

# КОММЕРЦИАЛИЗАЦИЯ РАЗРАБОТКИ – КУДА ИДЕМ?

## ВЗГЛЯД ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ

В.Скорлыгин

**Перед любым участником инновационного бизнеса рано или поздно встает вопрос о перспективах этого вида деятельности. В силу конфиденциальности истинные объемы сделок, как правило, не разглашаются, и прогноз на основе анализа тех или иных статистик затруднителен. Однако при отсутствии объективных показателей ценны даже экспертные оценки, и если эта статья послужит основой для каких-то умозаключений предпринимателя, автор будет считать, что поработал не зря.**

К началу 90-х годов трудами российских и советских разработчиков был накоплен огромный нереализованный научно-технический потенциал, составляющий, по разным оценкам, от 80 до 200 млрд. долларов США. Но данный продукт является скоропортящимся – амортизацию (старение) научных результатов можно примерно оценить как 25% в год. За последние 3–4 года инновационный бизнес получил существенное развитие, сформировалась отрасль консалтинговых услуг. Наконец, разработчики в основной своей массе поняли, что процесс научного творчества и технология продажи его результатов – совершенно разные вещи.

### РЫНОК ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Рынок предложения представляет собой сегодня в основном наследие науки советских времен – т.е. примерно 10-летней давности. Приняв за основу упомянутую выше величину накопленного потенциала, теоретический объем продаж можно грубо оценить как  $80 \cdot (1 - 0,25)^{10} \approx 4,5$  млрд. долл. Цифра, вроде бы, и большая, однако из нее надо вычесть то, что никогда не достанется частному предпринимателю. Это, во-первых, те самые 25%, на которые интеллектуальный продукт подешевеет уже через год. Во-вторых, это "суверенная доля" – и очень большая! – специализированных структур, торгующих оборудованием и технологиями в областях двойного назначения. А ведь именно эти разработки были наиболее продвинутыми в эпоху "холодной войны". Кроме того, каждый работающий в государственных НИИ знает, что контроль за реализацией научно-технических идей со стороны государственных организаций в последнее время все ужесточается. Декларируется и официальная точка зрения о "приоритете инновационного пути развития" (см., например, материалы последнего Общего собрания Российской академии наук). Но это, конечно, не более чем декларация – чиновник по самой своей природе враждебен инноваторской деятельности. Внедрение разработок всегда будет делом частной инициативы, однако с этими обстоятельствами и с упущенным в результате временем необходимо считаться.

Правда, есть повод и для оптимизма. М.М.Касьянов в своем выступлении в ноябре прошлого года подчеркнул, что государство бу-

дет поощрять инновационную деятельность индивидуальных разработчиков даже в том случае, если разработка сделана за госбюджетные средства и в рабочее время. Как указал Председатель Правительства, государство не стремится вернуть деньги, затраченные на НИР, поскольку заинтересовано в увеличении занятости и получении налоговых поступлений с реализованных разработок. (Более подробно см. Распоряжение Правительства РФ об утверждении "Основных направлений реализации государственной политики вовлечения в хозяйственный оборот результатов научно-технической деятельности" №1607-Р от 30.11.2001.) Однако до сих пор не приняты подзаконные акты, предусмотренные частью 4 данного документа и фактически устанавливающие правила игры с государством.

Ощутимое влияние на деятельность инновационных предпринимателей (в том числе индивидуальных владельцев разработок) оказывают появившиеся в последнее время многочисленные иностранные компании, ориентированные на коммерциализацию НИР и ОКР, – заметны, например, Jastero Trading (Япония), Российский Культурный центр (Республика Корея) и др. Активны также наши бывшие соотечественники, живущие ныне в США и Израиле и представляющие компании этих стран. Как правило, они обладают возможностями финансирования не только ОКР, но и НИР. Все эти обстоятельства заставляют предпринимателя задуматься о перспективах инновационного бизнеса, поскольку поле для работы неуклонно сужается.

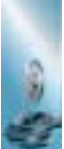
### РЫНОК СПРОСА И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОГО БИЗНЕСА

Рынок спроса остается, в основном, ориентированным на зарубежного покупателя. Он традиционен для каждого инновационного агентства. Для нашего, например ([www.ictc.ru](http://www.ictc.ru)), это Германия, Тайвань, Республика Корея; для Фонда Высоких технологий – США и т.д. Причем каждое инновационное агентство, уже занявшее рыночную нишу, развивает контакты со своими традиционными клиентами – расходы по вступлению на рынок велики.

Как отмечалось выше, нынешний этап инновационного бизнеса характеризуется следующими особенностями:

- предложение формируется из остатков достижений советских времен и имеет несомненную тенденцию к снижению;
- число компаний, работающих на рынке инновационных услуг, все время возрастает;
- на российском инновационно-технологическом рынке появляются новые игроки, обладающие значительными финансовыми ресурсами.

Эти особенности заставляют каждое агентство принимать меры к привлечению новых клиентов. Широко распространена практика бесплатной оценки эффективности проектов, предоставления



**Рис. 1. Схема работы Участника Проекта ИнКоТех**

на выгодных условиях услуг по их продвижению и пр. Наиболее характерные примеры – [www.sciteclibrary.ru](http://www.sciteclibrary.ru) и [rusintellect.ru](http://rusintellect.ru); таких фирм уже довольно много. Приходится констатировать, что конкурентная борьба становится более напряженной. Она усиливается и из-за того, что в стране стало ощутимо больше свободных денег. Финансовые структуры ищут коммерчески выгодные инвестиционные проекты, обращая при этом внимание и на технологическую сферу.

Однако при сохранении нынешних тенденций работа на данном рынке не имеет перспектив – нам вскоре просто будет нечего продавать. Чтобы переломить ситуацию, нужен новый подход – создание условий для воспроизводства научного потенциала и разработки новых технологий в нынешних условиях скудного государственного финансирования. Этот подход видится в развитии инновационного бизнеса до уровня заказчика прикладных НИР для промышленности. Необходимой предпосылкой реализации этой стратегической задачи должны стать следующие шаги:

- объединение усилий частников технологического бизнеса по продаже технологий на добровольной и взаимовыгодной основе;
- информационно-рекламная акция в поддержку такого объединения;
- создание единого консультационного пространства для заказчиков и разработчиков технологий.

Возможен и другой вариант развития событий – создание узкоспециализированного агентства, успешно работающего в тематической связке с наукой и производством. Таких успешных структур, к счастью, становится все больше.

## ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННАЯ ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ СЕТЬ (ИНКОТЕХ)

На нашем предприятии выработана определенная концепция развития инновационного бизнеса, получившая поддержку Правитель-

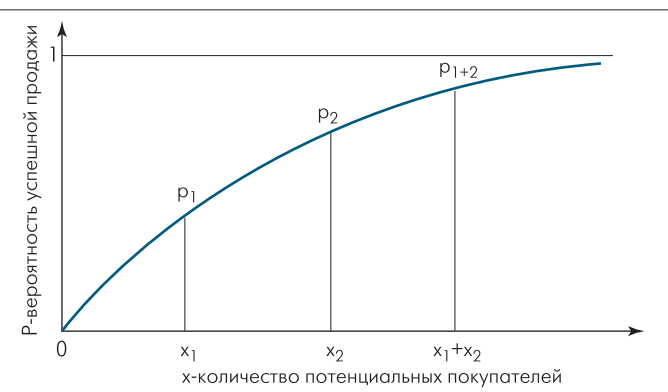
ства Московской области. Это – комплект программно-аппаратных и юридических средств для добровольного объединения инновационных предпринимателей в единую информационно-технологическую структуру (рис. 1). В отличие от других, сеть ИнКоТех не предполагает центрального звена и функционирует по следующим правилам:

- Участники Проекта договариваются о формате описания инновационно-технологических разработок и в дальнейшем используют только его для размещения данных в общем поле инновационно-технологических разработок;
- при достижении реального результата Продавец (из Участников Проекта) получает от Владельца разработки заранее оговоренное комиссионное вознаграждение;
- остальной мир (потенциальные покупатели) имеют доступ только к основным (заранее оговоренным) характеристикам разработки, подробную информацию Покупатель получает от Участника Проекта на коммерческой основе.

Как это все должно работать? Пользователь из Интернета видит на сервере Участника Проекта общедоступную информацию о разработке: название, область применения, эффект от внедрения, предложения к партнеру. При запросе дополнительной информации от потенциального Покупателя Участник входит в базу (этот факт фиксируется в специальном журнале), запрашивает у Владельца необходимые сведения и отвечает Покупателю, действуя в соответствии с агентским договором, заключенным в рамках Проекта.

Что получают участники Проекта? Владельцы разработок расширяют рынок продаж пропорционально количеству участников Проекта. Все участники Проекта получают новые разработки, не тратя времени на их экспертизу, которая является самым непроизводительным и рискованным этапом продвижения разработки. Кроме того, их ожидаемый доход увеличивается: если для компаний "1" и "2" существует, соответственно,  $x_1$  и  $x_2$  потенциальных покупателей, то ожидаемый объем продаж  $E_1$  и  $E_2$  разработок общей стоимостью  $C_1$  и  $C_2$  можно грубо оценить как  $E_1 = P_1 C_1$ ,  $E_2 = P_2 C_2$ , где  $P_1$  и  $P_2$  – вероятность успешной продажи для компаний "1" и "2", соответственно. Вероятность успешной продажи  $P$  пропорциональна числу потенциальных покупателей (рис. 2). При объединении усилий компаний можно ожидать, что дополнительный доход компании "1" составит (в грубых линейных приближениях)  $\Delta E_1 = (P_{1+2} - P_1)C_1 + KP_1 C_2 \geq 0$ , где  $K$  – процент комиссионного вознаграждения. Вдобавок, синергетический эффект от объединения усилий ученых и инженеров различных отраслей российской науки и промышленности может быть самым неожиданным.

Мы понимаем, что для успеха Проекта необходимо решить целый ряд задач. Аппаратные проблемы, скорее всего, не возникнут,



**Рис. 2. Зависимость вероятности удачной продажи  $P$  от числа потенциальных покупателей  $x$**

