

ЭКСПОРТ ИНТЕЛЛЕКТА

ВЫХОД НА ЗАРУБЕЖНЫЕ РЫНКИ — ЭТО ВСЕГДА ЗАХВАТ ЧУЖОЙ ТЕРРИТОРИИ. ПРИЙТИ С МИРОМ ПОЗВОЛЯЮТ ТОЛЬКО ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОДУКТЫ ИЛИ УСЛУГИ, ВЕДЬ ИХ РЫНОК ЛИБО ФОРМИРУЕТСЯ, ЛИБО ЕЩЕ НЕ НАСЫЩЕН.

ГЕННАДИЙ БЕЛЯКОВ

Для российских компаний в этом плане есть ряд трудностей, одна из них — образ страны-экспортера сырья, а не продукции. В то же время существуют и полезные стереотипы: Россия воспринимается многими как источник работников умственного труда. Несмотря на связанную с этим «утечку мозгов», продажа интеллектуальной собственности «от производителя» оказалась одним из наиболее простых способов выйти на международный рынок. Среди востребованных на Западе продуктов можно назвать средства информационной защиты, машинного перевода и распознавания текстов.

Трудно сказать, к счастью или к сожалению, но в момент, когда компании из обозначенных сфер делали свои первые шаги, для их продукции российского рынка фактически не существовало. По словам Натальи Касперской, генерального директора InfoWatch и председателя совета директоров «Лаборатории Касперского», с продажами антивируса Касперского на Запад выходили в 1994 году вынужденно. «На рынке софта в России процветало пиратство, которое настолько затрудняло продажи программных продуктов, что даже не позволяло прокормить группу программистов. Поэтому мы пошли на риск и решили продавать свою продукцию за границу», — рассказывает она.

ЗАЩИТА БЕЗ ГРАНИЦ Наталья Касперская имеет редкую возможность сопоставить опыт того времени с современными реалиями. Дочка «Лаборатории Касперского», компания InfoWatch начинает международную экспансию с программным продуктом для защиты конфиденциальной информации от утечек. При этом полностью повторяет прежний путь выхода на иностранные рынки теперь кажется нецелесообразным. Так, в InfoWatch распространением будут заниматься собственные сотрудники, нанятые за рубежом, в то время как антивирусные продукты начинали продавать через партнеров, на поиск которых ушло тогда порядка 2–3 месяцев.

«Выходить на Запад с „Лабораторией Касперского“, нам никто не помогал, — вспоминает госпожа Касперская. — InfoWatch в этом смысле повезло больше. Мы начинаем ощущать поддержку государства: например, ведется работа по предоставлению экспортных льгот российским разработчикам программного обеспечения, и мы благодарны правительству за то, что оно обратило внимание на проблемы нашей отрасли. Кроме того, российские софтверные компании недавно объединились в ассоциацию (АРПП — Ассоциация разработчиков программных продуктов) в том числе и с целью усиления позиций российских компаний на международном



ВЫХОД НА ЗАРУБЕЖНЫЕ РЫНКИ ТРЕБУЕТ ОТ МЕНЕДЖЕРОВ ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНЫХ КОМПАНИЙ НЕ ТОЛЬКО ГЛОБАЛЬНОГО ВЗГЛЯДА НА ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПРОДУКТА ИЛИ ТЕХНОЛОГИИ, НО И КОНКРЕТНЫХ НАВЫКОВ БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ

рынке». Однако к сторонней помощи Наталья Касперская относится с некоторым сомнением. Опыт ее общения с торговыми ассоциациями и промышленными палатами не выявил особых преимуществ, которые могла бы получить участвующая в подобных организациях компания в международной торговле.

ПЕРЕВОД НАОБОРОТ Другой пример успешного экспорта продуктов и технологий — компания ПРОМТ. Возникшая на волне кооперативного движения фирма занималась разработками в области машинного перевода. Плодом труда коллектива разработчиков стала систе-

хватили иностранные производители, но в корпоративном сегменте успешно развиваются российские производители. Почему так?

Все дело в отечественном менталитете. «Часто мы сравниваем пробег по одометру и по спутникам — плюс-минус 30 процентов встречается сплошь и рядом, — рассказывает исполнительный директор и совладелец компании «Русские навигационные технологии» (РНТ) Иван Нечаев, — Наши кулибины поставили обман на поток, на радиорынках можно купить прибор, которые позволяют накручивать пробег. Европейцам такое и не снилось».

РНТ занимается разработкой и продвижением системы мониторинга «АвтоТрекер», позволяющей следить в режиме онлайн за передвижениями автотранспорта и его состоянием с помощью спутников GPS и «Глонасс». По планам компании, выручка в 2009 году составит 200 млн рублей.

Кризис рынку контроля за транспортом ничем — чем хуже ситуация в отрасли, тем больше желающих воровать. В итоге рынок удваивается ежегодно, на него постоянно выходят все новые игроки. Так что РНТ, которая, по собственным подсчетам, лидирует на рынке, столкнулась с любопытной проблемой — как не отстать от бурно растущего спроса.

«Просто реинвестируя прибыль, мы бы неминуемо отстали от рынка, а привлекать кредитные ресурсы было тяжело — банкам наш бизнес непонятен, закладывать специфическое оборудование трудно, так что венчур оказался единственным выходом», — рассказывает Иван Нечаев.

В сентябре 2008 года РНТ привлекла 170 млн инвестиций «ВТБ-Фонд венчурный». Деньги пошли на создание сети из 12 региональных представительств в России и СНГ, расширение производства (год назад в компании работало 30 человек, сейчас более 120) и новые разработки. РНТ выпускает как «железо», так и «софт», но новые разработки связаны в основном с «софтом». К примеру, РНТ научилась встраивать навигационные элементы в системы автоматизации предприятий (1С, SAP и другие).

«Умные» системы борются не только с воровством, они способны здорово сократить издержки. К примеру, специальные датчики отслеживают не только перемещение контейнеров, но и температуру окружающего воздуха. Если температура повышается, датчик автоматически включает генератор и охлаждает контейнер. Это актуально, например, при перевозках скоропортящихся грузов.

РНТ еще в прошлом году была совсем небольшой компанией, созданной группой энтузиастов, выпускников МИФИ. После того как в капитал вошел ВТБ, собственникам пришлось перестраивать свой бизнес — раньше до корпоративного управления у них руки не доходили. «Когда ты выбираешь — вывести новый продукт или инвестировать деньги в корпоративное управление и отчетность, то склоняешься к тому, что очевидно и сразу принесет деньги — новый продукт», — рассказывает Нечаев. Привлечение венчурных инвестиций стало для компании стимулом упорядочить свою работу.

У владельцев РНТ остался контрольный пакет и, соответственно, право решающего голоса, но они им еще ни разу не воспользовались. «У нас взгляд замыленный немножко. И внешняя точка зрения про-

фессиональных экономистов не помешает», — считает Нечаев.

ХИМИЧЕСКИЕ ТОНКОСТИ Управляющий директор фонда «Биопроектс Кэпитал Венчурс» Василий Костяновский летает в Пермь каждый месяц, иногда не по одному разу. Мало того, что Василий возглавляет совет директоров Пермской химической компании (ПХК), так еще и нередко участвует в переговорах с важными клиентами.

«Наш принцип — глубоко погружаться в дела компаний, в которые мы инвестировали деньги. Проекты все инновационные, риски специфические, и на их будущее может повлиять даже незначительный, на первый взгляд, фактор», — рассказывает Василий. К примеру, неудачно проведенные клинические испытания способны поставить крест на перспективном фармацевтическом проекте.

Василий Костяновский — химик по первому образованию. «Это позволяет точнее понимать, что происходит с компанией. Мы с владельцами ПХК говорим на одном языке», — рассказывает инвестор.

Контрольный пакет небольшой Пермской химической компании (ее выручка в 2008 году составила 200 млн рублей) «Биопроектс Кэпитал Венчурс» выкупил год назад. Фонд специализируется на инвестициях в химическую отрасль и биотехнологии. А ПХК как раз разрабатывает и выпускает продукцию тонкой фторной химии, так что ученым-разработчикам удалось заинтересовать инвесторов.

Правда, все планы очень быстро рушились — кризис внес в сотрудничество коррективы. Фторные соединения используются в различных отраслях — микроэлектронике, фармацевтике, полимерной промышленности и др. Изначально ПХК нацелилась на рынок химикатов для микроэлектроники, где главными потребителями являются производители микрочипов из Юго-Восточной Азии. Но вот незадача — с началом кризиса производство на этом рынке упало почти в два раза, основные игроки резко уменьшили закупки инновационных продуктов, которые выпускает ПХК.

«Произошло резкое изменение конъюнктуры. Все договоренности и бизнес-план, который мы согласовали перед сделкой, потеряли актуальность, — вспоминает Василий Костяновский, — Пришлось и нам, и менеджерам ПХК, вновь погрузиться в анализ рынка».

Погружение принесло свои плоды — совет директоров ПХК принял решение переориентироваться на смежный рынок субстанций для фармацевтики. Рынок лекарств пострадал куда меньше, чем рынок микроэлектроники, а в последнее десятилетие сложные фторсодержащие химические соединения стали доминировать среди субстанций современных фармацевтических препаратов. К тому же субстанции востребованы в рамках популярных программ импортозамещения. Так что сейчас в компании утверждается новый бизнес-план, где упор сделан именно на фармацевтику.

«Обычно у нас действует правило „одна компания — один проект“, а ПХК нетипичный венчур — это целый кластер продуктов, объединенных менеджментом и общей технологической компетенцией компании», — рассказывает господин Костяновский. Похоже, такая универсальность компании в кризис и спасла. ■