

DOI: 10.37791/2687-0657-2022-16-1-55-65

# Конкурентные преимущества IT-компаний в цифровой экономике

П. А. Сапожников<sup>1</sup>, С. Н. Любяченко<sup>1\*</sup>

<sup>1</sup> Новосибирский государственный университет экономики и управления (НГУЭУ), Новосибирск, Россия

\* lubsofia@yandex.ru

**Аннотация.** В статье рассмотрены актуальные вопросы развития российского сегмента рынка веб-услуг в онлайн-среде в мировом экономическом пространстве. Изучение современного рынка IT-компаний представляется чрезвычайно актуальным на сегодняшний день. Все больше и больше фирм нуждаются в переходе в цифровую среду в целях расширения возможностей бизнеса, оптимизации способов взаимодействия с клиентами, а также повышения конкурентоспособности и показателей экономической эффективности. Использование информационных технологий в бизнес-процессах становится чрезвычайно необходимым в условиях коронавирусных ограничений, что повышает спрос на услуги IT-компаний. В связи с этим важно понять их базовые стратегии и оценить склонность к монополизации. «Ранее экономисты предполагали, что конкурентные рынки цифровых услуг меньше склонны к монополизации, чем рынки материальных продуктов. Сейчас на цифровых рынках можно наблюдать и монополизацию, и асимметрию информации, и внешние (сетевые) эффекты» [1]. Целью исследования является идентификация типа структуры российского сегмента рынка веб-услуг в онлайн-среде в мировом экономическом пространстве и оценка интенсивности конкуренции. Для достижения поставленной цели были решены следующие задачи: определен релевантный рынок, проанализированы его основные характеристики и состав участников, тенденции трансформации в условиях COVID-19, обоснован выбор критериев анализа структуры российского сегмента рынка на платформе онлайн-биржи Upwork. Результаты основаны на эмпирическом исследовании статистической информации по новосибирским компаниям, функционирующим на площадке Upwork. Такие параметры рынка, как большое количество фирм, незначительная высота барьеров вхождения в отрасль, преобладание неценовой конкуренции, позволяют идентифицировать его как рынок монополистической конкуренции. В статье обозначены проблемы антимонопольного регулирования рынка веб-услуг, работающих на цифровых платформах, а именно: сложность их анализа и выделения «релевантного» рынка, размытость географических и продуктовых границ, растущий спрос. Систематизированы факторы, определяющие конкурентные преимущества фирм на рынке веб-услуг и портфель заказов, которые, в свою очередь, косвенно влияют на выбор стратегии. Авторами предпринята попытка описать мотивы поведения покупателей на рынке веб-услуг при удаленном выборе продавцов в онлайн-среде.

**Ключевые слова:** цифровизация, рыночная структура, веб-услуги, монополистическая конкуренция, анализ рынка, платформа Upwork, цифровая экономика

**Для цитирования:** Сапожников П. А., Любяченко С. Н. Конкурентные преимущества IT-компаний в цифровой экономике // Современная конкуренция. 2022. Т. 16. № 1. С. 55–65. DOI:10.37791/2687-0649-2022-16-1-55-65

# Competitive Advantages of IT Companies in the Digital Economy

P. Sapozhnikov<sup>1</sup>, S. Lyubyashenko<sup>1\*</sup>

<sup>1</sup> Novosibirsk State University of Economics and Management (NSUEM), Novosibirsk, Russia

\* lubsofia@yandex.ru

**Abstract.** The article touches upon topical issues of the development of the Russian segment of the web services market in online environment in the global economic space. The study of the modern market of IT companies seems extremely relevant today. More and more firms need to start working in digital in order to expand business opportunities, optimize ways of interacting with customers, as well as increase competitiveness and economic efficiency indicators. The use of information technologies in business processes is becoming extremely necessary in the conditions of coronavirus restrictions, which increases the demand for IT companies' services. In this regard, it is important to understand their basic strategies and assess their tendency to monopolize. "Previously, economists assumed that competitive markets for digital services are less prone to monopolization than markets for standard products. Now, monopolization, information asymmetry, and external (network) effects can be observed in digital markets" [1]. The purpose of the study is to identify the type of structure of the Russian segment of the web services market online in the global economic space and to assess the intensity of competition. To achieve this goal, the following tasks were solved: the relevant market was identified, its main characteristics and composition of participants were analyzed, the trends of its transformation in the conditions of COVID-19, the choice of criteria for analyzing the structure of the Russian market segment on the Upwork online exchange platform was justified. The results are based on an empirical study of statistical information on Novosibirsk companies operating on the Upwork platform. Such market parameters as a large number of firms, the insignificant height of barriers to entry into the industry, the predominance of non-price competition make it possible to identify it as a market of monopolistic competition. The article identifies the problems of antimonopoly regulation of the market of web services operating on digital platforms, namely: the complexity of their analysis and identification of the «relevant» market, the "blurring" of geographical and product boundaries, growing demand. The factors determining the competitive advantages of firms in the web services market and clients' package, which, in turn, indirectly influence the choice of strategy, are systematized. The authors attempt to describe the motives of buyers' behavior in the web services market when remotely selecting sellers in an online environment.

**Keywords:** digitalization, market structure, web services, monopolistic competition, market analysis, Upwork platform, digital economy

**For citation:** Sapozhnikov P., Lyubyashenko S. Competitive Advantages of IT Companies in the Digital Economy. *Sovremennaya konkurentsya*=Journal of Modern Competition, 2022, vol.16, no.1, pp.55-65 (in Russian). DOI: 10.37791/2687-0649-2022-16-1-55-65

## Введение

Актуальность исследования определяется прежде всего современным трендом на цифровизацию экономики. Текущая тенденция трансформации биз-

неса и ухода в онлайн-среду направлена на формирование конкурентных преимуществ и расширение доли рынка фирм. По данным креативного агентства «We Are Social» и платформы по управлению SMM Hootsuite, на начало 2020 года уже более 4,5 миллиар-

дов людей в мире пользуются интернетом, что составляет почти 60% от общего мирового населения. Если же говорить о России, то, по данным агентства, интернетом пользуются 118 миллионов россиян, что составляет 81% от общего населения страны. Подобная тенденция и объясняет возрастающий интерес к изучению рынков, функционирующих в цифровой-среде: онлайн – не просто выбор, а, скорее, жизненно необходимое условие для современных компаний в эпоху пандемии, что также обусловлено развитием информационных технологий и бизнеса [2].

Целью исследования является идентификация типа структуры российского сегмента рынка веб-услуг в онлайн-среде в мировом экономическом пространстве и оценка интенсивности конкуренции.

Объект изучения – рынок IT-компаний города Новосибирска, функционирующих в цифровой среде на платформе Upwork. Основная сложность анализа подобных рынков состоит в определении состава участников. Поэтому одной из задач исследования является оценка продуктовых и географических границ рынка. Поскольку деятельность компаний, работающих на просторах интернета, не ограничивается территориально, то применение методологии оценки конкурентной среды для традиционных рынков товаров и услуг оказывается затруднительным. Поэтому для того чтобы выделить релевантный рынок с учетом особенностей деятельности компаний, необходимо обозначить базовые предпосылки модели. Одна из них – выбор тех фирм, которые работают по принципу аутсорсинга.

Вторая задача заключается в определении типа рыночной структуры. Для этого, опираясь на методологию теории отраслевых рынков, необходимо изучить те характеристики рынка, которые указывают на преобладающий тип конкуренции, оценить склонность фирм к согласованным действиям и необходимость антимонопольного регулирования.

Третья задача состоит в оценке конкурентных преимуществ соперников на рынке веб-услуг, определяющих их рыночные позиции. Для этого необходимо выявить ключевые мотивы покупателей при выборе исполнителя.

Представленное исследование включает в себя три части: в первой части работы изложены сделанные нами допущения, а также рассматриваются теоретические аспекты функционирования цифровых рынков в целом, во второй проводится качественный и статистический анализ параметров рыночной структуры, а в третьей предпринята попытка систематизации факторов конкурентоспособности компаний на рынке веб-услуг на базе данных, полученных в ходе проведения интервью с потребителями. Исследование завершается выводами, а также рекомендациями по дальнейшему использованию полученных данных в научной и практической деятельности.

## Степень разработанности проблемы

Сегодня рынок веб-услуг стремительно растет, а потому изучен не в полной мере. Это можно объяснить стремительным развитием цифровой экономики, электронной коммерции, распространением интернета. Несмотря на большое количество публикаций в России на тему «бизнес в интернете», попытки оценить российский рынок веб-услуг в онлайн-среде предпринимаются не часто в связи с отсутствием статистической базы.

Исследования в области интернет-экономики отличаются по объектам. Так, можно выделить несколько разновидностей таких работ: анализ аудитории и структуры российского сегмента интернета; оценка состояния отдельных онлайн-рынков; изучение экономики Рунета в целом.

Проблемы функционирования цифровых рынков описаны в трудах российских авторов С. П. Балашовой, Н. Азьмука, И. В. Федуловой, С. Ю. Перцевой, Н. В. Ткачевой и других. Особенность проводимых исследований

заключается в отраслевой специфике рынков: так, одни ученые рассматривают финансовые рынки, другие – рынки потребительских товаров.

Разработке системы статистических показателей для оценки рынка интернет-услуг посвящен ряд научных публикаций российских авторов, а именно: Л.В. Коха, Ю.В. Коха [3], О.В. Александрова, И.Е. Илюхиной, Е.Н. Клочковой, Т.В. Максияновой, С.Б. Перминова, Н.А. Садовникова, Н.В. Шестак.

Так, в работе Сунтура Лансин разработан прикладной инструментарий для статистического моделирования и анализа рынка интернет-услуг [4]. Исследование А.П. Старковой направлено на разработку рекомендаций по формированию конкурентных преимуществ российских веб-разработчиков [5, 6].

Результаты исследования интернет-экономики изложены в трудах отечественных авторов С.М. Плаксина, Г.И. Абдрахматовой, Г.Г. Ковалевой, где предложена классификация предприятий, занятых в национальной интернет-экономике, дана оценка их масштабов (в доле ВВП) на основе официальной статистики [7].

В работах Р.М. Магомедова обозначена перспектива развития рынка IT-услуг на основе механизмов государственной поддержки. Автор систематизирует макроэкономические и инфраструктурные факторы, оказывающие влияние на развитие рынка [8, 9].

Н.К. Норец и А.А. Станкевич подчеркивают необходимость создания инновационных кластеров в цифровой экономике [10].

Исследование Ф.Д. Конобевцева и соавторов посвящено технологии удаленной работы, где описаны деятельность фрилансеров, механизмы функционирования международных онлайн-бирж труда и российских площадок [11]. Е.В. Ванкевич делает акцент на новых трендах в сфере управления человеческими ресурсами в условиях цифровизации экономики [12].

Таким образом, масштабность, многоаспектность и быстрое распространение интернет-экономики вызывают большой

интерес ученых к данной сфере. Актуальность проблематики также определяется отсутствием теоретических и методических подходов к пониманию принципов, механизмов и закономерностей развития рынка веб-услуг, что, в свою очередь, обуславливает научную новизну исследования. В основе анализа структуры рынка лежит методология теории отраслевых рынков, которая также нуждается в оптимизации в связи с ее ограниченностью и стиранием традиционных географических границ рынков в онлайн-среде [13].

### **Допущения и предпосылки анализа**

Исследование рыночной структуры основано на следующих предпосылках.

Во-первых, платформа Upwork была выбрана нами не случайно – по данным портала Backlinko, в 2021 году показатели площадки достигли более 145 000 активных клиентов, расходы которых в расчете на одного пользователя составили минимум 5000 долларов в год. При этом популярность платформы растет: суммарная доля активных клиентов выросла на 68,9% с 2015 года, что указывает на явные тенденции роста и развития площадки. При этом одним из наиболее популярных сервисов на платформе является предоставление IT-услуг наряду с цифровым маркетингом и UI/UX-дизайном. Таким образом, правомерно говорить о том, что Upwork является одной из самых популярных площадок для работы с клиентами не только в России, но и за рубежом [14].

Во-вторых, в работе нами анализируются исключительно те компании, которые работают по модели аутсорсинга. Так, продуктовые IT-компании, генерирующие доход за счет коммерциализации собственного продукта, не рассматриваются нами в рамках проводимого исследования в силу того, что данные компании работают и функционируют вне площадок для поиска и найма клиентов: они занимаются развитием своего, а не чужого продукта.

В-третьих, нами были проанализированы исключительно официальные данные, предоставленные площадкой Urwork, по компаниям, официально зарегистрированным в качестве представителей города Новосибирска.

### Специфика цифровых рынков

Для понимания механизма функционирования цифровых рынков необходимо выявить их особенности. В основе нашего исследования лежит классификация факторов цифрового рынка труда, предложенная Н. Азьмуком [15]. Учитывая специфику площадки Urwork как одного из каналов поиска клиентов, где исполнители могут выступать как от лица компании, так и самостоятельно, использование данного подхода весьма логично.

Так, цифровой рынок отличается от традиционного по следующим параметрам:

1. Место взаимодействия. Цифровой рынок функционирует на базе платформ, где происходит «встреча» продавцов и покупателей.

2. Трудовые отношения между заказчиком и исполнителем не гарантируют социальной защиты, а также зачастую требуют самостоятельной регламентации времени отдыха и работы.

3. Основным инструментом и одновременно барьером при входе в отрасль является умение пользоваться информационно-коммуникационными технологиями, так как весь процесс взаимодействия происходит удаленно.

4. Оплата труда представляет собой почасовую оплату либо вознаграждение по определенным частям (майлстоунам), согласованным перед началом работы [15].

При этом вышеперечисленные параметры можно дополнить факторами глобализации, описанными Ш. Кудбиевым. Так, ученый считает, что глобализация и развитие цифровых рынков позволяет компаниям осуществлять беспрепятственный доступ к разным сегментам клиентов и исполнителей, взаимодействовать с клиентами без учета

географического фактора, снижать расходы на маркетинг и взаимодействие с клиентами, использовать онлайн-инструменты для организации управленческой деятельности, а также осуществлять переход небольших компаний в транснациональные с достаточно небольшими издержками и усилиями. Таким образом, правомерно говорить о том, что цифровая среда в целом упрощает взаимодействие между потребителями и поставщиками услуг, а также открывает ряд новых возможностей в области каналов и форматов взаимодействия [16].

### Идентификация структуры рынка. Результаты качественного и количественного анализа

Нами выдвигается гипотеза о том, что рынок новосибирских IT-компаний, функционирующий в цифровой среде, представляет собой рынок монополистической конкуренции. Для ее подтверждения необходимо выявить соответствие объекта исследования качественным характеристикам предполагаемой модели рынка.

Учитывая закрытый характер площадки по отношению к информации о компаниях и отраслевую специфику в целом, анализ рыночной структуры проводился исходя из следующего авторского алгоритма:

1. Определение количества компаний и барьеров рынка.

2. Дифференциация продукции или услуг.

3. Оценка барьеров входа на рынок.

4. Оценка ценового диапазона на услуги компаний. Расчет среднего показателя часовой ставки.

5. Определение преобладающего типа конкуренции (ценовая/неценовая). Анализ взаимосвязи между ценой и количеством реализованных проектов.

В ходе анализа были получены следующие результаты.

1. *Большое количество покупателей и продавцов, отсутствие кооперативных форм поведения участников.* Так, на сегодняшний

день, по официальным данным Upwork, платформой пользуются более 53 миллиона американцев<sup>1</sup>. При этом если не рассматривать фрилансеров, то только в Новосибирске на платформе функционирует около 40 фирм, и это без учета зарегистрированных в качестве представителей зарубежных стран.

2. *Дифференциация продукции или услуг.* На рынке монополистической конкуренции компании соперничают через дифференциацию продукта и услуг как форму неценовой конкуренции, которая является главной для данной структуры рынка и определяет его экономическую природу [17, 18]. Так, на данный момент перечень реализуемых услуг, предоставляемых ИТ-компаниями, может различаться. По собранным нами данным площадки Upwork, 78% ИТ-компаний, действующих в Новосибирске, предлагают сервисы тестирования программного обеспечения наряду с разработкой, около 30% включают в перечень услуг аналитику, а 45% могут еще оказать услуги по разработке дизайна. При этом пакеты предлагаемых услуг также сильно могут отличаться: от самых простых, включающих в себя почасовую оплату за разработку, до комплексных – например включающих фазу сбора требований проекта при помощи системного аналитика, консалтинг и т. д.

3. *Невысокие барьеры входа в отрасль.* Рынок веб-услуг отличается, например, от олигополии и монополии сравнительно небольшими барьерами входа. Зарегистрироваться на платформе достаточно просто, так как главное препятствие на начальном этапе – знание английского языка для осуществления коммуникаций с клиентами (Upwork ориентирована на работу с зарубежным рынком), а также умение пользоваться информационно-коммуникационными технологиями. Отметим, однако, что на данном рынке весомое значение играет репутация

компании, поэтому новичкам непросто найти первых клиентов в силу отсутствия каких-либо отзывов и портфолио.

4. *Конкуренция носит преимущественно неценовой характер.* Фирмы могут снижать стоимость собственных услуг в целях привлечения большего количества клиентов, однако далеко не всех пользователей привлекает низкая цена. Подобное происходит в силу воздействия ряда факторов, выявленных в результате углубления анализа и описанных ниже.

5. *Оценка ценового диапазона на услуги компаний.*

*А. Расчет среднего показателя часовой ставки.* Дело в том, что платформа Upwork предоставляет только диапазон часовых ставок какой-либо компании, а сама величина конкретной часовой ставки конкретизируется в ходе взаимодействия с клиентом и определяется рядом факторов: требованиями к проекту, опытом разработчика (junior, middle, senior), видом услуг (разработка, консалтинг и т. д.), политикой компании по отношению к программам лояльности и т. д. Так, нами было принято решение придерживаться усредненных показателей.

*Б. Статистический анализ различия показателей средних часовых ставок компаний.* Если анализируемая нами выборка представляет собой неоднородную совокупность, то есть средние показатели часовых ставок разных компаний города Новосибирска существенно отличаются, то предположение об отсутствии ценовой конкуренции оказывается ложным. В качестве основных статических показателей нами были рассчитаны и проанализированы показатели среднеквадратического отклонения, а также размах вариации, представленные в таблице 1.

В качестве изучаемого признака нами был взят показатель средней часовой ставки. Так, полученные результаты позволяют говорить о том, что выборка в целом не является однородной, поскольку показатель среднеквадратического отклонения, демонстрирующий отклонение часовых ста-

<sup>1</sup> URL: <https://www.upwork.com/press/releases/53-million-americans-now-freelance-new-study-finds-2>

**Таблица 1.** Показатели среднеквадратического отклонения и размаха вариации

Table 1. Indicators of the standard deviation and the scope of variation

Показатель / Indicator	Значение / The value of the indicator
Среднеквадратическое отклонение / Standard deviation	15,55
Размах вариации / Scope of variation	65

вок каждой компании от среднего значения, равен 15,55. Это свидетельствует о том, что цена варьируется в данном диапазоне. При этом показатель размаха, указывающий разницу между максимальным и минимальным значениями в анализируемой совокупности, равен 65 долларов, что также говорит о дифференциации цен.

6. *Определение преобладающего типа конкуренции (ценовая/неценовая). Анализ взаимосвязи между ценой и количеством реализованных проектов.* В исследовании сделана попытка определения преобладающего типа конкуренции (ценовой или неценовой) с помощью регрессионного анализа. Так, выявлена зависимость количества реализованных проектов от средней часовой ставки на рынке:

$$Y = 40,64 + 0,001x,$$

где  $x$  – средняя часовая ставка на рынке веб-услуг.

При этом важную роль играет коэффициент детерминации. Так, в случае, если на данном рынке преобладает ценовая конкуренция среди игроков, то коэффициент детерминации будет стремиться к минус единице: данное значение подразумевает обратную взаимосвязь между показателями, то есть имеет место отток клиентов в сторону компаний с более низкими ценами при повышении ставки конкурента. Если же полученный показатель будет стремиться к нулю, то это позволит говорить о том, что на данном рынке ценовая конкуренция не является доминирующей стратегией, так как количество проектов компании (объем продаж) не зависит от средней часовой ставки.

Полученный коэффициент равен 0,001, что указывает на отсутствие взаимосвязи

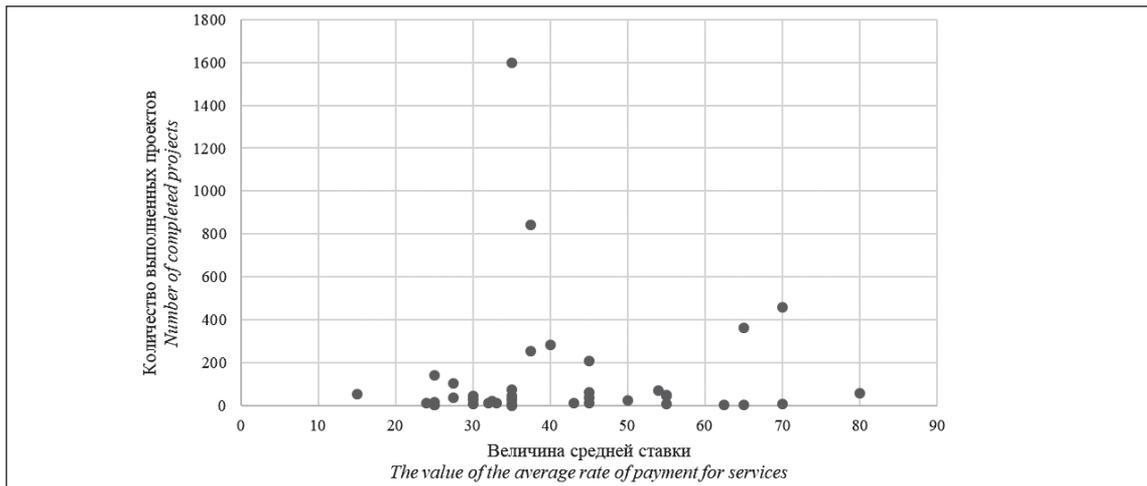
между показателями и подтверждает наши предположения о том, что цена не является определяющим фактором при принятии решения со стороны потребителей. Облако точек, полученное в ходе регрессионного анализа, представлено на рисунке 1.

### Конкурентные преимущества компаний на рынке веб-услуг

Для оценки факторов, определяющих конкурентные позиции компаний на рынке IT-услуг, был использован метод опроса покупателей – крупнейших клиентов одной из новосибирских IT-компаний, функционирующих на площадке Upwork. Он позволил подтвердить вывод о том, что цена не является ведущим фактором конкуренции. Так, в ходе опроса респондентов были выделены следующие конкурентные преимущества продавцов, оказывающие наибольшее влияние при принятии решения о сотрудничестве:

- *Опыт компании на рынке и экспертиза.* Оказание IT-услуг, как и проектная деятельность в целом, требует положительной репутации на рынке. Более того, удаленный формат работы, предусматриваемый Upwork, все еще вызывает недоверие со стороны крупных клиентов. Таким образом, компаниям с хорошей репутацией на рынке гораздо проще найти клиентов даже при более высокой часовой ставке.

- *Диверсификация услуг.* Современный процесс разработки веб-сайтов, мобильных приложений и ПО охватывает гораздо больше сфер деятельности, чем только разработку, например тестирование, аналитику, дизайн и маркетинг. Таким образом, чем более диверсифицирован портфель услуг компании, тем большее количество клиентов (и, соот-



**Рис. 1.** Зависимость количества проектов от средней ставки

**Fig. 1.** Dependence of the number of projects on the average rate

ветственно, видов проектов) может потенциально рассматриваться для сотрудничества.

- *Коммуникация и управление.* Безусловно, опыт в разработке и диверсифицированный портфель услуг играют большую роль при поиске клиентов, однако своевременная коммуникация и умение управлять командой также следует рассматривать в качестве конкурентного преимущества.

- *Грамотный маркетинг.* Большинство компаний, как и все организации, функционирующие на рынке монополистической конкуренции, применяют неценовые методы конкуренции, например рекламу, брендинг и т. д. Учитывая тот факт, что в цифровой среде большинство компаний не имеют офиса и напрямую не взаимодействуют с клиентом, инструментами построения потребительского доверия выступает маркетинг и PR. Таким образом, те компании, которые успешно применяют данные инструменты в своей деятельности, более успешны в поиске клиентов [19, 20].

- *Ценовой фактор.* Цена воспринимается потребителями далеко не как первостепенный фактор. Так, участники отмечают, что стоимость услуг, безусловно, является одной из движущих сил рынка, однако таковой она выступает на первом этапе при от-

боре географии поиска компании в целом. Так, по данным портала Upwork, средняя часовая ставка разработчика из США составляет 170 долларов, при этом средняя ставка разработчика из России значительно ниже – всего 50 долларов. Таким образом, компаниям гораздо выгоднее нанимать разработчиков из России, чем, например, из США, однако с этим связаны и определенные риски, например, удаленной работы, культурных различий и гражданско-правовых особенностей ведения бизнеса. Тем не менее после того как клиент переходит на второй этап выбора компании, актуальными становятся уже факторы, перечисленные нами выше, а цена остается движущим фактором лишь на первом уровне при определении географии поиска компании [21].

## Выводы

Цифровизация все больше охватывает предпринимательский сектор и «распространяется на все большее число отраслей и сегментов, от сельского хозяйства до строительства» [1]. Соответственно, рынок веб-услуг оценивается как быстро растущий. «Интернет-экономика создает новые отрасли бизнеса и разрушает старые» [22].

Методика оценки рыночных границ нуждается в корректировке для территориально безграничных рынков.

В результате исследования выявлены отличия цифровых рынков от традиционных, а именно: место взаимодействия продавцов и покупателей на базе платформ; удаленность процесса купли-продажи от местонахождения клиента; почасовая оплата труда либо вознаграждение по определенным частям (майлстоунам); отсутствие гарантии социальной защиты трудовых отношений между заказчиком и исполнителем; самостоятельная регламентации времени отдыха и работы исполнителя.

Научная новизна исследования заключается в применении методологического аппарата теории отраслевых рынков для анализа ключевых характеристик и определения типа рынка IT-услуг, функционирующего в цифровой среде. Так, в ходе проведения многоступенчатого анализа сделан вывод о том, что объект исследования представляет собой рынок монополистической конкуренции. Уровень концентрации низкий, барьеры входа-выхода минимальные, поэтому антимонопольное регулирование рынка не

требуется. Выдвинутая гипотеза нашла подтверждение, цель достигнута.

Кроме того, на базе эмпирического исследования крупнейших заказчиков IT-услуг систематизированы факторы, определяющие конкурентные преимущества фирмы и ее портфель заказов. Авторами представлено новое видение мотивов поведения покупателей на рынке веб-услуг при удаленном выборе продавцов в онлайн-среде. Установлено, что первостепенное значение имеют неценовые факторы, а цена рассматривается лишь как критерий выбора географии поиска компании на первоначальном этапе.

Практическая значимость исследования заключается в том, что полученные результаты могут быть использованы при разработке методологии анализа оценки интенсивности конкуренции на рынке IT-услуг в региональном или национальном масштабе, в практике антимонопольного регулирования, а также в рамках управленческой деятельности современных IT-компаний, работающих по модели аутсорсинга, с целью определения их ключевых стратегий поведения на рынке.

## Список литературы

1. Коваленко А.И. Технологические гиганты на цифровых рынках – результат провала регулятора // Современная конкуренция. 2020. Т. 14. №4 (80). С. 5–24. DOI: 10.37791/1993-7598-2020-14-4-5-24.
2. Kemp S. Digital 2020: 3.8 Billion People Use Social Media // WE ARE SOCIAL. URL: <https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media> (дата обращения: 07.10.2021).
3. Кох Л. В., Кох Ю. В. Анализ существующих подходов к измерению цифровой экономики // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. 2019. Т. 12. №4. С. 78–89. DOI: 10.18721/JE.12407.
4. Сунтура Л. Статистическое моделирование рынка интернет-услуг: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.12. – Ростов н/Д., 2015. – 114 с.
5. Старкова А.П. Формирование конкурентных преимуществ продуцентов услуг web-дизайна и web-разработки: автореферат дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. – М., 2019. – 28 с.
6. Старкова А.П. Специфика использования механизмов реализации конкурентных преимуществ предприятия сферы сервиса в условиях экономической нестабильности в стране // Экономика и предпринимательство. 2017. №8-1 (85). С. 1198–1200.
7. Плаксин С., Абдрахманова Г., Ковалева Г. Интернет-экономика в России: подходы к определению и оценке // ФОРСАЙТ. 2017. Т. 11. № 1. С. 55–65. DOI: 10.17323/2500-2597.2017.1.55.65.
8. Магомедов Р.М. Анализ российского рынка IT-услуг // Территория науки. 2017. № 1. С. 145–151.
9. Магомедов Р.М. Перспективы развития онлайн торговли // Территория науки. 2016. №2. С. 109–114.
10. Норец Н. К., Станкевич А. А. Цифровая экономика: состояние и перспективы развития // Инновационные кластеры в цифровой экономике: теория и практика: труды научно-практической конференции с международным участием 17–22 мая 2017 г. / под ред. д-ра экон. наук, проф. А. В. Бабкина. – СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2017. С. 173–179.

11. Конобевцев Ф. Д., Лаас Н. И., Гурова Е. В., Романова И. А. Удаленная работа: технологии и опыт организации // Вестник университета. 2019. №7. С. 9–17. DOI: 10.26425/1816-4277-2019-7-9-17.
12. Ванкевич Е. В. Новые тренды в сфере управления человеческими ресурсами в условиях цифровизации экономики // Економічний вісник університету: збірник наукових праць 2019. №43. С. 7–12. DOI: 10.31470/2306-546X-2019-43-7-12.
13. Сапожников П. А., Любященко С. А. Анализ структуры российского сегмента рынка веб-услуг в онлайн-среде на платформе онлайн-биржи UPWORK // Вестник НГУЭУ. 2021. №4. С. 93–103. DOI: 10.34020/2073-6495-2021-4-093-103.
14. Dean B. Upwork Revenue and Client Stats (2022) // Backlinko. May 13, 2021. URL: <https://backlinko.com/upwork-users> (дата обращения: 08.10.2021).
15. Азьмук Н. Сущность, особенности и функции цифрового рынка труда // Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. Серія: Економіка. 2015. №5 (170). С. 38–43. DOI: 10.17721/1728-2667.2015/170-5/7.
16. Кудбиев Ш. Цифровая экономика как новый этап глобализации рынка труда // International scientific review of the problems and prospects of modern science and education: Collection of Scientific Articles LXVII International Correspondence Scientific and Practical Conference. 2020. С. 22–29.
17. Чемберлин Э. Х. Теория монополистической конкуренции: Реориентация теории стоимости / пер. с англ. – 1-е изд. – М.: Экономика, 1996. – 349 с.
18. Пиньковецкая Ю. С. Малое предпринимательство на рынках совершенной и монополистической конкуренции // Современная конкуренция. 2012. №2 (32). С. 3–12.
19. Маслова Т. Ю. Понятие цифровых технологий в маркетинге // Аллея науки. 2020. Т. 2. №6 (45). С. 130–134.
20. Вербус В. А., Ошарин А. М. Цена качества: монополистическая конкуренция с неоднородными потребителями // Экономическая политика. 2019. Т. 14. №3. С. 152–175. DOI: 10.18288/1994-5124-2019-3-152-175.
21. Соре S. How much can freelancers make in 2021? // Upwork. March 12, 2021. URL: <https://www.upwork.com/resources/how-much-do-freelancers-make> (дата обращения: 08.10.2021).
22. Беличенко А. С. Features of functioning of the Internet economy and digital agencies in the Russian Federation // Современная конкуренция. 2020. Т. 14. №4 (80). С. 95–112. DOI: 10.37791/1993-7598-2020-14-4-95-112.

### Сведения об авторах

Сапожников Павел Алексеевич, ORCID 0000-0002-4440-7473, маркетолог, ООО «ОлСтарз»; магистрант, Новосибирский государственный университет экономики и управления (НГУЭУ), Новосибирск, Россия, paulfse29@gmail.com

Любященко София Николаевна, ORCID 0000-0002-8484-5232, канд. экон. наук, доцент, кафедра экономической теории, Новосибирский государственный университет экономики и управления (НГУЭУ), Новосибирск, Россия, lubsofia@yandex.ru

Статья поступила 21.12.2021, рассмотрена 17.01.2022, принята 11.02.2022

### References

1. Kovalenko A. I. Technological giants on digital markets as a result of a regulator failure. *Sovremennaya konkurentsia*=Journal of Modern Competition, 2020, vol. 14, no. 4(80), pp. 5–24 (in Russian). DOI: 10.37791/1993-7598-2020-14-4-5-24.
2. Kemp S. Digital 2020: 3.8 Billion People Use Social Media. WE ARE SOCIAL. Available at: <https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media> (accessed 07.10.2021).
3. Koch L. V., Koch Yu. V. Analysis of existing approaches to measurement of digital economy. *Nauchno-tekhnicheskie vedomosti SPbGPU. Ekonomicheskie nauki*, 2019, vol. 12, no. 4, pp. 78–89 (in Russian). DOI: 10.18721/JE.12407.
4. Suntura L. *Statisticheskoe modelirovanie rynka internet-uslug. Dis. ... kand. ekon. nauk: 08.00.12* [Statistical modeling of the Internet services market. Cand. econ. sci. dis.: 08.00.12]. Rostov-on-Don, 2015, 114 p.
5. Starkova A. P. *Formirovanie konkurentnykh preimushchestv produtsentov uslug web-dizaina i web-razrabotki. Avtoref. dis. ... kand. ekon. nauk: 08.00.05* [Formation of concrete advantages of producers of web design and web development services. Cand. econ. sci. abstr. dis.: 08.00.052]. Moscow, 2019, 28 p.
6. Starkova A. P. Specific character of use of the mechanisms of the realization of the enterprise's competitive advantages in the sphere of service in conditions of economic instability in the country. *Ekonomika i predprinimatel'stvo*=Journal of Economy and Entrepreneurship, 2017, no. 8-1(85), pp. 1198–1200 (in Russian).

7. Plaksin S., Abdrakhmanova G., Kovaleva G. Approaches to defining and measuring Russia's internet economy. *FORSAIT*=Foresight and STI Governance. 2017, vol.11, no.1, pp.55-65 (in Russian). DOI: 10.17323/2500-2597.2017.1.55.65.
8. Magomedov R. M. *Analiz rossiiskogo rynka IT-uslug* [Analysis of the Russian IT services market]. *Territoriya nauki*, 2017, no.1, pp.145-151.
9. Magomedov R. M. *Perspektivy razvitiya onlain torgovli* [Prospects for the development of online trading]. *Territoriya nauki*, 2016, no.2, pp.109-114.
10. Norets N. K., Stankevich A. A. *Tsifrovaya ekonomika: sostoyanie i perspektivy razvitiya* [Digital economy: state and prospects of development]. *Innovatsionnye klasteri v tsifrovoi ekonomike: teoriya i praktika: trudy nauchno-prakticheskoi konferentsii s mezhdunarodnym uchastiem 17–22 maya 2017 g.* [Innovative clusters in the digital economy: theory and practice: Proceedings of a scientific and practical conference with international participation on May 17-22, 2017]. Ed. by Dr. Ekon. Sci., Professor A. V. Babkina. St. Petersburg, Polytechnic University Publ., 2017, pp.173-179.
11. Konobevtsev F. D., Laas N. I., Gurova E. V., Romanova I. A. Remote work: technologies and experience of the organization. *Vestnik Universiteta*, 2019, no.7, pp.9-17 (in Russian). DOI: 10.26425/1816-4277-2019-7-9-17.
12. Vankevich E. V. The new trends in human resource management in the context of the economy digitalization. *Zbirnik naukovikh prats' «Ekonomichnii visnik universitetu»*=Collection of Scientific Articles "University Economic Bulletin", 2019, no.43, pp.7-12 (in Russian). DOI: 10.31470/2306-546X-2019-43-07-12.
13. Sapozhnikov P. A., Lyubyashchenko S. A. Analysis of Russian segment of the web development market operating online on Upwork. *Vestnik NSUEM*, 2021, no.4, pp.93-103 (in Russian). DOI: 10.34020/2073-6495-2021-4-093-103.
14. Dean B. Upwork Revenue and Client Stats (2022). Backlinko, May 13, 2021. Available at: <https://backlinko.com/upwork-users> (accessed 08.10.2021).
15. Azmuk N. Essence, features and functions of the labour digital market. *Visnik Kiivs'kogo natsional'nogo universitetu im. Tarasa Shevchenka. Seriya: Ekonomika*=Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kiev. Economics, 2015, no.5(170), pp.38-43 (in Russian). DOI: 10.17721/1728-2667.2015/170-5/7.
16. Kudbiev Sh. Digital economy as a new stage of globalization of the labor market. *International Scientific Review of the Problems and Prospects of Modern Science and Education: Collection of Scientific Articles LXVII International Correspondence Scientific and Practical Conference*, 2020, pp.22-29.
17. Chamberlin E. H. *Teoriya monopolisticheskoi konkurentsii: Reorientatsiya teorii stoimosti* [The theory of monopolistic competition: Reorientation of the theory of value]. Transl. from English. 1st edition. Moscow, *Ekonomika* Publ., 1996, 349 p.
18. Pinkovetskaya Yu. S. Small entrepreneurship on the markets of perfect and monopolistic competition. *Sovremennaya konkurentsia*=Journal of Modern Competition, 2012, no.2(32), 2020, pp.3-12 (in Russian).
19. Maslova T. Yu. *Ponyatie tsifrovoykh tekhnologii v marketinge* [The concept of digital technologies in marketing]. *Alleya nauki*, 2020, vol.2, no.6(45), pp.130-134.
20. Verbus V. A., Osharin A. M. Quality matters: monopolistic competition with heterogeneous consumers. *Ekonomicheskaya politika*=Economic policy, 2019, vol.14, no.3, pp.152-175 (in Russian). DOI: 10.18288/1994-5124-2019-3-152-175.
21. Cope S. How much can freelancers make in 2021? Upwork, March 12, 2021. Available at: <https://www.upwork.com/resources/how-much-do-freelancers-make> (accessed 08.10.2021).
22. Belichenko A. S. Features of functioning of the Internet economy and digital agencies in the Russian Federation. *Sovremennaya konkurentsia*=Journal of Modern Competition, 2020, vol.14, no.4(80), pp.95-112. DOI: 10.37791/1993-7598-2020-14-4-95-112.

### About the authors

*Pavel A. Sapozhnikov*, ORCID 0000-0002-4440-7473, Marketer, OIStars LLC; Master's Student, Novosibirsk State University of Economics and Management (NSUEM), Novosibirsk, Russia, [paulfse29@gmail.com](mailto:paulfse29@gmail.com)

*Sofia N. Lyubyashenko*, ORCID 0000-0002-84-5232, Cand. Sci. (Econ.), Associate Professor, Economic Theory Department, Novosibirsk State University of Economics and Management (NSUEM), Novosibirsk, Russia, [lubsofia@yandex.ru](mailto:lubsofia@yandex.ru)

Received 21.12.2021, reviewed 17.01.2022, accepted 11.02.2022