

ИННОВАЦИИ



Сергей Исаев

«Проблема электрохимический коррозии трубопроводов в России известна уже десятки лет. А европейцы столкнулись с ней относительно недавно. В этом смысле мы опережаем европейцев и американцев. Последние, вообще, мало уделяют внимания электрохимической защите», — объясняет Редекopf секрет успеха российских разработчиков.

Ещё одна разработка — полимерные анодные заземлители. В них нет ни грамма металла. То есть это токопроводящие полимеры — инновационная разработка с применением нанотехнологий, настоящее «прорывное» решение. Разработчики дают гарантию на свои изделия — 120 лет. При этом расчёты показывают, что заземлитель может работать и гораздо дольше, исключая коррозию на объекте, где он установлен.

Перспективное будущее есть и у изделия с интригующим названием «жертвенный анод». Небольшой прибор крепится под кузов автомобиля и в течение многих лет защищает металл от коррозии, отдавая ему свой потенциал, тем самым принося себя в «жертву» антикоррозийной устойчивости автомобиля.

Продукция «Корпорации ПСС» востребована в «Газпроме», «Роснефти», «Транснефти», энергетических компаниях. Почти вся она раскупается за пределами Пермского края.

Но инноваторы корпорации и её партнёры уже сегодня выходят за

рамки своей «исторически сложившейся» электротехнической деятельности.

По мнению Редекopf и его коллег, стоя на пороге перехода к шестому технологическому укладу, где наиболее ожидаемы «прорывы» не только в ИТ-технологиях, но и в биотехнологиях, оборонке, электрохимии, следует как можно более активно поддерживать инноваторов и изобретателей. Искать местных кулибиных, помогать им доводить до ума идеи, определять рыночную стоимость и патентовать, защищая интеллектуальную собственность.

Пусть до промышленного образца дойдёт лишь одна идея из сотни, а «выстрелит» одна из тысячи — имен-

«Проблема электрохимический коррозии трубопроводов в России известна уже десятки лет. А европейцы столкнулись с ней относительно недавно. В этом смысле мы опережаем европейцев и американцев»

но она даст сотни тысяч процентов «добавленной стоимости» и окупит все затраты. Достаточно вспомнить первые видеоманитофоны, которые продавались по цене автомобиля.

Для этого Александр Редекopf, его партнёр Сергей Исаев и ряд других энтузиастов создали «Международную биржу коммерциализации инноваций» (МБКИ).

Инновации и имитации

МБКИ впервые прогремела на центральных телеканалах в 2012 году, когда провела первый в России Евразийский аукцион интеллектуальной собственности. Было продано несколько лицензий, заключены лицензионные договоры.

Редекopf и Исаев убедительно доказывают, насколько недооценён в России этот потенциал. По их подсчётам, основанным на опыте таких стран, как США, Израиль или Южная Корея, ВВП нашей страны (и Пермского края) можно увеличить как минимум на 30%, если научиться вовлекать в хозяйственный оборот объекты интеллектуальной собственности, начать торговлю лицензиями, оценивать патенты, страховать их. Для этого нужно пропагандировать идею полезности и важности инноваций, воспитывать предпринимательский дух, считают основатели МБКИ. Но при этом те же телеканалы, являющиеся главным инструментом пропаганды, не всегда становятся лучшим проводником инноваций.

Во-первых, есть объективная причина: специфика жанра. Иные инновационные продукты — скажем, те же полимерные анодные заземлители компании Редекopf — не всегда визуально привлекательны и дают красивую картинку. Это не робот и не «трамвай будущего», представленный на «Иннопроме».

Куда понятнее был сюжет на ТВ про другую «социальную» новинку от МБКИ — прибор, позволяющий слепым людям ориентироваться в городском пространстве: подсказывающий, сколько сдачи дала продавщица, какой номер автобуса подходит к остановке, предупреждающий о препятствиях и пр.

Во-вторых, центральные телеканалы больше ориентированы на государственные установки в области инноваций. То есть больше показывают то, что поддерживается государственными программами и бюджетными деньгами.

«Привычка получать 100 рублей гарантированных грантов может отбить желание заработать сотни миллионов»

Действительно, сегодня выделяют существенные средства на поддержку новых разработок. Но здесь кроется глубокая проблема: реальные инновации могут подменяться их имитациями.

Сергей Исаев, генеральный директор ОАО «МБКИ»:

— По федеральным СМИ иногда запускаются имитационные проекты, чтобы помахать флажками и показать, что у нас с инновациями всё замечательно. Иногда это убивает само желание изобретать и делать что-то новое, запускать это в рынок. Потому что намерение покрасоваться и отчитаться иногда превалирует, и бизнес проигрывает.

Вот цифры: за последние 10 лет вливаний денежных средств в науку было в 10 раз больше, чем за предыдущий аналогичный период. При этом число патентов выросло всего в два раза. Но что ещё страшнее — эти патенты в большинстве своём не востребованы. Драйвером таких «инноваций» явились деньги от государства, а для самих «инноваторов» главное — отчитываться по техзаданиям.

Их не очень интересует бизнес. Не интересуется, насколько их «инновация» сделает «деньги-штрих». В результате мы получаем то, что получаем: бумажки, отчёты, но не новую инновационную продукцию. И привычка получать 100 рублей гарантированных грантов может отбить желание заработать сотни миллионов.

Александр Редекopf вспоминает, как создатель флешки Семён Лицин рассказывал о начале «инновационной революции» в Израиле, которая позволила увеличить его ВВП в 10 раз. Ребята в гараже государственного университета Тель-Авива написали скромный программный продукт, известный всем теперь как ICQ, и продали американской компании за миллионы долларов. Об этом начали шуметь израильские СМИ как о мгновенной истории успеха, после чего предприимчивые израильтяне подумали: «А чем мы хуже?»

Любопытная деталь: инновационный взрыв начался в Израиле после того, как туда в 1990-е годы уехало более миллиона советских граждан, которые не нашли себе применения на родине.

К счастью, проблема имитаций в инновациях уже стала заметна на государственном уровне. Появляются нормативные акты, «привязывающие» рыночную стоимость изобретений к доходам изобретателей. Например, в случае продажи лицензии на запатентованное изобретение 10% от получаемой предприятием суммы пойдёт в карман изобретателю. То есть в правительстве уже есть понимание, что нужно вмешиваться в эту отрасль — пусть пока хотя бы в виде каких-то рекомендаций.

Поиск финансирования своего изобретения в предпринимательской среде — очень трудный, тернистый путь, говорят Редекopf и Исаев. Однако именно сотрудничество с инвесторами из бизнеса позволяет наиболее адекватно оценить перспективу инновационной идеи. Да, в России очень мало людей, которые реально готовы инвестировать: создатели МБКИ — редкое исключение. Но они рискуют своими деньгами и с полной ответственностью заявляют:

кроме недостатка инвесторов также крайне мало и проектов, в которые действительно можно инвестировать. А вкладываться можно в те проекты, где есть хотя бы примерное понимание, кому это надо, сколько это будет стоить, какая будет конечная себестоимость продукта и какую долю рынка реально можно будет занять. Особенно если этого рынка пока не существует...

Тем не менее МБКИ ищет такие проекты и носителей новых идей в ежедневном режиме. Редекopf и Исаев, с одной стороны, патристичные идеалисты, искренне желающие «втащить» Россию в ряд самых развитых стран, а Пермский край — в число наиболее прогрессивных регионов. С другой стороны, они опытные прагматики, чётко понимающие, чего хотят.

Александр Редекopf:

— В конкуренции побеждает тот, кто придумывает то, чего ещё нет. Инновации предполагают создание того, что сегодня считается фантастическим. Но нужно смотреть на 5–10 лет вперёд. Мы обеспечиваем свой портфель такого рода разработками. И готовы делиться пониманием того, как мы это делаем, со всеми, кто думает о будущем Пермского края и России. ■