



ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ  
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ



Институт статистических исследований  
и экономики знаний

Центр конъюнктурных исследований



**ЦИФРОВОЙ КЛИМАТ ИТ-ОРГАНИЗАЦИЙ,  
ЗАНИМАЮЩИХСЯ РАЗРАБОТКАМИ ТЕХНОЛОГИЙ  
В СФЕРЕ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ И МАРКЕТИНГА**



Май '21

Москва

**Авторы:**

Лола И.С., Бакеев М.Б.

**Цифровой климат ИТ-организаций, занимающихся разработками технологий в сфере электронной торговли и маркетинга.<sup>1</sup> – М.: НИУ ВШЭ, 2021. – 12 с.**

Центр конъюнктурных исследований Института статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ представляет репрезентативную картину состояния цифрового климата российских ИТ-компаний, занимающихся разработкой цифровых решений в области технологий электронной коммерции в итоговой динамике развития за 2020 г., а также планы на 2021 г.

Диагностика цифрового климата ИТ-компаний базировалась на результатах пилотных конъюнктурных опросов около 100 специально отобранных организаций из 30 регионов России, направления деятельности которых включают разработки в области электронной торговли, в ежегодном режиме проводимых АНО ИИЦ «Статистика России» по заказу Центра конъюнктурных исследований ИСИЭЗ НИУ ВШЭ.

Выборочная совокупность, включающая 31 субъект Российской Федерации, является районированной по восьми федеральным округам Российской Федерации, многомерной и стратифицированной.

**Институт статистических исследований и экономики знаний**

Адрес: 101000, Москва, ул. Мясницкая, д. 20

Телефон: (495) 621–28–73, факс: (495) 625–03–67

E-mail: [issek@hse.ru](mailto:issek@hse.ru)

[issek.hse.ru](http://issek.hse.ru)

© Национальный исследовательский университет  
«Высшая школа экономики», 2021  
*При перепечатке ссылка обязательна*

---

<sup>1</sup> Работа подготовлена в результате проведения исследования в рамках Программы фундаментальных исследований Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики».

Центр конъюнктурных исследований ИСИЭЗ НИУ ВШЭ представляет информационный обзор, характеризующий состояние цифрового климата российских организаций сферы информационно-технологических услуг (ИТ-организации), занимающихся разработкой цифровых решений в области технологий электронной коммерции и маркетинга. Проанализированы тенденции в итоговой динамике развития за 2020 г. и отражены векторы развития на 2021 г.

Представляется репрезентативная картина деловой конъюнктуры, технологических ориентиров, востребованности различных цифровых решений со стороны заказчиков – предприятий промышленности, строительства, организаций розничной торговли и финансовой сферы. Проанализирован уровень спроса и разработки различных цифровых технологий, составляющих основу современной электронной торговли, включая Big Data и аналитику, мобильные приложения, искусственный интеллект и чат-боты и т. д.

Опрос в ежегодном режиме проводится АНО ИИЦ «Статистика России» по заказу ИСИЭЗ НИУ ВШЭ.

## Обобщенная конъюнктура. Востребованность направлений деятельности. Планы развития на 2021 г.

Согласно результатам пилотного обследования, в итоговой динамике 2020 г. российский сегмент ИТ-организаций, занимающихся разработками технологий в сфере электронной торговли и маркетинга, в определенной степени оказался подвержен общим негативным тенденциям, связанным с последствиями ограничительных мер, направленных на борьбу с пандемией COVID-19. Однако совокупность поступивших вызовов лишь отчасти ослабила наметившуюся эскалацию положительного тренда развития деловой активности в сегменте по сравнению с 2019 г., выразившись в обострении «классических» проблем. В числе таких, например, руководителями ключевыми были признаны фискальные и финансовые факторы, а также недостаточная платежеспособность клиентов. **Индекс барьеров**<sup>2</sup> показал незначительный рост до 99,8 с 99,6%, продемонстрировав некоторое повышение чувствительности к экономическому фону. Сохранение значения индекса в благоприятной зоне ниже 100% свидетельствует о достаточной стрессоустойчивости ИТ-компаний к экзогенным и эндогенным параметрам развития.

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

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

---

<sup>2</sup> Индекс барьеров цифрового климата рассчитывался с использованием метода главных компонент как «общий» фактор динамики показателей программы обследований деловой и цифровой активности в сфере ИТ-услуг, гармонизированных с Системой конъюнктурных измерителей мониторинга цифровой экономики, проводимого Европейской Комиссией. Значение индекса в благоприятной зоне ниже 100% свидетельствует о достаточной стрессоустойчивости ИТ-компаний к влиянию лимитирующих факторов конъюнктуры.

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



Источник: ЦКИ ИСИЭЗ НИУ ВШЭ

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

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

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



Источник: ЦКИ ИСИЭЗ НИУ ВШЭ

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

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

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

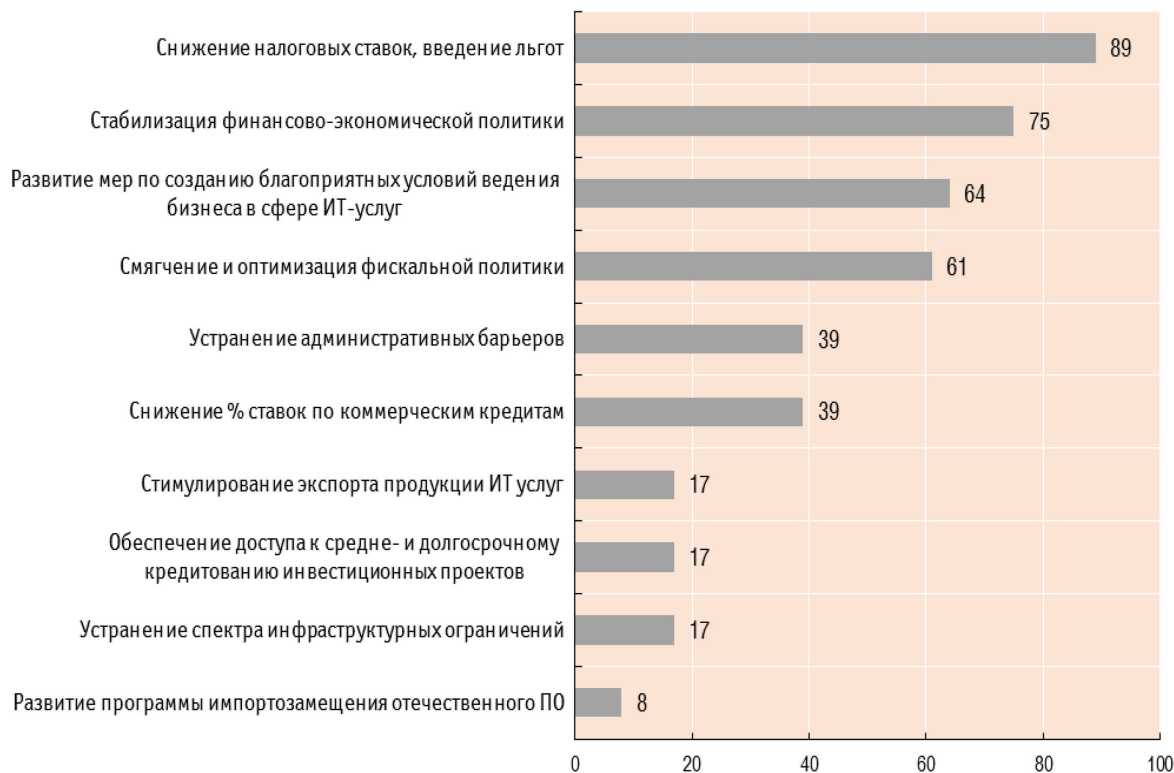


Источник: ЦКИ ИСИЭЗ НИУ ВШЭ

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

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

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



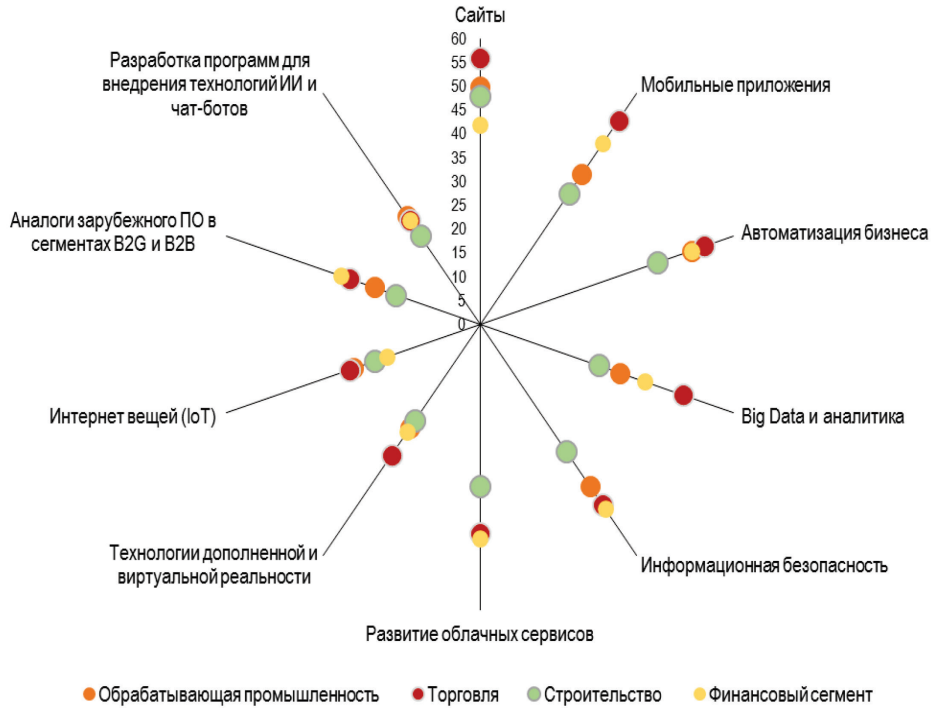
Источник: ЦКИ ИСИЭЗ НИУ ВШЭ

### Спрос на разработку технологий со стороны заказчиков

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

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

Рис. 5. Распределение сегментов экономики с высоким и средним уровнем спроса на разработку цифровых технологий в ИТ-организациях, оказывающих услуги в области электронной торговли и маркетинга, в 2020 г.  
(в процентах от числа обследованных организаций)



Источник: ЦКИ ИСИЭЗ НИУ ВШЭ

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

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



Источник: ЦКИ ИСИЭЗ НИУ ВШЭ

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

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

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



На фоне замедления экономической активности COVID-19 привел к всплеску электронной коммерции и ускорению цифровой трансформации, усилив уже наметившиеся технологические тренды. По мере того, как ограничения стали новой нормой, предприятия и потребители все чаще «переходили на цифровые технологии», предлагая и покупая больше товаров и услуг в Интернете и увеличив долю электронной коммерции в мировой розничной торговле с 14% в 2019 году до примерно 17% в 2020 году.

Интернет-торговля тесно граничит на инфраструктурном и технологическом уровнях с сегментом ИТ-услуг. ИТ-организации, оказывающие услуги в области электронной коммерции, являются ключевыми проводниками изменений, позволяя ритейлерам вливаться в новую экономику глубже и эффективнее. Как значимый институт цифровой экономики электронная коммерция проникает во все большее количество правоотношений и охватывает весь их спектр – прямое взаимодействие потребителей с потребителями (С2С), продавцов с потребителями (В2С) и между предпринимателями (В2В), бизнеса и государства в электронной форме (В2G) и др.

Согласно данным Data Insight, объем рынка интернет-торговли в России в 2020 г. составил 2,7 трлн рублей и 830 млн заказов. В период пандемии рынок онлайн-торговли в России вырос на 40% и достиг 60–65 млн человек. За прошлый год количество заказов онлайн В2С выросло на 78%. Почти 50% заказов онлайн составили заказы на крупных универсальных маркетплейсах. Онлайн С2С рынок в денежном эквиваленте вырос на 87% за 1,5 года его годовой объем составил 1,06 трлн рублей.

Согласно прогнозу Data Insight: Российский рынок e-commerce вырастет на 34% к 2024 году.

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

<https://unctad.org/news/how-covid-19-triggered-digital-and-e-commerce-turning-point>

[https://datainsight.ru/DI\\_eCommerce2020](https://datainsight.ru/DI_eCommerce2020)

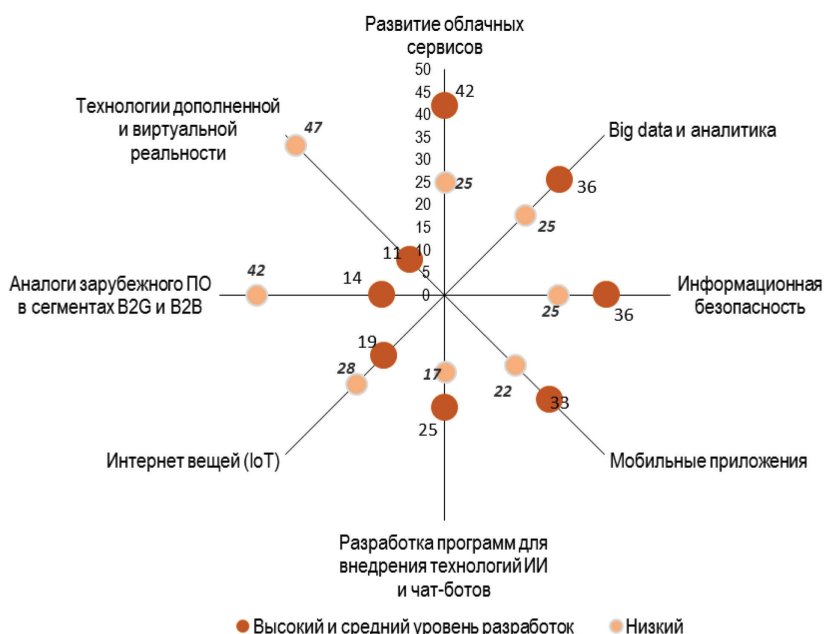
## Уровень разработок технологий.

### Соотношение спроса на цифровые услуги и предложения.

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

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

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



Источник: ЦКИ ИСИЭЗ НИУ ВШЭ

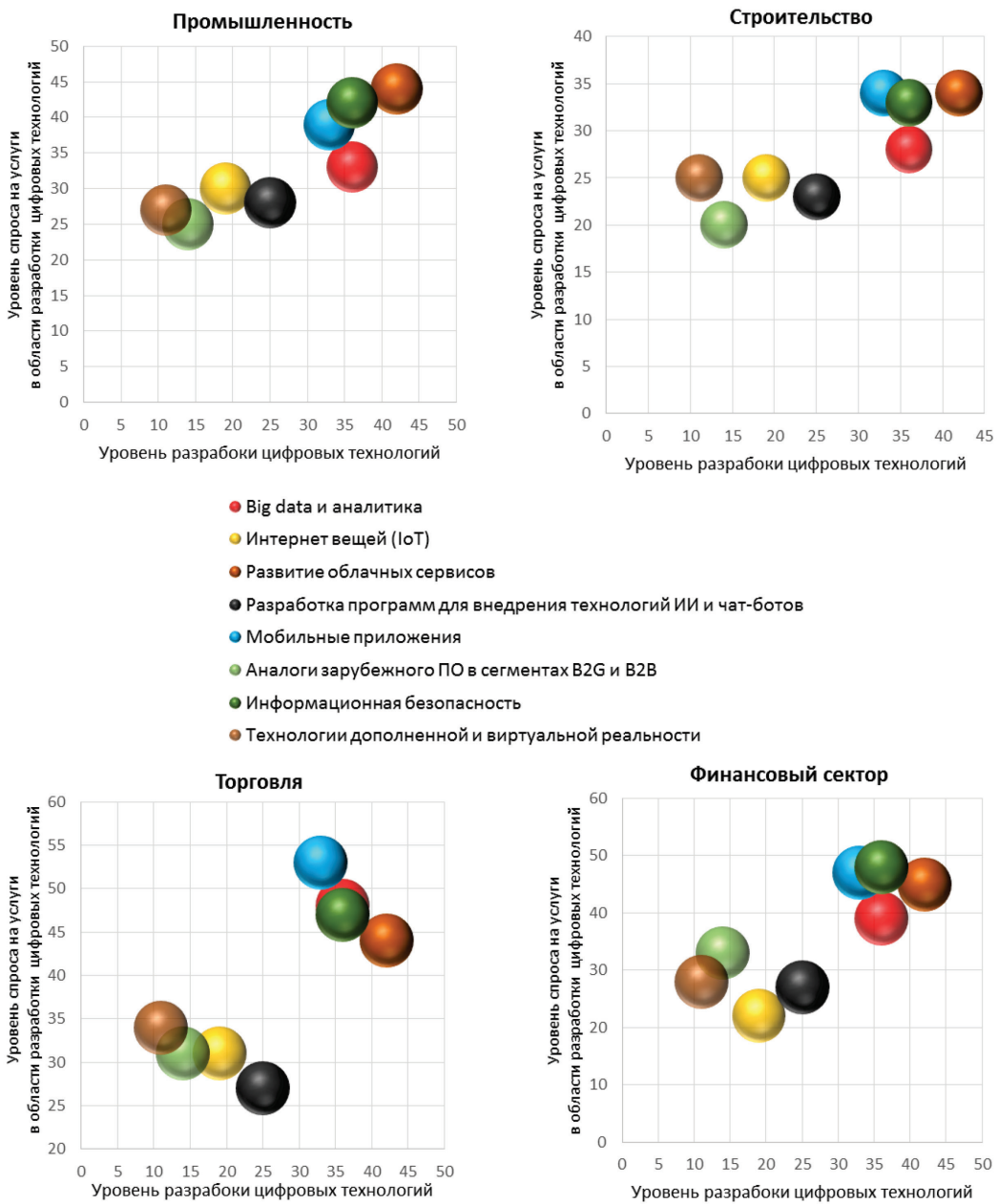
В целом, **соотношение оценок спроса и уровня разработок цифровых решений** показывает, что технологическое предложение способно удовлетворить все имеющиеся запросы в четырех рассмотренных отраслях по основным технологическим позициям, но в различной степени. Причем по отдельным направлениям ИТ-организации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

Из всех рассматриваемых технологий следует выделить четыре лидирующие, существующие компетенции разработок по которым ИТ-организации способны в том числе с запасом покрывать потребности высокого и среднего уровня спроса со стороны заказчиков представленных отраслей: **облачные сервисы, информационная безопасность, мобильные приложения, Big data и аналитика**. Следует отметить, что из данных технологий в разрезе соотношения оценок по спросу на технологии и уровня их разработки **наиболее яркий диссонанс**

прослеживается только по востребованности мобильных приложений в торговой и финансовой сфере (53 и 47 против 33% респондентов соответственно).

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

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



Источник: ЦКИ ИСИЭЗ НИУ ВШЭ

## Лимитирующие факторы

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

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

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

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



Источник: ЦКИ ИСИЭЗ НИУ ВШЭ