Владислав ИНОЗЕМЦЕВ,
директор Центра исследований
постиндустриального общества

Почему в России не будет цифровой экономики

По мере того как Россия по своей политической организации становится все более несовременной страной, в ее элитах утверждается мода на разговоры не только о готовности к настоящему технологическому прорыву, но и о «цифровизации» всех сторон нашей жизни как главном элементе такового. Сам термин digital economy появился около 20 лет назад — в период, когда только начиналась первая волна доткомов и эксперты каждодневно упражнялись в придумывании красивых слов, характеризующих экономику будущего. Штамп прижился и со временем стал обозначать сектор, связанный с производством наиболее совершенных мобильных девайсов, программного обеспечения, со Всемирной паутиной, социальными сетями, интернет-торговлей и так далее.

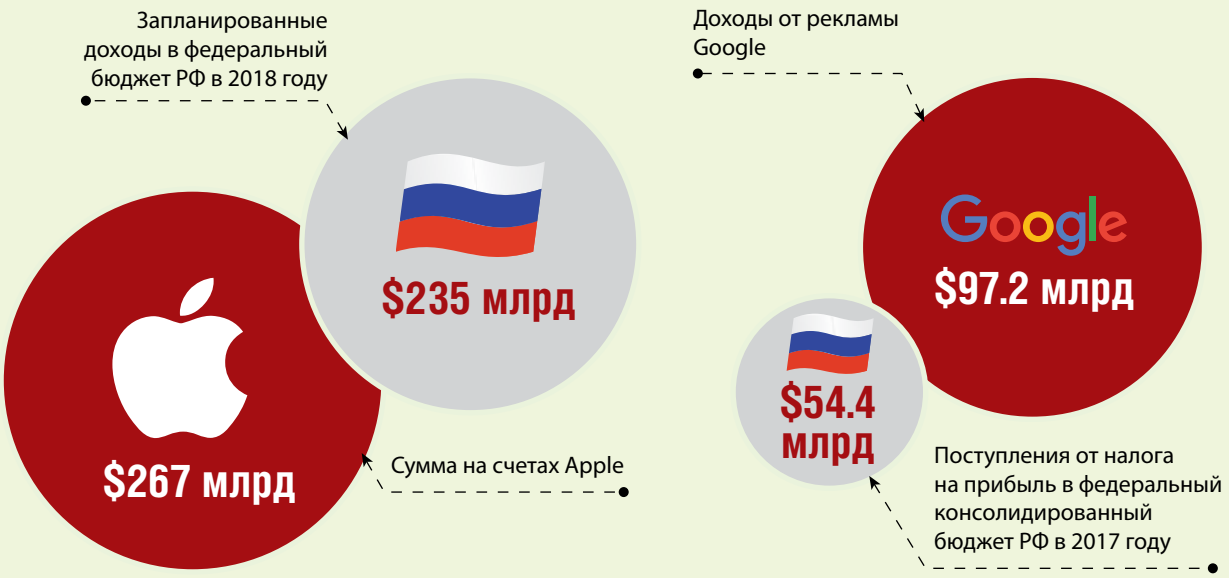
ЦИФРОВОЙ БУМ

Если понимать цифровую экономику в этом узком определении, то, как отмечают эксперты Forbes, ее несомненными лидерами окажутся Apple, Microsoft, Google, Facebook, Amazon, а также наступающие им на пятки китайские компании — от Huawei до Alibaba, которые в совокупности контролируют до 90% продаж и получают приблизительно такую же долю прибыли в секторе, оцениваемом в более чем $3 трлн и растущем на 10–15% в год. Естественно, в России не могут не задумываться о том, как «поучаствовать» в этом буме.

Между тем следует сразу предостеречь от чрезмерных ожиданий. Цифровая экономика возникает по сути так же, как ранее возникала более традиционная экономика услуг: она формируется в виде надстройки над прежними технологической и институциональной реальностями. И именно эти обстоятельства, на мой взгляд, станут препятствием для ее развития в России.

ИНФРАСТРУКТУРА ПОД ВОПРОСОМ

Прежде всего проблемы возникнут в сфере материального обеспечения новых секторов. Мало придумать софт, который позволит работать такой компании, как Amazon. Для того чтобы товары стали массово доставляться потребителям, нужны как минимум почтовые службы: USPS, UPS, FedEx и масса других. Масштабы данного сектора огромны. Если не говорить про официальную почтовую



Сервисы почтовой доставки в России и мире

	Отделения	Авиапарк	Автомобили	Персонал	Среднее время доставки	Выручка, $ млрд
UPS	41 000	558	104 000	374 000	34 часа	114.4
FedEx Corporation	35 500	664	90 000	400 000		
Почта России	42 000	2*	17 000	350 000	10 дней	2.6

*Два самолета ТУ–204

службу, в США имеются 35.5 тыс. пунктов отправки FedEx и 41 тыс. — UPS. Эти компании имеют соответственно 664 и 558 собственных самолетов и 90 тыс. и 104 тыс. автомобилей доставки, давая работу 400 и 374 тыс. сотрудников только в США. Две эти частные компании показали по итогам 2017 года выручку $114.4 млрд (аналогичный показатель у «Почты России» составил 178.1 млрд, но рублей). Но даже это не основное: куда важнее тот факт, что средний срок доставки в любую точку США составляет сейчас около 34 часов, причем стоимость доставки официально включена в цену товара. В России почта имеет нормативный срок доставки до 10 дней, и то лишь в областные центры, а использование курьерских служб может увеличить цену на 30–100% (но именно скорость доставки стала критическим фактором, обусловившим стремительный рост продаж у Amazon. Цифровая экономика запускает «интернет вещей» — вплоть до автомобилей без водителя, которые будут легализованы повсеместно в ближайшие

5–10 лет; но в России нет и не предвидится ни достойных их дорог, ни правил, которые позволят им передвигаться. Неудивительно, что бурное развитие новых секторов хозяйства началось именно в США, где инфраструктура была наиболее к ним приспособлена.

ВЛАСТЬ БЮРОКРАТИИ

Не менее важным фактором является вопрос доверия и регулирования. Сегодня в России можно электронно заполнить заявку на получение заграничного паспорта или замену водительских прав, но в тех же США или Европе вам еще и пришлют эти документы по почте, как только они будут готовы. Так же легко вы сможете отправить по почте подписанный дипломированным архитектором план перепланировки вашей квартиры или дома — работы можно смело начинать, если в течение 30 дней не поступило возражений от чиновника, разрешения как такового не требуется. Насколько вероятно развитие цифровой экономики там, где власть бюрократии, как в России, постоянно растет? На этот счет есть большие сомнения.

НАСКОЛЬКО ВЕРОЯТНО РАЗВИТИЕ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ ТАМ, ГДЕ ВЛАСТЬ БЮРОКРАТИИ, КАК В РОССИИ, ПОСТОЯННО РАСТЕТ?

С высокой долей вероятности будет усиливаться регулирование Интернета, увеличатся ограничения использования защищенных каналов передачи данных. Довольно туманными представляются и перспективы блокчейна и криптовалют. Цифровая экономика — это в конечном счете экономика межперсонального взаимодействия, в которой государство выглядит не «решалой», а техническим исполнителем, что для современной российской бюрократии просто неприемлемо.

ШАНСЫ НА КОММЕРЧЕСКИЙ УСПЕХ

Однако главные проблемы состоят даже не в этом. Сутью цифровой экономики является новый механизм получения прибыли. Многие компании (Google, Yahoo, Facebook, Telegram) предоставляют свои базовые услуги — от интернет-поиска и электронной почты до чатов и телефонных разговоров — бесплатно. Их коммерческий успех обеспечивается не миллиардами пользователей, а десятками или сотнями тысяч рекламодателей. Доходы от рекламы принесли в 2017 году Google $97.2 млрд, а Facebook — $39.9 млрд. Насколько вероятна такая же траектория развития в России? Могут ли отечественные компании быть самодостаточными, или доля глобальных гигантов будет расти (стоит отметить, что в России в сфере интернет-торговли доля поставок из-за рубежа увеличилась с 8% в 2010 году до 33% в 2016-м и может стать преобладающей уже в 2020 году)? При этом интерес инвесторов подстегивается растущей капитализацией наиболее успешных компаний — за последние десять лет оценка Google выросла в 4.7 раза, Amazon — в 25.6, а Facebook — в 12.3 раза с момента выхода на IPO в 2012 году, тогда как, например, у основного российского поисковика — Yandex она не изменилась с 2011 года. Без огромного рынка рекламы, создаваемого именно национальными компаниями, как и без признания международных инвесторов, национальная цифровая экономика не имеет шансов на особые достижения.

Наконец, нельзя не отдавать себе отчет в том, что реальная стоимость (я говорю о прибылях, а не о капитализации) во многом производится не в интернет-сетях, а в более «приземленных» секторах — там, где создают программное обеспечение, производят микрочипы, мобильные телефоны, компьютеры и планшеты. Apple имеет сегодня на счетах более $267 млрд — эта сумма превышает запланированные доходы федерального бюджета России в 2018 году. Объем продаж Huawei больше, чем у «Роснефти». Рынок мобильных телефонов и планшетов в этом году в мировом масштабе превысит $900 млрд — но в России ничего подобного просто не производится. Собственно говоря, важнейшим проявлением цифровизации экономики является непрекращающийся хозяйственный рост в Китае, который, на мой взгляд, выступает одним из главных бенефициаров новых трендов, так как контролирует значительную часть глобального производства hardware, на котором цифровая экономика и строится. Это во многом является адекватной реакцией относительно политически зарегулированной экономики на новые тренды: не допуская в страну некоторые западные интернет-сервисы, китайцы получают достаточно серьезные выгоды от развития сектора, пусть и иным путем, задействуя свой промышленный потенциал.

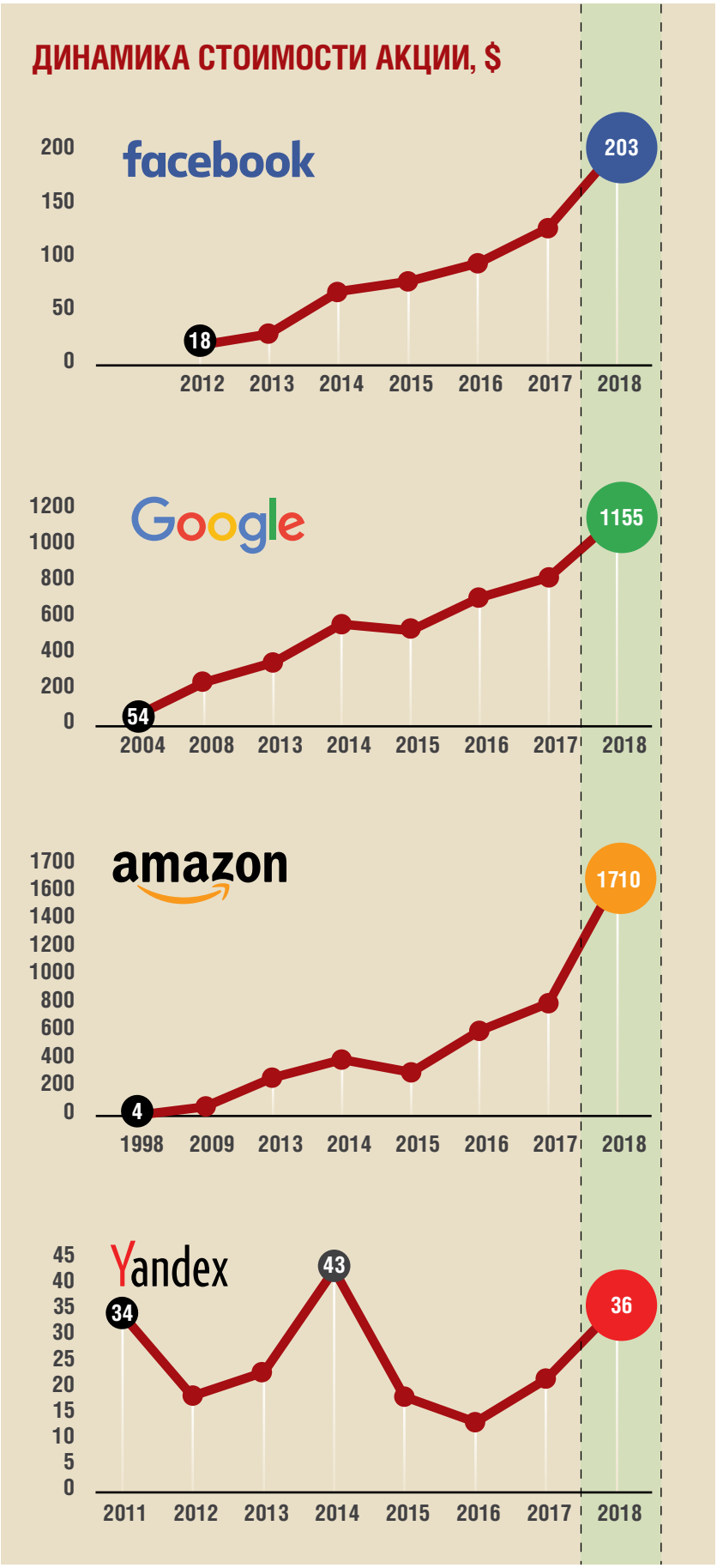
РОССИЯ — КРУПНЫЙ ПОТРЕБИТЕЛЬ ЦИФРОВЫХ УСЛУГ

Россия заняла понятную нишу: она стала весьма крупным потребителем услуг и возможностей, открываемых цифровой

экономикой, но вряд ли является ее субъектом. Большинство российских интернет-сервисов (от поисковиков типа Yandex и Rambler, почтовых систем List.ru и Mail.ru до онлайн-аукциона Molotok.ru и торговых площадок Ozon.ru и 24x7) появлялись как имитация американских компаний. При этом, например, мессенджеры, ориентированные на минимизацию расходов пользователей — такие как Skype или Telegram, — либо возникали не в России, либо были вытеснены из страны (а покупка ICQ группой Mail.ru стала запоздалой инвестицией в откровенно «несовременный» актив). При этом, повторю, серьезных производителей программного продукта в России так и не появилось (продажи Kaspersky Lab в 2017 году составили $698 млн против $4.02 млрд у Symantec с его антивирусом Norton, не говоря уже о $96.7 млрд у Microsoft, а отставание в сфере hardware представляется попросту катастрофическим.

Можно ли изменить подобное положение вещей? На мой взгляд, это сложно, причем как по объективным, так и по субъективным причинам.

С одной стороны, отставание России в сфере hardware выглядит системным и неисправимым: Китаю потребовалось более 20 лет для catch-up, при том что попытка догнать была предпринята в период гораздо меньшего развития технологий на Западе. Инфраструктура для цифровой экономики практически не совершенствуется (достаточно сравнить развитие транспорта в России и в том же Китае), товарный и рекламный рынки в России остаются слишком узкими для серьезного прорыва.

С другой стороны, сохраняются очень серьезные ограничения со стороны государства — как прямые (например, запрет на хранение персональных данных за рубежом, требования доступа к конфиденциальной информации, запись телефонных разговоров и сообщений, и т. д.), так и косвенные (такие как вмешательство силовых структур в деятельность компаний, создающее им проблемы на глобальных рынках, что было заметно в случае с санкциями в отношении Kaspersky Lab).

Поэтому хотя в России развитие цифровой экономики в теории и возможно, тем не менее она никогда не станет таким мощным источником экономического роста, каким выступает в последние годы в Соединенных Штатах и в Китае.