

СИНОПСИС ПО ТЕМЕ

Сфера услуг



В большинстве стран мира на сферу услуг приходится более половины ВВП. Для России этот показатель составляет более 60%, что соответствует среднемировому значению. Но сфера услуг не только является генератором ВВП и крупнейшим работодателем, она обладает мощным мультиплекативным эффектом, оказывая влияние на развитие промышленности, рост инновационной активности и накопление человеческого капитала.

На информационно-аналитическом портале roscongress.org по выбранной теме вы найдете:

Аналитические материалы

[1 публикация](#)

Мероприятия в рамках форумов

[2 сессии](#)

Спикеры и эксперты

[16 человек](#)

Связанные темы

[4 штуки](#)

Последние публикации в блоке «Аналитические материалы»



ЭКСПЕРТНОЕ МНЕНИЕ

16.01.2024

Культура Сфера услуг

Устойчивое развитие

Пути взаимодействия искусства и права в современном обществе

Виталий Смирнов

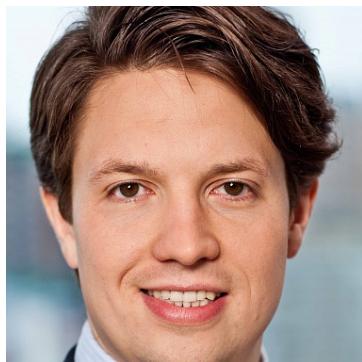
[Читать подробнее →](#)

Последние публикации в блоке «Мероприятия в рамках форумов»

ПЕТЕРБУРГСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФОРУМ – 2021

Супераппы против суперсервисов

4 июня 2021 10:00–11:15



Модератор

Макс Хаузер

Управляющий директор, партнер, BCG

Ключевые выводы

Многие компании заявили о строительстве экосистем

Сейчас есть очень важное ограничение – это ограничение вот этого экрана (экрана смартфона. – Прим. ред.), размера этого экрана. По сути, идет битва за то, чтобы присутствовать на первом экране у пользователя. На первом экране у пользователя могут присутствовать либо очень важные приложения для него, которые он использует редко <...> либо суперчастотные приложения, которые ты используешь много-много раз в день, много часов в день. Проблема заключается в том, что сервисов много, потребностей у людей очень много, а первый экран один. <...> И на самом деле, все попытки соединить, скрестить разные сервисы в одно приложение, в один какой-то пользовательский сценарий исходят из этой проблематики – Худавердян Тигран, Управляющий директор, Группа компаний Яндекс.

Мы поняли, что мы не можем быть хороши везде, естественно. Потому что, если ты так стараешься делать, это не получается, это просто невозможно. И мы выбрали некоторые области, где мы хотим быть, которые комплементарны нашему бизнесу, ядру финансовых сервисов, – это развлечения, путешествия, в некотором смысле контент <...> мобильная связь, ну и некоторые другие области. Это те вертикали, где мы должны быть, где мы должны разрабатывать наши собственные сервисы, и вокруг этого мы построили некий суперапп, (собрав. – Прим. ред.) эти сервисы в одном месте – Хьюз Оливер, Генеральный директор, Группа компаний Тинькофф.

Поскольку здесь дискуссия идет „супераппы против суперсервисов“, я могу сказать, что у каждого конечно свои

вызовы. <...> У нас есть фокус, у супераппов есть value (ценность. – Прим. ред.) или комплексное value, которое они дают своему потребителю. Каждый сделает для себя свой собственный выбор. Мне кажется, он не будет один. Мне кажется, вызовы построить по-настоящему хорошо работающий и слаженный суперапп, они очень большие, и не у многих это получается. Но есть компании, у которых это получается даже очень хорошо – Туманов Олег, Основатель, генеральный директор, IVI.

Супераппы и суперсервисы будут сосуществовать в будущем

Сейчас, действительно, банки стали делать небанковские сервисы, супераппы свои. Небанки стали делать банковские сервисы. <...> В этом подходе, как мне кажется, есть и плюсы – то, что клиенту в одном месте можно дать все-все-все, но и минусы, порожденные подходом супераппа, причем с двух сторон. Есть core business (основной бизнес. – Прим. ред.). Давайте представим, что мы банковский финансовый core business и если мы дадим в нашем супераппе клиенту не очень качественные сервисы нефинансовые, то он будет вынужден из моей системы уйти и заодно покинет мой ключевой core business. Я потеряю клиента из-за того, что дал ему некачественный дополнительный сервис. В обратную сторону, (если. – Прим. ред.) я концентрируюсь на том, чтобы сделать классные профильные дополнительные сервисы, теряю фокус, страдает мой core business. Клиенту не нравится мой core business, даже если я дал ему какие-то дополнительные классные бизнесы. Ему не нравится, он уходит. Наверное, супераппы – это одна из моделей будущего, точно совершенно, одна из моделей будущего, но не единственная – Верхошинский Владимир, Главный управляющий директор, АО «Альфа-Банк»; член Наблюдательного совета, Консорциум «Альфа-Групп».

Мне кажется, есть hi-end и есть hi-fi. И невозможно hi-end продавать через суперапп, поэтому эта ниша, она всегда будет оставаться. <...> Всегда останутся какие-то истории, которые будут за пределами экосистемы, и это очень хорошо, на самом деле, потому что экосистема, особенно открытая, у нее есть главная проблема: как гарантировать уровень качества? При том, что большая часть поставщиков в супераппе не контролируются владельцем супераппа – Швецов Сергей, Первый заместитель председателя, Центральный банк Российской Федерации.

Мы спросили респондентов, что им удобнее использовать: быть участниками экосистем либо использовать различные сервисы. Действительно, на удивление, мнения разошлись пополам: 50 % покупателей сказали, что им комфортнее использовать одну кнопку, потому что это удобно, потому что это комфортно, и половина ответила по-другому, что они хотят использовать различные сервисы, потому что в рамках одной экосистемы (либо в рамках одной кнопки) им кажется, что им навязывают ненужные им сервисы. Таким образом, наверное очевидно сегодня ответить на вопрос, что победит, сложно. <...> Я с трудом себе представляю, как мне кажется, что в Европе будет возможно использование одной экосистемы либо одной кнопки. Мне кажется, что здесь в зависимости от потребностей, соответственно, покупателей, потребители будут выбирать несколько сервисов, которые им нравятся. Таким образом, мне кажется, в будущем, наверное, будет существовать и то и

другое – Шехтерман Игорь, Главный исполнительный директор, член правления, X5 Retail Group N.V..

Если говорить про суперсервисы или супераппы, то по-моему тут вообще „или“ нет. Если компания способна предложить хороший продукт своему клиенту дополнительный, и клиентам это нравится, то компания так развивается, добавляя новые сервисы. Происходит это со всеми организациями, примеров этого масса – Шульгин Александр, Генеральный директор, Ozon.

[Читать итоги дискуссии полностью →](#)

Спикеры и эксперты



Вадим Ковалев

Советник генерального директора по взаимодействию с органами государственной власти и устойчивому развитию, УК «Уральская сталь»

[12 цитат](#)[23 мероприятия](#)

Тигран Худавердян

Тигран Худавердян, Управляющий директор, Группа компаний Яндекс (2019–2022 гг.)

[13 цитат](#)[9 мероприятий](#)

Оливер Хьюз

Экс-генеральный директор, Группа компаний Тинькофф

[17 цитат](#)[12 мероприятий](#)

Олег Туманов

Основатель, IVI

[8 цитат](#)[6 мероприятий](#)

Наталья Комарова

Губернатор Ханты-Мансийского автономного округа – Югры

[30 цитат](#)[47 мероприятий](#)

Игорь Шхеттерман

Главный исполнительный директор, председатель, член правления, X5 Retail Group N.V.

[7 цитат](#)[7 мероприятий](#)

Алексей Текслер

Губернатор Челябинской области

[42 цитаты](#)[30 мероприятий](#)[1 аналитический материал](#)

**Елена Маринина**

Заместитель директора, Фонд Росконгресс;
председатель совета, Фонд Инициум

7 цитат11 мероприятий6 аналитических
материалов**Владимир Правдивый**

Генеральный директор, Avito

2 цитаты4 мероприятия**Владимир Верхозинский**

Глава Альфа-Банка

9 цитат13 мероприятий[Смотреть полный список Спикеров и экспертов →](#)

Список тем, связанных с выбранной темой, и количество материалов по ним

Темы	Аналитические материалы	Сессии в рамках форумов	Спикеры и эксперты
Цифровизация		1	9
Креативность		1	6
Культура	1		
Устойчивое развитие	1		

[Смотреть полный список Связанных тем →](#)