

СПРОС РОЖДАЕТ УВАЖЕНИЕ

ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ИННОВАЦИЙ ПРИОБРЕТАЕТ УГРОЖАЮЩИЕ МАСШТАБЫ. СИТУАЦИЮ УСУГУБЛЯЮТ ИГРОКИ ОТРАСЛИ, КОТОРЫЕ БОЙКО РАПОРТУЮТ О НЕВЕРОЯТНЫХ УСПЕХАХ, НО ПОКА НЕ МОГУТ НИ ПРЕДЪЯВИТЬ МАССОВОМУ ПОТРЕБИТЕЛЮ КОНЕЧНЫЙ ПРОДУКТ СВОЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, НИ ТОЛКОВО ОБЪЯСНИТЬ ЕЕ СУТЬ.

ОЛЬГА ИЛЬИНА

ГОЛ В СВОИ ВОРОТА Жители России с удовольствием покупают последние разработки зарубежной инновационной промышленности, прекрасно разбираются в используемых там технологиях, готовы часами обсуждать их преимущества и недостатки. Но как только речь заходит о российских инновациях, ажиотаж потенциального юзера моментально сходит на нет. Рассуждения об отечественных высокотехнологичных изобретениях, как правило, вызывают зевоту, а приставка «нано» — ухмылку. Среднестатистический россиянин по умолчанию считает, что отечественные компании не в состоянии производить инновационные продукты. Игроки отрасли жалуются, что подобные настроения растут в геометрической прогрессии. «Мы действительно отстаем в науке, уровне технологической и инженерной культуры, умении использовать инновации в конкурентной борьбе», — говорит управляющий директор «Роснано» Александр Кондрашов. — Но надо понимать, что место России в мире напрямую зависит от преодоления технологического разрыва с ведущими странами». Участники индустрии уверены, что для позитива прошло слишком мало времени. «Построение инновационного сектора экономики — это не футбольный матч с определенным количеством таймов и одним победителем. Еще не накопилось критической массы успешных проектов, чтобы общественность поголовно поверила в российские инновации», — рассуждает директор фонда «Сколково» по внешним коммуникациям Александр Чернов. В неформальных беседах инноваторы списывают массовую иронию на национальное самодество — убеждение, что в России своими руками ничего хорошего сделать не могут, а также на низкий уровень образования и миропопимания, который не позволяет обывателям понять принципы устройства технологической экономики.

Но как бы ни был далек от прогресса среднестатистический россиянин, у него в этом споре есть неоспоримый аргумент. За последнее десятилетие граждане РФ

никак не ощутили на себе влияние прорывных технологий отечественного происхождения. По словам генерального директора компании Fast Lane Ventures Марины Трещовой, наши сограждане не имеют львиной доли тех сервисов и продуктов, которые уже давно доступны западным потребителям в различных областях жизни, — банкинга, электронной коммерции, доставки товаров, электронных платежей и т. д. «Отечественная промышленность фактически не производит инновационной продукции, а то, что выпускает, настолько проигрывает зарубежным образцам, что ни о какой конкуренции не может быть и речи. Так что люди могут реально оценить, насколько успешны результаты нашей инновационной политики», — резюмирует президент Национальной ассоциации инноваций и развития информационных технологий Ольга Ускова.

Тем временем игроки индустрии выбиваются из сил и бюджетов, стараясь сделать из российских инноваций полноценный бренд: проводят конференции, семинары, кампании в блогах и соцсетях, работают со школьниками и студентами. Корпорации выделяют миллионные маркетинговые бюджеты на поддержку своего имиджа. Но от этого становится только хуже. «Пресс-службы, выдающие желаемое за действительное, рассказывающие о своих проектах с бьющим через край оптимизмом, не делая при этом различий между „это есть сейчас“ и „это будет возможно через хх лет“, только усиливают градус обывательского скепсиса», — говорит вице-президент по корпоративным коммуникациям «Ситроникс» Ирина Ланина. — Намеренно дезинформировать „широкие массы“ в надежде на то, что никто не понимает технологических тонкостей, нельзя, ведь на каждую технологию в рунете всегда найдется достаточно компетентных людей». В результате блогеры и журналисты «по достоинству» оценивают крупные технологические инициативы, превращая в жесткую пародию, например, презентацию смартфона и планшетника российского производства.

НЕ ВИДИМЫЕ МИРУ ГРЕЗЫ Основная причина скептического отношения россиян к отечественным разработкам заключается в неверно выстроенном ассоциативном ряду. Инновации в нашей стране прежде всего ассоциируются с непрозрачными госкорпорациями, абстрактными технологическими изобретениями, бизнес-инкубаторами, где непонятно что происходит и куда потом уходит. Вместо пространного видеоряда с лабораториями и формулами «лицом» российских инноваций должны стать люди и имена успешных компаний, построенных на применении изобретений. «Из-за того что пока ожидания значительно превосходят результаты, инновации воспринимаются как какая-то блажь. Если, например, в США инновации — это успех Google и Facebook, а что у нас? „Газпром“? „Лицом“ наших инноваций должны стать такие люди, как Аркадий Волож, Юрий Мильнер, Евгений Касперский», — рассуждает директор департамента развития и коммуникаций Российской венчурной компании Евгений Кузнецов.

Тем временем только за этот год прошло больше десятка серьезных венчурных сделок — например, инвестфонды RussiaPartners, BaldertonCapital и BessemerVenturePartners вложили \$55 млн в онлайн-магазин KupiVIP, российское туристическое интернет-агентство Travelmenu привлекло \$1,6 млн инвестиций от венчурных фондов Almaz Capital и Runa Capital. Но эти сделки не бросаются в глаза, информации о них нет на первых полосах газет, она публикуется только в специализированных изданиях. «Таким образом, инновации оказываются вне экономического мейнстрима и в ближайшее время вряд ли там будут, хотя их количество составляет десятки, и это уже достижение для России», — рассуждает Александр Семенов, старший преподаватель НИУ-ВШЭ.

Развитие инновационной экономики сдерживает и активно поддерживаемый на уровне государственной пропаганды стереотип о том, что инновации — это обязательно новые технологические изобретения. «Если

инновация, то это что-то из области космических разработок, био- или нанотехнологий. А все, что связано с этими областями, долго, дорого и не всегда с предсказуемым результатом. А когда много слов и не очень много дела — откуда возьмется доверие? Роль инноваций в обществе измеряется не только количеством патентов, затрат на НИОКР или технопарков. Многие страны успешно растут за счет нетехнологических инноваций: маркетинговых, производственных, управленческих», — говорит госпожа Ланина.

Так или иначе, развитие настоящих инноваций не зависит от настроений в обществе и публичности. «Если какая-то русская команда делает вменяемый стартап, то терминология „изобретение“ оперативно доводится до рыночной готовности и выводится на рынок как „продукт“, а дискурс про „инновации“ если и возникает, то как раз в ироническом ключе или в ракурсе заигрывания с государством. Мне кажется, в кооперативную эпоху мы это все уже проходили с перестройкой, на фоне которой серьезные люди просто основывали бизнес и занимались им, не играя в слова», — говорит основатель стартапа Thalient Interfaces Антон Уткин.

Эксперты жалуются, что тему инноваций «заболтали» с высоких трибун, превратили в своего рода хрущевскую кукурузу. Учитывая, что именно власть старается продвигать идею инноваций, а у нас принято сомневаться в государственных инициативах, инновации вызывают двойной скепсис.

«Поэтому основной потенциал в этой области прежде всего есть у небольших мотивированных инновационных компаний, которых уже немало. Существуют фонды, которые поддерживают их достижения, но яркие истории все еще редкость», — говорит Сергей Шилов, управляющий партнер и основатель компании AT Consulting. — Несмотря на недостаточные инвестиции у нас есть свои успехи, и я уверен, что снять аналог фильма „Социальная сеть“ про историю российских инноваций можно уже сейчас». ■

ПРЯМАЯ РЕЧЬ ВЫ РОССИЙСКИЕ ИННОВАЦИИ ВИДЕЛИ?

Наум Мардер, замминистра связи и массовых коммуникаций России:

— Да, например, системы связи с шумоподобными сигналами, на которых базируются многие технологии, изобретены в России. Кроме того, 90% спутников связи и вообще спутников выводятся российскими ракетоносителями. Этот список можно продолжать довольно долго. Телеком быстро развивается — и во многом благодаря усилиям российских новаторов.

Игорь Ануфриев, генеральный директор российского корпоративного офиса EATON:

— За последние годы в России мы видели не так много по-настоящему инновационных идей, тем более таких, которые бы прошли путь от концепции до конечного потребителя. На этом фоне выделяется «Ё-мобиль». Несмотря на то что есть некий скептицизм в оценке этого проекта, идея, безусловно, интересная. «Ё-мобиль» — это не только поддержка экологии, интеграция в общемировые тенденции, но и перспективная бизнес-модель: строительство сборочных модулей в российских регионах по согласованию с местными властями. Инновации достаточно комплексный по своей природе феномен, который

требует структурированной и систематической поддержки (как финансовой, так и правовой) государством и бизнесом. Стратегия такого развития при этом не должна ограничиваться только Москвой и Санкт-Петербургом.

Виктор Ерофеев, писатель:

— Нет, не видел. Русский человек очень талантлив, но поскольку наша система не талантлива, то происходит сбой между попыткой инноваций и системой, которая их просто не может принять. Но когда смотришь на американские или швейцарские инновации, то узнаешь, что именно русские ребята их изобрели и внедрили. К сожалению, наши инновации возникают только за рубежом, но называются они уже по-другому. Наше болото коррупции и жесткость системы невозможно сочетать с инновациями, которые предполагают гибкость и инициативность.

Василий Прутковский, старший вице-президент — исполнительный директор ОАО «НПК „ИРКУТ“»:

— Ответ неочевиден. В целом по стране инноваций мало, сферы, где их можно найти, — ВПК и авиастроение. Именно в этих отраслях они есть и по некоторым характе-

ристикам считаются передовыми. Например, самолет Superjet. Многие летчики, имевшие опыт управления «Боингами» и «Эйрбасами», после знакомства с российским самолетом говорят, что он лучший в мире по системе управления. Эти инновации не видны: они спрятаны под обшивкой самолета, но это настраивает на оптимизм. И Superjet лишь один в ряду перспективных инновационных проектов. Везде, где высококвалифицированные кадры могут работать за высокую зарплату и в хороших условиях, рано или поздно начнут появляться инновации.

Геннадий Зюганов, лидер КПРФ:

— Видел, но нашему правительству они не нужны, поэтому широкой аудитории неизвестны. Летом я был на одном российском авиационном заводе, где конструкторы провели испытания уникального двигателя, который минимум на десять лет опережает все аналогичные изделия. Но для того чтобы внедрить эту уникальную технику, им пришлось обращаться за помощью ко мне с тем, чтобы я передал документы главе государства. Но не у всех наших ученых есть возможность обратиться за помощью к депутатам или чиновникам. А без поддержки они сами ничего сделать не смогут.

Кирилл Томашук, председатель совета директоров компании «ЭПОН»:

— Внедренных в России не видел. За последние 20–30 лет ничего глобального не случилось. Идеи российских ученых внедряются за рубежом. Исторически и географически получилось так, что в России не сформировались механизмы внедрения новых продуктов и технологий в сферу потребления. Сегодня государство вкладывает много средств в научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы, старается поддерживать новаторские проекты на стадии пилотного производства. Но роль государства не может этим ограничиваться. Нужна государственная поддержка инновационной продукции непосредственно при выводе ее на рынок. И важно здесь не потерять темп. В условиях глобальной конкуренции жизненный цикл большинства товаров и услуг, основанных на инновационных разработках, стал гораздо короче в последние годы. Как показывает опыт других стран, такая поддержка может осуществляться двумя способами. Первый — это использование рычагов рыночного регулирования: законы, технические стандарты, тарифная политика, грамотное налогообложение и да-

же формирование моды на новую продукцию. Второй — китайский, командно-административный. Какой метод возобладает в России? Недавно пришедшая новость о том, что Минпром предложил заменить транспортный налог — с лошадиных сил — на экологический, говорит о рыночном способе. Но китайский способ, по-моему, не стоит сбрасывать со счетов.

Александр Конопасевич, председатель совета директоров плюс-банка:

— Мы пытаемся строить рынок, вечно придумываем что-то свое и не хотим смотреть на опыт развитых стран. Например, одна их русских инноваций — это разрешительные процедуры для бизнеса. Наши предприниматели для открытия какого-то объекта, для строительства дорог или оформления недвижимости, для регистрации залогов вынуждены собирать подписей в десятки раз больше, чем в европейских странах. И при этом все говорят об инновациях. А китайцы, например, не задумываются, китайские у них инновации или нет, берут лучшее в мире и внедряют у себя. Поэтому я даже не хочу, чтобы у нас были российские инновации.