

# Экспорт нулей и единиц

ИТ-услуги — одна из самых быстрорастущих статей валютной выручки в России

Российский ИТ-сектор был известен в мире ещё в 1990-е годы, но тогда доля компьютерных услуг в экспорте была малозаметна. Сегодня это одна из самых быстрорастущих экспортных статей. По данным ЦБ, с 2017 года его объём вырос с \$3,4 млрд до \$5,1 млрд в 2020 году. Это 10,8% от общего объёма экспорта услуг, больше значение только у транспорта. Причём главные торговые партнёры в этом случае совсем не китайцы и не государства СНГ. Львиная доля объёма приходится на развитые экономики — страны ЕС (41%) и США (31%).

В НП «Руссофт» полагают, что цифра реальных продаж ещё выше. По их оценкам (учитывая другие статьи поступлений и остатки на валютных счетах за границей), по итогам 2020 года российские разработчики ПО заработали за рубежом \$8,6 млрд (+4,3%). Таким образом, доля зарубежных продаж софтверных компаний в экспорте товаров и услуг из России в 2020-м достигла рекордной величины — 2,3%. Такой показатель уже можно сравнивать с другими крупнейшими направлениями — с закрытыми статистиками таможенной статистики, куда входят вооружения и военная техника (\$11,5 млрд в 2020 году), и даже с мощно поднимающимся сельским хозяйством (\$29,4 млрд).

Сколько от этой суммы достаётся Петербургу, вопрос. Если верить статистике Центробанка, то всего лишь 21% (41% валютной выручки оседает в Москве). С другой стороны, выручку многих московских компаний обеспечивают именно их крупные центры разработки в Петербурге. Кроме того, исторически петербургские компании больше ориентированы на внешний рынок. «В Москве много легче получить под исполнение крупные федеральные контракты. Потому некоторые компании переезжают в Москву из Петербурга, Томска, Ростова-на-Дону. А в сравнении с компаниями из других городов петербургские айтишники более активно работают в Северной Европе», — говорит Дмитрий Желвицкий, главный аналитик «Руссофт».

## Пределы роста

Можно ли больше? Торговля услугами в мире растёт быстрее, чем торговля товарами, что даёт шанс и Петербургу. Однако многие эксперты считают, что развитие на внешних рынках будет зависеть от рынка внутреннего.

«Для того чтобы продукт был востребован повсеместно, надо научиться здесь, в России, решать определённые задачи лучше всех в мире. Поскольку ИТ-отрасль по сути своей является сервисной, сделать хороший, востребованный продукт можно лишь в тех отраслях, которые в нашей экономике сами по себе являются сильными, продвинутыми относительно мирового уровня. Сейчас самые конкурентные сферы — это телеком, финансовый сектор, нефтегаз, госсектор, платформенные решения», — считает Александр Егоров, основатель и генеральный директор компании «Рексофт».

Проблема в том, что в других сферах (в том числе в представляющих наибольший интерес для инноваций) внутренний рынок не всегда готов стать первым покупателем. «Есть факт: в России очень низкая доля вклада сектора услуг в обрабатывающие производства, и второй факт — эти услуги больше смещены к российским услугам, чем к зарубежным, как в развитых странах, — напоминает Анна Федюнина, директор аналитического центра НИУ ВШЭ — Санкт-Петербург. — У нас компании очень сильно отстают в цифровизации. При этом цифра — важный фактор конкурентоспособности, когда ты говоришь с зарубежными партнёрами. Для них очень многое — must have, у нас этого нет».

Это мнение подтверждают и цифры Всемирного банка.

«В обрабатывающей промышленности РФ доля современных услуг, оказываемых отечественными поставщиками, в частности деловых услуг, услуг ИКТ и финансовых услуг, составляет всего лишь около 22% от общего объёма услуг, используемых в качестве вводимых ресурсов. Это самый низкий показатель среди сопоставимых стран, за исключением Турции (35% в Китае, 37% в ЕС, 24% в Индии, 41% в США и 20% в Турции)», — говорится в исследовании, опубликованном банком в декабре 2020 года.

А по данным июльского исследования Grant Thornton, увеличения инвестиций в НИОКР ожидают 14% российских фирм, а в информационные технологии — 30% (последние места в рейтинге).

«Можно предположить, что компании той или иной страны будут экспортировать отраслевые решения в тех областях, которые наиболее развиты в этом регионе, но на практике это не совсем так, — возражает Игорь Горьков, генеральный директор Nexign. — У нас есть очень успешные ИТ-компании, работающие на глобальном рынке в сферах, которые вряд ли можно назвать драйверами российской экономики: скажем, банковский и финансовый сектора. И, напротив, достижения экспортёров ИТ-решений в тех отраслях, где у России традиционно сильные позиции, — добыча и переработка природных ресурсов, энергетика, военное машиностроение, судостроение, — пока не являются массовым яв-

лением. Безусловно, многое здесь определяется политическими соображениями, а не рыночными факторами, но факт остаётся фактом. Тем не менее в России исторически сильны позиции разработчиков игр, решений для кибербезопасности, технологий с использованием искусственного речевого интеллекта».

## Под русским антибрендом

Выходя на мировую арену, приходится бороться и с влиянием российского антибренда. «Российская разработка ценится и признаётся во всём мире — это то, за что нас ценят и любят. Но вот топ-менеджеры компаний иногда даже меняют имена, чтобы скрыть российское происхождение. Они боятся негативного имиджа России и русского бизнеса, который якобы может всё отжать, не заплатить», — рассказывает директор по развитию ЕХМО Мария Станкевич.

В последние 5 лет в СМИ западных стран Россия фигурирует в основном в негативном свете. Правительственным структурам США, Евросоюза, Канады строго запрещено приобретать российское ПО, а коммерческим компаниям не рекомендуется привлекать разработчиков из РФ, если они работают с министерством обороны. С другой стороны, недовольство санкциями и торговыми войнами на развивающихся рынках растёт, что открывает возможности на «новых рынках» (доля экспорта туда уже достигла 25%). Например, компания «МойОфис» в 2019 году вышла на рынок Африки, а сейчас нацелилась на Латинскую Америку. По сути, речь идёт о конкуренции с Microsoft, выиграть которую не так просто.

«Первое — продавать софт можно только на очных встречах, через личные контакты, переговоры, — делится опытом генеральный директор компании «МойОфис» Дмитрий Комиссаров. — Поэтому необходимо формировать надёжную команду, ко-

торая будет вести диалог от имени российского разработчика за рубежом. Второе: наиболее удачная стратегия, на наш взгляд, — это поставка ИТ-продуктов через дистрибьютора. Так как мы не ведём расчёты с юридическими лицами Африки, нам не приходится напрямую иметь дело с валютным контролем — эту сложную часть работы выполняет дистрибьютор. Третье — компании нужно быть готовой к тому, что потребуются найти локального инженера технической поддержки. Уже сейчас мы видим, что, несмотря на наличие своей технической поддержки в России и отсутствие сильной разницы в часовых поясах с Африкой, нужны люди, которые смогли бы работать на территории клиента. Четвёртое — необходимо работать над локализацией своего продукта с учётом местных языковых нюансов. И, наконец, пятое: можно рассчитывать на помощь и поддержку представителей МИД РФ и послов России в странах Африки».

Валютный контроль — одна из самых серьёзных проблем для экспортёров, подтверждает Игорь Горьков. На неё, в частности, айтишники жаловались министру цифрового развития в рамках ПМЭФ. Кроме того, компании сталкиваются с двойным налогом и налоговым обложением, нивелирующим льготы.

«При экспорте программных продуктов в ряде стран у нас удерживают налог у источника дохода по более высокой ставке (5–15%), а зачёт в РФ мы можем только 3%. В результате получается, что в этом случае налоговый манёвр работает совсем не так, как было задумано. Государство не получает свои 3%, а мы при этом платим больше», — говорит Горьков.

Вообще, выход на экспорт — не всегда лёгкое решение. Трудовых ресурсов не хватает, а выбор часто стоит между гарантированными продажами на внутреннем рынке и неясными перспективами на рынке внешнем.

«По моим оценкам, сейчас 100% ресурсов российского ИТ с лёгкостью может быть поглощено внутренним рынком, — поясняет Александр Егоров. — Заниматься в этих условиях международной экспансией тем, кто не начал это делать до кризиса, довольно сложно и требует тщательной фокусировки».

Георгий ЧЕРНОВ  
журналист

## Доля софта в российском экспорте в 2016-2020 гг.

|   | Доля в совокупном экспорте товаров и услуг РФ, % |         |      |      |      |
|---|--|---------|------|------|------|
|   | 2016   | 2017    | 2018 | 2019 | 2020 |
| Зарубежные продажи софтверных компаний                      | 2,3  | 2,1     | 1,9  | 1,7  | 2,3  |
| Продовольственные товары и сельхозсырьё                     | 5,1  | 2,0     | 4,9  | 5,2  | 7,8  |
| Древесина и целлюлозно-бумажные изделия                     | 2,9  | 2,9     | 2,7  | 2,7  | 3,2  |
| Машины, оборудование и транспорт                            | 7,3  | 6,9     | 5,7  | 3,0  | 4,0  |
| Вооружения (оценка Центра анализа мировой торговли оружием) | 4,5  | 3,4–3,7 | 3,1  | 3,0  | 4,0  |

ИСТОЧНИК: РУССОФТ