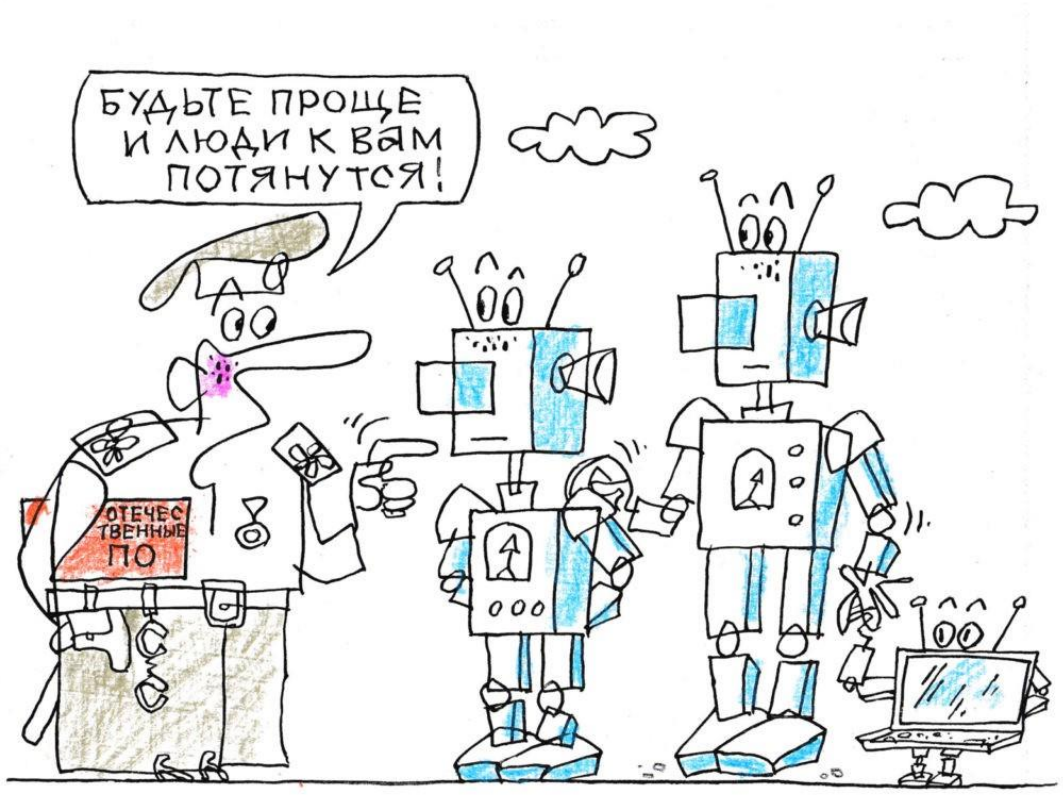
Стал ли российский IT-рынок токсичным?

Издание: if24.ru, 11 декабря 2019 г.

Спикер: Леонид Ухлинов, вице-президент компании «Информзащита»

В конце ноября на российском IT-рынке произошло важное событие — объявлено, что в Россию пришла крупная норвежская международная компания Crayon, специализирующаяся на IT-консалтинге, особенно в части оптимизации использования компаниями программных средств и облачных сервисов. На вопрос, почему компания не пришла в Россию раньше, CEO Crayon Group AS Торгрим Такле ответил, что Россия до сих пор обладала слишком низким уровнем расходов на IT.



Действительно, по данным Bicom/EITO за 2013 год, расходы на IT на душу населения в России составляли $557. Для сравнения: в США этот показатель $3356, в Германии — $2040, в Испании — $1282, в Бразилии — $876. Однако расходы на ПО в России постоянно растут. В частности, по данным CNews Analytics, суммарные расходы российский регионов на ИКТ-проекты увеличивались ежегодно начиная с 2014 года и за 6 лет выросли с 63 млрд до 161 млрд рублей. Данные CNews говорят о росте

выручки 100 крупнейших ИТ-компаний России на 3,7% (в долларовом эквиваленте). По данным IDC, объём российского рынка IT-услуг вырос в 2018 году по сравнению с предыдущим годом на 7,2% в рублях. Но деньги решают не все.

Тревожное состояние

На привлекательность российского IT-рынка влияют такие факторы, как низкие темпы экономического роста, режим санкций, репутация России как «токсичной страны», политика импортозамещения в сфере ПО, большая роль государственного сектора в сфере потребления IT-услуг. На фоне этого иностранные игроки не склонны проявлять на российском рынке стратегическую активность, так что приход Crayon — скорее исключение, хотя в последние годы по-прежнему регистрируются случаи, когда российские компании поглощаются зарубежными корпорациями, которые таким образом стремятся расширять свое присутствие.

«Последние 3 года сложно назвать выдающимися с точки зрения появления или ухода крупных зарубежных игроков на российском рынке ИТ, за исключением известной сделки продажи российского разработчика ПО Luxoft американской компании в 2019 году», — отмечает управляющий партнер компании Constanta ***Константин Савчук****.*

Впрочем, есть и другие примеры: в прошлом году петербургская компания Transas, один из крупнейших российских производителей навигационного программного обеспечения и оборудования для морского пароходства, была поглощена за 210 млн евро финским машиностроительным концерном Wärtsilä.

К сожалению, эти примеры с лихвой покрываются противоположными: когда иностранцы сокращают свое присутствие в России. Произошло слияние Uber и «Яндекс.Такси», при этом ведущими в новой компании будут алгоритмы «Яндекса». В уходящем году самым громким уходом был случай с американской компанией Splunk, которая в феврале объявила о полном уходе из России. Комментируя этот факт, генеральный директор R-Vision **Александр Бондаренко** замечает:

«Это стало полной неожиданностью как для партнеров, так и клиентов компании. Случай, конечно же, очень яркий, однако нельзя исключать, что в той или иной форме подобное еще может повториться. Более того, за последние несколько лет достаточно серьезно сократились в численности российские представительства таких крупных международных компаний, таких как Symantec, McAfee, TrendMicro и др.».

Как отмечает руководитель отдела развития ISPsystem **Павел Сыровацкий**:

«С 2014 года многие зарубежные IT-компании сократили штат своих российских офисов. Другие полностью закрыли представительства в РФ, среди них — Adobe, Google, Intel. Впрочем, многие компании никогда не имели здесь собственных представительств, работая через дистрибьюторов. Но, самое главное, что и те, и другие продолжают продавать свои продукты на российском рынке».

Диспозиция

В целом на российском рынке в сфере производства софта и IT-консалтинга продолжают доминировать иностранцы: в России по-прежнему присутствуют такие международные гиганты, как SAP, Oracle, IBM, Microsoft, SAS, Accenture, Atos и другие. Отечественные производители ПО занимают сравнительно неплохие позиции в области кибербезопасности и интеллектуальной обработки информации. Укрепляются позиции российских cloud-провайдеров.

«Традиционно отечественные средства защиты информации, включающие в свой состав криптографические алгоритмы, доминируют на российском рынке. И это связано не столько с требованиями регуляторов о применении российской криптографии, сколько с реальными преимуществами нашей школы и созданных на основе отечественных алгоритмов средств шифрования», — уверен вице-президент, исполнительный директор АО ИП «Информзащита» ***Леонид Ухлинов****.*

«С появлением в российском законодательстве ограничений на хранение информации в зарубежных дата-центрах отечественные игроки стали вытеснять западных (прежде всего в госсекторе) либо работать с ними в партнерстве, в частности предоставляя услуги своих ЦОД», — добавляет региональный директор по развитию бизнеса компании Softline ***Эдуард Коваленко****.*

По словам генерального директора компании Bell Integrator **Юрия Латина**, если весь софт разбить на технологический, корпоративный и потребительский сегменты, то зарубежные вендоры доминируют прежде всего в области технологического софта (операционные системы, СУБД, серверы приложений, языки программирования и т.п.). Причина здесь понятна: размер российского рынка не окупает первоначальных затрат на разработку подобного высокотиражного софта, а выйти с ним сразу на рынок международный невозможно без бренда. В сфере корпоративного софта картина обратная: здесь доминируют уже российские решения, поскольку деятельность корпораций достаточно жёстко регулируется государством, и соблюдение постоянно меняющихся регуляторных требований является критическим условием для присутствия на рынке. Но потребительский софт живёт по своим законам, регуляторный фактор здесь отсутствует, да и бренды, как ни странно, имеют крайне ограниченное значение; в результате выбор потребителя намного лучше отражает истинные конкурентные позиции производителей, и в целом ситуацию можно оценить как 50 на 50. «Яндекс», Mail.ru и «ВКонтакте» здесь не проигрывают, а скорее выигрывают в сравнении с западными аналогами, пусть во многом и благодаря исходному языковому преимуществу. Впрочем, выйти на зарубежные рынки им это не помогает, а скорее мешает.

Санкции

Конечно, санкционный режим влияет на активность зарубежных компаний. Как рассказал «Инвест-Форсайту» заместитель директора по работе с корпоративными клиентами ДКИС ALP Group **Павел Мельник**, был случай, когда SAP в связи с санкциями не поставила лицензии в одну из российских государственных корпораций. И многие российские заказчики, уловив тенденцию, стали остерегаться возникновения подобной ситуации в своих проектах и начали обращать внимание на российские программные продукты.

«В государственном секторе доля российского ПО и оборудования с каждым годом растет, и этот процесс будет продолжаться», — констатирует Эдуард Коваленко, региональный директор по развитию бизнеса компании Softline.

Но влияние санкций противоречиво: по словам Павла Мельника, если обратить внимание на финансовую отчетность крупных иностранных вендоров в последние годы, можно заметить скачок в 2018 году, вероятнее всего, связанный с тем, что некоторые крупные российские организации из опасения, что в будущем у них не будет возможности закупить лицензии на западные продукты, закупили их впрок. Влияние политики импортозамещения пока не очень велико.

«Если в 2015–16 годах на фоне вступления в силу закона, обязывающего госорганы с 1 января 2016 года предоставлять письменное обоснование для закупки иностранного ПО, было достаточно много разговоров о возможном уходе с рынка крупных зарубежных IT-компаний, то в последующем дискуссия на эту тему стихла», — считает генеральный директор компании R-Labs ***Игорь Дикшев****.* Политическим указаниям очень трудно преодолеть сложившуюся инерцию рынка. Как отмечает Павел Сыровацкий (ISPsystem), местные заказчики успели привыкнуть к определенным вендорам. Менять ПО не хочется — это влечет за собой потерю времени, денег, опыта работы с замещаемыми системами.

«Даже если руководитель компании хочет попробовать, все упирается в глубокое проникновение текущих зарубежных продуктов в экосистему предприятий либо нежелание администраторов — тех, кто с этим ПО работает, — что-то менять. Такие компании сделают все, чтобы ничего не менять», — отмечает Павел Сыровацкий.

«Тезис об “отсутствии аналогов” в каждом конкретном случае ни доказать, ни опровергнуть невозможно, — рассказывает Юрий Латин, генеральный директор компании Bell Integrator. — Соответственно, заказчики, в том числе негосударственные, используют эти рекомендации прежде всего как “флаг”, мотивируя ими выбор российского поставщика там, где это им нравится по каким-либо причинам. Но если заказчику (в том числе и государственному) нравится западное решение, то он смело объявляет его уникальным и не имеющим аналогов на российском рынке».

Впрочем, все еще может измениться: по словам Павла Сыровацкого, «маховик импортозамещения еще раскручивается».

Угадай своего

В современную эпоху в сфере IT проблемой становится само различение иностранных и отечественных производителей. Как рассказывает Константин Савчук (Constanta), некоторые зарубежные производители пытаются оформить свой продукт в отечественную «обертку», кто-то отдает свои продукты и технологии в OEM-канал поставок. Также создаются самостоятельные российские подразделения, которым передаются права на производство ПО и оборудования под новой торговой маркой.

«Сегодня мы живём в то время, когда традиционная лицензионная схема монетизации софта постепенно отступает под напором SaaS, PaaS и других облачных моделей его использования, — поясняет Юрий Латин (Bell Integrator). — Соответственно, когда мы говорим про софт, надо различать уже не один, и не два, а целых пять признаков:
***a.** В какой юрисдикции зарегистрирована компания, являющаяся собственником этого ПО.*
***b.** Граждане какой страны являются конечными бенефициарами этой компании.*
***c.** В бюджет какой страны поступают налоги с доходов, получаемых бенефициарами.*
***d.** Где физически стоят сервера, на которых установлено данное ПО.*
***e.** Граждане какой страны писали код этого ПО (мы бы не сбрасывали этот фактор со счёта, так как в долгосрочной перспективе именно он имеет решающее значение для импортозамещения).*
И все эти пять признаков могут попарно различаться, например мы можем иметь дело с ПО:
***a.** Которое принадлежит белорусской компании.*
***b.** Владельцами которой являются американские граждане (пусть даже и белорусского происхождения).*
***c.** НДС при этом исправно взимается российским бюджетом с заказчика как налогового агента (сама компания является налогоплательщиком в Беларуси, но на сервисы, оказываемые по схеме SaaS в Парке Высоких Технологий, где она зарегистрирована, налоги нулевые).*
***d.** ПО при этом эксплуатируется с сервера, установленного на территории Казахстана (заказчиком оказался российский филиал казахстанского банка).*
***e.** А разработчиками этого ПО являются украинцы, сидящие в Киеве и оформленные на работу как ИП-шники.*
Спрашивается, по какому же из критериев здесь проводить импортозамещение? Но ведь и запретить тут тоже ничего не запретишь (особенно в свете евразийской интеграции)».

Привлекателен ли российский рынок?

Ну а вообще, остается ли российский рынок привлекательным для международных IT-компаний?

«Привлекательность российского рынка падает, поскольку серьезно возрастают риски, связанные с комплаенсом и санкциями, — считает Александр Бондаренко (R-Vision). — Мало какой американской компании хочется получить проблемы в связи с тем, что среди ее клиентов появятся российские компании, которые уже попали или могут попасть под санкции. Так что несмотря на то, что с финансовой точки зрения российский рынок по-прежнему интересен, имеющиеся риски перекрывают возможную выгоду».

«В то же время как российский IT-рынок никогда не имел решающего значения для международных IT-компаний, но они всегда обращали и сейчас обращают на него внимание, — полагает Павел Мельник (ДКИС ALP Group). — Если посмотреть на их структуру, то большинство вендоров никогда не выделяли Россию в отдельное направление, всегда включали наш рынок в работу со всем континентом и даже объединяли его с Африкой. Но понятно, что Россия огромна и

является большим контуром для любого бизнеса, а любой потребитель, какой бы он ни был, может быть интересен. Даже если в России у этих международных компаний останется какой-то небольшой объем (относительно их общих продаж), они всегда будут смотреть в эту сторону. Россия всегда будет интересна иностранным вендорам, и они наверняка думают, как расшить свой объем».

Однако несмотря на все это, есть еще одно обстоятельство, которое, возможно, изменит репутацию российского рынка: как отмечает Леонид Ухлинов («Информзащита»), привлекательность российского рынка растет в связи с реализацией в нашей стране масштабных проектов по переходу к цифровой экономике, развитию систем автоматизации производственных процессов и обеспечению безопасности критической информационной инфраструктуры.

«В то же время необходимо понимать, что крупнейшим заказчиком этих проектов является государство, следовательно, преимущество при выборе исполнителей будут иметь отечественные компании», — констатирует эксперт.

Автор: ***Константин Фрумкин***