УДК 339.137.27

JEL K13, O39

DOI: 10.17213/2312-6469-2021-4-163-171

НЕКОТОРЫЕ ОСОБЕННОСТИ РЫНКА ИННОВАЦИЙ НА ПРИМЕРАХ СТРОИТЕЛЬНОЙ И ДРУГИХ ОТРАСЛЕЙ

© Н.Н. Тренев 2021

*Институт проблем управления им. В.А. Трапезникова РАН,
г. Москва, Россия*

Инновации позволяют получать высокую добавленную стоимость и способны стать двигателем экономики в том случае, если рынок позволяет раскрыть их потенциал. Если же этого не происходит, то преимущества получают стандартные технологии, и это не способствует развитию инноваций. Нужны институты и механизмы, очищающие рынок от недобросовестных поставщиков и позволяющих инновациям раскрыть свой потенциал на рынке.

Ключевые слова: инновации, несимметричная информация, институциональные механизмы, агентская экономика.

SOME FEATURES OF THE INNOVATION MARKET AS EXEMPLIFIED BY THE CONSTRUCTION AND OTHER INDUSTRIES

© N.N. Trenev 2021

V.A. Trapeznikov Institute of Control Sciences RAS, Moscow, Russia

Innovation allows for high added value and can become an engine of the economy in the event that the market allows them to unleash their potential. If the market does not allow innovations to reach their potential, then standard technologies gain advantages, which does not contribute to the development of innovations. We need institutions and mechanisms that cleanse the market from unscrupulous suppliers and allow innovations to unleash their potential in the market.

Keywords: innovation, asymmetric information, institutional arrangements, agency economics.

Инновации позволяют получать высокую добавленную стоимость, а также дают возможность позволяют снижать время бизнес циклов, экономить материалы, существенно улучшать технические характеристики [1-3]. Однако распространению инноваций препятствует асимметрия информации: потребитель вполне может не иметь профессиональных знаний и

опыта, позволяющих: понять выгоду инноваций, отличить инновации от подделок, профессионалов от мошенников.

Рассмотрим это на примере строительной области. В этой сфере имеется множество материалов и технологий, в том числе инновационных, одновременно существует значительный платежеспособный спрос, в том числе со стороны индивидуального строительства. С одной стороны, такой спрос, ввиду меньшей зарегулированности, может стимулировать развитие инноваций, с другой стороны, асимметрия информации и наличие на рынке множества мошенников может, наоборот, не позволить раскрыться потенциалу рынка инноваций и препятствовать их развитию.

Например, одной из проблем в строительстве является перекрытие больших пролетов. Простое применение материалов большего сечений не работает ввиду увеличения веса балок и естественного их прогиба под действием собственной тяжести. Возникает проблема в нестандартных подходах. К таким подходам можно отнести: строительные фермы (конструкции из жестких треугольников) заводского изготовления, двутавровые балки, гнутый оцинкованный металлический профиль, клееную фанеру, композитные материалы. Эти инновации позволяют перекрывать большие пролеты, не утяжеляя конструкцию.

Строительные фермы заводского изготовления делаются из сухих пиломатериалов, имеют сниженный вес, повышенную прочность. На заводе же они пропитываются антисептиками и противопожарными пропитками. Места для опор специально усиливаются. Если есть вероятность наличия существенных погрешностей измерений при проектировании, то можно просто расширить протяженность мест, на которые заводские фермы могут опираться. Готовые фермы заводского изготовления – изделия, устойчивые к ошибкам проектирования при грамотном подходе.

Двутавровые балки построены по тому же принципу, что и трубчатые кости в организме человека – могут выдерживать существенные нагрузки в нужных направлениях при существенном снижении веса. Из клееной фанеры можно выпиливать несущие конструкции любой формы. Такие конструкции не деформируются и могут выдерживать существенные нагрузки. Гнутый оцинкованный термопрофиль в состоянии выдерживать существенные нагрузки, обладает относительно небольшими весом и теплопроводностью

Инновации присутствуют на рынке. Для их распространения нужен спрос, и здесь возникают проблемы. Продукт на рынке должен быть притягателен для потребителей, т.е. потребитель должен воспринимать инновационные продукты как более притягательные, чем стандартные, в противном случае у потребителя не будет стимула их приобретать.

Речь идет именно о восприятии потребителем свойств приобретаемых продуктов. Для такого восприятия инновационный продукт: 1) должен обладать лучшими потребительскими характеристиками; 2) эти харак-

теристики должны доноситься до потенциальных потребителей; 3) потенциальные потребители должны доверять источникам информации.

Если нет доверия к источникам информации, то лучшие потребительские качества инновационных продуктов перестают играть положительную роль, в глазах потенциальных потребителей они перестают существовать. Зато более важными становятся методы продвижения продукции. Например, на рынке подержанных автомобилей при отсутствии качественной диагностики добротный автомобиль не будет иметь никаких преимуществ и ценовой премии перед автохламом.

Выгодной стратегией продавцов будет улучшение внешнего вида: полировка, наведение блеска. Более того, качественные подержанные автомобили на таком рынке будут уступать: честные продавцы, уделяющие больше внимание техническим характеристикам своих автомобилей, будут проигрывать нечестным продавцам, уделяющим основное внимание внешнему виду и предпродажной подготовке.

В такой ситуации на рынке подержанных автомобилей должен остаться автохлам, а хорошие автомобили и честные продавцы уйти с рынка. Ситуацию может изменить распространение независимых станций технического обслуживания, где за разумные деньги можно быстро узнать истинное техническое состояние автомобиля. Возникает потребность в третьей стороне, которая позволяет оценить истинные потребительские качества продукции.

Рынок строительных услуг с контрактами менее трех миллионов рублей не лицензируется, к участникам не предъявляется никаких требований. Строительную фирму может основать хоть учитель физкультуры, хоть музыкант. Основная их задача – не выходить за рамки трех миллионов рублей при заключении договоров, делая это так, чтобы потребитель об этом не догадался. Добиться этого не сложно: можно делить договора по этапам работ, выделяя поставку материалов в отдельные контракты.

Строительные фирмы с объемами контрактов более трех миллионов рублей должны быть членами СРО (саморегулирующихся организаций). Возникают вопросы к качеству этих СРО.

Многие строительные фирмы имеют вид ООО (общества с ограниченной ответственностью) с собственным капиталом в десятки и сотни тысяч рублей. Ясно, что такого капитала недостаточно для покрытия строительных ошибок и брака, возникающего вследствие недобросовестного исполнения работ. Закрывать одно ООО и открыть другое также не является суперсложным делом, можно также поменять форму организации с ООО на индивидуального предпринимателя, акционерное общество.

На рынке строительных услуг крайне сложно найти фирму, живущую более трех-пяти лет, даже в том случае, когда на сайте заявляется опыт успешный опыт работы на рынке в течение пятнадцати-двадцати лет.

Мы имеем большой объем рынка индивидуального строительства, однако, инновационные продукты не имеют на этом рынке никакого преимущества. Скорее, даже теряют, поскольку в рамках одного бюджета деньги можно тратить либо на улучшение характеристик продукта, либо на его продвижение. Более того, продавцы некачественных услуг имеют существенное преимущество: себестоимость их продуктов существенно ниже. Качественные продукты не имеют ценовой премии ввиду отсутствия доверия к источникам информации, поэтому маржи и прибыль у продавцов некачественных услуг будет выше.

Рынок оказания услуг физическим лицам регулируется законами о защите прав потребителя, о мошенничестве, о растрате, о безопасном проведении работ. Воспользоваться такими законами потребителю – физическому лицу достаточно сложно. Во-первых, потребитель должен быть юридически грамотен. Во-вторых, услуги качественной профессиональной юридической помощи стоят довольно дорого и не всегда доступны. В-третьих, малый собственный капитал юридических лиц, оказывающих строительные услуги, делает бесперспективным даже выигрыш в суде – нечего взыскивать с ООО, имеющего собственный капитал десять тысяч рублей.

Статьи уголовного и административного кодекса еще сложнее в применении, чем гражданского. Для того, чтобы доказать обман покупателя, потребитель должен быть юридически грамотен и сначала правильно составить контракт или должен пригласить юриста на подписание контракта.

Строители работу с контрактом стараются обойти, например, затянув время на переговорах. Потом, например, ввиду горящих сроков, предстоящего подорожания материалов или другого надуманного или реального предлога, стимулируют клиента подписать контракт, не оставляющий ему никаких шансов. Если же клиент проработает контракт и подпишет контракт, защищающий его интересы, то штрафы по Административному кодексу для строителей, профессионально поставляющих некачественные услуги, не являются существенными.

Интереснее выглядят статьи уголовного кодекса, так как он них собственный капитал фирмы размером в десять тысяч рублей уже не уберегает. Однако, для защиты своих интересов в рамках статей Уголовного кодекса, например, статей о растрате, мошенничестве, небезопасном выполнении работ, потребитель также должен быть юридически грамотен, иметь доступ к качественной и недешевой юридической помощи. Опять-таки, применение статей уголовного кодекса для защиты своих интересов – не есть случай рядового потребителя рынка строительных услуг.

Мы имеем рынок строительных услуг, на котором продавцы ничем и ни за что не отвечают. Привлечь к ответственности их крайне сложно, и сделать это могут только единичные потребители, что никак не сказывает-

ся на рынке строительных услуг в целом. Доверие к информации на рынке таких услуг сведено к нулю. В почете оказываются проверенные временем дедовские методы. Инновации штрафуются: разработка новых потребительских свойств стоит денег, однако продать новые потребительские свойства сложно ввиду потери доверия к информации в целом.

При продаже старинных строительных методов фирмы получают возможность брать за работу существенную долю оплаты. Инновационные же продукты могут быть чуть дороже, но существенно повышают производительность труда и экономят трудовые усилия. Строительные фирмы на инновационных продуктах зарабатывают существенно меньше: в разы, на порядки, поэтому им не выгодно продвигать на рынке строительных услуг инновационные продукты.

Например, фермы заводского изготовления делаются из сухих пиломатериалов, поэтому они существенно выигрывают в весе и прочности, на объект их привозят уже готовым. Работа по их установке не является сложной, на круг происходит выигрыш в весе, цене, скорости. Строительным фирмам, особенно профессионально недоброкачественным, это невыгодно. Им выгодно взять деньги с клиента и вывести их на счета своих руководителей, порой абсолютно не разбирающихся в строительстве. Полупрофессионалы и недобросовестные поставщики строительных услуг будут уводить потребителей в сторону от выгодных инновационных продуктов.

По факту многие строительные фирмы, работающие на рынке индивидуального строительства, приобретают на рынке «бригады» и «строителей» по минимально возможным ценам и продают их своим клиентам по максимальной стоимости. К слову сказать, на рынке консультационных услуг в управлении ситуация крайне похожа. Клиенту-непрофессионалу крайне сложно, если вообще возможно, выйти из порочного круга профессионально-недоброкачественных исполнителей и получить услуги от порядочного специалиста.

Рынок инновационных услуг крайне сложен ввиду асимметрии информации. Если потребитель не является профессионалом, то у него практически нет возможности отличить добросовестного поставщика услуг от недобросовестного. Самое интересное то, что сами поставщики услуг могут считать себя профессионалами, хотя по факту таковыми не являться. Например, лица могут продавать крепеж и изоляционные материалы для строительства и считать себя профессионалами в строительном деле. Они в течение многих лет могли наблюдать за строительством и даже владеть отдельными элементами строительных технологий, но при этом не владеть сплошными технологиями строительства. Такие лица вполне могут успешно выполнять простые работы. Однако в тех случаях, когда требуется понимание, они, ввиду его отсутствия будут допускать грубые ошибки, т.е.

лица без понимания и владения технологиями на полупрофессиональном рынке достаточно долгое время могут считаться профессионалами.

Отдельные неудачи, когда ситуация оказалась не полностью стандартной, при юридической безграмотности потребителей достаточно долго могут оставаться незамеченными. Если же раз в несколько лет на горизонте появляется грамотный потребитель, обладающий юридическими и финансовыми ресурсами, то полупрофессионалы меняют юридическое лицо. По этой причине на рынке индивидуального строительства, к сожалению, практически невозможно найти фирму с существенным собственным капиталом и длительным (более пяти лет) сроком существования юридического лица.

По-хорошему, потребителя на всем сроке строительства должны сопровождать юрист, проектировщик, технический надзор. Юрист обеспечивает грамотное составление контрактов, проектировщик – техническое задание, технический контроль – правильное исполнение задания. В этом случае, если юрист, проектировщик и технический контроль – грамотные специалисты, потребитель будет защищен от деятельности полупрофессионалов и недобросовестных поставщиков услуг.

Рынок инновационных услуг индивидуального строительства потенциально велик, но для раскрытия потенциала нужны структурные реформы – необходимо создание институтов и механизмов, эффективно очищающих рынок от полупрофессионалов и недобросовестных поставщиков.

Свою роль могут сыграть и распределенные базы знаний – отзывы в интернете о поставщиках услуг. Но при этом возникают две проблемы. С одной стороны, недобросовестные поставщики услуг организуют положительные отзывы сами о себе. С другой стороны, отрицательный отзыв, правильный по существу, но юридически неправильно оформленный, например, содержащий эмоциональные ругательные слова, может быть изъят по суду. На правильные по существу отзывы могут быть выдвинуты иски о защите деловой репутации или существует угроза таких исков.

Интересным институтом мог бы быть рынок страхования индивидуального строительства. Крупные страховые компании владеют существенно большим объемом ресурсов, чем потребители. Им существенно легче, чем индивидуальным потребителям проверять качество предоставляемых услуг. Невозможность индивидуальному потребителю застраховать строительство и ремонт своего дома говорит о мутности рынка строительных услуг и о существенных проблемах, препятствующих раскрытию рынка инноваций.

В настоящее время стали появляться экосистемы. В экосистемах главный игрок проверяет и гарантирует качество предоставляемых услуг. Например, Сбермаркет позволяет покупать продукты дистантно, в том числе продукты, требующие проверки качества: рыбу, мясо, фрукты, овощи. Контроль со стороны крупного игрока ведет к тому, что при скверном

качестве продуктов в магазине, лица, составляющие заказ, звонят потребителям, предупреждают о проблемах с качеством и предлагают либо отказаться от продукта, либо заменить на аналогичный, если такой есть.

На рынке услуг по ремонту автомобилей появился автоконсьерж, где профессионально грамотные лица подбирают автосервисы под требуемый ремонт автомобиля потребителя и гарантируют качество получаемых услуг по ремонту. В ряде строительных магазинов, например, Леруа Мерлен, появляются площадки, на которых можно подобрать поставщиков услуг с более-менее проверенным качеством.

Интересен рынок образовательных услуг. Ряд площадок, например, Профи.ру, следит за тем, чтобы отзывы писали только фактические клиенты. На таких площадках может быть широкий спектр услуг. Такого рода отзывы существенно лучше, чем ничего, но рядовой потребитель вполне может перепутать обаяние продавца услуг и реальный профессионализм.

Особую роль играет значительность или уникальность услуги. Наняв репетитора, через некоторое время можно понять, что происходит, да и то даже здесь далеко не все однозначно. Хороший репетитор заставляет ребенка решать задачи и учит его справляться с этим самостоятельно. Ребенок же вполне может думать, что репетитор нанимается для того, чтобы вместо ребенка делать домашнее задание. В этом случае сначала формальные показатели – оценки в школе – могут улучшаться: домашнее задание делается регулярно, по факту же положение только ухудшается: ребенок за ненадобностью начинает терять и те навыки, которые имел до этого.

При наличии крупных и уникальных (разовых) услуг ситуация существенно утяжеляется: реальное состояние дел становится известным только в случае осложнения, проявляющегося с течением времени. Например, если на деревянную стену наклеить утепленную изоляцию без возможности проветривания, то облицованная стенка может сгнить через несколько лет: после истечения гарантийного срока, но существенно ранее истечения ожидаемого срока службы. С юридической точки зрения в этом случае можно говорить о некачественной услуге, которая существенно снижает ожидаемый срок службы изделия – дома. Для этого потребитель должен быть юридически грамотным, контракт на облицовку внешних стен должен быть оформлен должным образом, в суде при помощи технической экспертизы надо будет уметь подтвердить причинно-следственную связь между облицовкой дома и разрушением внешних деревянных стен, сама фирма, сделавшая облицовку стен, должна еще функционировать к моменту обнаружения дефектов.

На рынке медицинских услуг надо уметь доказать факт некачественного лечения, обосновать причинно-следственную связь между ним и полученным вредом здоровью и жизни. Выявление и доказательство такой связи требует высококачественных медицинских и юридических услуг, не являющихся дешевыми и доступными.

Регулирование рынка инновационных услуг не является очевидным решением, так как надо понимать, что именно и как надо регулировать, такое понимание не является дешевым и доступным продуктом. А без такого понимания есть существенные риски, что регулирование станет источником дохода недобросовестных лиц и не будет способствовать развитию рынка инноваций.

Аналогичные проблемы на рынке услуг управленческого консалтинга. Предприятия часто не обладают достаточной квалификацией для определения качества предлагаемых услуг, результат также далеко не всегда является показателем. Если рассматривать предприятия на трех временных горизонтах – краткосрочном, среднесрочном и долгосрочном, то у поставщиков услуг может возникнуть искушение отодвинуть исходящие денежные потоки дальше, а входящие – ближе. Также может возникнуть желание переклассифицировать денежные потоки: исходящие – как инвестиционные, а входящие – как оперативные. В этом случае может создаться впечатление, что предприятие стало эффективнее, чего на самом деле не произошло.

Банковские аккредитивы, страхование ответственности работают в тех случаях, когда результаты прозрачны и не допускают двойного толкования. В ряде случаев сложно отделить вклад поставщика услуги от благоприятной конъюнктуры, потенциала потребителя.

Например, возврат денег репетитором при непоступлении ребенка в выбранный вуз мало что говорит о профессионализме репетитора. Если набрать достаточно много способных детей, которые и сами по себе могут поступить, то репетитор, независимо от своего вклада, вполне может хорошо жить, возвращая деньги родителям не поступивших детей, и удерживая деньги, полученные за поступивших детей. Проблема в том, что ребенок, который вполне мог бы поступить при добросовестном репетиторе, при недобросовестном может недобрать нужные баллы.

На рынке медицинских услуг ситуация еще трагичнее – крепкие и здоровые пациенты будут поправляться, а часть других отправляться в мир иной, большей частью вследствие отсутствия качественной медицинской помощи. Таким образом, недобросовестные «врачеватели» вполне могут процветать.

Рынок строительный услуг более очевиден: дом стоит или нет, разрушения, гниения происходят, либо нет. Проблема в том, что есть временные лаги, скрытые пространства, различия в погодных условиях, поэтому результат недобросовестной работы вполне может проявиться через существенное время.

Инновационным рынкам нужны институты и механизмы очищения от недобросовестных поставщиков услуг, в этом случае такие рынки могут раскрыть свой потенциал и внести вклад в рост экономики.

Литература

1. Тренев Н.Н. Стратегическое управление. – М.: ПРИОР, 2000, 2002. – 240 с.
2. Тренев Н.Н. Технологии управления корпорацией. – Saarbrücken, Germany: LAP LAMBERT Academic Publishing GmbH & Co. KG, 2012. – 681 с.
3. Тренев Н.Н. Технологии управления проектами. 1-е изд. + электронная версия. Saarbrücken, – Germany: LAP LAMBERT Academic Publishing GmbH & Co. KG, 2012. – 365 с.

Поступила в редакцию

22.08.2021

Тренев Николай Николаевич – доктор экономических наук, ведущий научный сотрудник Института проблем управления им. В.А. Трапезникова РАН, г. Москва, Россия.

Trenev Nikolay N. – Doctor of Economics, Leading Researcher in V.A. Trapeznikov Institute of Control Sciences, Moscow, Russia.

Россия, 117997, г. Москва, ул. Профсоюзная, 65
65, str. Profsoyuznaya, 117997, Moscow, Russia
e-mail: nnick2002@mail.ru