



УДК 338.46

ТЕНДЕНЦИИ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВЫХ УСЛУГ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ РЫНКЕ

Усова Н. В.

Уральский институт управления —
филиал РАНХиГС,
Уральский государственный экономический
университет,
Екатеринбург, Россия,
nata-ekb-777@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0002-7575-6078>

Аннотация. Статья посвящена исследованию цифровых услуг на потребительском рынке. Активное внедрение инновационных цифровых технологий и цифровых услуг на потребительском рынке подчеркивает текущую значимость и актуальность исследования данного направления. Целью публикации является выявление проблем и разработка мероприятий, направленных на развитие цифровых услуг на потребительском рынке в контексте действующих норм права. Для достижения данной цели автором был решен ряд задач, среди которых представлено авторское обоснование актуальности применения междисциплинарного подхода, проведен обзор действующих норм права и выявлены тенденции развития цифровых услуг на потребительском рынке; предложены мероприятия, направленные на развитие цифровых услуг на потребительском рынке.

В процессе работы автором использовались диалектический метод, направленный на выявление взаимосвязи между экономическими и государственно-правовыми явлениями, связанными с развитием цифровой экономики и цифровых технологий на потребительском рынке; юридические — сравнительно-правовой и формально-юридический методы; общие методы — индукция, дедукция, сравнение, анализ и синтез.

По результатам исследования сформулированы проблемы и предложены мероприятия, направленные на развитие цифровых услуг на потребительском рынке.

Ключевые слова: цифровые услуги, потребительский рынок, цифровая торговля, маркетплейс, агрегатор, интернет-магазин, цифровая экономика, правовое регулирование, услуги.

© Усова Н. В., 2024

UDC 338.46

TRENDS AND PROBLEMS OF DIGITAL SERVICES DEVELOPMENT IN THE CONSUMER MARKET

Usova N. V.

RANEPA —

Ural Institute of Management,

Ural State University of Economics,

Yekaterinburg, Russia,

nata-ekb-777@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0002-7575-6078>

Abstract. The article is devoted to the study of digital services in the consumer market. The active introduction of innovative digital technologies and digital services in consumer markets underline the current importance and relevance of research in this area. The purpose of this study is to identify problems and develop measures aimed at the development of digital services in the consumer market in the context of current legal norms. To achieve this goal, the author solved a number of tasks, among which the author's substantiation of the relevance of the interdisciplinary approach is presented, a review of current legal norms is conducted and trends in the development of digital services in the consumer market are identified; measures aimed at the development of digital services in the consumer market are proposed.

In the process of work, the author used a dialectical method aimed at identifying the relationship between economic and state-legal phenomena related to the development of the digital economy and digital technologies

Keywords: digital services, consumer market, digital trade, marketplace, aggregator, online store, digital economy, legal regulation, services.

Введение

Потребительский рынок вновь переживает трансформационные процессы, но теперь эти изменения обусловлены стремительным проникновением в жизнь общества инновационных цифровых технологий, переходом к цифровой экономике и трансформацией модели потребления. Учитывая усиление внимания к цифровым услугам на потребительском рынке, важным становится не только выявление тенденций, но и анализ правового аспекта, а именно наличие и актуальность норм права, позволяющих обеспечить безопасное взаимодействие участников рынка. В связи с этим целью данного исследования является выявление проблем и разработка мероприятий, направленных на развитие цифровых услуг на потребительском рынке в контексте действующих норм права.

Для достижения данной цели автором был решен ряд задач, среди которых представлено авторское обоснование актуальности применения

междисциплинарного подхода, проведен обзор действующих норм права и выявлены тенденции развития цифровых услуг на потребительском рынке; предложены мероприятия, направленные на развитие цифровых услуг на потребительском рынке.

Актуальность данного исследования обусловлена тем, что в последние несколько лет, а особенно в период пандемии COVID-19, потребительский рынок претерпевал существенные трансформации, связанные в первую очередь с развитием цифровых технологий и усилением роли цифровых услуг на потребительском рынке.

Новизна исследования автором видится как в предложении авторского подхода к категории «цифровые услуги», так и в применении междисциплинарного подхода к исследованию цифровых услуг на потребительском рынке, а именно в проведении анализа исследуемого рынка по экономическим показателям в совокупности с оценкой действующих норм права.

Полученные результаты могут быть использованы органами власти и предпринимательским сектором для определения перспективных направлений развития.

Материалы и методы

В процессе работы автором использовались диалектический метод, направленный на выявление взаимосвязи между экономическими и государственно-правовыми явлениями, связанными с развитием цифровой экономики и цифровых технологий на потребительском рынке; юридические — сравнительно-правовой и формально-юридический методы; общие методы — индукция, дедукция, сравнение, анализ и синтез.

В качестве материалов при проведении исследования послужили труды ученых, посвященных вопросам развития цифровой экономики, цифровых услуг и потребительского рынка, данные исследовательских агентств.

Результаты

В современных условиях у потребителя все большую популярность приобретают цифровые сервисы и возможность приобретать и потреблять цифровые услуги в сети Интернет. При этом цифровые услуги являются достаточно новым направлением исследования, что свидетельствует о необходимости разработки теоретико-методологических положений, а также о совершенствовании норм права, регулирующих правоотношения в данной сфере.

Автором данной статьи совместно с коллегами уже был рассмотрен ряд вопросов по развитию цифровых услуг. Так, были определены драйверы

развития цифровых услуг и предложены модели цифровых услуг, позволяющие формировать направления развития [1].

Концептуальный подход к развитию национального рынка цифровых услуг на основе инновационных технологий, а именно смарт-контракта и крипто-рубля, также представлен в одной из работ автора с коллегами [2]. Такой подход обеспечит активное развитие рынка цифровых услуг и обеспечит доступность товаров и услуг в цифровом пространстве для различных категорий населения.

Кроме того, также уже были предложены подходы к категориям «национальный рынок цифровых услуг», «механизм развития рынка цифровых услуг» и подходы к выделению российской модели управления рынком цифровых услуг. Разработан механизм развития рынка цифровых услуг, и предложен авторский подход к определению инструментов воздействия на национальный рынок цифровых услуг в зависимости от этапа управления развитием рынка цифровых услуг [3].

Автором предлагается рассматривать цифровые услуги как 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.

При этом рассмотрение цифровых услуг, в том числе на потребительском рынке в контексте цифровой экономики, по мнению автора, только обогатит теоретический базис исследования.

Послание Президента Российской Федерации Федеральному собранию от 01.12.2016 является началом формирования и развития цифровой экономики в нашей стране.

Как утверждает Н. В. Макарейко в одном из своих исследований, «внедрение цифровой экономики, ускорение данного процесса чревато новыми вызовами и угрозами, что обостряет проблему обеспечения безопасности. Именно комплексное обеспечение безопасности должно выступить в качестве важного вектора осуществления нормативного правового регулирования в данной сфере» [4, с. 151].

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

– Указ Президента Российской Федерации от 9 мая 2017 года № 203 «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы».

– Утвержденная распоряжением Правительства Российской Федерации от 28 июля 2017 года № 1632-р программа «Цифровая экономика Российской Федерации».

Также планируется на смену программе «Цифровая экономика Российской Федерации» ввести новый национальный проект «Экономика данных и цифровая трансформация государства», рассчитанный до 2030 года.

В своем исследовании Н. В. Калугина и А. В. Лошкарев [5] отмечают следующее: в инновационном развитии государства ключевую роль играют цифровые технологии, в соответствии с Указом Президента Российской Федерации от 1 декабря 2016 года № 642 «О Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации», но система мер по обеспечению развития информационного общества в РФ, в том числе вопросы правового регулирования, представлены в Указе Президента Российской Федерации от 9 мая 2017 года № 203 «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы».

Ф. Г. Мышко, К. В. Васильева, В. В. Попов и И. А. Стрельникова [6] представили анализ реализации Стратегии развития информационного общества и определили изменения в гражданско-правовом и антимонопольном регулировании отношений в сфере цифровой экономики, что позволило предложить ряд рекомендаций, направленных на совершенствование законодательной базы с целью оптимизации нормативного правового регулирования цифровой экономики.

А. Ю. Быков отмечает, что «в России применяется Конвенция ООН от 23 ноября 2005 года об использовании электронных сообщений в международных договорах. Иных международных конвенций, напрямую посвященных ЦЭ, пока нет, равно как нет двусторонних соглашений по ЦЭ, ратифицированных Российской Федерацией и действующих на территории России» [7, с. 5].

В свою очередь, Г. С. Беляева, А. А. Гусева и А. А. Умарова [8] отмечают, что для эффективного функционирования цифровой экономики требуется беспробельное и неколлизионное правовое регулирование.

Цифровые услуги потребительского рынка являются сегментом, в основе которого лежат инновационные цифровые технологии, а сам сегмент выступает в качестве одного из ключевых элементов цифровой экономики.

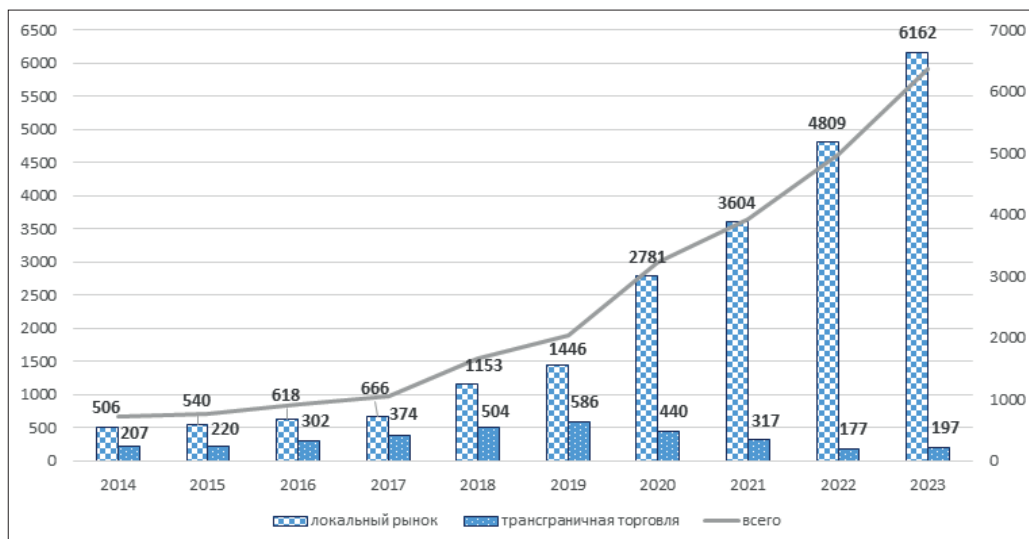
Мы все помним, что за последние несколько лет национальная экономика столкнулась с рядом вызовов, среди которых пандемия COVID-19, санкционное давление со стороны зарубежных стран и последующие изменения, связанные с уходом ряда компаний с российского рынка. Все это привело к достаточно существенному приросту цифрового сегмента на потребительском рынке.

АКИТ, представляя результаты развития цифровой торговли 2023 года, выделили следующие показатели¹:

- объем цифровой торговли составил почти 6,4 трлн рублей (рост составил 28 % по сравнению с предыдущим годом);
- 6,2 трлн рублей (96,9 %) — это торговля на внутреннем рынке;
- 197 млрд рублей (3,1 %) составил рынок трансграничной торговли.

На рисунке 1 представлена динамика цифровой торговли за период с 2014 по 2023 год.

¹ Итоги года: регионы перетягивают лидерство в e-commerce // Официальный сайт Ассоциации компаний интернет-торговли. URL: <https://akit.ru/news/itogi-goda-regiony-peretyagivayut-liderstvo-v-e-commerce> (дата обращения: 23.04.2024).



Источник: составлено автором по данным АКИТ (URL: <https://akit.ru/>) (дата обращения: 23.04.2024).

Рис. 1. Динамика российского рынка цифровой торговли, млрд рублей

Даже если учитывать тот факт, что с 2018 года была обновлена методика подсчета, мы все равно наблюдаем прирост показателей. Причем именно в 2020 году, когда все были на самоизоляции, выявлен существенный прирост по локальному рынку, и данная тенденция сохранилась по настоящее время. В связи с этим необходимо рассмотреть правовой аспект цифровых услуг на потребительском рынке.

Учитывая тот факт, что мир меняется очень быстро, компаниям приходится также постоянно трансформироваться, а использование цифровых платформ в современных условиях стало способом сохранить свою гибкость и адаптироваться к происходящим 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 того, какая на них предлагается продукция, кто является участниками маркетплейса и какова степень их активности, а также от широты охвата аудитории.

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

Что касается цифровой экосистемы, то приходится констатировать тот факт, что данная категория весьма дискуссионна и отсутствует единый подход.

В разных странах выделяется своя специфика, о чем свидетельствует исследование Института экономической политики имени Е. Т. Гайдара².

Автором 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 беспшовностью цифровой среды и позволяющая приобретать и потреблять различные цифровые товары и услуги, как собственные, так и компаний-партнеров, представляющих определенную ценность для потребителя.

Для того чтобы возможно было идентифицировать цифровую экосистему, выделяется 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.

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.

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.

Далее рассмотрим основные нормативно-правовые акты, регулирующие цифровые услуги на потребительском рынке (см. рис. 2).

Как мы видим, существует достаточно много различных нормативно-правовых актов, направленных на регулирование цифровых услуг на потребительском рынке. В частности, закреплена правовая статус смарт-контрактов и категория «цифровые права», а регулирование цифровых услуг на потребительском рынке регламентируется нормами права, направленными на дистанционный способ продажи товаров.

При этом регулирование цифровых услуг на потребительском рынке пока носит фрагментарный характер.

² Цифровые экосистемы в России: эволюция, типология, подходы к регулированию. Июнь 2022 г. // Институт экономической политики имени Е. Т. Гайдара. URL: https://www.iep.ru/files/news/Issledovanie_jekosistem_Otchet.pdf (дата обращения: 03.08.2022).

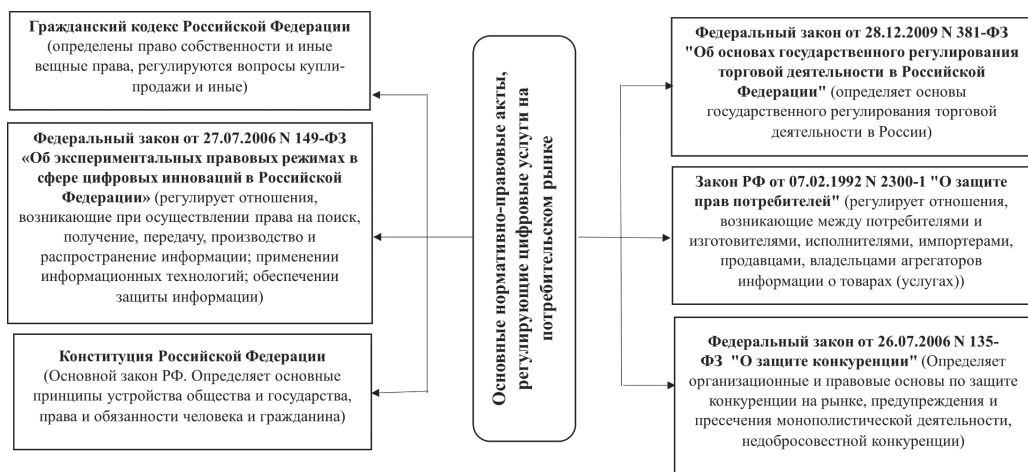


Рис. 2. Основные нормативно-правовые акты, регулирующие цифровые услуги на потребительском рынке

Таким образом, мы видим, что вопросы правового регулирования пока что носят весьма фрагментарный характер, а в условиях усиления и развития киберпреступлений (фишинг, поддельные сайты, цифровой скимминг и иные) данный вопрос становится одним из наиболее приоритетных, так как без действующих норм права эффективность развития цифровых услуг на потребительском рынке снижается.

Кража учетной записи приводит к утере контроля за цифровым профилем и появлению негативного цифрового следа, что в условиях цифровой экономики становится таким же важным аспектом для личности и репутации, как и офлайн-репутация.

Поддельные сайты также наносят урон репутации компании, а также негативно влияют на востребованность цифровых услуг у потребителя, так как, имея негативный опыт, потребитель будет менее склонен к приобретению и потреблению цифровых услуг.

В свою очередь, цифровой скимминг связан с кражей данных при осуществлении онлайн-платежей, что также приводит к снижению уровня лояльности к цифровым услугам.

При этом территория РФ весьма поляризована с точки зрения покрытия сетью Интернет, что сказывается и на востребованности цифровых услуг на потребительском рынке, а также на качестве жизни населения.

Обсуждение

По результатам проведенного исследования автором выделяются следующие проблемы.

Во-первых, отсутствие правовой базы регулирования цифровых услуг на потребительском рынке (оценка доминирующего положения компании

на рынке, кибермошенничество, несоответствие действующего законодательства уровню развития цифровых технологий).

Во-вторых, нехватка квалифицированных юридических и научно-педагогических кадров (различные подходы к регулированию цифровой экономики, т. е. прецедентный либо перспективный; появление нового понятийного аппарата, отсутствие фундаментальных исследований, посвященных правовому регулированию цифровой экономики, дилемма между необходимостью разработки Цифрового кодекса либо внесение изменений в действующие правовые акты).

В-третьих, существенная поляризованность территории страны по уровню проникновения сети Интернет.

В-четвертых, недостаточный уровень цифровой и финансовой грамотности.

Все эти проблемы требуют комплексного подхода. При этом их решение должно быть основано на совокупности принципов: обеспечение и поддержание конкурентной среды и недопущение монополизации; открытость и отсутствие дискриминационных условий доступа к информации, технологиям и ресурсам; использование цифрового следа только в изначально определенных целях.

Также необходимо усилить просветительскую работу со всеми слоями населения и осуществлять ее перманентно, так как используемые мошеннические схемы постоянно совершенствуются. Цифровые технологии развиваются, и появляются новые технологии, о которых, возможно, часть населения не имеет представления, что также может быть уязвимостью и стать почвой для мошенников.

Применительно к правовому регулированию необходимо совершенствовать нормативно-правовую базу, регулиующую цифровые услуги на потребительском рынке. В частности, внесение поправок в Закон РФ «О защите прав потребителей», дополнение действующих законов относительно взаимодействия в цифровом пространстве.

Только комплексный подход к решению выявленных проблем позволит повысить эффективность внедрения и развития цифровых услуг на потребительском рынке, что впоследствии будет способствовать повышению качества жизни населения страны.

Список источников

1. Loginov M. P., Usova N. V., Drevalev A. A. Models of digital services development during an economic crisis // Proceeding of the International Science and Technology Conference “FarEastSon 2020”. Singapore, 2021. P. 555–567.
2. Usova N. V., Loginov M. P., Nedorostkova E. E. The concept of the digital services market development in Russia // Proceeding of the International Science and Technology Conference “FarEastCon 2021”. Series “Smart Innovation, Systems and Technologies”. 2022. P. 653–660.

3. Usova N. V. Mechanism for the development of the national digital services market // Challenges and Solutions in the Digital Economy and Finance. Proceedings of the 5th International Scientific Conference on Digital Economy and Finances. Switzerland: Cham, 2022. P. 423–430.

4. Макарейко Н. В. Риски правового регулирования цифровой экономики // Вестник Нижегородской академии МВД России. 2019. № 1 (45). P. 148–154.

5. Калугина Н. В., Лошкарёв А. В. Правовое регулирование цифровой экономики в России // Современные научные исследования и разработки. 2018. № 10 (27). С. 404–407.

6. Мышко Ф. Г., Васильева К. В., Попов В. В., Стрельникова И. А. Тенденции правового регулирования гражданских и конкурентных отношений в сфере цифровой экономики. // Вестник экономической безопасности. 2019. № 1. С. 155–159.

7. Быков А. Ю. Право цифровой экономики: некоторые народно-хозяйственные и политические риски. М.: Проспект, 2021. С. 24.

8. Беляева Г. С., Гусева А. А., Умарова А. А. К вопросу о модели правового регулирования цифровой экономики в современном государстве: вопросы теории // Право и государство: теория и практика. 2020. № 7 (187). С. 25–28.

References

1. Loginov M. P., Usova N. V., Drevalov A. A. Models of digital services development during an economic crisis // Proceeding of the International Science and Technology Conference “FarEastSon 2020”. Singapore, 2021. P. 555–567.

2. Usova N. V., Loginov M. P., Nedorostkova E. E. The concept of the digital services market development in Russia // Proceeding of the International Science and Technology Conference “FarEastCon 2021”. “Smart Innovation, Systems and Technologies”. 2022. P. 653–660.

3. Usova N. V. Mechanism for the development of the national digital services market // Challenges and Solutions in the Digital Economy and Finance. Proceedings of the 5th International Scientific Conference on Digital Economy and Finances. Switzerland: Cham, 2022. P. 423–430.

4. Makareyko N. V. Risks of legal regulation of the digital economy // Journal of the Nizhny Novgorod Academy of the Ministry of Internal Affairs of Russia. 2019. № 1 (45). P. 148–154.

5. Kalugina N. V., Loshkarev A. V. Legal regulation of digital economy in Russia // Modern scientific research and development. 2018. № 10 (27). P. 404–407.

6. Myshko F. G., Vasil’eva K. V., Popov V. V., Strelnikova I. A. Trends in legal regulation of civil and competitive relations in the digital economy // Vestnik of economic security. 2019. № 1. P. 155–159.

7. Bykov A. Yu. The law of the digital economy: some economic and political risks. Moscow: Prospect, 2021. P. 24.

8. Belyaeva G. S., Guseva A. A., Umarov A. A. To the question of the model of legal regulation of the digital economy in the modern state: questions of theory // Law and State: The Theory and Practice. 2020. № 7 (187). P. 25–28.

Сведения об авторе / Information about the author

Усова Наталья Витальевна — кандидат экономических наук, доцент, доцент Уральского института управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации; доцент кафедры экономики и управления и кафедры маркетинга и международного менеджмента Уральского государственного экономического университета, Екатеринбург, Россия.

Usova Natalya Vital'evna — PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Ural Institute of Management at the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration; Associate Professor of the Department of Economics and Management and of the Department of Marketing and International Management, Ural State University of Economics, Yekaterinburg, Russia.

nata-ekb-777@yandex.ru