

## ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА НА ЭКСПОРТ: РАЗВИТИЕ КОМПЕТЕНЦИЙ И ИНСТРУМЕНТЫ ПОДДЕРЖКИ

*Симонова Л.М., доктор экономических наук, профессор,  
Дорохова А.О., аспирант,  
Тюменский государственный университет*

*Работа выполнена при финансовой поддержке РФФИ, проект №19-29-07131 «Моделирование и измерение человеческого капитала и формы его проявления в контексте цифровизации экономики: ресурсы, потоки, институты»*

**Аннотация:** авторами рассмотрены ключевые теоретические и практические аспекты процесса развития и реализации цифрового экспорта и электронной коммерции в хозяйственной жизни российских предприятий.

При старте внешнеэкономической деятельности или принятии решения об увеличении ее доли ввиду расширения географии поставок, большинство экспортно ориентированных субъектов предпринимательства сталкиваются с проблемой отсутствия опыта взаимодействия с иностранными контрагентами и требованиями новых рынков в целом, что в последствии приводит к появлению дополнительных издержек экспортной деятельности или к отсутствию ее эффективности вовсе. В подобном контексте и с целью изучения спроса на технологические товары (работы/услуги), в обход традиционным кабинетным или полевым маркетинговым исследованиям, конкуренции и минимальных требований к адаптации продукции к условиям нового рынка, электронная коммерция начинает выступать современным ключевым инструментом, позволяющим потенциальному или действующему экспортеру получить необходимую информацию о спросе, предложении и ценовым параметрам своей продукции на международном рынке.

Ввиду обозначенных факторов количество предприятий, осуществляющих сбыт посредством международных электронных площадок, ежегодно увеличивается. При изучении факторов, способствующих подобной тенденции во многих странах мира, авторами отмечается взаимосвязь не только с удобством современных онлайн-сервисов, сокращением издержек для предприятий-пользователей, но и стремительным развитием интернет-торговли посредством государственной поддержки отрасли электронной коммерции.

На основе анализа существующих форм государственной поддержки, а также статистического обзора международной и внутрироссийской конъюнктуры авторами обозначены основные проблемы и детерминанты, обуславливающие невысокий уровень цифровизации торговли и экспортной деятельности в Российской Федерации в частности, и низкого уровня технологического развития в целом, по сравнению с показателями иностранных государств. Кроме того, авторами сформулированы рекомендации по совершенствованию системы и развитию цифровых экспортных компетенций.

**Ключевые слова:** электронная коммерция, технологическое развитие, международные электронные торговые площадки, государственная поддержка, экспортные и цифровые компетенции

По указу Президента РФ поставлена задача довести объем несырьевого экспорта России с 149,8 млрд. долларов США в 2018 г. до 250 млрд. долларов США к 2024 году. Этот амбициозный ориентир предполагается достичь главным образом за счет развития сектора информационно-коммуникационных технологий (ИКТ), экспорта его услуг за границу с последующим завоеванием лидерских позиций на рынках Евразии и усиления собственного цифрового суверенитета.

Надо сказать, что существенные успехи в этом отношении уже достигнуты. Здесь примечательны, по крайней мере, две вехи: в стартовом 2018 году,

экспорт ИТ-услуг, по данным Центробанка РФ, достиг рекордного уровня (3,83 млрд. долларов США за первые 9 месяцев) с последующим доведением его объема до 10 млрд. долларов США, кроме того, было обеспечено превышение экспорта над импортом (положительное внешнеторговое сальдо). По результатам вышеуказанных факторов, Россия оказалась на десятом месте в рейтинге ВТО по ИТ-экспорту. Это стратегически значимое направление развития отечественной экономики, которое приносит не только весомую валютную выручку, но и оказывает высокий мультипликативный эффект для множества смежных с ИКТ отраслей. Именно

IT-экспорт выступает драйвером их развития и «жизненно необходимой мерой для укрепления своего «цифрового суверенитета», а также позиционирования отечественной экономики как благоприятного места для развития высокотехнологического бизнеса [1].

Однако, несмотря на относительно высокие темпы роста, доля экспорта цифровых товаров и услуг в структуре ВВП России остается крайне низкой: 0,5% ВВП против 2,5% в странах Западной Европы, 2,9% в Индии и 5,8% в Китае. В докладе консалтинговой компании McKinsey отмечается, что российский объем экспорта ПО составляет лишь 5-7% от аналогичного показателя лидирующей в этом отношении Индии, при этом, Россия уступает по объему экспорта, а также темпам его роста и другим быстроразвивающимся экспортерам ПО, таким как Израиль, Польша [3, с. 42-43].

В существующих условиях цифровой прорыв становится возможен по двум направлениям: за счет инновационной трансформации традиционных крупных корпоративных игроков, создания и развития новых технологических стартапов.

Возвращаясь к статистическому анализу, следует учесть тот факт, что многие известные российские цифровые компании не занимают прочных позиций на международных рынках и зачастую уступают даже в национальных границах крупным международным игрокам (например, китайским интернет-магазинам). Так, на крупнейшие отечественные публичные компании в секторе ИКТ приходится менее 1% выручки тысячи мировых информационно технологических компаний. На роль драйвера цифровизации не может претендовать и сектор технологических стартапов ввиду их малочисленности, низких темпов образования и масштабирования. Сравнительный анализ показывает, что в мире ежедневно регистрируется около 60 стартапов из США и в среднем 1, 2 из России, что примерно соответствует скорости появления новых стартапов в странах Ближнего Востока. Что касается степени масштабирования технологического бизнеса, то здесь отставание в темпах от американских игроков в 2-3 раза даже по быстрорастущим компаниям, включенным в рейтинг «ТехУспех» [3, с. 45-46].

С выводами международных экспертов о значительном отставании России по уровню технологического развития корреспондируют результаты исследования отечественных ученых из НИУ-ВШЭ. Так, на мировом рынке технологий Россия позиционируется на 27-ом месте по объемам экспорта и поставляет лишь один процент всемирного числа патентных заявок на

инновации и изобретения. Причём наблюдается отрицательная динамика данных показателей на протяжении последних двух десятилетий: в 2001 году данный показатель составил 1,76%, через десять лет уже 1,64%, на текущем периоде около 1%.

О конкурентоспособности технологического экспорта можно судить по следующим критериям.

Во-первых, его экспортируемый объём на 92,6% состоит из продуктов, не относящихся к объектам исключительных прав [2].

Во-вторых, необходимо учесть и следующий факт: в соответствии с данными профессора Н. Волчковой: из 1200 товаров, экспортированных Россией в последние годы, сравнительными преимуществами обладали только 117 товаров (около 10%). Большинство из них относились к категории сырьевых и промежуточных. По другим товарам экспорта Россия сравнительными преимуществами не обладала, а их доля в экспортных поставках составляла 3%.

Хотя возможности цифровизации экономики и ее экспортного направления поистине безграничны: потенциал роста российского экспорта оценивается до 25 раз в среднесрочной перспективе, а его реализация возможна, прежде всего, с помощью современных цифровых платформ, инновационных бизнес-моделей, развития онлайн торговли.

Действительно, электронная коммерция – это очень эффективный способ выхода на внешние рынки в краткие сроки, с незначительным опытом и скромным бюджетом, а также очень перспективный путь именно для российских компаний. На современном этапе в России уже функционируют известные цифровые корпорации и появилась своя новая когорта фирм, представляющих цифровой рынок: это Alibaba, Aliexpress, jd.com.

Рынок электронной коммерции в нашей стране можно охарактеризовать как быстрорастущий: положительная динамика наблюдается ежегодно за последний период, но темпы роста крайне неравномерны. Так, к примеру, в 2013 году электронная коммерция выросла на 32%, на следующий год уже на 35%, а в последствии вовсе снизилась до 16%, сохранив, однако, общую тенденцию к росту.

Таким образом, необходимо отметить еще один фактор потери и сдерживания конкурентных преимуществ и рынков сбыта российскими субъектами предпринимательства на современном этапе: медленное освоение электронной торговли.

Маркетплейсы указанные выше и являющиеся международными электронными торговыми площадками, осуществляющие деятельность в сети

Интернет, выступают новым значимым инструментом для упрощения процесса реализации продукции на внешние рынки. Снижая, либо вовсе нивелируя барьеры поиска потенциальных покупателей, они предоставляют возможным масштабировать оборот и снизить издержки.

Несмотря на очевидные преимущества, не менее значимой становится проблема кадрового голода и низкой квалификации: не каждое предприятие малого и среднего бизнеса, нацеленное на внешнеэкономическую деятельность, способно собственными силами освоить работу на таких площадках, а круг работников, имеющих опыт ведения экспортной деятельности весьма ограничен.

Ввиду имеющихся проблем, разработан и внедрен инструмент государственной поддержки отечественных производителей и поставщиков специалистами АО «Российский экспортный центр», а именно консультативная, попутно с разработанными методическими пособиями, содержащими всю необходимую информацию о маркетплейсах и об эффективной работе на них.

Кроме того, предприятиям малого и среднего бизнеса становятся доступными дистанционная и очная формы обучения по возможностям онлайн-экспорта от специалистов АНО ДПО «Школа экспорта» АО «Российский экспортный центр».

Переходя к практической реализации указанной выше формы государственной поддержки, следует обратить особое внимание на помощь АО «Российский экспортный центр» в регистрации аккаунтов, с их последующим продвижением на платформах целого ряда действующих национальных павильонов виртуального формата, а также в предоставлении базы аккредитованных официальных партнеров в сфере онлайн торговли для их последующего функционирования в связке с начинающими представителями электронной коммерции.

Рассматривая федеральный уровень поддержки, следует отметить, что специалисты АО «Российский экспортный центр» в команде с официальными сервисными партнерами в Российской Федерации, а именно компанией PAL, разработали и внедрили уникальную статью продвижения предприятий Российской Федерации на «Alibaba.com». Обозначенная программа открывает для экспортера дополнительные возможности и позволяет анализировать спрос и предложение на «Alibaba.com», выбирать оптимальный тариф, создавать отдельный магазин, отвечающий стандартам «Alibaba.com» от адаптации продукта к требованиям международного рынка до конечного сбыта.

Несмотря на очевидные преимущества данной формы государственной поддержки, ее доступ-

ность, особенно для предприятий малого и среднего бизнеса, может быть ограничена в виду платности. Вот почему на региональном уровне местными Центрами поддержки экспорта, в рамках реализации национального проекта «Международная кооперация и экспорт» также предоставляется помощь в размещении субъектов на международных электронных площадках, в том числе на площадках Alibaba.com, Allbiz и GRT и содействие в регистрации учетной записи субъекта малого и среднего бизнеса с минимальным пакетом документов для подачи заявки.

Дополнительно следует отметить также и создание не только национальных павильонов в сети Интернет от АО «Российский экспортный центр», но и региональные интеграции компаний, которые становятся доступны также при наличии подобной формы поддержки на региональном уровне и предоставляют возможность разместить до 200 карточек предприятий на Alibaba.com.

Помимо обозначенных выше международных электронных площадок, существует целый ряд других: международного и национального значения. Так, в Российской Федерации создана b2b электронная платформа [www.globalrustrade.com](http://www.globalrustrade.com), с помощью которой местные предприятия имеют возможность выхода на международные рынки 33 стран Юго-Восточной Азии, БРИКС и Латинской Америки. Как и в случае выше, региональными Центрами поддержки экспорта также оказывается поддержка финансовой и нефинансовой формы при регистрации компаний малого и среднего предпринимательства на платформе [www.globalrustrade.com](http://www.globalrustrade.com), где уже более 120 компаний ведут переговоры, заключают сделки, осуществляют рекламные акции и продвижение отечественного экспорта.

По мнению экспертов, электронную коммерцию можно рассматривать как действенный механизм, позволяющий с помощью новых технологических решений компенсировать недостаток тех компетенций, которые являются дефицитными для наших потенциальных и действующих экспортеров – начиная от процедур оформления экспортных сделок, знания таможенных режимов, экспортного законодательства и т.п. до маркетинговой аналитики и техники экспортных продаж.

При доступности широкой линейки региональной и федеральной форм государственной поддержки становится возможным в долгосрочной перспективе нивелировать вовсе проблему недостаточной компетенции и отсутствия опыта работы в электронной коммерции российскими экспортерами, а также увеличить

долю интернет-продаж, которая, к сожалению, на данном этапе составляет лишь 1,5-2% в среднем в выручке большинства предприятий Российской Федерации.

Таким образом, развитие человеческого капитала в экспортной сфере следует осуществлять по двум направлениям. Первое из них реализуется через институциональную систему стимулирования и поддержки экспорта, которая предоставляет широкие возможности консультационной помощи и информационного обеспечения, массового обучения и переобучения представителей малого и среднего бизнеса и, тем самым, нивелирует проблему кадрового голода как в экспортировании, так и в импортозамещении.

Как ни парадоксально, но второе направление предусматривает интенсивную подготовку кадров

для самой цифровизации, то есть удержание талантов в цифровой сфере и выращивание собственных специалистов, владеющих цифровыми технологиями, поскольку новые цифровые решения, оригинальные бизнес-модели и цифровые форматы способны преодолеть и компенсировать недостаток экспортных компетенций, расширить масштабы и качественный потенциал самого экспорта, ликвидировать информационный вакуум, увеличить возможности, способы, направления стимулирования и поддержки экспорта. В этом отношении не только экспортные, но и «цифровые кадры», превращаются в стратегический актив экономики России и фактор ее конкурентоспособности.

### Литература

1. Как продвинуть российский IT на Запад // Парламентская газета [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.pnp.ru/economics/kak-prodvinut-rossiyskiy-it-na-zapad.html> (дата обращения: 01.02.2020)
2. Почему много изобретателей – это мало // HBR-Россия и Ведомости, проект «Экспорт-драйвер развития бизнеса» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/opinion/articles/2018/06/26/773749-mnogo-izobretatelei-malo> (дата обращения: 03.02.2020)
3. Экспортный потенциал и импортозамещение // Цифровая Россия: новая реальность [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.tadviser.ru/images/c/c2/Digital-Russia-report.pdf> (дата обращения: 03.02.2020)

### References

1. *Kak prodvinut' rossijskij IT na Zapad. Parlamentskaja gazeta [Jelektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: <https://www.pnp.ru/economics/kak-prodvinut-rossiyskiy-it-na-zapad.html> (data obrashhenija: 01.02.2020)*
2. *Pochemu mnogo izobretatelej – jeto malo. HBR-Rossija i Vedomosti, proekt «Jeksport-drajver razvitija biznesa» [Jelektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: <https://www.vedomosti.ru/opinion/articles/2018/06/26/773749-mnogo-izobretatelei-malo> (data obrashhenija: 03.02.2020)*
3. *Jeksportnyj potencial i importozameshhenie. Cifrovaja Rossija: novaja real'nost' [Jelektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: <http://www.tadviser.ru/images/c/c2/Digital-Russia-report.pdf> (data obrashhe-nija: 03.02.2020)*

---

## DIGITAL ECONOMY FOR EXPORT: DEVELOPMENT OF COMPETENCIES AND SUPPORT TOOLS

*Simonova L.M., Doctor of Economic Sciences (Advanced Doctor), Professor,  
Dorokhova A.O., Postgraduate,  
Tyumen State University*

**Abstract:** the authors examined key theoretical and practical aspects of the development and implementation of digital export and electronic commerce in the economic life of Russian enterprises.

When enterprises starting a foreign economic activity or deciding to increase its share due to the expansion of the supply geography, most of them are faced with the problem of lack of experience in interacting with foreign counterparties and the requirements of new markets as a whole, which subsequently leads to additional costs for export activities or to the absence of its effectiveness at all. In such a context and in order to study the demand for technological goods (work / services), bypassing traditional desk or field marketing research, competition and the minimum requirements for adapting products to the conditions of a new market, e-commerce is beginning to act as a modern key tool that allows a potential or existing exporter getting the necessary information about the demand, supply and price parameters of their products in the international market.

In view of the indicated factors, the number of enterprises selling through international electronic platforms is increasing annually. When studying the factors contributing to a similar trend in many countries of the world, the authors note the relationship not only with the convenience of modern online services, cost reduction for user enterprises, but also the rapid development of e-commerce through government support for the e-commerce industry.

Based on the analysis of existing forms of state support, as well as a statistical review of international and domestic conditions, the authors identify the main problems and determinants that determine the low level of digitalization of trade and export activity in the Russian Federation in particular, and the low level of technological development in general, compared with foreign indicators states. In addition, the authors formulated recommendations for improving the system and developing digital export competencies.

**Keywords:** electronic commerce, technological development, international electronic trading platforms, government support, export and digital competencies