РАЗВИТИЕ ЦИФРОВЫХ КОМПАНИЙ

А.В. Рейфегерст
студентка 4 курса
ЧОУ ВО ЮУ (ИУБиП)
e-mail: reyfegerst.alex@bk.ru
Научный руководитель
Н.В. Брюханова
к.э.н,доц.
кафедры «Экономика и инновационные
рыночные исследования»

Аннотация: Актуальность данного исследования заключается в изучении развития технологических инноваций и достижению лидирующих позиций цифровых компаний.

Ключевые слова: инновационная деятельность, цифровые платформы, стартап, иностранные конкуренты, венчурный рынок, инвестиции, интеллектуальный потенциал, ИТ-компании.

DEVELOPMENTOF DIGITAL COMPANIES

A.V.Reyfegerst
Scientific adviser
N.V. Bryukhanova

Abstract: The relevance of this research is to study the development of technological innovation and the achievement of the leading positions of digital companies.

Key words: innovation activity, digital platforms, start-up, foreign competitors, venture market, investments, intellectual potential, IT companies.

В целом в России климат для развития стартапов не очень благоприятен. Это отчетливо проявляется в том, что в последние годы подобных компаний появляется не очень много. Однако инновационную деятельность могут вести и солидные крупные компании. Так, в России работа по развитию технологических инноваций и достижению лидирующих позиций в области технологий может осуществляться компаниями следующих типов:

1. давно работающие на рынке организации (например, Сбербанк), которые реализуют масштабные программы по развитию и внедрению инноваций и задают тон в своих отраслях;

2. бывшие стартапы и небольшие фирмы, выросшие в крупные компании, находящиеся в авангарде развития технологий. В качестве примера можно назвать «Тинькофф Банк», сфокусированный на разработке простой, интуитивно понятной цифровой финансовой площадки и полностью отказавшийся от физических отделений.

Еще один пример – «Яндекс», который успешно конкурирует с Google на отечественном и даже на некоторых зарубежных рынках (страны СНГ, Турция), развивая экосистему цифровых сервисов – от поиска, рекламы и навигации до потокового воспроизведения аудиоконтента и предоставления услуг вызова такси. Благодаря этому «Яндекс» сумел войти в число 30 ведущих мировых интернет-компаний по объему выручки. Социальные сети «ВКонтакте» и «Одноклассники» не только занимают лидирующие позиции по размеру аудитории на территории бывшего СССР, но и превращаются в масштабные цифровые платформы с диверсифицированным портфелем интернет-сервисов, таких как электронные платежи, игры, торговые площадки, потоковое воспроизведение аудиоконтента и т.п. Кроме того, в России активно развивается сегмент электронной торговли, ярким представителем которого является сайт частных объявлений Avito, входящий в мировой список «единорогов» (около 200 частных технологических компаний с капитализацией свыше 1 млрд долл. США). В сфере разработки программного обеспечения российские компании также добились значительных успехов – такие игроки, как «Лаборатория Касперского» и ABBYY занимают ведущие позиции на мировых рынках в своих нишах.

Россия может расширять круг цифровых лидеров из числа крупных традиционных компаний, а также укреплять те немногочисленные стартапы, которые сумели должным образом развернуться на рынке. С другой стороны,

чтобы войти в число мировых лидеров, важно улучшать условия для функционирования новых технологических стартапов. В настоящий момент, если оценивать меры бизнеса ведущих российских цифровых компаний в глобальном масштабе, их успехи выглядят скромно. На крупнейшие российские публичные компании в секторе ИКТ приходится менее 1% выручки тысячи крупнейших мировых информационно-технологических компаний. Из примерно двухсот «единорогов» лишь одна компания – Avito – зарегистрирована в России. Из всех компаний, бизнес которых оценивается в 500 млн долл. США и выше, российская тоже только одна – OZON. Темпы роста и масштабирования российских стартапов также невысоки – даже российские высокотехнологичные компании, включенные в рейтинг «ТехУспех» (а он содержит данные только по быстрорастущим компаниям), в среднем растут в 2–3 раза медленнее американских. Большой активности по созданию новых технологических компаний в России сегодня также не наблюдается.

Российские интернет-компании также слабо представлены на мировой арене. В некоторых сегментах они уступают иностранным конкурентам даже на внутреннем рынке. По данным Data Insight, в последние три года объемы продаж в российских интернет-магазинах растут медленнее, чем в иностранных, работающих на территории нашей страны, например это китайские интернет - магазины: доля онлайн-покупок в этих магазинах в России увеличилась с 25% в 2013 году до 60% в 2016 году, а сроки доставки за указанный период сократились с 60 дней до 7–10 дней. Аудитория российских пользователей сайта AliExpress в среднем в три раза больше, чем аудитория крупнейших российских интернет-магазинов (OZON, «Эльдорадо», DNS). При этом наиболее активный рост продаж китайских магазинов наблюдается именно в малых и средних городах России. Расширению присутствия иностранных интернет-магазинов способствовала относительная дешевизна предлагаемых ими товаров.

В последнее время правительство приняло ряд мер с целью поддержки отечественных интернет-магазинов. Упорядочены правила таможенного оформления экспресс-посылок, принято решение о введении НДС для зарубежных магазинов, реализующих цифровой контент, и о регистрации крупнейших иностранных интернет-магазинов в России в качестве налоговых агентов.

Развитию технологической экосистемы и венчурного рынка в России препятствуют две группы факторов: первая связана со спецификой сектора, вторая – с обеспечением финансирования в целом. Критически не хватает необходимых компетенций – причем как у предпринимателей, чтобы грамотно строить высокотехнологичный бизнес, так и у менторов и инвесторов, чтобы направлять такие начинания и быть готовыми их поддерживать. Недостает опыта и навыков коммерциализации технологий, их быстрого масштабирования и выхода на зарубежные рынки. Рост стартапов сдерживает низкий уровень развития финансовой системы страны в целом и ее венчурного сегмента в частности.

Одно из главных ограничений развития отечественных инновационных компаний – недостаток инвестиционных ресурсов. И если объем государственного финансирования научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ (НИОКР) в России соответствует уровню развитых стран, составляя 0,4% ВВП, то с привлечением средств частных инвесторов дела обстоят хуже. Доля частного финансирования исследований и разработок составляет всего 0,7% от российского ВВП, что существенно меньше, чем в США (1,9%) или Германии (2,0%). Область венчурного финансирования можно назвать проблемной. Достаточно сказать, что в США доля его объемов в процентах от ВВП в 21 раз больше, чем в России28. Его объемы в России снижаются, и темпы этого снижения за последние годы превысили 5% в год. Таким образом, на серьезное частное финансирование высокотехнологичных стартапов, достаточное для прорывного развития сектора, сегодня, к сожалению, рассчитывать не приходится,

а государственных фондов хватает лишь для поддержания рынка «на плаву», но абсолютно недостаточно для вывода его на принципиально иной уровень развития.

Тем не менее, ситуация с финансированием инновационной деятельности в сегменте ИКТ заметно лучше, чем в других секторах российской экономики. По оценке Российской ассоциации венчурного инвестирования (РАВИ), за 2016 год 71% общего объема инвестиций венчурных фондов в стране приходился именно на этот сегмент29. Заметную роль инвесторов здесь играют сами ведущие российские ИТ-компании, в частности «Яндекс» и Mail.Ru Group. Они активно вкладывают средства как в российские, так и в зарубежные проекты, причем нередко такие стартапы возглавляют выходцы из компаний- инвесторов. Яркий пример – вложения «Яндекса» в американскую компанию, занимающуюся разработкой роботов-собеседников для мессенджеров Chatfuel.

Для того чтобы добиться значительного улучшения ситуации и обеспечить положительную динамику сектора, необходимы совместные усилия всех ключевых участников процесса – государства, частных инвесторов и самих организаторов стартапов.

В частности, органы государственного управления могут предпринять следующие действия, чтобы стимулировать развитие российских цифровых стартапов и улучшить инвестиционный климат:

1. Упростить доступ к участию в конкурсном отборе проектов и к венчурному финансированию в регионах России – создать там необходимую инфраструктуру и обеспечить равные условия для претендентов.

2. Повысить эффективность отбора стартапов и перераспределить бюджетную нагрузку – создать отлаженную многоуровневую систему финансирования проектов (например, отбор и финансирование из средств соответствующего бюджета на городском, региональном и федеральном уровнях).

3. Создать условия для удержания в стране квалифицированных специалистов и бизнеса, а также для привлечения в Россию иностранных инвесторов: внедрить эффективную систему защиты интеллектуальной собственности; упростить визовый режим для инвесторов и квалифицированных специалистов.

4. Активнее использовать рычаги влияния на крупные компании, в том числе рассмотреть возможные механизмы дополнительных налоговых льгот для стимулирования спроса на инновации с их стороны.

5. Создать нормативно-правовую базу для функционирования таких площадок.

Для одновременного решения проблем дефицита финансирования и правильного выбора стартапа, вложение средств в который наиболее целесообразно, частным инвесторам имеет смысл организовывать совместную работу с другими государственными и частными инвесторами.

Организаторам стартапов можно порекомендовать уделять повышенное внимание подбору партнеров и предусматривать для этого необходимые временные и материальные ресурсы. Правильный партнер способен не только предоставить необходимое финансирование, но и обеспечить стартапу экспертную поддержку.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. . Рост покупок в онлайн-магазинах Китая может обернуться для бюджета РФ потерей миллиардов рублей / АКИТ. – 2016, 27 декабря. – http://www.akit.ru/рост-покупок-в-онлайн-магазинах-китая/.

2. АКИТ подвел итоги 2016 года / АКИТ. – 2017, 14 марта. – http://www.akit.ru/итоги-года-2016/. Под аудиторией понимается количество человек, которые посетили хотя бы одну страницу проекта за январь 2017 г. (Россия, без учета мобильных устройств, возраст 12–64 года), по данным Mediascope (ранее – подразделения группы TNS Россия по медиаисследованиям).

3. How much does your country invest in R&D / СтатистическийинститутЮНЕСКО. – http://www.uis.unesco.org/_layouts/unesco/research-and-development-spending/.

4. Обзор рынка. Прямые и венчурные инвестиции в России. 2016 год / РАВИ. – 2017, февраль. http://www.rvca.ru/upload/files/lib/rvca_yearbook_2016_russian_pe_and_vc_market_review_ru.pdf