

Г.А. Гершанок, Д.Г. Шишкин

Пермский государственный технический университет

МЕХАНИЗМЫ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННЫХ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ ИНИЦИАТИВ СТУДЕНТОВ РЕГИОНА

Статья посвящена описанию одного из механизмов активизации малого и среднего предпринимательства в Пермском крае, а именно – механизма развития студенческих инновационных и предпринимательских инициатив – важной составляющей части системы раннего обнаружения предпринимателей. Подробно описан один из элементов системы раннего обнаружения предпринимателей – проведение конкурсов студенческих бизнес-проектов в Пермском государственном техническом университете. Приведен порядок проведения и этапы конкурса, критерии оценки проектов и основные результаты конкурса.

Предпринимательские инициативы, развитие малого предпринимательства, раннее обнаружение предпринимателей, механизмы развития предпринимательства, конкурс студенческих бизнес-проектов.

Малое предпринимательство – сфера приложения индивидуальных способностей человека, способ самореализации личности. Согласно российскому законодательству, к субъектам малого предпринимательства относятся потребительские кооперативы и коммерческие организации (за исключением государственных и муниципальных), а также индивидуальные предприниматели и крестьянские (фермерские) хозяйства, удовлетворяющие заданным ограничениям по суммарной доле участия других юридических лиц (для юридических лиц), средней численности работников, а также выручке от реализации товаров, работ и услуг или балансовой стоимости активов [1].

В сфере малого бизнеса осуществляется большая часть всех инноваций, что способствует научно-техническому прогрессу и формированию «среднего класса» как важнейшего фактора социальной и политической стабильности общества. В экономически развитых зарубежных странах малый и средний бизнес представляет собой главную сферу занятости населения, способствует развитию инновационного потенциала экономики. Для примера, доля малых и средних предприятий в ВВП Франции составляет около 50 %, в Германии – 60 % ВВП. По данным министерства занятости Франции, на малых и средних предприятиях трудятся 56,6 % французских служащих [6]. Органично связанное с крупным бизнесом малое предпринимательство является основой устойчивого развития региона и повышения конкурентоспособности

его экономики. Под устойчивым развитием региона понимается процесс изменений в региональной хозяйственной системе в направлении повышения социально-экономической эффективности ее функционирования [3].

Пермский край является индустриально развитым регионом, в структуре его экономики преобладают крупные промышленные предприятия. По данным Министерства развития предпринимательства и торговли Пермского края [9], среднесписочная численность работающих на малых и микропредприятиях в Пермском крае на начало 2009 года составляет 139 145 человек. Это составляет порядка 15 % от общего числа работающих в Пермском крае на тот же период. Оборот малых предприятий Пермского края в 2008 году составлял также 15 % от общего оборота организаций Пермского края и был равен 217 425 млн рублей. Доля малых и микропредприятий в валовом региональном продукте Пермского края в 2007 году составляла всего 9,8 %. В свете тенденций постиндустриального общества, для формирования более прогрессивной структуры экономики очевидна необходимость увеличения вклада малого и среднего предпринимательства в производство внутреннего регионального продукта. При этом крупный бизнес является одним из серьезных потенциальных заказчиков для предприятий малого и среднего бизнеса. Крупные промышленные предприятия, озабоченные повышением своей операционной эффективности, в настоящее время широко используют механизмы аутсорсинга и субконтрактации – одной из форм производственной кооперации, в ходе которой одно предприятие (контрактор) поручает другому предприятию (субконтрактору) изготовление деталей, комплектующих или осуществление технологических процессов. К настоящему моменту субконтрактация признана во всем мире как эффективный способ организации производства. В 2003 году в Европе субконтрактация обеспечивала 7,2 млн рабочих мест на 750 тыс. предприятий, оборот которых составлял 639 млрд евро [8]. Субконтракторами при этом, как правило, являются субъекты малого и среднего предпринимательства. Субконтрактные отношения в России имеют значительный потенциал развития и должны стать важным элементом строящейся модели российской промышленности. Для реализации данной модели необходимо активизировать процесс коммерциализации научных идей, исследований и разработок, прежде всего вузовских; развивать механизмы для формирования сети малых предприятий на базе вузов и, прежде всего, технических университетов, обслуживающих промышленные предприятия региона. В Пермском крае такой площадкой может стать Пермский государственный технический университет (ПГТУ), в 2009 году выигравший конкурс Министерства образования и науки РФ и получивший статус «национальный исследовательский университет». Таким образом, Пермский край, благодаря наличию большого числа крупных промышленных предприятий, с одной стороны,

и развитым научно-техническим и вузовским инновационным потенциалом, с другой стороны, имеет значительный потенциал развития малого и среднего предпринимательства преимущественно в сфере B2B.

По данным исследования «Развитие малого и среднего предпринимательства в регионах России», проведенного Общероссийской общественной организацией малого и среднего предпринимательства «ОПОРА РОССИИ» в 2008 году [7], Пермский край занимает пятую позицию в рейтинге российских регионов по уровню условий для развития малого и среднего бизнеса в секторе обрабатывающих производств. Однако, несмотря на высокую оценку существующих в регионе условий, количественные показатели развития предпринимательства заметно хуже. Так, по количеству малых предприятий на 100 тысяч жителей (по данным на 01.04.2009 г.) Пермский край занимает только 25-е место среди всех субъектов РФ. В Пермском крае этот показатель равен 162,5, что лишь немного превышает среднероссийский (160,4). По данному показателю Пермский край серьезно отстает от некоторых соседних регионов Приволжского федерального округа. Для сравнения: в Нижегородской области этот показатель составляет 212,5 (6-е место среди субъектов РФ), Кировская область – 207,0 (7-е место среди субъектов РФ), Удмуртия – 176,6 (19-е место среди субъектов РФ). При этом прирост числа малых предприятий в Пермском крае за год составил всего 0,4 %. Если проанализировать оборот малых предприятий на душу населения в январе-марте 2009 года, Пермский край занимает 23-е место среди субъектов РФ (89,3 % от среднероссийского показателя).

Одной из основных причин такого положения вещей, по нашему мнению, является не отсутствие условий или наличие барьеров для развития малого предпринимательства в регионе, а отсутствие стимулирования предпринимательских инициатив среди населения региона. На решение, в том числе и данной проблемы, направлены мероприятия краевой целевой программы «Развитие малого и среднего предпринимательства в Пермском крае на 2008–2011 годы» [2]. В числе программных мероприятий, направленных на стимулирование предпринимательских инициатив, необходимо отметить следующие:

- создание и поддержка работы портала «Малый бизнес Пермского края» с целью предоставления широкому кругу лиц информации о ведении собственного бизнеса в Пермском крае;

- развитие системы франчайзинга;

- развитие субконтрактинга;

- создание сети бизнес-инкубаторов;

- разработка системы обучения субъектов малого и среднего предпринимательства и их сотрудников, в том числе обучения потенциальных предпринимателей основам ведения бизнеса;

- предоставление субсидий начинающим предпринимателям на организацию собственного дела;

- развитие малого и среднего предпринимательства среди студентов.

Прежде всего, необходимо развитие предпринимательских и инновационных инициатив среди наиболее активной и предприимчивой части населения – молодежи. Наибольшим инновационным потенциалом, несомненно, обладают студенты и выпускники вузов, поэтому именно на них, в первую очередь, должны быть направлены мероприятия по стимулированию и развитию предпринимательских инициатив с целью развития малого предпринимательства в регионе. По данным проводимых нами опросов, более 40 % студентов вузов задумывается об открытии собственных малых предприятий. Однако для реального воплощения этих планов необходимо создавать условия для включения студенчества в активную экономическую жизнь, в частности, в занятие предпринимательством. В целом, для выполнения этой задачи, в регионе должна быть развернута система «раннего обнаружения предпринимателей», являющаяся одной из подсистем региональной системы развития малого и среднего предпринимательства. Система раннего обнаружения предпринимателей включает в себя:

- мероприятия по привлечению общественного внимания к предпринимательству, пропаганде идей предпринимательства в обществе;

- обучение основам предпринимательства и развитие предпринимательских компетенций в школе и в вузе в качестве дополнительных (факультативных) занятий в активной форме (тренинги, деловые игры, мастер-классы и пр.);

- организация и проведение школьных и студенческих конкурсов бизнес-идей и бизнес-проектов;

- возможность для всех желающих прохождения диагностики и тестирования на предмет наличия предпринимательских компетенций (в соответствии с разработанным «профилем предпринимателя»).

Целью системы раннего обнаружения предпринимателей является пропаганда идей предпринимательства среди широких слоев населения, прежде всего – молодежи, и выявление среди них «предпринимателей» – людей, предрасположенных к созданию и ведению собственного бизнеса и обладающих соответствующими психологическими и личностными качествами, соответствующих «профилю предпринимателя».

В середине XX в. сложилось современное понимание предпринимателя как новатора. Одним из исследователей, внесших значительный вклад в развитие теории предпринимательства, является Й. Шумпетер [4]. Предпринимательство, по Шумпетеру, – особый дар, свойство человеческого характера,

никоим образом не зависящее от классовой, социальной принадлежности. Этот тип характера отличают следующие особенности:

- предпочтение риска;
- ценность собственной независимости (ориентация на собственное мнение);
- потребность в достижении успеха, при том, что самооценку денег для него невелика;
- как ключевое качество предпринимателя – стремление к нововведению.

Одним из элементов системы раннего обнаружения предпринимателей, обеспечивающим механизм развития инновационных и предпринимательских инициатив среди студентов, является проведение конкурсов студенческих бизнес-проектов. Участие в таких конкурсах позволяет студентам «испытать себя», оценить собственную готовность к созданию бизнеса, применить полученные в вузе знания на практике, получить новые предпринимательские компетенции, проверить имеющиеся бизнес-идеи на адекватность и соответствие рынку, получить экспертную оценку своих идей, завести деловые связи и полезные контакты в бизнес-среде, а также возможность реализации своих идей. Благодаря элементу соревновательности и наличию призового фонда конкурсы вызывают серьезный интерес и отклик среди студентов, привлекая значительное внимание большого числа лиц. Университету проведение таких конкурсов позволяет повысить привлекательность вуза, реализовать концепцию инновационного вуза, улучшить качество образования за счет получения выпускниками дополнительных предпринимательских компетенций, привлечь внимание бизнеса к выпускникам новой формации и создать условия для развития партнерских отношений между учебным заведением и реальным бизнесом.

В Пермском крае конкурс студенческих бизнес-проектов под названием «Большая охота» проводится ежегодно. В 2007 и 2008 годах он проводился как открытый конкурс Пермского государственного технического университета, в 2009 году приобрел статус краевого и проводился при поддержке регионального министерства развития предпринимательства и торговли в рамках реализации краевой целевой программы «Развитие малого и среднего предпринимательства в Пермском крае на 2008–2011 годы». Цель конкурса – стимулировать предпринимательские инициативы студентов Пермского края. Задачами конкурса являются:

- стимулирование активного участия молодежи в научно-технической, инновационной, предпринимательской деятельности;
- выявление и поддержка студенческой молодежи, стремящейся реализоваться через инновационную и проектную деятельность;

- создание благоприятных условий для взаимодействия студентов и бизнес-сообщества для совместной реализации инвестиционных проектов;
- содействие реализации студенческих бизнес-проектов;
- объединение усилий высших учебных заведений и исполнительных органов государственной власти Пермского края, направленных на поддержку студенчества.

Участие в конкурсе могут принимать студенты вузов Пермского края, независимо от факультета и специальности, любой формы обучения, объединенные в команды от двух до шести человек. Командное участие в конкурсе является одним из обязательных моментов, так как, по нашему мнению, одним из ключевых факторов успеха малого бизнеса является наличие команды, а умение формировать команды и работать в них – одной из важных предпринимательских компетенций. При этом приветствуется участие в конкурсе смешанных команд с участниками из разных вузов, факультетов и специальностей, т.к. именно они могут являться прообразом реальных предпринимательских команд, которые для успешного функционирования должны включать в себя специалистов из различных профессиональных областей. Конкурс проводится в два этапа. На первом этапе эксперты оценивают бизнес-идеи, представленные участниками на конкурс. Победители первого этапа проходят во второй этап, на котором эксперты оценивают бизнес-планы, разработанные участниками на основе представленных бизнес-идей.

В целях подготовки участников к выполнению заданий конкурса организаторы проводят для них обучение по бизнес-планированию, мастер-классы от ведущих предпринимателей, инвесторов и консультантов по развитию бизнеса, а также деловые игры и тренинги по развитию предпринимательских компетенций. Вся программа обучения носит не столько теоретическую, сколько практическую направленность, ее цель – подготовка к созданию и ведению реального бизнеса, развитие бизнес-мышления, развитие предпринимательских компетенций. В системе высшего профессионального образования РФ развитие этих компетенций не предусмотрено даже учебными планами большинства экономических специальностей, не говоря уже о технических, естественно-научных, гуманитарных и прочих. Так, в 2009 году для участников конкурса проводились следующие мастер-классы:

- «Перспективные направления развития малого бизнеса в России и в Пермском крае», ведущий – министр сельского хозяйства Пермского края;
- «Маркетинговое обоснование бизнес-идеи», ведущий – зав. кафедрой маркетинга института повышения квалификации РМЦПК, практикующий маркетолог и бизнес-консультант;
- «Бизнес-проект, привлекательный для инвесторов», ведущий – генеральный директор инвестиционной группы.

Проводились также и тренинги (ведущие – бизнес-тренеры, практики и консультанты по управлению):

- Принятие финансовых решений;
- Психологические аспекты формирования начального капитала;
- Эффективные коммуникации (видеотренинг);
- Командообразование;
- Стратегии поведения на рынке в условиях конкуренции;
- Лидерство;
- Принятие управленческих решений.

Работы участников конкурса на первом и втором этапах оценивает экспертный совет, в состав которого входят:

- представители крупного, малого и среднего бизнеса Пермского края;
- представители органов власти Пермского края и г. Перми;
- представители организаций, образующих инфраструктуру поддержки малого и среднего бизнеса (банки, финансово-кредитные организации, консалтинговые компании, инвестиционные компании и т.д.);
- представители общественных и иных организаций.

Данные категории экспертов обусловлены нацеленностью на практическое воплощение представленных на конкурс проектов. Принципиальные условия проведения оценки проектов: бизнес-идеи и бизнес-проекты оцениваются исключительно экспертами-практиками, в состав экспертного совета не входят представители вузов.

При оценке бизнес-идей на первом этапе конкурса эксперты руководствуются критериями:

- «новизна бизнес-идеи» (отражает степень новшества продукта (услуги) в ряду прочих, направленных на удовлетворение потребности потенциального покупателя на указанном рынке);
- «наличие рыночной ниши (отражает степень востребованности продукта (услуги) на указанном рынке).

При оценке бизнес-планов, на втором этапе конкурса, эксперты используют критерии:

- «качество маркетинговой проработки», который отражает степень полноты и качества исследования рынка, что позволяет сделать заключение о рыночной целесообразности предложенного бизнес-плана;
- «качество финансово-экономических расчетов», отражающий степень полноты и качества расчетов, что позволяет сделать вывод об экономической целесообразности бизнес-плана.

Эксперты выставляют баллы по критериям на основании оценки нескольких составляющих для каждого критерия. Итоговые оценки по каждому критерию определяются путем суммирования. Составляющие критериев и их вклады в критерии (максимальные баллы) представлены в таблице.

Составляющие критериев и баллы

Критерий	Составляющие критерия	Макс. балл
<i>Первый этап – оценка бизнес-идей</i>		
Новизна бизнес-идей	Принципиально новый продукт на данном рынке	1
	Продукт обладает новыми (уникальными) потребительскими качествами или конкурентными преимуществами по сравнению с уже представленными на рынке	1
	Продукт производится по новой технологии	1
Наличие рыночной ниши	Указаны конкретные рынки (рыночные сегменты), на которые ориентирован продукт	1,5
	Наличие платежеспособного спроса на данном рынке	1,5
	Острота конкуренции на данном рынке	1,5
	Наличие возможностей входа на данный рынок	1,5
<i>Второй этап – оценка бизнес-планов</i>		
Качество маркетинговой проработки	Представлен анализ потребителей (по сегментам)	1,5
	Представлен анализ конкурентов и выявлены конкурентные преимущества	1,5
	Представлен анализ развития отрасли	1,5
	Представлены ссылки на источники данных и/или результаты проведенных исследований	1,5
Качество финансово-экономических расчетов	Представлены расчеты инвестиционных и текущих затрат	1,5
	Представлен прогнозный план прибыли и/или движения денежных средств на весь период планирования	1,5
	Представлен анализ и оценка рисков	1,5
	Представлен расчет интегральных показателей эффективности инвестиционного проекта (NPV, PI, IRR, DPP)	1,5

В качестве партнеров к участию в конкурсе привлекаются потенциальные инвесторы, которые в случае своей заинтересованности и инвестиционной привлекательности бизнес-проектов, участвующих в конкурсе, могут инвестировать их. В число потенциальных инвесторов входят: предприятия крупного и среднего бизнеса, стремящиеся диверсифицировать или расширить свое производство, инвестиционные компании, финансово-промышленные группы, венчурные фонды, компании, образующие инфраструктуру поддержки малого и среднего бизнеса (в том числе, государственные органы), содействующие в получении инвестиций, а также частные инвесторы (бизнес-ангелы). По результатам проведения конкурса издается полный сборник всех бизнес-идей, представленных на конкурс, который распространяется среди потенциальных инвесторов.

Победители конкурса получают денежные призы, а также в соответствии с краевой целевой программой «Развитие малого и среднего предпринимательства в Пермском крае на 2008–2011 годы» имеют право на получение

субсидий из краевого бюджета на разработку бизнес-планов и организацию субъектов малого предпринимательства на территории края.

Проведение подобных конкурсов вызывает большой интерес, как со стороны студентов, так и со стороны бизнес-сообщества. Так, в 2009 году более 30 компаний крупного, а также среднего и малого бизнеса выступили в качестве партнеров при проведении конкурса и инвесторов. Всего в 2009 году в конкурсе приняли участие более 660 студентов из 22 вузов. Ими было представлено 279 бизнес-идей. В финал экспертами отобран 41 бизнес-проект. Победители определялись в основной номинации «Лучший студенческий бизнес-проект», а также в специальных номинациях в приоритетных для региона отраслях экономики: сельское хозяйство; медицина и фармацевтика; экология и ресурсосбережение; производство; туризм и народные промыслы; образование; информационные технологии, коммуникации и программирование. Победителями конкурса эксперты определили следующие проекты: «Организация производства биотоплива», «Прачечная самообслуживания для студентов», «Промышленное выращивание рыбы и сельскохозяйственных растений в замкнутой экосистеме», «Создание производственной лаборатории по изготовлению воды генобиотированной», «Производство полимерно-песчаных строительных материалов», «Экспресс-ясельки «Неваляшка», «Онлайн – репетитор» и др. Некоторые проекты, представленные на конкурс «Большая охота» в 2007–2008 годах уже реализованы, их авторами образованы действующие в настоящий момент малые предприятия.

Таким образом, региональный конкурс студенческих бизнес-проектов представляет собой действующий механизм стимулирования и развития инновационных и предпринимательских инициатив студентов, является площадкой для взаимодействия студентов – носителей перспективных инновационных идей и реального бизнеса – носителей ресурсов и потенциальных потребителей этих идей, а также позволяет на ранней стадии выявлять молодых людей, способных к предпринимательству и мотивировать их на дальнейшее развитие в данной сфере деятельности. Регулярное проведение таких конкурсов позволит в долгосрочной перспективе увеличить количество активно действующих малых и инновационных предприятий в крае, что должно привести к качественному изменению структуры экономики в пользу инновационной ее составляющей.

В качестве развития идеи студенческих конкурсов, направленных на стимулирование и развитие инновационных и предпринимательских инициатив, в Пермском государственном техническом университете в 2010-м году планируется провести первый конкурс инновационных идей. Такой конкурс позволит выявить перспективные исследования и разработки, проводимые студентами в рамках научно-исследовательской работы и имеющие высокий

потенциал, с точки зрения дальнейшей коммерциализации. Одной из задач этого конкурса является отбор проектов для их последующей реализации в студенческом бизнес-инкубаторе ПГТУ. В дальнейшем, после доработки и доведения этих проектов до этапа создания конечного продукта, они смогут также участвовать в конкурсе бизнес-проектов «Большая охота».

Библиографический список

1. Федеральный закон от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации».
2. Закон Пермского края от 10 декабря 2009 г. № 352-ПК «Об утверждении краевой целевой программы развития малого и среднего предпринимательства в Пермском крае на 2008–2011 годы».
3. Гершанок Г.А. Формирование стратегии устойчивого развития локальных территорий на основе оценки социально-экономической и экологической емкости. – М.: Экономика, 2006.
4. Шумпетер Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия. – М.: Эксмо, 2008.
5. Динамика развития малого предпринимательства в регионах России в январе–марте 2009 года. Ежеквартальный информационно-аналитический доклад Национального института системных исследований проблем предпринимательства. – М., 2009.
6. Котрелев Ф. Западная Европа укрепляет малый бизнес // Экономика России: XXI век. – 2003. – № 12.
7. Развитие малого и среднего предпринимательства в регионах России / Общероссийская общественная организация малого предпринимательства «Опора России». – 2007–2008. – М., 2008.
8. Региональный Центр субконтрактации. Организация работы центра: метод. пособие для руководителей региональных центров субконтрактации. – М., 2004.
9. URL: <http://g2b.perm.ru/article/show/18493>.

Получено 28.01.2010