

УДК 338.43

**РОЛЬ И МЕСТО БИЗНЕС-ИНКУБАТОРОВ В СФЕРЕ МАЛОГО
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА РОССИИ**

Мария Викторовна Азжеурова

кандидат экономических наук, доцент

azzheurovam@mail.ru

Мичуринский государственный аграрный университет

Мичуринск, Россия

Аннотация. В статье рассмотрена отечественная практика функционирования бизнес-инкубаторов, позволившая выделить виды, описать модель их работы, решаемые вопросы и проблемы развития в стране.

Ключевые слова: бизнес-инкубатор, малый и средний бизнес, инновационная экономика, инновационные проекты.

Одной из главных тенденций в мировой экономике на сегодняшний день является рост значимости малого и среднего бизнеса. Субъекты малого и среднего предпринимательства способствуют повышению конкуренции на рынке, насыщают рынок необходимыми товарами и услугами, повышают мобильность рынка по отношению к новым направлениям и инновациями [3].

Сегодняшние экономические отношения – это сложная многополярная система, выживание в которой зависит от целого ряда факторов. Международные отношения, внешняя торговля, курс официальной валюты – все эти факторы напрямую влияют на субъекты экономической деятельности [10]. В первую очередь, это влияние чувствуют на себе малый и средний бизнес. Данная сфера предпринимательства помимо всей своей важности для экономики также является невероятно уязвимой, так как, в отличие от крупного бизнес не способна самостоятельно противодействовать внешним обстоятельствам. Именно по этой причине государства разных стран стараются помочь данным формам хозяйствования, создавая для них особые условия и особые механизмы [8-9, 11-12]. Одним из таких механизмов и являются бизнес-инкубаторы.

Бизнес-инкубаторы – это организации, которые помогают предпринимателям в достижении результативности, и способствуют их укреплению на рынке.

Для России бизнес-инкубаторы это явление относительно новое, по сравнению с другими странами. Россия лишь начинает свой путь в данном направлении, совершая на данном пути ошибки и открытия.

Как уже говорилось выше, в зарубежной практике существуют институты, направленные на помощь субъектам МСП именно на данном этапе функционирования – на этапе запуска и планирования проекта [6-7]. Одним из таких институтов являются бизнес-инкубаторы и бизнес-акселераторы, которые направлены на поддержку субъектов малого и среднего бизнеса. Данные организации направлены на поддержку малых предприятий: помощь в привлечении средств в проект, оказание консалтинговых услуг, помощь в разработке бизнес-стратегии [2].

В развитых экономиках бизнес-инкубаторы зарекомендовали себя как важный институт финансовых отношений и экономики в целом. В России также существует своя практика организации бизнес-инкубаторов.

Европейское понимание вопроса видит бизнес-инкубаторы как важное звено инновационной политики и инновационного бизнеса. Американская трактовка вопроса делает акцент на коммерческую составляющую, исследуя бизнес-инкубаторы, как средство повышения эффективности бизнес-предприятия. Российское понимание бизнес-инкубаторов, расшифровывает данное понятие, как меру поддержки предпринимателей, которые часто не способны самостоятельно существовать в конкурентной среде.

В современном понимании бизнес-инкубаторы возникли в 1959 году, когда Джозеф Манкусо основал первый инкубатор Batavia Industrial Center, созданный для снижения уровня безработицы в его родном городе, который на тот момент испытывал экономические трудности. Пример Манкусо создал цепную реакцию, и со временем бизнес-инкубаторы стали открываться в других городах и странах так, что к 1995 году было зарегистрировано 1100 бизнес-инкубаторов, которые входили в Национальную ассоциацию инкубаторов бизнеса. В России первые инкубаторы появились в 1990 году, их деятельность была направлена на поддержку малых вновь созданных предприятий, а также на поддержку начинающих предпринимателей. В 2004 году был открыт первый российский студенческий инкубатор «Дружба», локацией для которого стал ТУСУР (Томский государственный университет систем управления и радио-техники). Впоследствии, все крупные университеты в России открыли свои собственные бизнес-инкубаторы, целью которых является поддержка предпринимательских и научных начинаний студентов и преподавателей, входящих в структуры университета.

В России наиболее популярными являются классические и академические инкубаторы (рис. 1). Самые крупные и успешные российские бизнес-инкубаторы организованы при крупных университетах.

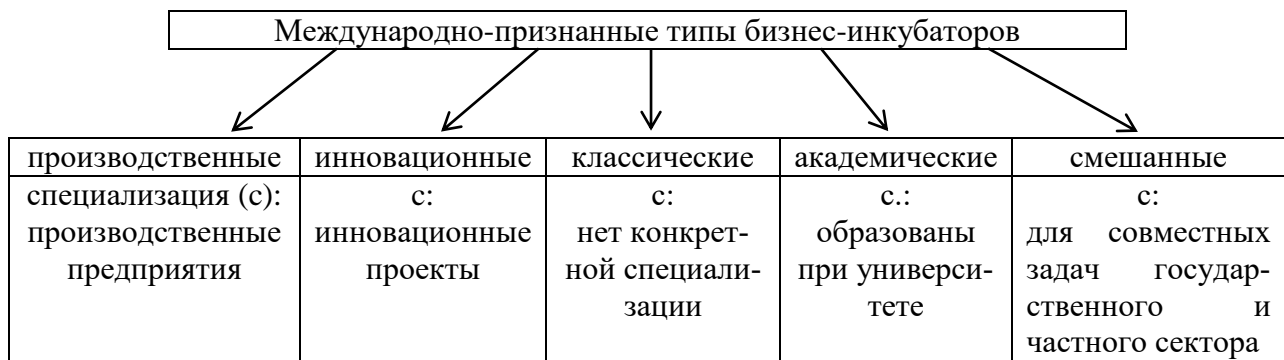


Рисунок 1 – Международно-признанные типы бизнес-инкубаторов

Бизнес-инкубаторы, в первую очередь, рассчитаны на работу с начинающими компаниями и предпринимателями. Для того что компания погрузилась в работу с инкубатором, она должна соответствовать некоторым правилам, которые устанавливает сам инкубатор (сфера деятельности, количество сотрудников, этап разработки продукта компании и т.д.). Компании, которые вступают в сотрудничество с бизнес-инкубатором принято называть резидентами.

Резидент бизнес-инкубатора – это субъект или компания, которая прошла отбор в бизнес-инкубатор и заключила с ним контракт на совместную деятельность. Резидент обращается в инкубатор с целью оказания поддержки своему предприятию: помощь в создании продукта, помощь в поиске инвесторов для проекта и т.д.

Ряд авторов выделяют следующие основные этапы, которые компания или предприниматель проходят, находясь в статусе резидента инкубатора:

1. предпосевная стадия – идея проекта изучается, но пока не понятны конкретные цели проекта и конкретная аудитория;
2. посевная стадия – идея подвергается маркетинговым исследованиям и анализу (также возможны первые пробные продажи);
3. стадия запуска проекта;
4. стадия роста – увеличение числа сотрудников стартапа, создание корпоративной структуры;
5. стадия выхода – компания покидает бизнес-инкубатор и преобразуется в классическую компанию.

Каждый резидент бизнес-инкубатора, независимо от специфики деятельности, проходит данные этапы внутри инкубатора. За это время с проектом работает менеджмент инкубатора, а также привлеченные специалисты.

За существование компании в статусе резидента сама компания не платит, однако при выходе из статуса резидента, бизнес-инкубатор получает долю в проекте, без права на участие в управленческой деятельности. Как правило, доля бизнес-инкубатора может варьироваться от 15% до 35% в зависимости от специфики проекта.

Есть два вида бизнес-инкубаторов: бесприбыльные и коммерческие. Разница у них в том, что первый вид нацелен на социальные проекты, а второй – на бизнес-проекты. Каждая отдельная страна отдает предпочтения разным видам бизнес-инкубатора. В США, к примеру, многие современные экономисты считают, что будущее будет за коммерческими бизнес-инкубаторами, со временем данный вид практически полностью выведет из оборота бесприбыльные инкубаторы, так как сами коммерческие инкубаторы будут заниматься социальными проектами в целях социального маркетинга. В целом, в США около 75% всех инкубаторов составляют именно бесприбыльные, но по результатам работы именно коммерческие показывают лучший результат, как по количеству выпущенных компаний, так и по качеству данных компаний. Многие профессиональные менеджеры по работе со стартапами предпочитают именно коммерческие инкубаторы, из-за зарплат и статуса. Большая результативность коммерческих инкубаторов и ведет к тенденции сокращения числа бесприбыльных, многие социальные проекты государство в будущем может просто решать за счет налоговых поступлений с коммерческого сектора инкубаторов [1,13].

В России сегодня число бесприбыльных инкубаторов превышает количество коммерческих. Именно на бесприбыльные инкубаторы сегодня сделана ставка. Большая часть бизнес-инкубаторов в России являются либо государственными, либо муниципальными, либо университетскими. Практика создания собственных, хорошо оснащенных бизнес-инкубаторов крупными частными компаниями и инвесторами не является популярной на российском рынке, есть

лишь частные примеры. Самые успешные российские бизнес-инкубаторы – это академические и университетские инкубаторы, инкубатор НИУ ВШЭ входит в 25 лучших инкубаторов мира. В университетских инкубаторах, в первую очередь, продвигаются научные проекты, имеющие прикладной характер. Потенциально высокая прибыль проекта в данных инкубаторах не всегда является залогом попадания в ряды резидентов. В целом, структура бизнес-инкубаторов и технопарков играет в России важную роль, создавая условия для молодых предпринимателей и ученых.

Самыми успешными с финансовой и информационной точки зрения инкубаторами в России являются академические (университетские) инкубаторы. Примерами являются: бизнес-инкубатор НИУ ВШЭ (высшая школа экономики), бизнес-инкубатор МГУ, бизнес-инкубатор РЭУ Плеханова. Данные инкубаторы в первую очередь нацелены на проекты, реализуемые студентами учебных заведений, в которых располагается инкубатор.

Первые БИ в России появились в 1990-х годах, однако настоящее развитие феномен инкубаторов получил, начиная с 2007 года. В этом году была реализована государственная программа на основании ФЗ от 24.07.2007 N 209-ФЗ (ред. от 29.06.2015) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации». На основании данного закона были выделены средства на создания многих БИ, большая часть которых была организована на базе крупных университетов. Основной задачей бизнес-инкубаторов государство считает создание рабочих мест, а также поддержку жизнеспособности и повышение выживаемости малого бизнеса. В России чаще всего встречаются бизнес-инкубаторы двух типов: классические (без особой специализации) и академические. Классические инкубаторы – это, как правило, инкубаторы, организованные за счет средств из муниципального фонда и ориентированные на проекты, которые реализуются в определенных административных границах. Чаще всего в одном районе организован один бизнес-инкубатор, и для того чтобы стать его резидентом необходимо обратиться к районной администрации. Данный тип БИ весьма ограничен в своей деятельности и предоставляет довольно

ограниченный спектр услуг для своих резидентов, это в первую очередь льготная аренда помещения, консалтинговые услуги, возможная помощь с привлечением инвестиций в проект. Данный вид БИ в России не пользуется особой популярностью и существует в первую очередь, как обязательное явление, на основании государственной программы. Второй самый распространенный вид бизнес-инкубаторов в России – это университетские (академические) БИ. Данный вид бизнес-инкубаторов зарекомендовал себя как успешная модель вывода новых проектов на открытый рынок. Данные инкубаторы в первую очередь нацелены на инновационные и технологические проекты, которые реализуются студентами учебных заведений, в стенах которых, расположен БИ. Академические инкубаторы в большинстве своем были созданы на основании программы 2007, но затем вышли за пределы государственного регулирования за счет успешного менеджмента, смогли достичь автономии от государственных и муниципальных средств. Ежегодно академические инкубаторы выпускают на рынок около сотни малых инновационных предприятий.

В целом, БИ в России не являются популярным явлением. Новоиспеченные предприниматели редко обращаются за поддержкой к инкубаторам. В России большим успехом обладают студенческие инкубаторы, но они в первую очередь представляют собой локальное явление, рассчитанное на узкий круг клиентов (студентов материнского университета). Государственное регулирование в сфере инкубаторов в России не имеет одной ярко выраженной направленности, поэтому за время существования феномена инкубаторов, в России не удалось сформировать цельной индустрии [4].

Как уже говорилось выше, самыми успешными с финансовой и маркетинговой сторон являются академические (университетские) бизнес-инкубаторы. С годами многие инкубаторы данного вида сформировали собственную модель функционирования, собственную корпоративную культуру, выбрали для себя более выгодные сферы предпринимательства. Именно университетские инкубаторы в первую очередь сегодня работают с инновационным продуктом. Однако стоит заметить, что размер и ресурсы инкубаторов часто не позволяют им в

полной мере конкурировать с крупным бизнесом на рынке. Не до конца разработаны каналы взаимодействия, многим проектам сложно привлечь инвестиции, несмотря на свою перспективность. Крупный бизнес по-прежнему не воспринимает сферу инкубаторов, как системообразующую для экономики страны.

Академические инкубаторы смогли самостоятельно адаптироваться по реалии рынка, не имея при этом крупной государственной поддержки. Данный вид инкубаторов не являются временным трендом, многие БИ видят и планируют свою деятельность на десятилетие вперед (вкладывают средства в стратегическое планирование).

В случае поддержки государства именно данный вид бизнес-инкубаторов способен сформировать сферу инкубационной деятельности в России. Опираясь на свой опыт и имея достаточные ресурсы, как финансовые, так и информационные, академические инкубаторы способны в полной мере заложить основы хорошего инкубационного менеджмента.

Список литературы:

1. Азжеурова М. В. Инновационная продукция свеклосахарного подкомплекса // Научные труды Вольного экономического общества России. 2009. Т. 115. С. 108-118. EDN KONZTT.
2. Азжеурова М. В. Приоритетные направления развития кластеров регионального свекловодства // Вестник Мичуринского государственного аграрного университета. 2011. № 1-2. С. 76-79. EDN ОКВНJD.
3. Азжеурова М. В. Развитие интеграционных процессов в свеклосахарном подкомплексе региона // Вестник Мичуринского государственного аграрного университета. 2013. № 2. С. 112-115. EDN RRQJQJ.
4. Азжеурова М. Формирование и реализация инновационной политики в АПК России // Международный сельскохозяйственный журнал. 2010. № 3. С. 35. EDN MVOCHX.
5. Бизнес-инкубатор - инновационная форма хозяйствования в сфере услуг / И. М. Куликов, А. С. Труба, В. П. Черданцев, М. В. Тронина; Всерос-

сийский селекционно-технологический институт садоводства и питомниководства, Всероссийский НИИ организации производства, труда и управления в сельском хозяйстве, Пермский государственный аграрно-технологический университет им. акад. Д. Н. Прянишникова, Фонд развития и поддержки садоводства. Москва: Всероссийский селекционно-технологический институт садоводства и питомниководства, 2018. 84 с. EDN YMLHAT.

6. Дубовицкий А. А., Климентова Э. А., Рогов М. А. Дифференциация регионального инновационного развития в России // Региональная экономика: теория и практика. 2022. Т. 20, № 8(503). С. 1567-1585. EDN CPDVCR.

7. Дубовицкий А. А., Рогов М. А. Факторы и результативность формирования инновационной среды // Современные тенденции и перспективы развития агропромышленного и транспортного комплексов России: Сборник статей по материалам международной научной конференции, Новосибирск, 21 июня 2021 года. Новосибирск: Издательский центр Новосибирского государственного аграрного университета "Золотой колос", 2021. С. 158-161. EDN XHFХКА.

8. Лозовая О.В., Барсукова Н.В., Ванюшина О.И. Основные направления поддержки малого и среднего предпринимательства в Рязанской области // Актуальные вопросы устойчивого развития государства, общества и экономики: сборник научных статей Всероссийской научно-практической конференции. Курск, 2022. С. 243-248.

9. Кувшинов В. А. Государственная поддержка и инновации в сельском хозяйстве Тамбовской области // Достижения и перспективы научно-инновационного развития АПК: сборник статей по материалам IV Всероссийской (национальной) научно-практической конференции, Курган, 16 февраля 2023 года. Курган: Курганский государственный университет, 2023. С. 174-178. EDN PWOХХЕ.

10. Кувшинов В. А. Формирование механизма государственной поддержки инновационной деятельности в АПК // Инновационное развитие региона: проблемы, перспективы (IV Шаляпинские чтения): материалы Всероссийской (национальной) научно-практической конференции, Мичуринск-наукоград РФ,

26 ноября 2021 года. Мичуринск-научоград РФ: Мичуринский государственный аграрный университет, 2021. С. 181-184. EDN ORXMTJ.

11. Кузьмицкая А.А. Крупный и малый агробизнес: плюсы и минусы //Социально-экономические проблемы развития экономики АПК в России и за рубежом. Материалы всероссийской (национальной) научно-практической конференции с международным участием, посвященной 55-летию со дня образования экономического факультета (ныне Института экономики, управления и прикладной информатики). п. Молодежный, 2020. С. 185-193.

12. Минаков И. А. Основные направления инновационного развития // Управление земельно-имущественным комплексом в условиях цифровизации агропромышленного производства: Материалы Всероссийской научно-практической конференции, Пермь, 04 октября 2019 года / Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Пермский государственный аграрно-технологический университет имени академика Д.Н. Прянишникова», Факультет землеустройства, кадастра и строительных технологий. Пермь: ИПЦ Прокрость, 2020. С. 138-141. EDN DDBYMV.

13. Скрипкина Е. В. Региональный аспект развития малого предпринимательства в аграрном секторе Курской области // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. 2008. № 5. С. 14-16.

UDC 338.43

**THE ROLE AND PLACE OF BUSINESS INCUBATORS IN THE
FIELD OF SMALL BUSINESS IN RUSSIA**

Mariya V. Azzheurova

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

azzheurovam@mail.ru

Michurinsk State Agrarian University

Michurinsk, Russia

Abstract. The article examines the domestic practice of the functioning of business incubators, which made it possible to identify the types, describe the model of their work, the issues to be solved and the problems of development in the country.

Key words: business incubator, small and medium-sized businesses, innovative economy, innovative projects.

Статья поступила в редакцию 20.11.2023; одобрена после рецензирования 20.12.2023; принята к публикации 25.12.2023.

The article was submitted 20.11.2023; approved after reviewing 20.12.2023; accepted for publication 25.12.2023.