5	8	3	2	4	7
Доля продаж через интернет в общем объеме оборота розничной торговли	2	4	5-6	8	5-6	3	1	7
Доля розничных торговых сетей в формировании оборота розничной торговли субъектов РФ	2	1	5	8	6	4	3	7
2016								
Оборот розничной торговли	1	5	3	7	2	6	4	8
Число активных абонентов фиксированного широкополосного доступа к сети Интернет на 100 чел. населения (на конец года)	3	1	7	8	4	2	5	6
Число активных абонентов мобильного широкополосного доступа к сети Интернет на 100 чел. (на конец года)	1	3	6	7	4	8	5	2
Обеспеченность населения торговыми площадями современных форматов на 1 000 чел.	1	6	5	8	3	2	4	7
Доля продаж через интернет в общем объеме оборота розничной торговли	1	4	5-7	8	5-7	3	2	5-7
Доля розничных торговых сетей в формировании оборота розничной торговли субъектов РФ	4	1	6	8	5	3	2	7
2017								
Оборот розничной торговли	1	4	3	7	2	6	5	8

Показатель	Федеральный округ							
	Центральный	Северо-Западный	Южный	Северо-Кавказский	Приволжский	Уральский	Сибирский	Дальневосточный
Число активных абонентов фиксированного широкополосного доступа к сети Интернет на 100 чел. (на конец года)	2	1	7	8	4	3	5	6
Число активных абонентов мобильного широкополосного доступа к сети Интернет на 100 человек населения (на конец года)	1	2	7	8	6	4	5	3
Обеспеченность населения торговыми площадями современных форматов на 1 000 чел.	1	6	5	8	3	2	4	7
Доля продаж через интернет в общем объеме оборота розничной торговли	1	3	6–7	8	5	4	2	6–7
Доля розничных торговых сетей в формировании оборота розничной торговли субъектов РФ	2	1	6	8	5	3	4	7
2018								
Оборот розничной торговли	1	4	3	8	2	6	5	7
Число активных абонентов фиксированного широкополосного доступа к сети Интернет на 100 чел. (на конец года)	1	3	6	8	4	2	5	7
Число активных абонентов мобильного широкополосного доступа к сети Интернет на 100 чел. (на конец года)	1	2	7	8	6	4	5	3
Обеспеченность населения торговыми площадями современных форматов на 1 000 чел.	1	6	5	8	2	3	4	7
Доля продаж через интернет в общем объеме оборота розничной торговли	1	2	6	8	5	4	3	7
Доля розничных торговых сетей в формировании оборота розничной торговли субъектов РФ	2	1	6	8	5	4	3	7
2019								
Оборот розничной торговли	1	4	3	8	2	6	5	7
Число активных абонентов фиксированного широкополосного доступа к сети Интернет на 100 чел. (на конец года)	1	3	7	8	4	2	5	6
Число активных абонентов мобильного широкополосного доступа к сети Интернет на 100 чел. (на конец года)	1	2	7	8	6	3	5	4
Обеспеченность населения торговыми площадями современных форматов на 1 000 чел.	1	6	5	8	2	3	4	7

Показатель	Федеральный округ							
	Центральный	Северо-Западный	Южный	Северо-Кавказский	Приволжский	Уральский	Сибирский	Дальневосточный
Доля продаж через интернет в общем объеме оборота розничной торговли	1	2	6	8	5	4	3	7
Доля розничных торговых сетей в формировании оборота розничной торговли субъектов РФ	2	1	6	8	5	4	3	7
2020								
Оборот розничной торговли	1	4	3	8	2	6	5	7
Число активных абонентов фиксированного широкополосного доступа к сети Интернет на 100 чел. населения (на конец года)	1	3	6	8	4	2	5	7
Число активных абонентов мобильного широкополосного доступа к сети Интернет на 100 чел. (на конец года)	2	1	7	8	6	3	5	4
Обеспеченность населения торговыми площадями современных форматов на 1 000 чел.	1	5	6	8	2	3	4	7
Доля продаж через интернет в общем объеме оборота розничной торговли	1	2	4-5	8	6	4-5	3	7
Доля розничных торговых сетей в формировании оборота розничной торговли субъектов РФ	2	1	6	8	5	4	3	7
2021								
Оборот розничной торговли	1	4	3	8	2	6	5	7
Число активных абонентов фиксированного широкополосного доступа к сети Интернет на 100 чел. (на конец года)	1	3	6	8	4	2	5	7
Число активных абонентов мобильного широкополосного доступа к сети Интернет на 100 чел. (на конец года)	2	1	7	8	6	3	5	4
Обеспеченность населения торговыми площадями современных форматов на 1 000 чел.	1	5	6	8	2	3	4	7
Доля продаж через интернет в общем объеме оборота розничной торговли	1	2	3	8	6	4	5	7
Доля розничных торговых сетей в формировании оборота розничной торговли субъектов РФ	4	1	6	8	5	2	3	7
Средний ранг за анализируемый период	1,48	2,91	5,24	7,63	4,02	3,69	3,98	6,15
Примечание – Составлено и рассчитано автором.								

Приложение М
(обязательное)

Рейтинг федеральных округов по состоянию на август 2021 г.¹

Центральный федеральный округ 2,22	Северо-Западный федеральный округ 2,09	Сибирский федеральный округ 1,90	Дальневосточный федеральный округ 1,82
Уральский федеральный округ 2,17	Приволжский федеральный округ 2,07	Южный федеральный округ 1,60	Северо- Кавказский федеральный округ 1,14

¹ Составлено и рассчитано автором по: Цифровой регион: вызовы и ожидания / Дальневосточный фонд высоких технологий. – URL: https://www.vostokventures.ru/wp-content/uploads/2021/08/Tsifrovoi_774_Region_-_vyzovy_i_ozhidania_DFVT.pdf (дата обращения: 12.08.2022).

Приложение Н (обязательное)

Дорожная карта развития системы цифровых услуг в России

Цель дорожной карты	Формирование прогрессивной и конкурентоспособной системы цифровых услуг, отвечающей требованиям рынка и глобальным вызовам к 2026 г.
Результат дорожной карты	Сформированы и функционируют экосистемы по предоставлению большинства услуг в цифровом пространстве
Критерии успешности	<p>Большинство услуг как коммерческого, так и некоммерческого характера перенесено в цифровое пространство.</p> <p>Востребованность цифровых услуг и цифровых экосистем составляет не менее 70 % от всех представленных в цифровом пространстве.</p> <p>Уровень цифровой грамотности и владения цифровыми навыками составляет не менее 50 %</p>
Сроки	1 января 2023 г. – 31 декабря 2025 г.
Программы, проекты, мероприятия, изменение законодательства	<p>Организация профессиональной переподготовки персонала, повышение уровня цифровой грамотности населения.</p> <p>Популяризация цифровых услуг коммерческого сектора на основе проведения просветительской деятельности среди населения.</p> <p>Разработка стратегических документов по развитию рынка цифровых услуг в каждом федеральном округе. В условиях, когда доминируют модели рынка, развивающегося одновременно в цифровом и аналоговом пространстве, и рынка, развивающегося в аналоговом пространстве, целесообразно усилить административное и экономическое воздействие на участников рынка цифровых услуг Дальневосточного, Южного и Северо-Кавказского федеральных округов и учесть это в региональных стратегических документах.</p> <p>Компаниям, работающим на рынке услуг, необходимо пересмотреть занятые ими сегменты рынка с целью выявления изменений в моделях поведения и последующего изменения модели взаимодействия в цифровом и аналоговом пространстве.</p> <p>Компаниям, функционирующим на рынке услуг, следует провести аудит используемых продуктов и, при необходимости, обновить их с учетом появления новых программных продуктов либо изменения инструментов, используемых для взаимодействия с потребителями.</p> <p>Каждому участнику системы цифровых услуг необходимо определить приоритетные направления цифровизации и разработать программные документы, направленные на ускоренное внедрение цифровых технологий с целью обеспечения роста макроэкономических показателей, а также повышения качества жизни и доступности услуг для населения.</p> <p>Развитие финансовых механизмов, позволяющих обеспечить доступность финансовых ресурсов для предпринимательского сектора, реализующих инновационные услуги и бизнес-идеи.</p>

	<p>Внедрение инновационных цифровых инструментов (smart-контракты, цифровой рубль).</p> <p>Разработка и реализация стратегических документов национального и регионального уровней, определяющих направления формирования и развития рынка цифровых услуг с учетом приоритетных направлений по обеспечению конкурентоспособности национальной экономики на международном уровне в условиях перехода к новому технологическому укладу.</p> <p>Разработка новых и внесение изменений в действующие нормативно-правовые акты, регулирующие использование инновационных технологий на рынке цифровых услуг, а также обеспечивающих защиту прав потребителей на данном рынке. На законодательном уровне необходимо закрепить взаимодействие на рынке цифровых услуг, определить специфику и особенности предоставления цифровых услуг. Пока не нашло своего отражения обеспечение качества цифровой услуги, что также оказывает негативное влияние.</p> <p>Использование экспериментальных правовых режимов в сфере цифровых инноваций с целью повышения эффективности разработки и внедрения цифровых инноваций, что также повлияет на инвестиционную привлекательность национальной экономики.</p> <p>Совершенствование налогового законодательства относительно предоставления цифровых услуг и использования цифровых технологий в процессе осуществления деятельности</p>
Участники	<p>Министерство внутренних дел Российской Федерации.</p> <p>Министерство культуры Российской Федерации.</p> <p>Министерство науки и высшего образования Российской Федерации.</p> <p>Министерство промышленности и торговли Российской Федерации.</p> <p>Министерство сельского хозяйства Российской Федерации.</p> <p>Министерство строительства и жилищно-коммунального хозяйства Российской Федерации.</p> <p>Министерство транспорта Российской Федерации.</p> <p>Министерство труда и социальной защиты Российской Федерации.</p> <p>Министерство финансов Российской Федерации.</p> <p>Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации.</p> <p>Министерство экономического развития Российской Федерации.</p> <p>Федеральная служба государственной статистики (Росстат).</p> <p>Федеральная служба по финансовому мониторингу (Росфинмониторинг).</p> <p>Федеральная антимонопольная служба.</p> <p>Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека (Роспотребнадзор).</p> <p>Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки (Рособрнадзор).</p> <p>Центральный банк Российской Федерации</p>
Риски и угрозы	<p>Невыполнение обязательств компанией по оказанию цифровых услуг либо предоставление цифровых услуг ненадлежащего качества.</p> <p>Рынки цифровых услуг, входящих в систему, не смогут предоставить цифровую услугу в связи с цифровыми сбоями либо недостаточным уровнем развитости цифровой инфраструктуры.</p> <p>Сбой в работе цифровых платформ и экосистем.</p>

	<p>Переориентация компаний на цифровой рынок с последующим снижением качества предоставляемых услуг в традиционном формате.</p> <p>Отсутствие интереса к потребностям существующих клиентов.</p> <p>Невозможность выполнения своих обязательств перед инвесторами.</p> <p>Ошибки в менеджменте.</p> <p>Недостаточная проработанность вопросов развития системы цифровых услуг со стороны органов власти федерального и регионального уровней.</p> <p>Изменение рыночной конъюнктуры.</p> <p>Изменения в государственной политике относительно развития системы цифровых услуг.</p> <p>Введение санкций и иные ответные действия зарубежных партнеров России.</p> <p>Рост инфляции и цен на сырье и материалы для производителей цифровых услуг, увеличение стоимости предоставляемых цифровых услуг для потребителя.</p> <p>Изменение валютного курса.</p> <p>Недостаточная проработанность маркетинговой стратегии и маркетинговых инструментов продвижения новых цифровых услуг.</p> <p>Возникновение противоречий в законодательстве Российской Федерации при регулировании вопросов предоставления и потребления цифровой услуги.</p> <p>Недостаточная исследованность целевой аудитории.</p> <p>Снижение уровня платежеспособности целевой аудитории.</p> <p>Усиление конкуренции на рынках цифровых услуг.</p> <p>Появление новых сильных конкурентов.</p> <p>Снижение уровня компетентности сотрудников, занимающихся обслуживанием цифровой инфраструктуры, осуществляющих взаимодействие с потребителями</p>
--	---