

ТЕМАТИЧЕСКОЕ ПРИЛОЖЕНИЕ К ЕЖЕДНЕВНОЙ ДЕЛОВОЙ ГАЗЕТЕ РБК
Среда, 17 апреля 2019 | №52 (3007)

Экономика Рунета

РЫНОЧНЫЙ РАСКЛАД Почему оборот Рунета растет быстрее ВВП | **РЕГУЛИРОВАНИЕ** Как поставить трансграничную торговлю на службу российскому бюджету | **ТЕНДЕНЦИИ** Чем подкупает Sharing economy | **СТРАТЕГИЯ** Что заставляет государство выступать драйвером цифрового рынка



Все цифры рунета runet.live



Агрегатор аналитических и экспертных данных о состоянии и развитии интернет-отрасли в России (технологии, экономика, люди, тренды), отрасли цифровой экономики и смежных отраслях.

Рыночный расклад

«Рост Рунета зависит от решения проблем «аналоговой» экономики»

фото: Пресс-служба



СЕРГЕЙ ПЛУГОТАРЕНКО,
директор РАЭК

Мы регулярно и системно исследуем экономику Рунета с 2011 года. Тогда отрасль росла на 20–30% в год. Работал эффект низкой базы, страна выходила из кризиса 2008 года, росли инвестиции на фоне выхода «Яндекса» и Mail.Ru Group на IPO, осваивались новые ниши, пусть и за счет копирования американских идей.

С 2014–2015 годов темпы роста цифровой экономики стали резко падать (до 6–8% в год), в долларовом выражении к объемам 2013 года рынку удалось вернуться только в 2016-м. С этого момента рост рынка не превышал 10–15% в год. Темпы его, по нашим прогнозам, продолжат постепенно снижаться.

Сказываются зрелость основных рынков и зависимость от общеэкономической обстановки в стране. Электронная коммерция и рынок интернет-рекламы обычно снижаются значительно медленнее их офлайн-аналогов, но кризис дошел и до них.

Росту препятствуют проблемы экономики России как таковой: зарегулированность и отсутствие четких правил игры, сложность доступа к инвестициям, низкая покупательная способность населения, монополизация экономики, сокращение международной торговли. Именно с этими проблемами столкнулись новые сегменты Рунета, связанные технологиями искусственного интеллекта и интернета вещей.

В таких нишах, как цифровой контент и онлайн-трэвел, которые начали набирать обороты сравнительно недавно, сохраняется положительная динамика роста. Потенциал e-commerce тоже огромный: объем рынка едва достигает 1% всего ретейла, тогда как в странах ОЭСР — в среднем 15–20%.

Для стимулирования существующих и новых цифровых рынков необходимо решать проблемы в «аналоговой» экономике.



фото: Getty Images Russia

Цифровая модель экономики

ДИДЖИТАЛИЗАЦИЯ повседневных привычек потребителей позволит сохранить темпы роста оборота РУНЕТА, сильно опережающие общую динамику экономики страны. **Необходимое условие — взвешенность госрегулирования отрасли.**

НИНА БЛЕЙМАН

Вклад экономики Рунета в ВВП страны в 2018 году составил 3,9 трлн руб., подсчитали аналитики Ассоциации электронных коммуникаций (РАЭК). Этот показатель за год вырос на 11% — почти в пять раз быстрее общих темпов роста экономики (2,3% по оценке Росстата). В правительстве рост цифровой экономики оценивают еще оптимистичнее — 15% в год, об этом премьер-министр Дмитрий Медведев заявил на недавней

встрече с представителями Mail.Ru Group и «Яндекса». По словам главы Белого дома, правительство борется за каждый процент роста экономики и 3% уже считает очень хорошим результатом. «А тут — 15%! И поэтому выжать из этого мы должны все, но и государство, конечно, тоже», — заявил премьер. Он напомнил, что до 2024 года в развитие цифровой экономики в рамках нацпроекта планируется вложить около 2 трлн руб., что эквивалентно 2% ВВП, — и это должно оказать прямое влияние на интернет-отрасль.

РЫНКИ РУНЕТА

Электронная коммерция остается самым крупным сегментом интернет-экономики и одним из немногих в экономике в целом, демонстрирующим устойчивый рост, говорит завкафедрой предпринимательства и логистики РЭУ им. Г.В. Плеханова Дмитрий Завьялов. Согласно его данным, по итогам прошлого года российский рынок интернет-торговли составил около 2,5% ВВП. Для сравнения: в США — 2,5%, в Великобритании — около 8%.

Рыночный расклад

← 3

в Германии — 3%. «За пять лет доля электронной коммерции достигла 4% в общем объеме розничной торговли, показав более чем двукратный рост с 2013 года», — говорит Дмитрий Завьялов.

Напомним, что методология РАЭК выделяет семь главных хабов — сегментов рынка, где добавленная стоимость создается с помощью цифровых технологий. Так, в 2018 году объем рынка электронной коммерции составил 2 трлн руб. (+16% за год), рынка маркетинга и рекламы — 262 млрд руб. (+17%), рынка инфраструктуры и связи — 106 млрд руб. (+17%), рынка цифрового контента — 75 млрд руб. (+7%).

Впрочем, темпы роста онлайн-ритейла замедлились по сравнению с периодом 2013–2017 годов (тогда он рос в среднем на 30% в год) на фоне снижения покупательной способности населения. Бурный ежегодный рост остался в прошлом, но оборот рынка продолжает увеличиваться на 18–20% ежегодно, говорит Дмитрий Завьялов: денежный оборот растет за счет притока новых покупателей и увеличения частоты покупок.

В Digital Insight отмечают резкий рост числа заказов в российских интернет-магазинах (241 млн, что на 25% выше уровня 2017 года) на фоне слабо отрицательной динамики среднего чека. За последние пять лет количество заказов внутри страны выросло в 2,25 раза, однако только в 2018 году их динамика роста сравнялась с зарубежными онлайн-покупками. Почти две трети отечественного рынка контролируют два крупнейших игрока — Wild-Berries и Ozon, самыми популярными товарами остаются электроника и техника, товары для дома и ремонта, но самый быстрый рост демонстрируют продукты питания, товары для красоты и здоровья и DIY («сделай сам»). Рынок электронных платежных услуг, например, по данным РАЭК, в прошлом году вырос на 37,7%, до 1125 млрд руб.

Таким образом, даже при снижении ежегодных темпов роста специалисты прогнозируют удвоение объемов рынка в ближайшие пять лет, говорит Дмитрий Завьялов.

По прогнозам американского банка Morgan Stanley, с 2018 по 2024 год российский рынок e-commerce вырастет с 1,3 трлн до 3,5 трлн руб. за счет притока инвестиций (до \$1 млрд) и зрелости интернет-аудитории, привыкшей совершать покупки через интернет. В банке полагают, что

развитие будет происходить по китайской модели, и ждут углубления кооперации онлайн-игроков с розничными сетями. Претендентами на лидерство могут стать совместные предприятия с участием «Яндекса» и Mail.Ru Group или Ozon, причем крупнейший игрок способен сосредоточить в своих руках до 60% рынка. Этот сценарий уже отчасти реализуется: в 2018 году была закрыта сделка «Яндекса» и Сбербанка по созданию «российского Amazon» — крупнейшими проектами совместного предприятия стали онлайн-маркетплейсы «Беру» для российской и Bringly.ru для трансграничной торговли. Mail.Ru Group, в свою очередь, заявила о намерении создать совместное предприятие с китайской Alibaba на базе AliExpress Russia и при участии Российского фонда прямых инвестиций.

ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ ФАКТОР

Рост интернет-аудитории и ее привыкание к цифровому контенту — один из серьезных факторов развития экономики Рунета. В прошлом году, по данным Mediascope, число активных пользователей в Сети увеличилось на 3% по сравнению с 2017-м и достигло 90 млн человек.

Больше всего времени пользователи по-прежнему проводят в социальных сетях. Согласно ноябрьскому опросу ВЦИОМа, 62% россиян пользуются соцсетями: 41% заходят туда ежедневно, 14% — несколько раз в неделю, еще 4% — несколько раз в месяц. 82% опрошенных в возрасте 18–24 лет не проводят и дня без соцсетей, среди пользователей старше 60 лет такое поведение наблюдается лишь у 15%.

Впрочем, доля видео также стремительно растет. Аудитория Smart TV за год увеличилась на 20% — теперь интернет-телевидение смотрят 12% населения.

Ориентируясь на пользователей, рынок видеорекламы вырос на четверть — до 10 млрд руб., рынок контент-маркетинга и маркетинга в социальных сетях — на 26% (30,5 млрд руб.); меньшую динамику продемонстрировал самый крупный в сегменте рынок контекстной рекламы — 18% роста, 165,4 млрд руб. В целом сегмент маркетинга и рекламы за год вырос на 17,3% и достиг 292,9 млрд руб.

Увеличение скорости передачи данных и числа доступных устройств, а также рост культуры потребителей, привыкающих платить за контент (платная модель потребления онлайн-видео начинает доминировать над рекламной), сти-

61%

россиян заходит в Сеть с мобильных устройств

мулируют развитие цифрового контента. Этот сегмент вырос на 7,1% за год и достиг объема 75 млрд руб. При этом внутри сегмента наибольшая доля по-прежнему принадлежит рынку онлайн-игр (+5%, 62 млрд руб.). Быстрыми темпами растет рынок электронных книг (+23,3%, 3,7 млрд руб.). Более популярны в России, чем в среднем по миру, оказались стриминговые музыкальные сервисы — их используют 87% пользователей против 61%.

По словам генерального директора маркетингового агентства Cros.Digital Ольги Сивковой, для русскоязычной аудитории становится привычной платная подписка на медиа: «Мой сотовый оператор списывает по 5 руб. в день со счета моего телефона за подписку на «Ведомости». Удобно и практически незаметно. Понятна ценность информации».

И традиционные медиа, и цифровые гиганты готовы вкладываться в развитие интернет-контента. The Financial Times недавно отчиталась о миллионе платных подписчиков и выручке £383 млн, Facebook грантами поощряет креативных авторов, Apple планирует стать дистрибьютором традиционных медиа и заявляет об амбициях подвинуть Netflix.

Русскоязычные медиа, по словам Ольги Сивковой, тоже активно приучают аудиторию к взаимовыгодному сотрудничеству: для прочтения материалов The Bell необходимо зарегистрироваться на сайте, на «РБК Pro» ты получаешь доступ к качественным экспертным материалам в обмен на данные о себе. «Пока контент доступен бесплатно, но подписка обязательна. Подписка — это совершение целевого действия, конверсия. Ее можно посчитать, проанализировать. На основе конверсии интернет-аналитики строят гипотезы, дают рекомендации по развитию цифрового продукта», — отмечает она.

ЧЕТВЕРТЬ ВЕКА «ТОЧКЕ РУ»

В 2019 году можно отметить важную дату для российской зоны интернета: 25 лет исполняется национальному домену .ru, официально зарегистрированному 7 апреля 1994 года. Общая аудитория русскоязычной части Сети составляет около 300 млн человек. По данным австрийского проекта W3Tech, русский язык остается вторым по популярности в интернете с долей 6%, уступая лишь ан-



МОБИЛЬНЫЙ ДВИГАТЕЛЬ

С ростом доли мобильной аудитории увеличивается и вклад этого сегмента в экономику, отмечают в РАЭК. В 2017 году аудитория мобильного интернета впервые опередила число пользователей, заходящих в Сеть со стационарных устройств, а в 2018-м еще больше нарастила отрыв: с телефонов в Сеть заходит 61% населения (рост 9% за год), а с компьютеров — 51% (минус 2%). Тех, кто пользуется лишь одним из этих видов связи, оказалось 24,3 млн и 13,9 млн человек соответственно, причем в небольших населен-

↑ Среди жителей России, которые используют интернет, по данным Mediascope, ежедневно во Всемирную сеть заходят 86%

глийскому, хотя и со значительным отрывом (54%).

Среди жителей России, которые пользуются интернетом, по данным Mediascope, ежедневно во Всемирную сеть заходят 86%, причем средний пользователь проводит там более трех часов в день: 100 минут он тратит на стационарный интернет (desktop Web), 98 минут — на мобильные приложения и 24 минуты — на мобильный интернет (mobile Web).

Рыночный расклад



ных пунктах мобильный интернет значительно опережает стационарный.

Вклад мобильной экономики в ВВП России в 2018 году составил 1,6 трлн руб., продемонстрировав по сравнению с 2017 годом рост на 4%. Косвенное влияние мобильного интернета эксперты РАЭК оценили в 1,5 трлн руб., или 1,6% ВВП. Косвенный, или инфраструктурный, вклад — это вклад компаний, являющихся поставщиками и провайдерами услуг для компаний прямого вклада (магазины приложений, поставщики сим-карт, изготовители запчастей и т.д.). Рост косвенного вклада по сравнению с 2017 годом составил 20%.

СУВЕРЕННЫЙ ИНТЕРНЕТ

Развитие цифровой инфраструктуры в значительной степени определяется регуляторной средой — так, росту спроса на облачные услуги и российские дата-центры способствовало исполнение требований о локализации персональных данных российских пользователей. При этом вступившие в силу нормы «пакета Яровой» в части хранения интернет-трафика операторами связи в 2018 году фактически не заработали.

На будущее развитие сегмента будет оказывать заметное влияние законопроект о «суверенном интернете», принятый Госдумой в первом чтении и предполагающий передачу контроля за маршрутизацией сетей Роскомнадзору. Реализация этой инициативы может негативно отразиться на качестве и скорости связи, привести к государственным штрафам, сбоям в работе интернет-магазинов и онлайн-банкинга — к такому выводу пришли эксперты рабочей группы «Связь и ИТ» экспертного совета при правительстве РФ. Они посчитали требования закона технически неисполнимыми и указали, что только единовременные затраты на его реализацию могут достичь 25 млрд руб. В Ассоциации участников рынка интернета вещей, в свою очередь, заявили, что документ в нынешнем виде угрожает развитию в стране технологий IoT.

«Законопроект может полностью изменить состав игроков российского рынка интернета и связи, серьезно ограничить доступ иностранных игроков на российский рынок, нарушить взаимоотношения с мировым сообществом в области управления интернета», — го-

ворит главный аналитик РАЭК Карен Казарян. По его словам, бизнес-сообщество рассчитывает повлиять на документ на этапе поправок: «Мы в составе рабочей группы «Связь и ИТ» работаем над поправками, которые позволили бы сохранить существующую экосистему Рунета и вводили бы новые требования только в случае реальных угроз».

Цифровизация действительно повышает требования к кибербезопасности. По данным Group-IB, в первом полугодии 2018 года ущерб от высокотехнологичных хищений составил 3,2 млрд руб. (на 32% меньше, чем во втором полугодии 2017 года). При этом самой значительной проблемой стали sideschannel-атаки и новые уязвимости, обнаруженные в микропроцессорах разных вендоров, которые невозможно устранить за счет программных обновлений. Однако мотивами киберпреступников все чаще становятся политические интересы, а не обогащение. Меняются и их основные цели — помимо энергетического и банковского секторов все большее внимание злоумышленников привлекают индустриальные предприятия и системы промышленной автоматизации, отмечают в Group-IB.

Несанкционированный доступ к инфраструктуре ТЭК, гражданской авиации, ЖКХ и многих других сложных технических систем может иметь катастрофические последствия, говорит завлабораторией искусственного интеллекта, нейротехнологий и бизнес-аналитики РЭУ им. Г.В. Плеханова Тимур Садыков. Однако универсального решения, способного обеспечить безопасность всей промышленной инфраструктуры, не существует: «Полная изоляция компьютерной сети предприятия от интернета и выбор простых и проверенных временем решений при настройке систем управления необходимы критически важным объектам».

По результатам исследования «Актуальные тенденции рынка искусственного интеллекта и машинного обучения», проведенного аналитическим центром TAdviser и компанией «Инфосистемы Джет», объем российского рынка искусственного интеллекта и машинного обучения к 2020 году достигнет 28 млрд руб. по сравнению с 700 млн руб. в 2017-м, то есть эффект обеспечит в том числе внимание к технологии со стороны государства (она входит в число «сквозных технологий», закрепленных нацпроектом «Цифровая экономика», на развитие которых планируется потратить 88,5 млрд руб.

до 2024 года). То же справедливо и для технологий big data — в РАЭК полагают, что при условии благоприятного регулирования этот рынок может продемонстрировать 70–100% прироста в год.

ТРЕНДЫ НА ВЫРОСТ

В целом авторы исследования РАЭК «Экономика Рунета» выделяют несколько ключевых трендов, определяющих развитие интернет-экономики в ближайшие несколько лет: цифровая трансформация промышленности и сельского хозяйства, цифровая экология, более активное применение чат-ботов и виртуальных помощников, внедрение нейросетей, искусственного интеллекта и машинного обучения, развитие сетей 5G и интернета вещей, применение автономных машин и устройств, дальнейшее развитие экономики совместного потребления, внедрение системы прослеживаемости и биометрии, а также технологий компьютерного зрения, смещение фокуса на защиту персональных данных и кибербезопасность. И это будет способствовать повышению спроса на квалифицированные кадры и образование, который уже сейчас значительно превышает предложение.

Сегодня наиболее востребованными специалистами в сфере ИТ являются аналитики данных, разработчики мобильных приложений, веб-разработчики, специалисты в области искусственного интеллекта и машинного обучения, полагают в РАЭК. Решение кадрового вопроса связывают в том числе с реализацией нацпроекта «Цифровая экономика», предполагающего, что доля населения, обладающего цифровыми навыками, к 2024 году должна составить не менее 40%, а число поступающих в вузы на ИТ-специальности — расти на 15% в год. Увеличится роль онлайн-образования: в апреле 2019-го будут определены первые пилотные регионы, жители которых смогут бесплатно пройти обучение по «цифровому сертификату». По словам директора направления «Кадры и образование» АНО «Цифровая экономика» Андрея Сельского, сертификаты будут адресованы взрослым, заинтересованным в развитии своих цифровых компетенций. (По данным опроса аналитического центра НАФИ и АНО «Цифровая экономика», 57% респондентов уверены, что такие навыки и знания помогут им в трудоустройстве.) «Планируется, что к концу 2024 года обучение с использованием цифровых сертификатов пройдут 1 млн российских граждан», — отметил он. ■

1,6

трлн руб. составил вклад мобильной экономики в ВВП России в 2018 году, продемонстрировав по сравнению с 2017 годом рост на 4%

фото: Getty Images Russia

«Увеличение скорости передачи данных, а также рост культуры пользователей, привыкающих платить за потребляемую информацию, стимулируют развитие цифрового контента»

«Сегодня наиболее востребованными специалистами в сфере ИТ являются аналитики данных, разработчики мобильных приложений, веб-разработчики, специалисты в области искусственного интеллекта и машинного обучения»

Регулирование

Лавинообразный РОСТ числа трансграничных **ПОКУПОК** ставит перед российскими регуляторами новые задачи — соблюсти **БАЛАНС ИНТЕРЕСОВ** отечественных компаний и маркетплейсов, не имеющих представительства внутри страны.

Кроссбордер в поисках баланса

НИНА БЛЕЙМАН

E-commerce и появление онлайн-маркетплейсов позволяет продавцам и покупателям из разных стран находить друг друга за один клик. Американский McKinsey Global Institute (MGI) со ссылкой на китайский AliResearch от Alibaba прогнозирует, что уже в следующем году трансграничная электронная торговля в секторе b2c может достичь \$1 трлн, а в b2b-сегменте — в пять-шесть раз больше. К 2030 году электронная торговля может стимулировать объем внешней торговли на \$1,3–2,1 трлн и увеличит объем торговли промышленными товарами на 6–10%, отмечают аналитики MGI в отчете «Глобализация в переходный период: будущее торговых цепочек и цепочек добавленной стоимости» (2019).

СТИРАЯ ГРАНИЦЫ

Площадки электронной коммерции агрегируют огромные выборки товаров и услуг, делают ценообразование и сравнения более прозрачными. А дальнейшее развитие цифровых платформ, логистических технологий и способов обработки данных будет сокращать трансграничные транзакционные издержки, в том числе таможенное оформление посылок, и стимулировать развитие международной электронной коммерции, отмечают в MGI.

С одной стороны, электронная торговля стирает границы между странами и позволяет, по сути, любому, даже небольшому, бизнесу выйти на международный рынок. С другой — заставляет власти искать новые подходы к регулированию коммерческих потоков, чтобы обеспечить равные возможности для местных и зарубежных игроков, и пересматривать принципы налогообложения компаний, оказывающих заметное экономическое влияние, но при этом не имеющих физического представительства в стране.



Развитие цифровых платформ, логистических технологий и способов обработки данных будут сокращать транзакционные издержки и стимулировать международную электронную коммерцию

Фото: Reuters

↑ Число международных почтовых отправок, обрабатываемых российской таможней, выросло с 2011 по 2018 год в 30 раз, с 11 млн до 340 млн

В частности, Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) разработала «План противодействия размыванию налоговой базы и выводу прибыли из-под налогообложения» (BEPS), который в 2015 году одобрили лидеры стран ОЭСР и G20. Он предполагает ряд мер, нацеленных на борьбу с уходом от налогов крупнейших международных компаний, контроль за трансграничными операциями и противодействие схемам налоговой оптимизации. Например, в рамках реализации этого плана ЕС начиная с этого года обяжет электронные торговые площадки с годовым оборотом поставок свыше €10 тыс. обеспечивать уплату НДС на товары, ввозимые из-за границы Евросоюза. Выработкой собственного подхода к налогообложению трансграничной электронной торговли занимаются и в Евразийской экономической комиссии (ЕЭК), однако

пока консенсуса по этому вопросу евразийской пятерке достичь не удалось.

По подсчетам «Яндекса», создавшего собственный маркетплейс для трансграничной торговли, две трети россиян покупают что-то в иностранных интернет-магазинах, причем 90% этих покупок составляют товары из Китая. По данным Банка России, только за первые три квартала 2018 года россияне приобрели в зарубежных интернет-магазинах товаров на сумму \$7,5 млрд, до этого рекордный показатель \$8,7 млрд был зафиксирован в 2017 году (впрочем, этот показатель учитывает не только товары, но и, например, бронирование жилья на международных онлайн-площадках Booking.com и Airbnb). Официальная статистика об объемах трансграничной электронной торговли отсутствует не только в РФ, но и в других странах ЕАЭС, отметили в ЕЭК.

В России самая высокая доля населения, совершающего трансграничные покупки, отмечают в международной Ecommerce Foundation.

УЧЕТ И КОНТРОЛЬ

По данным завкафедрой предпринимательства и логистики РЭУ им. Г.В. Плеханова Дмитрия Завьялова, в трансграничной торговле в российской электронной коммерции участвуют по меньшей мере 22 млн покупателей, которые получают 350 млн посылок в год. И это, по его словам, является предметом беспокойства как для государства, так и для бизнеса, «рассматривающих зарубежные покупки россияна как очевидную слабо контролируруемую конкурентную силу».

Зарубежные интернет-продавцы, как правило, имеют конкурентные преимущества за счет грамотно организованных бизнес-процессов, логистики, говорит Дмитрий Завьялов.

Регулирование

€200

составит максимальная планка беспошлинного ввоза в страны ЕАЭС с 1 января 2020 года

Кроме того, иностранные продавцы в отличие от российских не могут предложить покупателям быструю доставку товара и оплату при получении, поэтому низкая цена остается их единственным преимуществом. Иностранные интернет-магазины иногда даже дотируют доставку товара себе в убыток, чтобы зайти на российский рынок, отмечает руководитель кластера «Электронная коммерция» РАЭК Иван Кургузов.

«Границы постепенно стираются, ретейл объединяется с производством, и суровая и срочная необходимость — выравнивать условия для компаний, у которых и продавец (юридически и физически), и покупатель находятся в России, и компаний, у которых физического и/или юридического присутствия в России нет», — уверен Иван Кургузов.

По словам первого заместителя ФТС России, вице-председателя совета Всемирной таможенной организации Руслана Давыдова, число международных почтовых отправлений, обрабатываемых российской таможней, выросло с 2011 по 2018 год в 30 раз, с 11 млн до 340 млн. «Отсутствие полноценного контроля в данной сфере делает ее фактически беспошлинной для иностранных государств, что влечет за собой финансовые потери в отечественном секторе», — заявил чиновник.

По словам главы комитета Госдумы по бюджету Андрея Макарова, только в 2017 году неурегулированность трансграничной интернет-торговли принесла России убытков на 130 млрд руб., а при сохранении существующих тенденций к 2020 году эта сумма может достигнуть 3 трлн руб.

Дискуссия о несправедливом конкурентном преимуществе иностранных игроков перед российскими, вынужденными уплачивать налоги, и недополученных доходах бюджета в России идет не первый год.

В 2017 году с инициативой введения НДС для зарубежных интернет-магазинов выступила ФАС, Минфин не исключал, что норма может вступить в силу уже в 2018–2019 годах, однако эта инициатива так и осталась под сукном — в отличие от так называемого налога на Google, обязавшего взимать 18-процентный налог с операций, проводимых иностранными ИТ-компаниями в интернете. Изначально эта обязанность ложилась на плечи покупателей — юридических лиц, которые выступали в роли налогового агента, однако с 1 января нынешнего года иностранные компании должны встать на на-

логовый учет и уплачивать НДС самостоятельно. Впрочем, как пишут «Ведомости» со ссылкой на проект письма ФНС, налоговый орган готов пойти на уступки бизнесу и вернуться к старым правилам.

ОПУСТИТЬ ПЛАНКУ

Регулирование импорта товаров решено было направить по другому пути: с 1 января 2019 года произошло двукратное снижение порога беспошлинной торговли. Теперь заплатить 30-процентную пошлину придется за зарубежную покупку, стоимость которой превышает €500 (прежний лимит — €1000), а вес — 31 кг. Данное решение было принято всеми странами — членами ЕАЭС. «На национальном уровне устанавливается только верхняя граница минимумов, сами страны должны устанавливать минимумы ниже верхней границы. При этом наиболее активную позицию в данном вопросе занимает Республика Беларусь, что привело к неоднозначным последствиям», — говорит завлабораторией развития налоговой системы Института экономической политики им. Гайдара Наталья Корниенко.

Действительно, Минск несколько лет назад установил планку беспошлинного ввоза на уровне €22, однако в результате бюджетные сборы выросли незначительно (по данным ЕЭК, средняя стоимость посылки из-за границы союза не превышает эту сумму), государственный почтовый оператор «Белпочта» пожаловался на убытки в 4,6 млн белорусских рублей (\$2,1 млн по тогдашнему официальному курсу). При этом вырос поток серого импорта, ввозимого через страны Таможенного союза с более высоким порогом беспошлинного ввоза.

С 1 января 2020 года максимальная планка беспошлинного ввоза в ЕАЭС будет снижена до €200. Более радикальным решением на национальном уровне может стать снижение границы до нуля — тогда заплатить придется за любую посылку. Сторонниками столь радикальной меры выступают не только представители российского ретейла, но и ФТС (там полагают, что это может принести бюджету до 25 млрд руб. в год), и Минфин, против — Минпромторг и «Почта России». В Минпромторге заявили, что обязательная пошлина сократит выбор товаров для потребителя, но не будет способствовать развитию отечественного производства. При этом администрирование пошлин и НДС может обойтись государству примерно в €10 на одну посылку, что, учитывая ее среднюю скорость, приведет

только к убыткам. В министерстве ссылаются на опыт Канады, которая тратит \$160 млн для сбора \$40 млн пошлин с ввозимых товаров стоимостью от \$20 до \$80. Российский почтовый оператор, в свою очередь, опасается резкого снижения объемов зарубежных посылок и негативного влияния на развитие инфраструктуры электронной коммерции внутри страны. Летом 2018 года директор «Почты России» Николай Подгузов в письме вице-премьеру Максиму Акимову предупреждал, что обнуление порога беспошлинного ввоза может привести к заморозке совместного проекта с ВТБ по созданию сети логистических центров стоимостью 35 млрд руб. Почтовый оператор также выступал против предложения Минфина о досрочном снижении планки до €200 с 2019 года — пилотный проект по дистанционному взиманию пошлин с зарубежных онлайн-покупок «Почта России» запустила лишь в январе текущего года.

«Нужно не пытаться закрыть внутренний рынок, а помочь развитию отечественных цифровых маркетплейсов, открыв им доступ к зарубежному потребителю. На сегодняшний день наши интернет-продавцы делают только первые шаги по выходу на зарубежные рынки», — говорит Дмитрий Завьялов.

В рамках ЕАЭС этому может способствовать создание открытой платформы для ведения внешнеэкономической деятельности в рамках реализации цифровой повестки союза. Ее создание в декабре поддержала рабочая группа по нормативному регулированию при АНО «Цифровая экономика», сообщил ее глава Дмитрий Тер-Степанов. «Такая платформа позволит клиентам получать в электронном виде любые сервисы по логистике, перевозке, страхованию, таможенным операциям, финансовому обеспечению внешнеторговых сделок, получению разрешительных документов, взаимодействию с госорганами, предоставлению отчетности», — отметил он. Среди других поддержанных инициатив — запуск единого стандарта раскрытия и доступа к информации, необходимой для принятия бизнес-решений и уменьшения рисков. Кроме того, ЕЭК уже приступила к разработке концепции согласованной налоговой политики в сфере электронной торговли стран евразийской пятерки — там рассчитывают, что это может бороться с уклонением от налогов и создаст справедливые конкурентные условия для электронной торговли между странами. ■

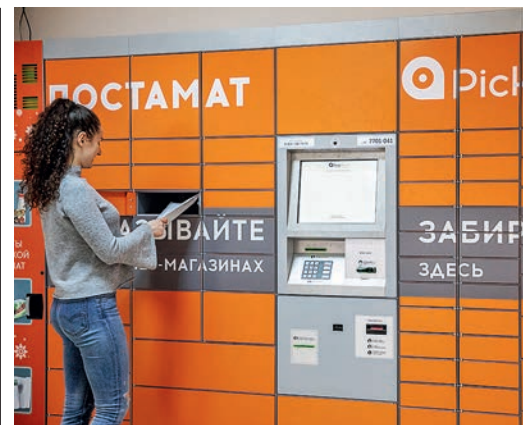


Фото: Ведомости/ТАСС

Отечественные покупатели задают темп

Российский сектор e-commerce, по данным Российской ассоциации электронных коммуникаций (РАЭК), остается одним из самых динамичных в цифровой экономике страны, несмотря на то что темпы его роста несколько замедлились из-за общего снижения покупательной способности. Его объем в прошлом году вырос на 16% и достиг 2 трлн руб. Число заказов в российских интернет-магазинах за последние пять лет выросло в 2,5 раза и за прошлый год — на 25% по отношению к 2017-му. Таким образом, динамика покупок в отечественных онлайн-магазинах сравнялась с темпом роста числа заказов в иностранных интернет-магазинах (25%). «Опережающий рост кроссбордера закончился», — констатируют в РАЭК.

По данным Национальной ассоциации дистанционной торговли (НАДТ), темпы роста трансграничной торговли продолжают опережать рост внутренней, но разрыв действительно сильно сократился: если в 2016 году зарубежные игроки демонстрировали прирост на 30% в год, а отечественные — только на 6%, в 2018 году — 20 и 16% соответственно. При этом трансграничная торговля демонстрировала те же тренды, что и внутрироссийская, — рост числа заказов при сокращении средней суммы чека. Доля российских интернет-магазинов в объеме рынка электронной торговли, по данным НАДТ, достигает порядка 76%, более 24% приходится на зарубежные.

Оценки объемов рынка и числа покупателей несколько расходятся в зависимости от методик и анализируемых показателей. Однако очевидно, что россияне тяготеют к возможности совершать покупки за рубежом, не выезжая из страны.

☞ Нужно не пытаться закрыть внутренний рынок, а помочь развитию отечественных цифровых маркетплейсов, открыв им доступ к зарубежному потребителю. На сегодняшний день наши интернет-продавцы делают только первые шаги по выходу на зарубежные рынки»

Тенденции

Потребители делятся и умножают

SHARING ECONOMY расширяет экспансию за счет НОВЫХ СЕГМЕНТОВ: офисных пространств, вещей различного назначения и совместных поездок.



Фото: Верности/ТАСС

ВЛАДИМИР ПАНЬКОВ

Размеры глобальной экономики совместного потребления (sharing economy) в 2017 году составили \$18,2 млрд и, согласно прогнозу авторов доклада Sharing Economy: Opportunities, Impacts and Disruptors американской Juniper Research, к 2022 году достигнут \$40,2 млрд. Потенциал роста объема рынка sharing economy, по оценке международной PricewaterhouseCoopers (PwC), значительно выше: отрасль способна вырасти до \$335 млрд к 2025 году за счет пяти ключевых секторов — путешествий, совместного использования автомобилей, финансов, поиска персонала, а также потоковой передачи музыки и видео. Airbnb, например, по данным PwC, ежегодно обслуживает почти на 22% больше туристов, чем международная сеть отелей Hilton. А сервисы совместного использования автомобилей, в том числе американский Uber и Lyft, французский BlaBlaCar, индийский Ola и другие, по оценке Juniper Research, к 2022 году принесут 47% об-

щего дохода экономики совместного пользования.

Концепцию совместного потребления в 2010 году в книге *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption* предложили экономисты Рэйчел Ботсман и Ру Роджерс. Суть ее в том, что онлайн-платформы позволяют людям и бизнесу совместно пользоваться своими ресурсами и делают временный доступ к продукту более выгодным, чем его покупку. Основоположником концепции в перевозках стала компания Uber, основанная в 2009 году и предложившая потребителям отказаться от личного авто благодаря широкой сети в том числе частных водителей. Компания стала оказывать столь сильное влияние на бизнес такси, что в России, например, регулятором были введены правила, ограничивающие участие в перевозках водителей без соответствующего разрешения. Сегодня сервис стал, по сути, заказом такси. Однако снижение цены в результате большого количества новых перевозчиков действительно побудило многих отказаться от использования личного автомобиля.

↑ Общая потенциальная аудитория всех прокатных сервисов в Москве, в том числе велосипедов и самокатов, оценивается в 10 млн человек

2019 год, по мнению аналитиков, станет решающим: один из лидеров отрасли, компания Uber, объявил о своем намерении провести первое публичное размещение акций (IPO) в первой половине текущего года. По оценкам банковских консультантов сервиса, в результате первичного размещения акций компания может быть оценена в \$120 млрд. Как писал ранее американский Bloomberg, аналогичные намерения имеет объединенная компания Uber и «Яндекс.Такси».

С развитием sharing economy связывают серьезную трансформацию автомобильной отрасли. Как пишет американский Bloomberg со ссылкой на данные автоконцерна BMW, через десять лет один шеринг-автомобиль заменит по крайней мере три частных. Крупные автопроизводители инвестируют в сервисы совместного пользования. Так, например, в 2017 году производитель Mercedes-Benz Daimler AG купил долю в немецком каршеринге CleverShuttle, а BMW в марте прошлого года объединила свой шеринг-стартап DriveNow с конкурентом Daimler's car2go для развития универсального сервиса — от вызова такси до парковки и подзарядки электромобилей.

«Выход на IPO продемонстрирует колоссальную привлекательность шеринг-сервисов для широкого круга инвесторов. Среди них могут появиться не только автомобильные концерны, IT&tech компании, но и консерваторы, привыкшие вкладываться в традиционные бизнесы, — страхо-

вание, недвижимость, добывающий сектор», — считает руководитель кластера sharing economy Российской ассоциации электронных коммуникаций (РАЭК) Антон Губницын. Это, по его мнению, породит новую волну стартапов, желающих повторить успех Uber.

Экономика совместного потребления в России пока отстает по уровню развития от ведущих стран, но темпы ее роста впечатляют. В прошлом году, по данным отчета РАЭК «Экономика совместного потребления в России 2018», объемы sharing economy выросли на 30% и составили 511 млрд руб.

ВЕЧНЫЙ ДВИГАТЕЛЬ

Популяризатором и драйвером экономики совместного использования в России тоже является каршеринг, говорит сооснователь BelkaCar Лориана Сардар. Сервис исполняет мечту о личном автомобиле без необходимости при этом его обслуживать. На западе каршеринг развивается с начала 2000-х годов. В Москву он пришел лишь в 2013-м, и за это время число машин в столичном парке каршеринга, по оценкам правительства Москвы, выросло до 17 тыс. Департамент транспорта и развития дорожно-транспортной инфраструктуры города и дальше намерен наращивать этот автопарк. Как сообщается на официальном сайте ведомства, в 2020 году число шеринговых машин в столице должно увеличиться до 30 тыс., в том числе благодаря субсидированию городом процентных ставок по лизинговым кредитам для операторов сервиса. Общая потенциальная аудитория всех прокат-

\$335

млрд может составить объем мирового рынка sharing economy к 2025 году, по оценке PwC

Объем транзакций sharing economy по секторам в 2018 году

млрд руб.

СЕКТОР	ОБЪЕМ ТРАНЗАКЦИЙ
Продажи вещей с2с	370,0
Биржи фрилансеров	98,0
Карпулинг	13,7
Каршеринг	13,0
Краткосрочная аренда жилой недвижимости	9,8
Офисшеринг	5,7
Краудфандинг	0,4
Аренда вещей	0,2

Источник: «Экономика совместного потребления в России 2018», РАЭК

Тенденции

1 млн

человек, по данным столичного департамента транспорта, регулярно пользуется каршерингом

17 тыс.

шеринговых автомобилей работает в Москве. В столицу этот бизнес пришел лишь в 2013 году

ных сервисов в Москве, в том числе велосипедов и самокатов, оценивается в 10 млн человек старше 16 лет. Регулярно каршерингом, по данным столичного департамента транспорта, пользуются 1 млн человек. Московский рынок обслуживают 12 шеринговых компаний. В 2018 году они наращивали средний чек за счет увеличения продолжительности поездок, введения динамического ценообразования и расширения автопарка моделями бизнес-класса, пишет «Коммерсантъ».

Столичный рынок уже перенасыщен, считает руководитель BlaBlaCar в России Ирина Рейдер: «В прошлом году предложение по машинам выросло в четыре раза, но клиентская база продолжает быстро расти, небольшие игроки не выдерживают конкуренции и уходят, уровень сервиса тоже повышается». Начинать с нуля новичкам на высококонкурентном рынке, по ее словам, сложно, поэтому многие рассматривают вариант инвестиций в действующих игроков.

Высокая концентрация населения и потребительского спроса в мегаполисах обуславливает дальнейшее развитие шеринг-сервисов в городах-миллионниках, отмечают в РАЭК. За пределами Москвы пока работают не более двух-трех операторов.

Значительные расстояния и неравномерное развитие железнодорожного сообщения способствуют развитию рынка карпулинга, отмечают аналитики РАЭК: карпулинг-сообщество России уже является самым крупным в Европе.

Совместное использование частного автомобиля при помощи онлайн-сервисов поиска попутчиков широко распространено за пределами мегаполисов, говорит Ирина Рейдер. По ее оценке, комьюнити карпулинга в России уже насчитывает более 20 млн человек. Дальнейшее развитие сектора связывают в том числе с проникновением карпулинга во внутригородские поездки.

Практика коротких совместных поездок по большей части основывается на долгосрочных офлайн-договоренностях между соседями и коллегами, хотя платформенные решения для этой услуги в настоящее время тестируются в разных странах.

«Последние три-четыре года мы видим все больше сервисов в разных сферах, предлагающих совместно использовать не только квартиры, машины и самокаты, но и одежду, коляски и даже такие предметы, как дрель», — говорит Лориана Сардар.

ВТОРАЯ ЖИЗНЬ

По объему операций лидерами sharing economy в России являются платформы c2c-продаж (Avito, «Юла» и др.), p2p-аренды («Рентомания» и т.п.) и услуг частных фрилансеров. Их доля в общем объеме транзакций в 2018 году, по данным РАЭК, достигла 72% (370 млрд руб.) и 19% (98 млрд руб.) соответственно.

Ежегодно приблизительно 8 млн россиян становятся продавцами, 10 млн — покупателями на c2c-платформах. Зимой в ход идут теплые вещи, лыжи и коньки, а весной — кроссовки и велосипеды, так в зависимости от сезона меняется приоритет обмена вещами.

При этом лишь 18% пользователей c2c-сервисов продают вещи регулярно, а порядка 10% покупателей обеспечивают почти половину объема продаж. Платформы, как правило, не берут комиссии со сделок, а зарабатывают на дополнительных сервисах, прежде всего рекламных.

Этот бизнес выполняет роль одного из звеньев рециклинга, считает PR-директор компании Avito Андрей Барковский. Фактически повторное использование ресурсов, по его словам, полезно не только для экономики, но и для экологии: «Мы создаем отдельный сектор экономики, помогая начать собственное дело».

Услуги аренды между потребителями товаров для отдыха, торжеств и поездок, начиная

«Владельцы недвижимости пока плохо понимают бизнес-модель операторов коворкинга и совместных рабочих пространств»

от праздничной и спортивной одежды и заканчивая предметами интерьера и гаджетами, — еще одно перспективное ответвление бизнеса c2c- и p2p-платформ, говорит сооснователь сервиса «Рентомания» Людмила Булавкина. В Европе и США, по ее словам, популярна аренда мебели — как для временного проживания в съемном жилье, так и для смены обстановки. «В России тоже растет поколение людей, которые отказываются от собственного жилья и долгих выплат ипотеки, предпочитая высокое качество жизни прямо сейчас в съемной квартире», — говорит Людмила Булавкина. Желание «пожить в удовольствие» развивает прокат ювелирных изделий и других элитных товаров.

В отличие от c2c-коммерции, где в основном представлены товары массового потребления, на платформах p2p-аренды спросом, как правило, пользуются премиальные или нишевые вещи: шлемы виртуальной реальности и новейшие игровые системы, вечерние платья, а также дорогой спортивный инвентарь и фотообъективы.

Шеринг-сервисы этого сектора работают не только с физлицами, но и с компаниями традиционного (офлайн) проката.

ВСЕ ОБЩЕЕ

В прошлом году благодаря чемпионату мира по футболу рванул на 70% сегмент краткосрочной аренды жилья, говорится в исследовании РАЭК. Его среднегодовой темп роста в 2014–2017 годах составлял 55%. Для этого сектора в России характерна высокая доля внутреннего туризма, отмечают авторы исследования: «На сервисе Airbnb, специализирующемся на международной аудитории, доля внутренних путешествий среди бронирований по России в 2017 году достигла 63%». Платформы для сдачи недвижимости, как правило, монетизируются через комиссии с транзакций, платное размещение и продвижение объявления.

Развитие шеринг-сервисов недвижимости во многом зависит от регулятора, отмечает Антон Губницын. Например, напрямую не влияя на шеринг-платформы краткосрочной аренды жилья, законопроект о запрете размещения хостелов в жилых домах может как привести к перетоку клиентов из хостелов в сдающиеся квартиры, так и дать негативный сигнал рынку. «Ограничительные аппетиты государства могут вырасти за пределы соседних отраслей», — добавляет эксперт.

По словам Антона Губницына, не стоит забывать, что шеринги, как и хостелы, — это часть инфраструктуры для

развития в стране туризма: «Любое масштабное мероприятие, например чемпионат мира, Олимпиада, сталкивается с проблемой переполненности отелей и заградительных цен, так что заполнение туристами частного жилого сектора — это решение, от которого выигрывают все».

По словам технического директора сети открытых офисных пространств «Ключ» Владимира Маслякова, рынок коворкингов, как и в случае с каршерингом, уже начал ошущать интерес столичных властей к сервисам аренды рабочих пространств. Пока Москва в два-три раза отстает от европейских и североамериканских мегаполисов по обеспеченности коворкингами на душу населения. В других российских городах рынок коворкингов находится на начальной стадии развития. «Владельцы недвижимости пока плохо понимают бизнес-модель операторов коворкинга и совместных рабочих пространств», — говорит Владимир Масляков. Но ситуация быстро изменится.

ЭКОНОМИКА ВПЕЧАТЛЕНИЙ

«Укрепление горизонтальных связей в обществе оптимизирует потребительские расходы, а принципы совместного потребления повышают качество жизни», — отмечают аналитики РАЭК. Больше нет необходимости приобретать товар для получения доступа к нему, доступность товаров и услуг увеличивается как с точки зрения стоимости, так и скорости их предоставления. Такой подход органично вписывается в образ жизни миллениалов, или поколения Y (родившихся в 1980–1990-е годы), и последующего поколения Z, для которых получение впечатлений, мобильность и возможность выразить свою индивидуальность важнее статусного потребления, говорит Антон Губницын.

36% россиян уже разделяют привычный для 50% населения мира принцип, согласно которому приобретение новых впечатлений более важно, чем обладание вещами. Такие данные приводит компания GfK по результатам глобального онлайн-исследования «Жизнь потребителей» (Consumer Life).

Россия интегрирована в глобальную экономику, поэтому сегодня переживает те же трансформации, что и развитые страны, говорит Ирина Рейдер: отрасль, как и все секторы цифровой и «аналоговой» экономики, зависят в том числе от скорости и баланса законодательного регулирования и влияния традиционных игроков, чей статус-кво нарушается. ■

ЧЕМ ДЕЛЯТСЯ В АЗИИ

Китай является лидером и пионером во многих отраслях экономики совместного потребления — шеринг велосипедов (OfO), зонтиков (Molisan), зарядных устройств для аккумуляторов (Shenzhen Laidian) и баскетбольного оборудования (GanPai).

Среди десяти крупнейших компаний экономики совместного потребления три компании представляют Китай — это Didi Chuxing (\$50 млрд, транспортные услуги), Lufax.com (\$18,5 млрд, p2p интер-

нет-финансирование), Meituan-Dianping (\$18 млрд, онлайн-доставка еды, товаров и услуг), согласно исследованию американского инвестиционного банка Merrill Lynch.

По прогнозам Государственного информационного центра КНР, экономика совместного потребления в стране будет ежегодно расти на 40% и к 2020 году достигнет 10% ВВП Китая, или \$1,7 трлн, а к 2025-му — 20% ВВП, или \$4,4 трлн.

Решение

Страны соревнуются в стратегиях

Лидерами цифровой экономики становятся государства, реализующие системные планы в этой сфере. России для успеха необходимо прежде всего устранить цифровое неравенство между регионами.

**НИНА БЛЕЙМАН,
ИРИНА ЛАВРОВА**

Критерии, по которым составляются многочисленные рейтинги цифрового развития стран, сильно разнятся. Например, Международный рейтинг конкурентоспособности в цифровой среде бизнес-школы IMD 2018 года отдал предпочтение США, Сингапуру, Швеции, Дании и Швейцарии (у РФ — 40-е место), а в Глобальном индексе сетевого взаимодействия Huawei 2018 года лидируют США, Сингапур, Швеция, Швейцария и Великобритания (РФ — 36-я), в Международном индексе цифровой экономики и общества (I-DESI) Еврокомиссии, сравнивающим цифровые успехи государств — членов ЕС с показателями 17 стран, не входящих в ЕС, на первых строчках — Южная Корея, Норвегия, Исландия, Швейцария и Япония.

Однако общая черта стран, попадающих в первые строчки рейтингов по диджитализации, — наличие комплексной государственной стратегии в этой сфере.

В России строительство цифровой экономики начинается не с нуля, говорит заместитель руководителя про-

ектного офиса по реализации национального проекта «Цифровая экономика РФ» аналитического центра при правительстве РФ Сергей Лещенко: «У нас довольно развитая информационная инфраструктура, высокий уровень вовлеченности населения в цифровую экономику, достойный уровень развития «электронного правительства», большие образовательные и научные заделы по ряду критически важных направлений: математике, информатике, физике».

Госпрограмма «Цифровая экономика» принята в России в 2017 году. В прошлом году она получила статус нацпроекта, а формирование цифровой экономики, по словам президента Владимира Путина, стало «вопросом национальной безопасности и независимости». С учетом уже заложенных в бюджете средств на развитие цифрового госуправления (820 млрд руб.) и внедрения системы паспортно-визовых документов нового типа «Мир» (114 млрд руб.) общие расходы в цифровую пятилетку 2019–2024 годов составят 1,6 млрд руб. Расходы на «Информационную инфраструктуру» составят 772 млрд руб., «Кадры для цифровой экономики» — 143 млрд руб., «Информационную безопасность» — 30 млрд руб., «Нормативное регулирование цифровой среды» — 1,7 млрд руб.

В 2018 году в индексе развития «электронного правительства» ООН (e-Government Development Index), измеряющем готовность и способность правительства использовать информационно-коммуникационные технологии в целях оказания услуг населению, Россия поднялась на три строчки по сравнению с 2016 годом и заняла 32-е место. Лидер рейтинга Дания совершила еще более стремительный скачок, поднявшись за два года с девято-

го на первое место. В рейтинге «электронного правительства» в городах Москва заняла первую строчку, опередив Кейптаун и Таллин.

Государству помимо роли регулятора (нацпроект предполагает принятие в 2019 году целого пакета нормативных актов, регулирующих цифровую сферу, включая один из наиболее острых вопросов — доступ к данным) предстоит постепенно стать и крупнейшим поставщиком онлайн-услуг. Этому будут способствовать запуск «цифрового профиля гражданина», отказ от бумажных документов, а также реализация концепции «суперсервисов», предусматривающих в том числе и допуск частного бизнеса к оказанию госуслуг населению.

Вице-премьер Максим Акимов заявил, что в развитии цифровой экономики должны участвовать и регионы. Для них будут разработаны KPI по инвестициям в цифровую экономику. По данным индекса «Цифровая Россия» бизнес-школы «Сколково», разрыв в цифровом развитии регионов уже снижается. Растет и средний балл цифровизации — за год он поднялся с 45,9 до 55,9 пункта. Однако разрыв между десятой регионами-лидерами (Москва, Татарстан, Санкт-Петербург, Югра, Московская и Тюменская области и др.) и десяткой замыкающих субъектов остается большим — в среднем 46,7%.

«Сложно ожидать одинакового развития в Москве и Норильске, где еще недавно основной доступ в Сеть осуществлялся через спутник», — говорит главный аналитик РАЭК Карен Казарян.

Нацпрограмма как своего рода верхнеуровневый механизм должна связать все звенья цифровой цепочки страны в единую систему, считает эксперт по цифровой экономике РАНХиГС Александр Черкавский.

Лидеры smart-рейтингов

ДАНИЯ

лидирует в рейтинге Еврокомиссии DESI 2018. Стратегия, действующая с 2004 года, предусматривает перевод на цифровые технологии всего госсектора. 95% домохозяйств подключены к интернету, создана сеть телемедицины, а более ста видов услуг власти всех уровней обязаны оказывать в цифровой форме. На реализацию новой стратегии диджитализации до 2025 года государство планирует потратить €134 млн. Власти Дании заключили трехсторонний «технологический пакт» с бизнесом и образовательными институтами для продвижения цифрового и технического образования, запустили первое решение на основе блокчейна для регистрации кораблей и намерены создать национальную сеть 5G.



НОРВЕГИЯ

первая в Digital Evolution Index 2017 компании Mastercard. Страна полностью покрыта сетями 4G (против 84% в среднем по ЕС), 96% населения являются пользователями интернета, 94% пользуются услугами онлайн-банкинга (59% в среднем по ЕС). В 2015 году в Норвегии была создана система Mobile Bank ID, позволяющая гражданам получить онлайн-доступ более чем к 600 услугам, включая специальный электронный почтовый ящик для взаимодействия с властями. Норвегия значительно опережает общеевропейские темпы распространения электронных счетов и облачных вычислений, а система телемедицины в стране считается одной из лучших в мире.



ЮЖНАЯ КОРЕЯ

лидер Международного индекса цифровой экономики и общества (I-DESI) Еврокомиссии. Система электронного правительства формируется в стране с 2001 года. До 2020 года должна появиться возможность получения любой услуги из любого места, с любого устройства и без бумажных документов. \$35 млрд было потрачено на создание с нуля первого «умного» города в мире Сонгдо, где вся инфраструктура связана сетью датчиков. В партнерстве корейских властей с ИТ-компаниями создана цифровая «платформа-как-сервис» для госсектора, а перевод госданных в облако позволил сократить расходы и повысить надежность госслужбы.



СИНГАПУР

первый в глобальном индексе кибербезопасности Международного союза электросвязи ООН (International Telecommunication Union) 2017 года. Власти страны с 2014 года реализуют инициативу Smart Nation и обеспечивают необходимую инфраструктуру для стартапов и гражданских инициатив. Платформенные решения и огромный сет открытых данных, которые поставляют 70 правительственных агентств, позволяют отследить и проанализировать любой процесс — от дорожного трафика до вспышек заболеваний. Создана сеть из «умных» датчиков и камер, пронизывающих всю публичную инфраструктуру. 3,3 млн граждан Сингапура используют цифровое удостоверение личности SingPass для моментального доступа к госуслугам.



«ЭКОНОМИКА РУНЕТА» (18+)

Тематическое приложение к «Ежедневной деловой газете РБК». Является неотъемлемой частью «Ежедневной деловой газеты РБК» №52 (3007) от 17 апреля 2019 г.

Распространяется в составе газеты. Материалы подготовлены редакцией партнерских проектов РБК+

Партнеры: ЗАО «Региональный Сетевой Информационный Центр», НП «РАЭК», АНО «Координационный центр национального домена сети Интернет», Региональная общественная организация «Центр Интернет-технологий». Реклама
Учредитель • ООО «БизнесПресс»
Издатель • ООО «БизнесПресс»
Директор ИД РБК+ • Ирина Митрофанова

Шеф-редактор печатной версии РБК+ • Юрий Львов
Редактор РБК+ «Экономика Рунета» • Юлия Хомченко
Выпускающий редактор • Андрей Уткин

Руководитель дизайн-департамента • Евгения Дацко
Дизайнеры • Дмитрий Иванов, Сергей Пивоваров

Обложка • Наташа Джола

Фоторедактор • Алена Кондюрина

Корректоры • Татьяна Поленова, Маргарита Тарасенко

И.о. главного редактора газеты • Игорь Игоревич Тросников

Рекламная служба • (495) 363-11-11, доб. 1342
Коммерческий директор издательства РБК+ • Анна Брук

Директор по продажам РБК+ • Евгения Карлина

Директор по производству • Надежда Фомина

Адрес редакции • 117393, Москва, ул. Профсоюзная, 78, стр. 1

digital диктант

*Всероссийская образовательная акция
по определению уровня цифровой грамотности*

18 мая 2019

цифровойдиктант.рф

РАЗ⁺К

РОЦИТ

Microsoft

Avito



«РЕКЛАМА»

18+

global

RUSSIAN INTERNET WEEK

RIW 2019

Неделя Российского
Интернета

20-22 ноября 2019

riw.moscow