

ТАК ГОВОРИЛ НАСРЕДДИН

создав индустриальную экономику, советский союз долгие годы был одним из крупнейших поставщиков высоких технологий — пусть даже и в страны третьего мира. но сегодня, в постиндустриальный век, где тон задают инновационная экономика и гонка технологий, нам нечего особенно предложить миру. во-первых, не умеем продавать, а во-вторых, плохо понимаем реалии этого мира.

ЮРИЙ АММОСОВ

О Ходже Насреддине рассказывают, что некогда он занялся гончарным делом, но не смог продать ни одного горшка. Его неудачу покупатели ему объяснили просто: «Богатым подай серебро, / К чему им из глины добро? / Купили бы бедные люди, / Да что им держать в той посуде?»

Незадачливый Ходжа, сделавший товар для неплатежеспособных покупателей, очень напоминает многих российских технологических предпринимателей. На одной из венчурных ярмарок в Санкт-Петербурге выставлялась компания, которая изготавливала биодобавки для скота. От порошочка, который предлагала эта фирма, новорожденные телята быстро набирают вес. Но на вопрос «А в Евросоюзе это снадобье купят?» разработчики отвечали отрицательно. Дело, однако, не в том, что русским ученым было сложно получить одобрение брюссельских бюрократов — проблема оказалась намного проще. «Понимаете,— уточняли разработчики,— это специальная добавка, рассчитанная на очень слабых телят. От больных матерей. Такие задохлики-коровы только в России есть. У европейцев стадо здоровое, до такого состояния там коров не доводят. Поэтому и наша добавка им не нужна». А в России, разумеется, хозяйства, где скот болен и неухожен, просто не в состоянии позволить себе это лекарство, поскольку им не хватает денег и на насущные вещи — скажем, на починку коровника.

Другая компания, из Москвы, разработала насадку на рентгеновский аппарат для оцифровки изображений на рентгеновском аппарате, но не смогла продать ни одной. Насадка стоит \$40 тыс., а новый современный аппарат, в который эти и многие другие полезные новинки уже встроены исходно,— от \$60 тыс. Владелец компании утверждал, что у него устройства не приобретают потому, что здравуправления хотят получать откаты, но у посетителей выставки сложилось иное мнение: если у облздрава есть несколько десятков тысяч, он скорее купит новый и полноценный аппарат, чем потратит две трети суммы на довесок к старому.

Эти ситуации очень типичны: у многих российских технологических компаний разработки так и не превращаются в продукты из-за дефектов бизнес-планирования. Очень многие российские инновации изначально являются решениями «для бедных». Российские разработчики постоянно предлагают решения, основное достоинство которых состоит в том, что они являются полными (или даже неполными) аналогами чего-то еще, но стоят дешевле. Это, однако, совершенно неправильный путь. Все технологические успехи всегда были связаны с тем, что компания предлагала что-то принципиально новое по высокой цене, и лишь сняв сливки с рынка ранних adoptеров, снижала цены. Новая технология — это не обязательно экономия денег, но всегда новое качество жизни, за которое ее потребители и платят.

Ценовую конкуренцию закладывают в основу своей бизнес-модели не только русские — так же поступают индийские и китайские компании, но, в отличие от России, у них куда больше ресурс снижения цены. Владелец уже упомянутой рентгенографической компании признавал, что, переведя производство в Китай, сможет снизить цены куда резче, чем продолжая сборку в России, но тем не



Скульптура Веры Мухиной, символизирувшая достижение народного хозяйства, утратила ключевые элементы композиции. То же произошло и с российской наукой, обеспечивавшей те самые достижения

ФОТО АЛЕКСЕЯ КУДЕНКО

менее настаивал на необходимости государственной помощи ему как отечественному производителю. Такое отношение к себе также свойственно очень многим предпринимателям, которые воспринимают себя как великих творцов или благодетелей нации, а не тружеников, стремящихся улучшить жизнь других людей.

Понимание того, что технологии не бывают российскими и зарубежными, а едины для всего мира, российским разработчикам несвойственно. Технологическая заплатка на совсем древнюю технологию — типичный пример того, что подается как «уникальная для России технология». Конечно, у такого рода технологий есть свой рынок — например, индийцы известны своим опытом в области программирования для legacy systems, старых систем, установленных еще на заре компьютерной эры (таких много, например, в банках и страховых компаниях, бывших среди пионеров информатизации). Но и технологию-заплатку продать в России тоже не всегда реально. Один предприниматель, создав инжиниринговую компанию, рассчитывал, что, используя свои обширные связи с руководством крупной национальной компании, сможет продавать ей технологические инновации. Но бизнес не пошел. «Представляешь,— рассказывал он мне через два года, когда компания была уже закрыта,— я, во-первых, не представлял, какие невероятные откаты у меня потребуют. А во-вторых, даже это не помогло бы: у них просто не было системы для апгрейда, так как в советские годы ее просто конструктивно не предусмотрели. Все их хозяйство строили раз и навсегда — его технически нельзя апгрейдить. Просто нельзя. Только сломать, выкинуть и заменить целиком».

К сожалению, разработке технологии «для мира» препятствует не отсутствие технологической возможности, а отсутствие представления о потребностях мира. Проблема с российскими технологиями состоит в том, что они слишком часто растут из научно-исследовательских интересов разработчиков и очень редко — из запросов рынка. Но даже в том случае, если создатель технологической компании нацелится на глобальный рынок, ему очень сложно правильно определить там нишу для себя. Ведь знание рынка приходит не из книг и газет, а из профессионального опыта. Отечественный разработчик часто не владеет даже английским языком, мирового рынка не знает и изучать его порой не желает. Это иногда приводит к курьезам: разработчик уверяет, что его идея «не имеет мировых аналогов», а аналоги, уже превращенные из идей в готовые продукты, давно продаются на Горбушке.

Но где отечественному инженеру или ученому набраться этого опыта, не говоря уже о связях? Таких каналов проникновения опыта несколько, но ни один из них в России еще не функционирует как надо. В России работает только несколько лабораторий крупных технологических концернов (Intel, SUN, Motorola), а большая часть вендоров представлена офисами, которые занимаются лишь продажами готовых технологий. Собственный технологический экспорт российских компаний мал, большая его часть — это экспорт технологических услуг (таких, как офшорное программирование), а не технологий. Господствующая модель среди русских офшорников — все та же ценовая конкуренция. Более того, и за рубежом русские в технологическом бизнесе чаще ограничивают сами себя ролью не менеджеров, а инженеров, прячась от деловых решений. В этом их большое отличие от тех же индийцев, которые, приезжая в Силиконовую долину, очень быстро из инженеров становились менеджерами и предпринимателями.

Чтобы заниматься технологическим предпринимательством, к тому же ориентированным не на копеечный, но гарантированный, а мультимиллионный, но рискованный бизнес, предпринимателю недостаточно опыта. Кроме правильного видения и незаурядной смелости ему необходим еще и стартовый капитал. В условиях развитых стран стартовый капитал в малых количествах обеспечивают «ангелы» — в подавляющем большинстве уже состоявшиеся и состоятельные технологические предприниматели, а в крупных объемах — венчурные фонды. В России состоявшихся предпринимателей нет, а венчурные фонды хотя и существуют, но общий объем венчурных инвестиций минимален. В последние годы подавляющую часть денежных вложений в молодые технологические стартапы России обеспечили не отечественные, а зарубежные инвесторы. Крупнейшие действующие сейчас фонды тоже не российские, а американские — DFJ Nexus, Intel Capital.

Отечественные инвесторы не присутствуют в технологическом секторе отчасти потому, что не воспринимают его как реальную возможность заработать деньги, отчасти по причине того, что российский инвестор — частный подвид европейского инвестора. Повышенный консерватизм европейских управляющих деньгами играет с ними злую шутку. Американский венчурный капиталист и предприниматель Бандип Сингх Рагнар так описывает различия в принятии решений венчурными капиталистами США и Европы: в США задается вопрос, насколько велик рынок, который может радикально изменить эта компания, а в Европе — можно ли просчитать будущие денежные потоки. Разница в этих подходах привела к тому, что крупнейшая сделка в Европе до сегодняшнего дня продажа eBay Skure за \$4 млрд не досталась Европе. На нем заработал американский фонд — все тот же DFJ. Россия в этом отношении очень европейская страна.

Таким образом, в настоящий момент Россия стоит перед проблемой «курицы и яйца». В технологии не инвестируют, потому что нет сделок, сделок нет, потому что нет предпринимателей, предпринимателей нет, потому что нет стартапов, а стартапов нет, потому что нет инвесторов.

А сказочный Ходжа Насреддин в свое время поступил как настоящий инноватор и предприниматель. Когда горшки не пошли, он разбил их вдребезги и продал смолотую керамику как порошок от мышей. Те же богачи, которые не брали горшки целыми, раскупили мешок глиняной пыли за час. Разумеется, на следующий день все покупатели явились с рекламациями: мыши не дохли. «А как вы применяли порошок?» — спросил их Насреддин. Узнав, что порошок был рассыпан по углам, он объяснил им, что порошок применялся неправильно и предложил уплатить ему за обучение правильной технологии травли мышей. Когда все внесли деньги за консалтинг и техподдержку, Ходжа прочитал краткую лекцию: «Под утро, часов этак в пять, / Мышь надо руками поймать. / Затем, приподняв на вершок, / Насыпать ей в рот порошок».

Ходжа Насреддин, безусловно, был прародителем всех разработчиков высоких технологий. И мудрых, и не очень. ■

НОВАЯ ТЕХНОЛОГИЯ —
ЭТО НЕ ОБЯЗАТЕЛЬНО
ЭКОНОМИЯ ДЕНЕГ, НО ВСЕГДА
НОВОЕ КАЧЕСТВО ЖИЗНИ,
ЗА КОТОРОЕ ЕЕ ПОТРЕБИТЕЛИ
И ПЛАТЯТ



ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА