

ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

УДК 378.1
ББК 65.29

СТРАТЕГИЯ СОЗДАНИЯ УНИВЕРСИТЕТСКИХ БИЗНЕС-АКСЕЛЕРАТОРОВ

Р. И. Морозов¹, С. В. Белохвостов², В. В. Апанасович³
morozov@sbmt.by, s.belokhvostov@gmail.com, apanasovich@sbmt.by

¹Помощник директора

Институт бизнеса и менеджмента технологий БГУ, г. Минск

²Магистрант, Институт бизнеса и менеджмента технологий БГУ, г. Минск

³Доктор физико-математических наук, профессор, директор
Институт бизнеса и менеджмента технологий БГУ, г. Минск

Аннотация

Представлен анализ инновационного и предпринимательского потенциала белорусских студентов, рассматриваются этапы создания университетского бизнес-акселератора.

Ключевые слова: стартап, стартап-школа; бизнес-акселератор; инфраструктура поддержки предпринимательства; предпринимательский потенциал, предпринимательская экосистема.

STRATEGY DEVELOPMENT OF UNIVERSITY BUSINESS-ACCELERATORS

R. I. Marozau¹, S. V. Belokhvostov², V. V. Apanasovich³
morozov@sbmt.by, s.belokhvostov@gmail.com, apanasovich@sbmt.by

¹PhD in Business and Economics, assistant Director

School of Business and Management of Technology of BSU, Minsk

²Undergraduate, School of Business and Management of Technology of BSU, Minsk

³Doctor of physico-mathematical Sciences, Professor, Director
School of Business and Management of Technology of BSU, Minsk

Abstract

We provide the competitiveness analysis of the entrepreneurial potential of Belarusian students. Steps for creating a university business accelerator are discussed.

Keywords: start-up, start-up school, business accelerator, incubator, entrepreneurship support infrastructure, entrepreneurial potential, entrepreneurial ecosystem.

ВВЕДЕНИЕ

Ведущие международные университеты в конце прошлого века среди приоритетов в своем развитии помимо образовательной и исследовательской миссий провозгласили необходимость реализации третьей миссии – предпринимательской [1]. Это стало ответом на вызовы новой инновационной экономики, где предпринимательская инициатива становится ключевым фактором экономического роста. В этих условиях высшие учебные заведения начинают трансформироваться в «предпринимательские университеты», которые в последнее время получили еще одно название – Университеты 3.0.

Американские инновационные центры – Кремниевая долина в Калифорнии, Route 128 в Бостоне, Остин в Техасе - выросли во многом благодаря находящимся там университетам.

Предпринимательские вузы уже становятся двигателями инновационного развития, так как превращаются в естественные инкубаторы, в которых студенты, преподаватели и исследователи, работают в тесном взаимодействии с бизнес-сектором, имеют возможность генерировать, тестировать и превращать идеи и знания в предпринимательские инициативы [2,3].

Именно студенты и выпускники университетов обладают огромным инновационным и предпринимательским потенциалом, распознать который должен вуз через предоставление доступа к предпринимательскому бизнес-образованию и создание среды, способствующей формированию предпринимательской культуры, а также реализации бизнес-идей и запуска стартапов [4].

Данное направление развития дает возможность университетам повышать свою привлекательность в глазах поступающих и иметь дополнительный источник дохода. Для достижения этих целей вузы активно создают инфраструктуру поддержки предпринимательства. Такая инфраструктура может быть весьма разнообразной и включать в себя Стартап уикенды (Startup Weekends), инвестиционные площадки (Investment Marketplaces), стартап-школы (Start-up Schools), митапы (Meetups), хакатоны (Hackdays, Hackathons), коворкинги (Coworking Spaces), инкубаторы (Incubators) и акселераторы (Accelerators). Все эти элементы в совокупности с бизнес-образованием формируют предпринимательскую экосистему вуза.

Наиболее распространенным в мире типом формирующейся в университетах инфраструктуры является бизнес-акселератор – структура или реализуемая ее программа интенсивного развития компаний через менторство, обучение, финансовую и экспертную поддержку в обмен на долю в капитале компании или за счет привлечения стороннего финансирования (гранты, спонсорская помощь) [5]. Как правило бизнес-акселераторы предлагают участникам структурированную программу, которая помогает разработать бизнес-модель, сформировать команду, создать производство и привлечь инвестиции.

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ИНФРАСТРУКТУРА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Сегодня ведущие университеты Республики Беларусь все чаще перенимают опыт у западных представителей образовательной сферы, где предприниматели и инноваторы активно вовлекаются в образовательный процесс, выступают в качестве менторов, консультантов для студенческих инициатив и проектов, содействуют в установлении деловых связей, поиску партнеров и финансирования и, безусловно, запуску стартапов.

На уровне государства развитие и поддержка малого и среднего предпринимательства является одним из приоритетных направлений политики. Основными субъектами инфраструктуры являются 94 центра поддержки предпринимательства и 20 инкубаторов малого предпринимательства. С одной стороны, можно отметить поступательное движение, которое делают государственные власти по направлению развития предпринимательской экосистемы в Республике Беларусь. С другой стороны, в Минске и, в целом, в Республике Беларусь крайне сложно найти сформированные, обучающие в теории и на практике, а также оказывающие консультационную и менторскую поддержку программы по созданию и развитию бизнеса, запуска стартапов.

В рамках такой системы Институт бизнеса и менеджмента технологий БГУ (далее – ИБМТ БГУ) – ведущая бизнес-школа в системе высшего образования Республики Беларусь – являясь по своей сути предпринимательским вузом, нацелен стать центром предпринимательского бизнес-образования. Одним из инструментов формирования предпринимательской экосистемы, который избрал для себя ИБМТ БГУ, стала стартап-школа – это платформ, где активные студенты, магистранты, молодые ученые с предпринимательской инициативой и видением, талантом, лидерскими могут получить качественную поддержку от представителей бизнес-среды. Как правило, все занятия в

стартап-школах, проводят успешные предприниматели, которые имеют опыт запуска бизнеса. Они готовы погрузить участников в предпринимательскую среду, поделиться своим опытом.

Предполагается, что такая деятельность будет способствовать более активному включению всего БГУ в инновационную систему, коммерциализации имеющихся знаний и технологий, которые по каким-то причинам не востребованы предприятиями, стиранию границ между обучением в вузе и практической инновационной и предпринимательской деятельностью, подготовке более конкурентоспособных на рынке труда – не только соискателей, но и создателей рабочих мест, в том числе и в регионах. Это движение является естественным и связано с предпринимательскими устремлениями студентов.

РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННОГО И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО ПОТЕНЦИАЛА СТУДЕНТОВ

Современные студенты склонны к поиску инновационных решений, познанию своих способностей, предпринимательскому поведению. Они выходят на рынок труда и будут строить свои карьеры. Для них чрезвычайно важно получить навыки инновационного предпринимательства через различные механизмы предпринимательского бизнес-образования.

С целью изучения инновационного и предпринимательского потенциала студентов в 2016 году было проведено выборочное исследование, охватившее 716 студентов белорусских вузов [6, 7]. Результаты опросов свидетельствуют о том, что относительно небольшое количество студентов (8,9%) намерено начать свой бизнес сразу после окончания вуза. При этом показатель очень близок к среднемировому уровню в 2016 году – 8,8%. В то же время, число студентов, которые планируют стать основателями (учредителями) своего бизнеса через пять лет, увеличивается в шесть раз до 56,8% (среднемировой результат составляет 38,2%). Этот показатель подтверждает необходимость планирования и реализации развития предпринимательских навыков и компетенций посредством учебных планов разных специальностей.

Для оценки предложений по развитию предпринимательских компетенций студентов был изучен опыт более 100 организаций, работающих в сфере обучения и поддержки предпринимателей. По результатам можно сделать выводы:

- 10% организаций вообще не имеют веб-сайта;
- 20% имеют нерабочий веб-сайт;
- 66% занимаются обучением в сфере продаж, маркетинга, менеджмента и управления в целом, однако их нельзя назвать стартап-школами, инкубаторами или акселераторами;
- 4% занимаются обучением в сфере организации собственного бизнеса, стартапа, начиная с поиска идеи и формирования команды и заканчивая выходом на рынок и первыми продажами.

Важно отметить, что белорусские вузы не так активны, как европейские и американские вузы в обучении и развитии предпринимательства. Эту нишу, особенно в столице, занимают частные провайдеры услуг, которые рассматривают студентов как свою целевую аудиторию.

Характеристики отрасли и ключевых участников рынка были получены методом экспертных оценок по результатам опроса 10 провайдеров и потребителей услуг (таблица 1).

Таблица 1 – Характеристики отрасли для построения карты стратегических групп

Характеристика/ организации	Стартап-школа ИБМТ БГУ	Центр комфортного общения Натальи Шеиной	Центр предпринимательства LIKE	Бизнес Молодость	Онлайн курсы
	start.by	centercomfort.by	likebz.by	molodost.bz	
	А	Б	В	Г	Д
Цена (чем выше балл, тем меньше стоимость курсов)	4	1	4	3	4
Проработанность курсов	3	4	5	5	2
Известность, доверие, имидж	3	5	4	4	2
Профессионализм экспертов/спикеров	4	4	4	3	2
Длительность присутствия на рынке	1	5	4	4	2
Средний результат	3	3,8	4,2	3,8	2,4

Примечание – Источник: собственная разработка на основании [8]

Характеристики были оценены по 5-ти балльной шкале. На основе данных таблицы 1 построены карты стратегических групп по парам параметров (Рисунки 1-4).

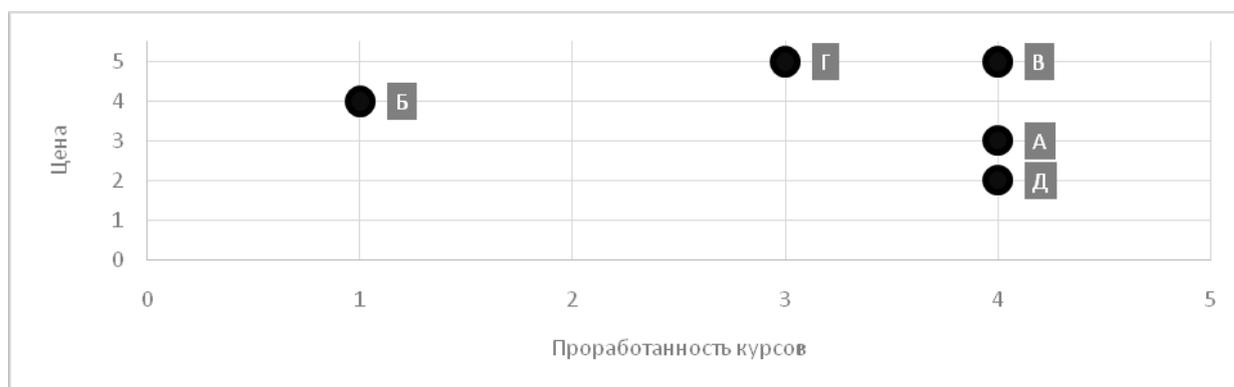


Рисунок 1 – Карта стратегических групп: цена, проработанность курсов

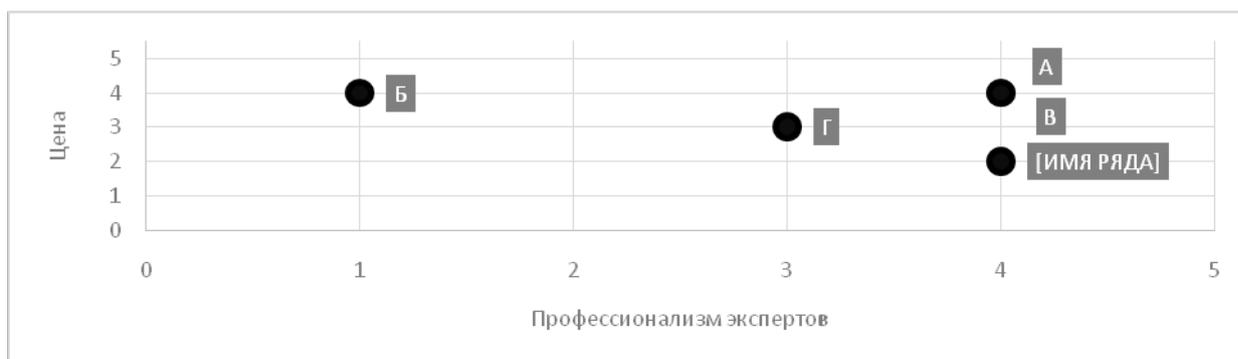


Рисунок 2 – Карта стратегических групп: цена; профессионализм экспертов

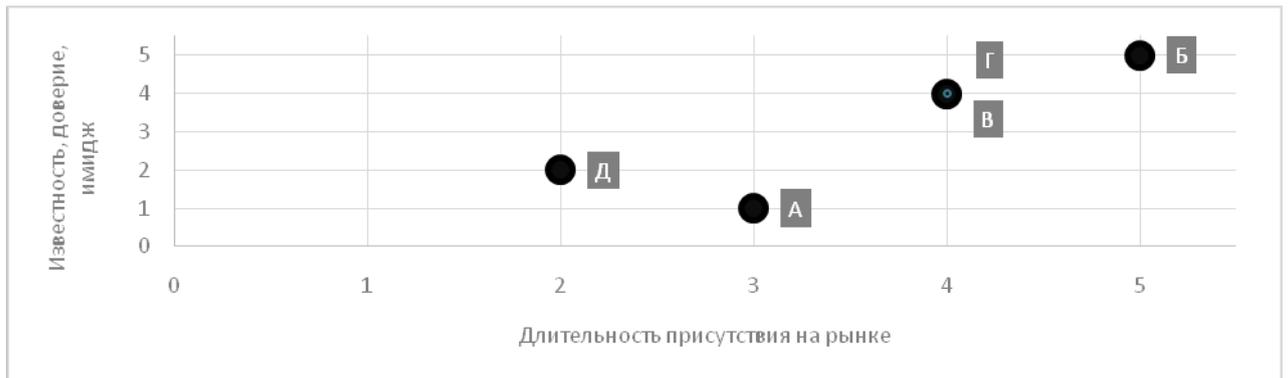


Рисунок 3 – Карта стратегических групп: известность, доверие, имидж; длительность присутствия на рынке

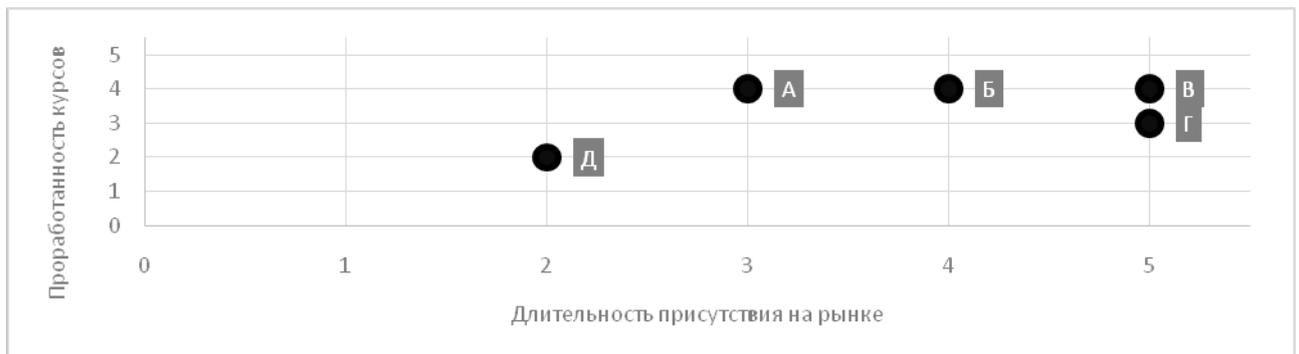


Рисунок 4 – Карта стратегических групп: проработанность курсов; профессионализм экспертов

Исходя из построенных карт стратегических групп для Стартап-школы ИБМТ БГУ (А) рекомендуется придерживаться привлекательной ценовой политики. Основное внимание следует сосредоточить на проработанности предоставляемых курсов, в первую очередь, это предакселерационная программа «Стартап за 9,5 недель», т.е. улучшать структуру занятий, внедрять более активно новые технологии (например, учебный портал ИБМТ БГУ, социальные медиа), проводить инструктаж для выступающих спикеров и менторов, внедрить стандарты, чек-листы для каждого процесса и придерживаться их. Стартап-школа ИБМТ БГУ занимает конкурентную позицию благодаря приглашаемым успешным бизнесменам, что способствует росту и другим характеристикам – известность, доверие и имидж самой Стартап-школы.

Функционирующая и занимающая конкурентную позицию Стартап-школа ИБМТ БГУ является перспективной стартовой площадкой для создания и развития бизнес-акселератора.

МЕРОПРИЯТИЯ ПО РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ СОЗДАНИЯ БИЗНЕС-АКСЕЛЕРАТОРА

Рассмотрим план мероприятий по реализации стратегии открытия бизнес-акселератора. Процесс создания состоит из двух ключевых этапов: разработка концепции и принятие окончательного решения о создании акселератора (шаги 1 – 3) и конкретизация подходов к реализации всех ключевых бизнес-процессов акселератора (шаги 4 – 10). Весь процесс запуска акселератора, как правило, занимает около 3 месяцев. Результатом первого этапа является принятие руководством решения о создании акселератора. По итогам второго этапа формируется команда, разрабатывается акселерационная программа и пакет документов для запуска. Схема этапов и шагов запуска бизнес-акселератора представлена на рисунке 5.

Этапы и шаги	1 месяц	2 месяц	3 месяц
Создание концепции и принятие решения о создании	■	▲	
Определение цели и специализации	■		
Разработка концепции		■	
Представление презентации концепции руководству		■	
Доработка концепции			▲
Определение организационной структуры		■	
Создание команды		■	■
Формирование предложения для привлечения проектов		■	■
Проработка системы поиска и отбора проектов		■	■
Разработка акселерационной программы		■	■
Конкретизация требуемого бюджета			■
Разработка системы по работе с выпускниками			■

Рисунок 5 – Схема этапов и шагов запуска бизнес-акселератора

Примечание – Источник: собственная разработка на основании [5,8]

Шаг №1 - определить специализацию и цель работы бизнес-акселератора.

Существует 2 основные цели создания акселератора:

- «технологический радар»: быстрый поиск новых идей под конкретную задачу на внешнем рынке;
- «катализатор развития технологий»: ускоренная доработка внутренних идей и разработок до готовых проектов или продуктов и их коммерциализация.

Шаг №2 - разработать концепцию акселератора. Для принятия решения о создании акселератора необходима разработка концепции, которая позволит продемонстрировать подход к достижению поставленных перед ним целей и ключевых показателей эффективности, а также предварительные оценки затрат по его организации.

По итогам разработки концепции подготавливаются отчет и презентация для представления руководству университета – это шаг №3 - принять окончательное решение о создании акселератора.

Шаг №4 - определить организационную структуру и месторасположения акселератора. Правильный выбор организационной структуры и места расположения позволяет оптимизировать расходы на его создание. Более того, выбор организационной структуры также определяет, насколько быстро и эффективно в соответствии с изменениями во внешней среде могут вноситься корректировки в отдельные бизнес-процессы деятельности акселератора, что обуславливает во многом его успешность.

Шаг №5 - создать команду акселератора. Для университета, который в первый раз запускает акселератор, предпочтительно создание проектной команды. Это позволит оценить эффективность применения этого инструмента, не затрачивая лишних ресурсов, как финансовых, так и временных.

Шаг №6 - сформировать предложение для привлечения проектов в акселератор. Для привлечения проектов можно использовать следующие инструменты:

1. Предоставление доступа к технологическим ресурсам вуза;
2. Предоставление доступа к каналам продвижения вуза (отдел маркетинга);
3. Предоставление поддержки со стороны менторов и партнёров, в том числе консультирование по техническим вопросам;
4. Привлечение финансирования;

5. Предложение дальнейшего сотрудничества с вузом после прохождения акселерационной программы;
6. Проведение образовательной программы;
7. Подбор команды, которая должна включать руководителя, заместителя руководителя по разработке, организации и администрированию, эксперта по оценке проектов, менторов, системно работающих с проектами, менеджера по работе с участниками, менторов, осуществляющих разовые консультации проектам по их запросам, экспертов/спикеров на мероприятиях акселерационной программы.

Шаг №7 - разработать систему по поиску и отбору проектов в акселератор. Система поиска стартапов должна выстраиваться, исходя из особенностей портрета привлекаемых проектов и команд для акселератора.

Шаг №8 - разработать акселерационную программу.

Бизнес-акселератор призван направлять стартапы в развитии до достижения ими установленного для каждого из проектов целевого уровня, например, до этапа разработки прототипа, организации опытного производства. Акселерационная программа формируется в соответствии с целью создания акселератора, спецификой проектов и параметрами предложения для его участников. По итогам акселерации проводится отбор участников, с которыми вуз продолжит тесное сотрудничество и, возможно проинвестирует. Акселерационную программу рекомендуется формировать из трех ключевых элементов: образовательной программы, работы с менторами и партнерами, предоставления проектам доступа к инфраструктуре университета.

Шаг №9 - определение бюджета акселератора. Усредненная оценка бюджета, требуемого для осуществления деятельности акселераторов в Беларуси в зависимости от их специализации в разбивке по основным статьям представлена в таблице 2. Оценка проводилась на основании данных из открытых источников, в том числе на основании анализа по осуществлению деятельности акселераторов на территории СНГ.

После уточнения итогового объема бюджета, необходимого для запуска акселератора, рекомендуется продумать, какие из данных затрат целесообразно покрыть самостоятельно, для осуществления каких необходимо привлечь партнеров, заинтересованных в софинансировании деятельности акселератора.

Таблица 2 – Оценка бюджета акселератора исходя из его специализации

Статьи затрат	Технологический фокус		Комментарии
	ИТ	биотехнологии и медицина, промышленность	
обязательные, в руб.			
Расходы на оплату работы экспертов и менторов	2000 - 2500	2000 - 2500	Расходы по статье могут быть снижены путем привлечения на должности экспертов и менторов сотрудников вуза, которые смогут, помимо выполнения задач по основной должности, в рабочее время несколько часов в неделю уделить работе в акселераторе
Расходы на проведение мероприятий по продвижению акселератора	1500 - 2000	1500 - 2000	Затраты на проведение мероприятий могут быть уменьшены путем их проведения на собственных площадках
Расходы на продвижение акселератора в СМИ	1500 - 2000	1500 - 2000	
Фонд оплаты труда сотрудников акселератора	1500 - 2000	1500 - 2000	
Использование/аренда помещения под проведение акселератора	3000 - 4000	3000 - 4000	Данная статья расходов может быть уменьшена путем использования собственных учебных помещений и аудиторий
Итого обязательные расходы	9500 - 12500	10000 - 13000	
опциональные, в руб.			
Расходы на оплату командировочных расходов (в случае необходимости командировки)	400 - 1000	400 - 1000	Данная статья расходов возникает в случае, если акселератор создает площадку (-и) в странах / городах, где не расположен вуз, или если в данных странах / городах проводятся маркетинговые мероприятия по продвижению акселератора
Расходы на оплату использования производственно-технической базы	300 - 700	300 - 700	Появляется в случае, если вуз включает в акселерационную программу такой элемент, как предоставление участникам доступа к технологической инфраструктуре
Расходы на оплату проживания экспертов и менторов	400 - 1500	400 - 1500	Расходы по данной статье осуществляются в случаях, когда для реализации деятельности акселератора привлекаются эксперты и менторы из других стран или других городов
Расходы на разработку сайта акселератора, в том числе для работы с участниками и выпускниками	400 - 700	400 - 700	Расходы на разработку сайта могут быть существенно снижены, если создавать не отдельный сайт акселератора, а отдельную вкладку про его деятельность на сайте вуза
Итого опциональные расходы	1500 - 3900	1500 - 3900	
Итого бюджет акселератора	11000 - 16400	11500 - 16900	

Шаг №10 - разработать систему по работе с выпускниками бизнес-акселератора.

После завершения акселерационной программы команды достигают различного уровня развития своих проектов, а вузу в зависимости от этого необходимо принять решение о том, как он дальше будет взаимодействовать с участниками.

ВЫВОДЫ

Инновационная экономика – это преимущественно сервисная экономика, где производителем и провайдером услуг чаще всего является малый и средний бизнес. Поэтому роль и место таких предприятий в инновационной экономике становится ключевой с учетом его повышенной способности к поиску, генерации и внедрению инноваций по сравнению с крупными предприятиями. Во многих развитых странах вузы стали плодородной почвой для зарождения и развития стартапов благодаря созданной предпринимательской экосистеме и, как следствие вузы стали важными драйверами инноваций и экономического роста.

Роль вузов в национальной инновационной системе Республики Беларусь должна быть адаптирована к текущим условиям. Белорусские университеты ощущают на себе усиливающееся давление правительства и предприятий по причине того, что образование и исследования в университетах в недостаточной степени удовлетворяют социально-экономическим интересам, университеты недостаточно включены в инновационные процессы и взаимодействия с предприятиями, особенно малыми и средними.

Белорусским вузам необходимо предпринять серьезные шаги, чтобы активизировать процессы по созданию предпринимательской экосистемы и, тем самым, внести свой вклад в социально-экономическое развитие регионов и страны в целом. В этой связи, должны формировать предпосылки для будущей предпринимательской деятельности обучающегося через создание инфраструктуры поддержки предпринимательства.

В этой связи, перспективным направлением является запуск бизнес-акселераторов, что, безусловно, требует выделения определенных ресурсов для прохождения организационных шагов, подробно описанных в данной статье. В этих процессах вузы как единые комплексы должны полагаться на свой опыт и компетенции, а также на национальные и международные связи.

ЛИТЕРАТУРА

1. Морозов, Р. И. Предпринимательские университеты и их роль в обеспечении устойчивого социально-экономического развития страны и регионов / Р. И. Морозов, В. В. Апанасович // Образование в интересах устойчивого развития в Беларуси: теория и практика / Редкол. А.И. Жук (гл. ред.), Н.Н. Кошель (зам. гл. ред.), С.Б. Савелова (зам. гл. ред.) – Минск : В.И.З.А.ГРУПП, 2015. – С. 429-440.
2. Buniak, N. Entrepreneurial university: essence and peculiarities of formation. // *Juvenis scientia, Lesya Ukrainka East European National University, Ukraine*, 2015. – 120 p.
3. Feters, M, Patricia, G. The Development of University-based Entrepreneurship Ecosystems – Global Practices. // Edward Elgar Publishing, 2008. – 250 p.
4. Морозов, Р. И. Предпринимательская среда вуза как важнейший элемент системы бизнес-образования / Р. И. Морозов, В. В. Апанасович // Материалы XIV Междунар. науч.-практ. конф. «Актуальные проблемы бизнес-образования», 16–17 апр. 2015 г., Минск / Белорус. гос. ун-т, Ин-т бизнеса и менеджмента технологий / Редкол. : В. В. Апанасович (гл. ред.) [и др.]. – Минск : Национальная библиотека, 2015. – 335 с. С.183-187
5. Шлей, Б. Неудержимые: Интенсив для будущих предпринимателей. — Манн, Иванов и Фербер, 2014. — С. 15. — 288 с.
6. Marozau, R., Apanasovich, V. Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey. National Report of the Republic of Belarus – Minsk, 2016. – 45 p.

7. Морозов, Р. И. Предпринимательский потенциал студентов белорусских вузов / Р. И. Морозов, Г. А. Хацкевич, В. В. Апанасович // Инновационные образовательные технологии. – 2017. – №2(50). – С. 8-15

8. McAdam, M. High tech start-ups in University Science Park incubators: The relationship between the start-up's lifecycle progression and use of the incubator's resources / M. McAdam, R. McAdam // Technovation, № 5(58) – С. 277-290.

Статья поступила в редакцию 20.06.2017