

# Инновации всегда сильно трансформируют ту индустрию, где они появляются

25 апреля 2016

Андрей Зюзин, управляющий директор Фонда «ВЭБ-Инновации»



**– Добрый день, Андрей Борисович. Мы все чаще слышим слово «инновации» применительно к разным вещам. Что является определяющим в инновациях?**

– По своему классическому определению инновации – это нечто изобретенное и положенное в коммерческий оборот, то есть когда из изобретения делаются деньги. И само инновационное развитие может быть сколь угодно большим, но тем не менее чаще всего именно его экономическая эффективность является критерием оценки.

В законе о науке Российской Федерации закреплены четыре вида инноваций: продуктовая, сервисная, организационная и маркетинговая. Каждая из них имеет свои критерии оценки эффективности. Наиболее интересными объектами для вложения капитала со стороны венчурных инвесторов являются продукты и услуги.

**– Какие в России особенности в отношении инноваций? В последние годы в стране стало появляться все больше фондов, оказывающих поддержку стартапам. Приняты программы стимулирования инновационного развития. Достаточно ли этих мер?**

– Движущей силой любого рынка является конкуренция. Компании соперничают друг с другом за предоставление лучших продуктов, услуг. Эта конкуренция очень жесткая и происходит на глобальном уровне. Достаточно посмотреть на список Fortune 500 – и можно компании из этого списка

увидеть практически в любой стране мира. Для этих компаний термин «инновационная деятельность» не слоган, а суть выживания. К сожалению, в России большая часть крупных компаний – это компании с госучастием, которые формируют российский рынок. И чаще всего эти компании являются монополистами на местном рынке. Единицы наших компаний работают на глобальном рынке. Одна из таких компаний, где активно развивается инновационный блок, – это «Росатом». Причины понятны: она конкурирует на зарубежных рынках с теми, кто тоже строит атомные станции.

И мне кажется, одна из основных проблем развития инноваций в России – это отсутствие спроса на инновации со стороны большой группы потребителей – крупных компаний.

**– То есть сегодня по каким-то причинам компаниям не особо нужен новый продукт?**

– Совершенно верно, нет спроса со стороны потребителя на инновационную российскую продукцию. Но это не значит, что инновации у нас не развиваются. Не многие знают, что экспорт программного обеспечения из России – третий после нефти и вооружений. И 80% всех вложений в российские стартапы приходятся как раз на стартапы в области программного обеспечения.

Здесь есть масса пунктов, которые нужно иметь в виду. Спрос как раз и есть отражение того, насколько рынок нуждается в инновациях или нет. Если смотреть на жизнь под углом крупных компаний, то они, скорее всего, сейчас нуждаются в неких продуктах, которые отвечали бы критериям импортозамещения и которые были бы конкурентоспособными на международном рынке. Крупные компании заинтересованы в первую очередь в приобретении новых технологий, которые помогают им, например, добывать, транспортировать и перерабатывать газ, нефть, то есть увеличивать норму рентабельности для акционеров. С другой стороны, крупные компании не должны выступать полигоном для тестирования всех инновационных решений, хотя бы по соображениям безопасности. Как следствие, крупные компании приобретают существующие, отработанные технологии у известных производителей, осуществляя, по сути, модернизацию.

Если вы посмотрите на развитие потребительского сектора, то заметите, что товаров с надписью Made in Russia у нас очень мало. Почему? Потому что со времен советских разработок мы никогда не конкурировали ни с кем в глобальном контексте, никогда у нас не было приоритета клиента, как это было и есть в международной среде.

**– Какие области инноваций в мире сегодня наиболее капиталоемкие?**

– Согласно исследованиям, больше всех в абсолютных цифрах на инновации тратит компания Volkswagen. А наиболее активными с точки зрения затрат на НИОКР являются отрасли ИТ, автомобилестроения, компании фарминдустрии.

Но если взять не внутренние затраты на исследования и разработки крупных компаний, а именно венчурное инвестирование, то увидите, что порядка 80% – это инвестиции, так или иначе связанные с программным обеспечением. Такая ситуация в процентном отношении и в мире в целом, и в России. Особенно это верно для частных фондов.

**– Допустим, у человека есть хорошая идея и план, как получить из идеи инновационный продукт. С какой реальностью он столкнется в российских условиях как изобретатель?**

– Гипотетически ситуацию можно обрисовать с помощью цепочки событий, которая выстраивается следующим образом. Допустим, у выпускника престижного вуза есть не только некая красивая идея о новом продукте, но и первые результаты (прототип, например). Дальше у него возникают вопросы: где взять денег на опытный образец и кому этот образец он пойдет показывать? Дальше он сталкивается с системой, которая у нас устроена следующим образом: он должен прийти в некое подразделение крупной компании (туда еще нужно попасть) и предъявить массу всяческих сертификатов, прав на интеллектуальную собственность, бизнес-план с обоснованием, как новый продукт будет продаваться и кому. В процессе анализа мы с вами приходим к выводу, что российский рынок – это всего лишь 2% мирового рынка. И если этот студент достаточно продвинут в экономике, он понимает, что нужно попытаться продавать продукт в перспективе не на 2% рынка, а хотя бы на половину. Что для этого он должен сделать? Наверно, пойти на другие рынки, чтобы там свой продукт начать продавать. Дальше он обнаруживает, что дешевле и выгоднее наладить производство в тех странах, которые давно себя приспособили к производству массового продукта: в Китае, Филиппинах, Индонезии и других рынках, которые на этом специализируются.

Если дальше разработчик приходит к российскому инвестору, то получает ответ, что его история с новым продуктом выглядит очень рискованно (что правда) и что нужно подкрепить сотрудничество с инвесторами массой обязательств с его стороны.

После раздумий предприниматель принимает решение начать дело на другом рынке. Так это часто и происходит со многими компаниями, которые занимаются разработкой программного обеспечения. Они понимают, что есть достаточно большой рынок и он находится за пределами России, потому что спрос на продукты программного обеспечения у нас очень

ограничен.

**– Это странно слышать, учитывая, что в России развились такие технологические компании, как Mail.ru Group и «Яндекс».**

– Если вы посмотрите на программу по импортозамещению программного обеспечения для органов власти, которая была принята отдельным нормативным актом, то в абсолютных показателях продаж это очень маленькая цифра. Почему? Потому что многие годы никто не разрабатывал сложных продуктов, которые могут конкурировать с мировыми лидерами. А если и разрабатывали, то уже как сотрудники крупных иностранных компаний. Это я к чему? Конкурентоспособность наших предприятий оценивается в том числе глубиной проникновения новых технологий в них самих. Если взять на сегодняшний день модель документооборота государственных и крупных компаний, то вы увидите, какое огромное количество писем передается в бумажном виде, без электронных цифровых подписей, с курьерами. И это не свидетельство плохо отлаженных бизнес-процессов, а отсутствие внедренных, правильным образом сертифицированных и подтвержденных продуктов, которые облегчают процесс и повышают производительность.

**– Возможно, дело в ментальности, нежелании перемен...**

– Все инновации в мире всегда сталкиваются с начальным непониманием. Про новый продукт могут говорить: «Это же невозможно, это даже смешно». Поэтому его не покупают. Если вы вспомните историю iPhone, то вначале говорили: «Ну зачем нажимать на стекло, когда есть кнопки?». Сейчас львиную долю по выручке на рынке мобильных телефонов занимает Apple, и его монополию сегодня очень трудно разрушить, потому что он создал не телефон, а экосистему пользования гаджетами.

Так вот, возвращаясь к инновациям, можно сказать, что инновации всегда не идеальны, но они сильно трансформируют ту индустрию, где они появляются. Основная проблема в том, что большие компании чаще всего в этом не заинтересованы. Большим компаниям не интересно создавать продукт, который может быть непонятен. Они должны продавать клиентам просто хороший продукт, который точно купят.

**– Как подтолкнуть бизнес развиваться технологически, поддерживать стартапы?**

– Для больших компаний эта проблема решается выделением специализированных подразделений, созданием собственных инвестиционных фондов, которые позволяют выявить привлекательные стартапы. У нас этих примеров можно посчитать по пальцам одной руки.

Масса причин, почему так: не интересно, не понимают, мало денег,

государственные деньги, отчеты по эффективности расходования. При всем при этом, если посмотреть на уровень затрат на НИОКР, можно удивиться двум параметрам. Во-первых, доля государственных средств в общем объеме финансирования НИОКР в России – почти самая большая в мире. При этом, например, в США самая большая доля вливаний в исследования и разработки – от частных корпораций.

Причина именно в том, что конкуренция толкает компании на создание чего-то нового. И инновации становятся не риторической историей, а историей, которая нужна для выживания. Вот у нас такая есть сложность. Поэтому тратим мы много, но возникает вопрос: какой полезный выход от этих затрат? Я участвовал в анализе ряда программ инновационного развития крупных компаний, и самая популярная статья затрат – выполнение НИРов и НИОКРов. Почему? Потому что за НИР и НИОКР можно отчитаться документацией, которая стоит на полке. Ни в коем случае не хочу обвинять наши компании, что они пишут бумагу бесполезную, но это наиболее популярный способ исполнения задач по развитию инновационной деятельности. А все остальные инструменты – создание акселераторов, инкубаторов, инвестиционных фондов, совместных разработок с частными компаниями – этого минимум.

**– И что нужно сделать, чтобы отношение к стартапам изменилось?**

– Предприниматель – существо достаточно эгоистичное, но его эгоизм продуктивный. Продуктивность заключается в том, что стартап должен найти устойчивую модель, которая даст ему возможность решить задачу создания и выращивания бизнеса, привлечения инвестиций и талантливых людей внутрь компании, решить задачи патентования, уплаты налогов и многого остального... Очевидно, что развитие бизнеса – очень сложный труд, и желательно, чтобы окружающая среда была предпринимателю в помощь, чтобы она была дружественной, удобной и прочее. Назвать нынешнюю среду дружественной к предпринимателю очень сложно.

**– Получается, это задача государства?**

– Конечно. Это так называемый инвестиционный климат.

**– Чего Вы ждете от государства для улучшения ситуации – послаблений в налогах, новых законодательных актов, чего?**

– Перечисленные и многие другие усилия настолько сильно взаимосвязаны, что нельзя выделить одну точку и сказать: «Если вы сделаете вот это – будет супер». Для определения мероприятий, необходимых бизнесу для становления и роста, существует масса рейтингов. Один из них, показательный для России, – это Doing Business. По итогам 2016 года мы занимаем в нем 51-е место. Мы очень значительный прогресс сделали по сравнению с предыдущими годами. Рейтинг определяет качество

предпринимательского климата в России. Для предпринимателя важны, например, предсказуемость и стабильность судебной и налоговой систем, доступ к источникам финансирования, стабильность экономики как таковой. Когда вы начинаете складывать эту мозаику вместе, вы понимаете, что на сегодняшний день нельзя назвать РФ привлекательной территорией для ведения высокорискованного бизнеса. Это не означает, что у нас его никто не начинает.

Основной вызов для любого российского стартапа в том, что он не должен ограничиваться территорией только Российской Федерации. Для того чтобы он развивался и рос, по определению нужно начинать кампанию, у которой есть глобальные амбиции. Так же, как это происходит в других частях света.

**– Мы ведь учимся жить в рамках мирового рынка, ситуация улучшается?**

– Да, у нас происходит много позитивных изменений. Например, последние правки, внесенные в Гражданский кодекс, расширяют состав инструментов для структурирования сделок и вносят ряд правовых аналогий, существующих за рубежом, интересных инвесторам, предпринимателям, так как обеспечивают защиту их прав. Движение вперед у нас есть, но, как и в стартапах, важно не само движение, а скорость этого движения. Любое положительное изменение оценивается не по факту его наступления, а по факту его применимости, стабильности. Если вы спросите юриста, хороша ли новая законодательная норма, юрист должен ответить: «Не знаю, нет судебной практики». А вот эта судебная практика накапливается годами. Поэтому сказать, что предпринимательский климат изменится, если мы вдруг примем одно-два постановления, распоряжения, нельзя. Нужно время.

**– А бывает, что западный или азиатский инвестор приходит делать стартап у нас, в России? Что его здесь привлекает?**

– Конечно, бывает. У нас есть две базовых особенности. Первая – у нас очень много талантливых людей, которые делают очень талантливые разработки. Вторая часть – это некие точечные льготы. Например, на момент начала деятельности фонда «Сколково» было большое количество заявок, в том числе одобренных, на участие в фонде именно международных компаний. Очевиден мотив: им нужно было получить финансовые льготы, которые фонд предоставляет. Это льготы по НДС, по соцналогу, налогу на прибыль, возможность получения грантового финансирования фонда.

**– По каким основным критериям в «ВЭБ-Инновациях» оценивают жизнеспособность стартапов?**

– Должна быть сильная команда, реализующая новый проект. И должно быть понятно, какую проблему решает их продукт/услуга, для чего он? Третье – это вопрос перспективы роста. Он должен быть по возможности

геометрическим, а еще лучше – экспоненциальным. Тогда этот бизнес становится интересным, и тогда понятно, зачем принимать на себя инвестиционный риск. Потому что мы рискуем очень сильно, так как финансируем компанию на самой ранней стадии развития. И есть масса причин не поверить предпринимателям с их финансовыми расчетами, когда они говорят, что займут 100% рынка. И самая печальная ситуация – когда они говорят, что у них нет конкурентов.

**– Как сблизить научные разработки с реальным воплощением в жизнь? Применим ли к России популярный на Западе формат STI?**

– Есть хорошая университетская программа 5-100. Ее принцип финансирования отталкивается от той идеи, что в этих университетах должна быть выстроена по возможности наиболее полная цепочка взаимоотношений, которая касается кооперации с крупными компаниями, стартапами, подготовки конкурсов для студентов, чтобы они могли узнать, что вообще делается в мире за пределами института. Мне сложно оценить эффект, но то, что эти попытки есть, – очень здорово, я считаю.

**– Как сделать государственные вложения в науку и исследования более эффективными?**

– Мне кажется, здесь должна быть правильная, очень осмысленная конкуренция. Ведь что такое научные разработки? Это некие группы коллективов, которые конкурируют за некий бюджет. И дальше возникает вопрос: каким образом удовлетворять заявки этих людей? И на основании чего им надо давать сегодня первые деньги, потом – вторые, потом – последующие? И давать ли вообще? Мне кажется, имеет значение качество той работы, которую они производят; должно быть понимание и, в идеале, заинтересованность предприятий в осуществлении таких разработок (если мы, конечно, не говорим о фундаментальных исследованиях, которые, кроме государства и филантропов, финансировать некому).

**– И если работа некачественная, то денег больше не давать?**

– Думаю, да. Эта история должна заканчиваться банальными конкурентными выводами, то есть если коллектив не смог произвести «продукт» точно, вовремя, в срок. Научная деятельность имеет серьезную проблему – ее нельзя оценивать, как заводской цех. Но если люди добились какого-то результата, если они его внятно описывают, публикуют, глубоко в этой теме находятся, мне кажется, это здорово.

**– И в этом ключе работа с грантами – это правильно?**

– Это правильно. Есть два механизма финансирования. Первый – это раздать всем сестрам по серьгам и надеяться, что где-то что-то произойдет. Второй механизм – это все-таки конкурсное, грантовое финансирование,

когда приходит некая команда, которая говорит, что у нее есть потенциал сделать ту работу, которую нужно сделать. Мне кажется, что грантовое финансирование на конкурсной основе интереснее, оно более продуктивно. Я высказываю свое мнение, поскольку мы с этой частью не работаем непосредственно, но мне кажется, это наиболее правильный метод. И он похож на то, что происходит за рубежом.

**– Завершая разговор, хотела бы спросить, какими Вы видите глобальные вызовы, которые стоят сегодня перед страной?**

– Мне видится, что нам нужно достаточно четко определиться с тем, какое место займет наша страна в глобальном разделении труда. Хотим мы этого или нет, вопрос создания добавленной стоимости, которая определяет лидерство тех или иных государств, переместился из фазы создания материальных объектов в фазу создания интеллектуальных объектов. Тот, кто в состоянии сделать нечто и быстро воплотить это в жизнь, попадает в категорию стран, у которых более высокое, доминирующее положение на рынке. Если мы посмотрим на тот же Apple, его производство расположено не в Америке, но весь дизайн, вся начинка, все «мозги» располагаются именно там. И это касается 90%, то есть практически всей инновационной продукции. Поэтому для нас просто опасно продолжать находиться в углеводородной зависимости, не создавая новых предприятий с глобальными амбициями, тем более что такие компании у нас есть... Попытки есть, а вот скоординированных усилий не видно. Вот это есть, мне кажется, большая проблема.

**– А в чем наши сильные стороны?**

– Как и было всегда – у нас талантливые люди. По сути, у нас в конкурентных объемах (конечно, исключая нефть, газ и другие минеральные ресурсы) ничего другого нет.

**– Может, нужно попросить еще денег у государства?**

– Это бесперспективная история, она не масштабируется. Государство не должно включаться в эту гонку; оно по определению должно быть источником, который создает условия, инфраструктуру. Не финансирование. Государство должно создать такую среду, чтобы к нам пришли заинтересованные инвесторы, которые сегодня ищут проекты в других странах. Можно рассмотреть положительный пример инновационного центра «Сколково». Он создан как некий оазис, в который не проникают текущие формы регулирования предпринимательской деятельности по обычным российским меркам. Поэтому он столь привлекателен для стартапов. Поэтому лучше, чтобы сколковский опыт стал всепроникающим в остальные законодательные акты Российской Федерации в поддержку предпринимателей и инвесторов.