

БИЗНЕС ИНКУБАТОРЫ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

BUSINESS INCUBATORS AS A TOOL FOR ENTREPRENEURSHIP DEVELOPMENT

*N. Onanko
A. Yurasov*

Annotation

The article is devoted to the issues of the effective work of the business incubator, which is the basic element of the infrastructure for supporting start-up entrepreneurs. The foreign and domestic experience of business incubators is considered. The authors focus on supporting social and technological business projects. Using the business incubator as an example, the main problems of training future entrepreneurs are described, which reduce the efficiency of work and describe ways to overcome them.

Keywords: entrepreneurship, start-up, business incubator, business idea, business project, competence.

Онанко Наталья Абековна

К.п.н., доцент,

*Московский международный
университет*

Юрасов Александр Борисович

К.п.н., доцент,

*Московский международный
университет*

Аннотация

Статья посвящена вопросам эффективной работы бизнес инкубатора, являющегося базовым элементом инфраструктуры поддержки начинающих предпринимателей. Рассматривается зарубежный и отечественный опыт работы бизнес – инкубаторов. Авторы акцентируют внимание на поддержку социальных и технологических бизнес проектов. На примере бизнес инкубатора описываются основные проблемы подготовки будущих предпринимателей, снижающие эффективность работы и описываются пути их преодоления.

Ключевые слова:

Предпринимательство, стартап, бизнес-инкубатор, бизнес-идея, бизнес-проект, компетенция.

Предпринимательская деятельность – это совокупность сложных процессов, основанных на бизнес идее и реализуемой, в основном, инициативными членами общества. Но это также и значительные риски: не востребованности предлагаемого товара или услуги со стороны рынка, финансовых и материальных потерь и т.д.

С позиции экономики и социальной значимости для общества предпринимательская деятельность решает широкий круг проблем, возникающих в условиях избытка трудового ресурса. Поэтому, чем больше предпринимателей, тем лучше: стабильно поступают налоги, растет занятость и самозанятость населения, на рынке – многообразие продуктов, товаров и оказываемых услуг самого широкого спектра.

Явление предпринимательства, чаще возникающее в малом бизнесе находит достаточно полную поддержку со стороны государства, что отражается в законодательных актах. Так в Федеральном законе Российской Федерации от 24 июля 2007 г. N 209-ФЗ "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации", записано, что основными целями государственной политики в области развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации являются: развитие субъектов малого и среднего предпринимательства, обеспечение благоприятных условий для развития субъек-

тов малого и среднего предпринимательства и др.

По сути, предприниматели в своей деятельности повторяют основные процедуры, характерные для аналогичных по виду хозяйственной деятельности, но более крупных предприятий, например, крупного завода, торгового центра. Одному человеку невозможно осилить такие работы, даже если он очень этого желает. Ему нужна команда, состоящая из специалистов определенной квалификации, понимающих важность и значимость реализуемого бизнес проекта. Особенно это актуально для технологического предпринимательства, когда создается новый высококонкурентный продукт, новая технология [2].

Процесс становления предпринимателя не мгновенный, а достаточно длительный. Для этого ему необходимо пройти путь от зарождения бизнес идеи до получения первой прибыли от ее реализации. Как правило, в большинстве случаев стремление человека стать предпринимателем начинается с желания изменить мир в лучшую сторону. И эта прекрасная идея создает сильнейшую мотивацию и непрерывно пополняет отряд начинающих предпринимателей.

Формально, начинающий предприниматель – это человек, увидевший потребность общества в товаре или услуге, разработавший этот товар или порядок предоставления услуги и считающий, что он эту потребность удов-

летворит лучше других. Однако у него еще нет понимания того, что проблем с реализацией идеи гораздо больше, чем видится, и самостоятельно их решить практически невозможно. Например, где взять деньги на разработку и изготовление товара, к какому инвестору обратиться, почему он должен дать деньги, как будет функционировать бизнес, как продавать свой товар, когда появится прибыль, как и в каком направлении развиваться и многое-многое другое. Все эти действия требуют специальных компетенций, которых у начинающего предпринимателя практически нет.

Для начинающих предпринимателей выход на рынок сложнейшая процедура, часто заканчивающаяся неудачей. Однако, статистика показывает, что несмотря на то, что около 92% начинающих стартапов не выживают, наряду с неудачами существуют и успешные бизнес-проекты. Изучение причин неудач осложняется многообразием форм и видов малого бизнеса, а казалось бы уже найденные хорошие рецепты в других условиях оказываются бесполезными. Необходимо отметить, что исследование процессов предпринимательской деятельности, ведущих к успеху или неудачам, проводится на уровне изучения внешних и внутренних факторов влияния.

Так известный венчурный бизнесмен Билл Гросс выделяет пять ключевых факторов успеха проекта [1]. Это: 1 – бизнес-идея, 2 – бизнес-модель, 3 – финансирование, 4 – коллектив исполнителей и 5 – время выхода товара или услуги на рынок. Он даже установил для этих факторов рейтинг по степени важности. На первом месте время выхода на рынок, на втором – коллектив исполнителей, на третьем – идея, на четвертом и пятом местах – бизнес-модель и финансирование. Этот рейтинг составлен им на основании анализа многочисленных бизнес-проектов, реализованных и не реализованных при непосредственной помощи бизнес-инкубаторов.

Немного из истории появления бизнес-инкубаторов. Понимая, что потенциальных предпринимателей в стране много, а реализоваться у них не получается, в свое время, в США были созданы под государственной поддержкой бизнес-инкубаторы, целью которых было оказание всесторонней помощи начинающим предпринимателям на всех этапах развития – от идеи до момента, когда она начинает приносить прибыль. Идея бизнес-инкубатора оказалась настолько плодотворной, что спустя некоторое время стали появляться частные бизнес-инкубаторы, которые, в отличие от государственных, продвигали бизнес-идею предпринимателя с условием возврата части прибыли.

В России первые бизнес-инкубаторы появились в 90-х годах прошлого века. Однако к бурному развитию предпринимательской деятельности это не привело. Многие из начинающих предпринимателей оказались не готовы к проблемам 90-х и обанкротились. Причины самые разные – от не правильной оценки предпринимателем рынка потребителей, до неумелого использования им финансов и ведения дел. Бизнес-инкубаторы в большинстве случаев шли по пути зарубежного опыта развития предприни-

мательской деятельности, что в условиях российской экономики оказалось малоэффективным. Сегодня можно констатировать, что средний возраст бизнес-инкубаторов в России составляет около семи лет. На декабрь 2016 года имеются данные о 72 инкубационных программах, расположенных в 42 регионах России. Подавляющее большинство программ сосредоточено в Приволжском и Центральном федеральных округах, при этом многие программы действуют в таких инновационных центрах, как Москва, Санкт-Петербург, Казань и Самара [3].

В России бизнес-инкубаторы решают ту же задачу, что и в других странах – помогают начинающим предпринимателям пройти все этапы от зарождения идеи до получения прибыли. Сегодня бизнес-инкубаторы в основном созданы при вузах, и объектами помощи для них являются, чаще всего, студенты или выпускники этих же вузов.

Авторы статьи в течении трех лет участвовали в вузовских бизнес-инкубаторах, ориентированных как на технологические, так и на социально-значимые бизнес-проекты.

Наблюдения за работой бизнес-инкубаторов позволили сделать следующие выводы:

В процентном отношении 5% бизнес-проектов прошли все этапы организации бизнеса и получили финансирование, а 95% проектов потребовали доработки на этапе поиска инвестора. Успешные проекты начинались с идеи и на период наблюдения находились на стадии конструкторской проработки и освоения выделенных инвесторами средств.

Каждый успешный проект связан с наличием команды исполнителей и удачной бизнес-идеи. Время выхода на рынок для этих проектов определить не представляется возможным, так как проекты не завершены. Несмотря на то, что готовящиеся к выходу на рынок бизнес-идеи пока не появились у других производителей, все же остаются риски их "устаревания". Как положительное явление можно рассматривать факт, что потенциальные предприниматели осознали сложности продвижения своего продукта на рынок и стали более критичны к оценке своего проекта.

Для незавершенных технологических стартапов характерно наличие "слабой" бизнес-идеи, отсутствие или не укомплектованность команды, отсутствие ясных представлений о потенциальных потребителях и возможностях рынка. Для социальных проектов характерна нечеткая формулировка цели, использование известных идей, и слабое представление о перспективах финансирования проекта.

Наблюдения за будущими предпринимателями проводилось с первой встречи с ними и до их выхода на встречу с инвесторами.

На первых встречах кураторы бизнес-инкубатора проводили анкетирование и собеседование, направленные на оценку и усиление мотивации каждого, кто захотел заняться предпринимательской деятельностью.

Следующий шаг в работе с потенциальными предпринимателями – оценка бизнес-идеи. Часто при оценке бизнес обнаруживается отсутствие оригинальности и перспективности идеи. В таких ситуациях начинается работа в форме консультаций, оказания помощи в модификации, улучшения, а иногда и изменения бизнес-идеи.

На следующем этапе начинающие предприниматели знакомятся с основами организации и реализации технологического бизнеса. Оттачивается идея, конструируется бизнес модель, изучается рынок потребителей, готовится презентация идеи, а в некоторых случаях создается макет будущего изделия.

Преподаватели бизнес-инкубатора проводили занятия в интерактивной форме (деловые игры, мастер-классы, кейс-занятия, офлайн консультации) Для всех бизнес проектов (технологических и социальных), без исключения, были проведены занятия по патентному поиску аналогов, по анализу конкурентной среды и оценке объемов рынка. По сути, потенциальный предприниматель проходил обучение, а все работы по подготовке к реализации своего бизнес проекта выполнялись им самим, что соответствует методике проектного обучения.

В процессе наблюдения за начинающими предпринимателями были выявлены проблемы, затрудняющие доведение бизнес проектов до практической реализации: проблемы связанные с качеством подготовки начинающих предпринимателей и уровнем их психологической готовности к предпринимательской деятельности.

Одна проблема проявилась в том, что приходящие в бизнес инкубатор будущие предприниматели имеют разный уровень образования и в разной степени готовы пройти путь предпринимателя от начала до конца. Очевидно, что в зависимости от типа проекта (технологический или социальный) от исполнителя требуются разные способности. Для технологических бизнес-проектов в большей степени требуется умение работать с конструкторской документацией, понимание технологических процессов изготовления изделий. Для социальных – понимание вопросов психологии поведения человека, оценка социальных требований и т.п.

Приходящие в бизнес инкубатор начинающие предприниматели, в большинстве своем не владеют даже минимальными компетенциями в выбранной сфере деятельности. Это сказывается на результате – проекты "сырые", оригинальность отсутствует, команда исполнителей не укомплектована. При таких условиях рассчитывать на инвестирование проекта не приходится, и проект возвращается на доработку.

Другой проблемой является психологическая подготовка будущего предпринимателя. Вернее, отсутствие навыков ведения бизнеса. Это проявляется в том, что после первых же неудач, исполнитель перестает заниматься проектом.

Для разрешения этих проблем на начальных этапах были дополнительно организованы занятия, посвященные поиску идей бизнес проектов, оценке их оригинальности с использованием патентных и других источников информации. Эта идея не нова. Упомянутый в данной статье венчурный бизнесмен Билл Гросс, открыв бизнес инкубатор, создал "Лабораторию идей" (IdeaLab). Это позволило существенно улучшить качество бизнес – идей еще на этапе их принятия к реализации.

В процессе занятий проявился еще один эффект, решающий проблему с психологической подготовкой к предпринимательской деятельности. Те, кто обнаружил, что его идея неоригинальна и уже кем-то реализована, либо перестает заниматься своей бизнес идеей, либо начинают искать новую, лучше, чем та, которая уже кем-то реализована, а иногда и радикально изменяют направление деятельности. В первом случае мы имеем дело с людьми не готовыми психологически к предпринимательской деятельности, а во втором – остаются наиболее перспективные, готовые к быстрой внутренней перестройки под решение новых нестандартных задач. Вероятность доведения ими своего бизнес проекта до реализации получения прибыли достаточно высокая.

В заключении необходимо отметить востребованность данной формы подготовки начинающих предпринимателей. Команда преподавателей, менторов и руководителей направлений подготовки бизнес инкубаторов круглый год оказывает поддержку начинающим предпринимателям по специальным программам. К услугам бизнес инкубатора обращаются как начинающие, так и действующие предприниматели. Если у первых – это получение помощи в организации стартапа, поиск команд, в которых можно получить опыт предпринимательской деятельности, то у вторых это уже продвижение своего бизнеса, в том числе и получение помощи в поиске инвесторов. Однако современные бизнес инкубаторы пока работают не в полную силу. Количество молодых людей, желающих открыть свое дело небольшое, их базовый уровень подготовки низкий, но высоко стремление делать свой бизнес. Все это означает, что перспективы у бизнес-инкубаторов есть, и есть пути, по которым можно развиваться.

ЛИТЕРАТУРА

1. Анжелика Фруман. Бизнес-инкубатор в США: как вывести свою идею в большой мир <https://zagranitsa.com/emigraciya/article/5749/biznesinkubator-v-ssha-kak-vvesti-svoiu-ideiu-v-bolshoi-mir>
2. Ориент М. Национальное содружество бизнес-инкубаторов <http://pandia.ru/text/80/087/13323.php>
3. Государственный фонд фондов Институт развития Российской Федерации <https://www.rvc.ru/press-service/news/company/92201/>