

Бизнес-инкубатор как механизм развития малого инновационного предпринимательства¹

Ильинова А.А.,

к.э.н., ассистент кафедры организации и управления,
Национальный минерально-сырьевой университет «Горный»,

Аннотация: В статье обоснована роль малого инновационного предпринимательства в развитии экономики, представлен опыт США. Проанализирован институт бизнес-инкубирования, в частности, опыт инкубатора Университета Мэриленда. На основе проведенных исследований выявлены ключевые факторы, определяющие успешность инкубирования в американской бизнес-среде, определено их стратегическое значение. Представлены практические рекомендации для запуска новой компании в бизнес-инкубаторе.

Ключевые слова: бизнес-инкубатор, малый инновационный бизнес, предпринимательство, резиденты, факторы успеха, технологии, запуск

Business incubator as a mechanism of small innovative business development

Ilinova A.A.,

Assistant of Organization and Management Department, PhD in Economics
National University of Mineral Resources “Mining”

Abstract: In the article the role of small innovative business in economy development is proved, experience of the USA is presented. The institute of business incubation, in particular, experience of the incubator of the University of Maryland are analysed. On the basis of the carried out research the key factors of successful business incubation in the U.S. are revealed, their strategic importance is defined. Practical recommendations for start-up of the new company in business incubator are submitted.

Keywords: business incubator, small innovative business, entrepreneurship, residents, success factors, technology, start-up

В современных условиях роль малого инновационного бизнеса в развитии мировой и отечественной экономики трудно переоценить. Малые инновационные предприятия (МИПы) создают необходимую атмосферу конкуренции, способствуют решению сложных научно-технических задач и трансформации результатов научной деятельности в коммерческий продукт, оказывают влияние на занятость населения. МИПы - наиболее гибкие бизнес-структуры, готовые быстро подхватить самые передовые инновационные идеи, реагировать на изменения рыночной конъюнктуры и заполнять образующиеся ниши в промышленной и потребительской сферах.

В США МИПы стали неотъемлемой частью инновационной системы страны. Возникновению МИПов способствовало большое количество научных разработок в университетах и государственных лабораториях (авторы этих разработок стали выступать в качестве предпринимателей), а успешному их развитию - государственное регулирование, развитие инфраструктуры и программ поддержки инновационного предпринимательства, а

¹ Данная статья частично представляет результаты исследования, проводимого в рамках Программы стипендий им. Егора Гайдара по экономике (программа USRF и IREX) в Университете Мэриленда

также доступность венчурного капитала, в том числе на ранних стадиях развития (посевной (seed) и стадии запуска (start-up)).

Для повышения жизнеспособности МИПов в США активно развит институт бизнес-инкубирования. Зачастую бизнес-инкубаторы создаются по инициативе правительства штата или университета и оказывают бизнесу на самой сложной стадии становления широкий спектр услуг. При этом во главу угла ставится не чистая прибыль, а «польза обществу».

В общем случае факторами успеха деятельности бизнес-инкубатора выступают поддержка государства/некоммерческих организаций и наличие университета с необходимыми ресурсами - лабораториями, оборудованием, учеными, студентами и т.д.

Бизнес-инкубатор не гарантирует успех, а может создать лишь общие условия для развития бизнеса и уменьшить число неудач в развитии малого, особенно инновационного предпринимательства. Успешность конкретных разработок и проектов зависит от таких факторов, как наличие перспективной технологии/продукта и потенциального рынка, команда проекта, а также от других стейкхолдеров развития малой компании (инвесторов, правительственных организаций, потребителей и т.д.).

Интересным представляется опыт Университета Мэриленда (University of Maryland, College Park, USA), где на базе Maryland Technology Enterprise Institute (Mtech) по инициативе штата Мэриленд и Университета создан Maryland International Incubator (МИ). МИ привлекает малый инновационный бизнес и крупные международные компании к сотрудничеству и совместной реализации высокотехнологичных проектов с компаниями штата, предоставляя доступ к ресурсам Университета.

Эта инициатива демонстрирует политику США в области международного партнерства: здесь считают, чем больше новых продуктов/технологий будет реализовываться на американском рынке, тем лучше для развития конкуренции и экономики штата.

Одним из главных показателей успешности работы бизнес-инкубаторов является выживаемость их резидентов. В исследовании, подготовленном экспертами ЕУ по заказу РВК², выдвигаются предположения относительно трех ключевых внутренних факторов успешности лидирующих российских бизнес-инкубаторов с точки зрения уровня выживаемости стартапов:

- жесткий отбор резидентов и использование надлежащих критериев в ходе его проведения;
- наличие экспертного совета и вовлечение его членов в процесс решения максимально широкого спектра вопросов;
- широкий спектр предоставляемых услуг.

На основе опыта работы МИ можно выделить ключевые внутренние и внешние факторы, повышающие успешность инкубирования компаний в американской бизнес-среде, и определить их стратегическое значение (табл.1). Данные факторы способствуют продвижению компаний-резидентов на американском и международном рынках наукоемкой продукции.

Таблица 1

Внутренние и внешние факторы, определяющие успех бизнес-инкубирования

Фактор	Стратегическое значение
Внутренние	
Тщательный отбор резидентов	Использование подходящих критериев в ходе отбора компаний, таких как жизнеспособность проекта, готовый продукт/технология, прошедшие испытания, сильная команда и готовность к интенсивной работе по продвижению проекта на американском рынке заведомо повышают успешность инкубирования компании. Кроме того, для МИ важен опыт успешного развития бизнеса потенциальной компанией-резидентом на национальном рынке
Команда проекта	Наличие квалифицированной, опытной, ориентированной на деловое партнерство и сотрудничество команды, которая готова работать и развивать бизнес на территории штата, является одним из главных критериев успеха. При этом

² http://www.rusventure.ru/ru/programm/analytics/docs/201403_Business_incubators.pdf

	команда должна обладать основами культуры ведения бизнеса в американской среде
Готовая технология/продукт	Зачастую именно этот фактор является сдерживающим при размещении компании в бизнес-инкубаторе: зарубежные и, в частности, российские компании не имеют готового продукта/технологии, а находятся лишь на стадии идеи или разработки, что является неприемлемым. Для выхода на американский рынок необходимо иметь готовый продукт, прошедший испытания, подтвердивший свою жизнеспособность и апробированный на национальном рынке
Менторинг	Привлечение к работе инкубатора опытных предпринимателей, юристов, инвесторов, ученых и менторов из других областей позволяет оживить процесс добровольного обмена опытом с резидентами, что помогает новым компаниям приобрести знания и компетенции, лучше приспособиться к новой бизнес-среде и повысить эффективность адаптации к бизнес-культуре
Бизнес-культура и ведение переговоров	Необходимо овладеть искусством ведения бизнеса, проведения деловых переговоров и встреч в соответствии с бизнес-культурой страны (например, овладеть навыками elevator pitch («речь в лифте»), понимать приемлемый уровень риска для инвесторов, осознавать ответственность за репутацию инкубатора и университета и др.)
Внешние	
Перспективные рынки и партнерства	Проведение маркетингового исследования и поиск партнеров из научного и бизнес-сообщества на стадии подготовки к размещению компании в бизнес-инкубаторе определяют дальнейшее развитие проекта; в случае отсутствия спроса на разработку или подходящих партнеров проект обречен на неудачу
Сформированный спрос на инновацию (продукт/технологию)	Американский бизнес, в отличие от российского, действительно готов к деловому сотрудничеству и инновационным решениям. Основными составляющими такого спроса являются развитая система партнерских отношений между наукой и бизнесом, популяризация преимуществ работы с малым высокотехнологичным бизнесом. Однако для запуска конкретной компании необходимо убедиться, что именно ее инновация будет востребована на рынке, и существует возможность полного удовлетворения запросов потребителя
Создание сети деловых связей и контактов (Networking)	Коммерциализация технологий и развитие бизнеса предполагают партнерство и сотрудничество. Создание и поддержка сети деловых связей с научными и исследовательскими структурами, промышленным и финансовым секторами в большинстве случаев является основой успеха; в США это работает на благо развития бизнеса очень эффективно. Развитые сетевые сервисы компенсируют некомпетентность команды проекта в определенных сферах деятельности
Готовность университета к сотрудничеству	Развитый на протяжении долгих лет институт партнерства науки и бизнеса позволяет американским университетам быть готовыми к сотрудничеству с зарубежными компаниями в области совместной разработки и внедрения инноваций, что открывает доступ компаниям-резидентам к ресурсам университета. Для этого специфика проекта должна соответствовать основным направлениям исследований университета

Кроме того, положительное влияние на инкубирование зарубежных компаний оказывает развитый рынок венчурного финансирования, который в достаточной степени ориентирован на посевную и стартап стадии, а также готов работать с зарубежными перспективными проектами.

Таблица 2 описывает приблизительную последовательность действий для запуска новой компании в инкубаторе МП.

Таблица 2

Последовательность действий для запуска новой компании в бизнес-инкубаторе

Шаг 1 - принятие решения	Перед принятием решения о выходе на зарубежный рынок необходимо проверить следующее: стадия готовности продукта/услуги/технологии, успешность продукта на внутреннем рынке, наличие финансовых ресурсов для содержания офиса и запуска компании за границей, наличие динамичной команды проекта. Следует найти наиболее подходящий для вашего профиля инкубатор и университет, осуществляющий научную деятельность в интересующей сфере. Необходимо провести маркетинговое исследование и оценить возможности сотрудничества
--------------------------	--

Шаг 2 - первый визит	Рекомендуется отправить двух (или более) представителей компании для знакомства с потенциальными коллегами, культурой и особенностями ведения бизнеса на данной территории. Необходимо узнать более подробную информацию о доступных ресурсах университета, возможных программах менторинга и поддержки предпринимательства
Шаг 3 - подготовка ко второму визиту	После первого визита проанализируйте собранную информацию и примите окончательное решение. Перед вторым визитом в США тщательно изучите рынок и найдите представителя научного сообщества (ученого/профессора), который может принимать участие в работе над существующим проектом (адаптация продукта, придание новых свойств и др.) или в разработке новых продуктов (если такие предусмотрены) в дополнение к существующим
Шаг 4 - второй визит	Свяжитесь и определите план действий с предполагаемым коллегой из научного сообщества, используйте различные ресурсы университета (менторские программы, программы поддержки и т.д.). Узнайте больше о юридической составляющей ведения бизнеса в США (патентование, товарные знаки, регистрация компании, открытие банковского счета и т.д.)
Шаг 5 - заключительный анализ	Если товар/услуга представляют интерес для рынка и имеют потенциальный спрос, а также существует перспектива выгодного партнерства, рекомендуется расширить кадровый состав в США (если это необходимо), развивать сеть деловых контактов и искать конкретных потребителей продукции

Таким образом, МП представляет собой эффективный инструмент для развития международного, в частности российско-американского, сотрудничества в области совместной разработки и коммерциализации технологий, позволяющий расширить возможности развития российского бизнеса на международном уровне, сформировать надежные деловые зарубежные партнерства и вывести российские технологии на мировой рынок.

Как показывает практика, при выходе на международные рынки наукоемкой продукции через бизнес-инкубирование компании формулу успешной коммерциализации технологий (что, почему, где и как (what, why, where and how)) достичь гораздо проще.

Литература:

1. http://www.rusventure.ru/ru/programm/analytics/docs/201403_Business_incubators.pdf