

УДК 338.2 (ББК 65.05)

**СТУДЕНЧЕСКИЙ БИЗНЕС-ИНКУБАТОР КАК ЧАСТЬ  
ИННОВАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ УНИВЕРСИТЕТА**

© 2014 г.

**О.Р. Чепьюк**

Нижегородский госуниверситет им. Н.И. Лобачевского

Chepyuk@gmail.com

*Поступила в редакцию 27.09.2013*

Анализируется роль студенческих бизнес-инкубаторов в инновационной среде российского университета. Студенческий бизнес-инкубатор рассматривается не только как необходимый элемент предпринимательского образования, но и как «кузница кадров» для самого университета и предприятий, создаваемых при университете согласно закону 217-ФЗ. Используя три подхода к проектированию сложных систем (функциональный, процессный и ценностно-ориентированный), автор определяет те основные элементы и бизнес-процессы, без которых работа такого студенческого бизнес-инкубатора не может быть эффективной.

*Ключевые слова:* студенческий бизнес-инкубатор, предпринимательский университет, инновационная система, бизнес-процесс.

**Введение**

Основной задачей студенческого бизнес-инкубатора является организация процесса коммерциализации инновационных и предпринимательских идей (включая стадии подготовки, упаковки и продвижения), авторами которых являются студенты, аспиранты, а также молодые ученые и специалисты высшего учебного заведения. Создание студенческих бизнес-инкубаторов является необходимым и закономерным результатом трансформации классического университета в предпринимательский, а также результатом воплощения на практике т.н. «треугольника знаний» [2]. Институтам высшего образования вместо традиционного удовлетворения спроса на квалифицированные кадры необходимо переориентироваться на требования ведущих инновационных предприятий [3]. Для этого необходимо развивать не только базовые компетенции обучающихся, но также их предпринимательские, практические навыки. Несмотря на очевидность и простоту идеи, создание структур, подобных студенческому бизнес-инкубатору, является сложной практической задачей. С одной стороны, студенческий бизнес-инкубатор должен формировать инновационный климат, поощрять игровую и творческую инициативу обучающихся, а с другой – создавать эффективные бизнес-процессы для начинающих (start-up) компаний, то есть решать профессиональные и сложные практические задачи управления бизнесом.

Рассмотрим студенческий бизнес-инкубатор как часть инновационной системы высшего

учебного заведения. Для проектирования его основных функций и задач применим три подхода – функциональный, процессный и ценностно-ориентированный [1]. Полнота описания бизнес-инкубатора как эффективно работающей системы основана на опыте реализации подобных проектов в российских университетах<sup>1</sup>.

***Студенческий бизнес-инкубатор:  
проектирование системы  
на базе функционального подхода***

В рамках функционального подхода студенческий бизнес-инкубатор рассматривается как структура, вовлеченная в инновационные процессы университета (табл. 1). Основными формами вовлечения является кадровое донорство и обмен технологическими идеями и проектами, в том числе теми проектами, которые напрямую связаны с коммерциализацией пакета интеллектуальной собственности университета.

При взаимодействии с внешней средой университета студенческий бизнес-инкубатор может частично воссоздавать бизнес-процессы, связанные с коммерческой деятельностью университета (новые образовательные продукты).

***Студенческий бизнес-инкубатор:  
проектирование системы  
на базе процессного подхода***

С точки зрения процессного подхода студенческий бизнес-инкубатор представляет собой сложную систему (рис. 1). Для обеспечения основного бизнес-процесса (1. Ос. Осуществлять бизнес-инкубацию студенческих проектов)

Таблица 1

**Форматы взаимодействия студенческого бизнес-инкубатора с подразделениями университета**

Подразделение	Цели и задачи при взаимодействии
Факультеты всех специальностей и направлений	Генерация идей для инновационных проектов // малых инновационных предприятий
	Консалтинговая поддержка студенческих проектов, развитие предпринимательских компетенций у обучающихся
Центр содействия трудоустройству выпускников	Кадровое донорство
Центры трансфера технологий	Вовлечение в инновационную и научную деятельность университета путем привлечения обучающихся к работе по коммерциализации технологий университета // формирование кадрового резерва университета
Центры сетевой интеграции	Взаимодействие с региональным бизнес-сообществом, сбор заказов (анализ рынка) на разработку инновационной продукции
Малые инновационные предприятия, созданные по закону 217-ФЗ	Консалтинговая поддержка инновационных предприятий // кадровое донорство (управление)
Советы молодых ученых и специалистов	Кураторство студенческих команд
Центр коллективного пользования оборудованием (ЦКП)	Кадровое донорство (инженерные кадры), студенческие проекты, основанные на эффективной и целевой эксплуатации оборудования ЦКП университета

Таблица 2

**Принципы взаимодействия студенческого бизнес-инкубатора с внешней средой университета**

Заинтересованные лица и организации	Цели, мотивации и интересы	Действия по вовлечению	Win-win стратегия <sup>2</sup>
Крупные предприятия	Кадровое донорство, небольшие заказы	Создание базовых кафедр и лабораторий	Равноправное партнерство
Малые и средние предприятия	Трансфер технологий, кадровое донорство	Совместные конкурсы, мероприятия	Кураторство
Торгово-промышленные палаты	Дополнительные сервисы и услуги для предприятий		
Муниципалитеты	Смычка между администрацией, предприятиями и университетами	Конкурсы, общественные молодежные палаты	Равноправное партнерство
Университет	3 задачи классического треугольника, наука, образование и инновации	PR предпринимательской деятельности	Эффективная инновационная среда

желательно организовать около восьми обеспечивающих бизнес-процессов. Организация любого бизнес-процесса – это серия образовательных и общественных мероприятий, в которые вовлекаются обучающиеся различных специальностей и уровней подготовки. Наиболее эффективным способом организации управляющего бизнес-процесса (1.У) является создание молодежного сообщества. При этом студенческий бизнес-инкубатор следует рассматривать: во-первых, как межфакультетское сообщество – предпринимательские компетенции могут развиваться у обучающихся вне зависимости от их базовой специальности; во-вторых, как горизонтально управляемое сообщество – деятельность студенческого бизнес-инкубатора направлена на создание благоприятной инновационной среды, где поощряется творчество, активность и инициатива обучающихся. В связи

с этим сообщество должно поддерживать горизонтальные связи между участниками, в том числе между профессорско-преподавательским составом и обучающимися. В-третьих, студенческий бизнес-инкубатор является частью студенческого содружества: развитие предпринимательских компетенций является непрерывным процессом, который сопровождает обучающихся от младших курсов к старшим. Сообщество должно активно вовлекаться в деятельность других студенческих объединений с целью поиска новых участников, интересующихся темой предпринимательства. Таким образом, в студенческом содружестве должен поддерживаться «кадровый обмен».

Бизнес-инкубация «полного цикла» (рис. 1) представляет собой процесс от генерации идей студенческих проектов до выхода на стадию бизнеса.

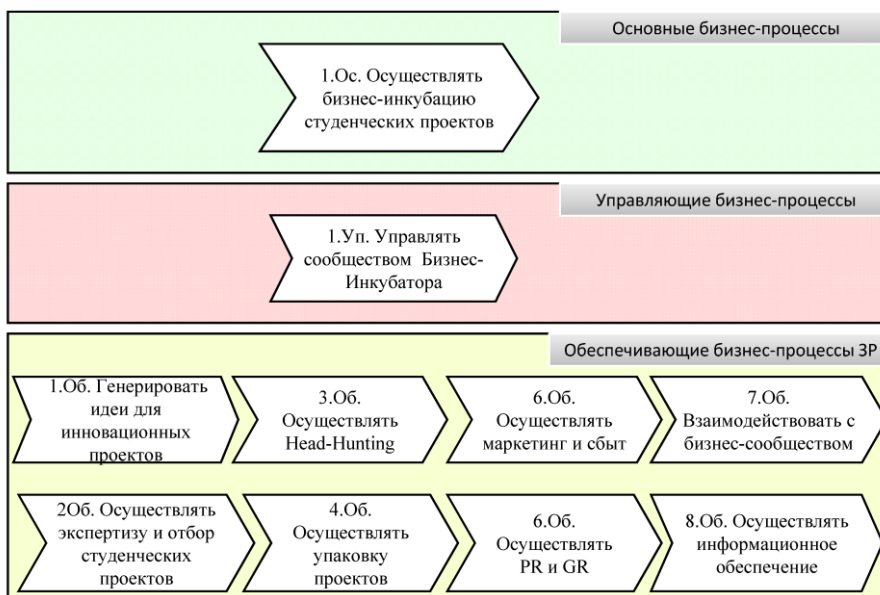


Рис. 1. Карта бизнес-процессов студенческого бизнес-инкубатора



Рис. 2. Взаимосвязь основного процесса (бизнес-инкубация студенческого проекта) и обеспечивающих процессов

Первый этап бизнес-инкубации представляет собой генерацию, отбор и экспертизу идей студентов и аспирантов для инновационных проектов. Этот процесс может быть реализован посредством проведения конкурсов инновационных идей, организацией клубного общения, а также встреч с кураторами. Кураторы – аспиранты, молодые преподаватели университета, имеющие практический опыт реализации собственных бизнес-идей, а также способные организовать работу

студенческой команды над конкретным проектом. В задачи куратора входят регулярные встречи со студентами, занятыми в проекте, постановка задач и контроль выполнения ключевых точек по проекту. Первый этап инкубации заканчивается формированием команды проекта (прежде всего менеджера проекта), а также закреплением проекта за конкретным куратором.

Второй этап бизнес-инкубации осуществляется через систему кураторства согласно приня-

тому алгоритму управления проектами. Как правило, встречи кураторов и студентов должны быть организованы не реже одного раза в неделю. Наиболее эффективным способом организации таких встреч является клубный формат (см. «инновационное кафе» на рис. 2). Основным отличием инновационного кафе от мастер-классов, семинаров, лекций и других образовательных тренингов является: господство неформального общения между участниками встречи, наличие комфортной среды и деловой характер общения. Основным результатом работы такого «инновационного кафе» является практическая реализация проектов (их пошаговая проработка и реализация), а также коллективная экспертиза новых идей (обсуждение всем сообществом).

Формирование команды осуществляется с помощью бизнес-процесса «3. Об. Осуществлять Head-Hunting и развитие компетенций участников». Если на каждого участника, а также его проект будет заполнена своя анкета, такие анкеты сформируют базу данных и создадут единое информационное пространство для управления процессами студенческого бизнес-инкубатора («8. Об. Осуществлять информационное обеспечение»).

Третий этап связан с «упаковкой» проекта, т.е. кристаллизацией идеи в конкретный проект создания бизнеса, бизнес-модель, бизнес-план. Отбор рынков, а также выбор маркетинговых мероприятий, финансовой модели для коммерциализации проекта, разработка дизайна продукции, брендинг компании и т.п. осуществляется в рамках бизнес-процесса «5. Об. Обеспечивать управление финансами, маркетингом и сбытом». Этот процесс может быть осуществлен, например, через сеть аутсорсинговых компаний, созданных студентами и аспирантами.

Четвертый этап представляет собой выход проекта на стадию коммуникации с представителями регионального инвестиционного сообщества или предприятия, на базе которого может осуществляться студенческий проект. Для этого проект должен быть упакован (третий этап), иметь команду (второй этап), а также конкретный план реализации проекта с обозначением «ключевых точек». Установление контактов с потенциальными предприятиями осуществляется в рамках бизнес-процесса «6. Об. Осуществлять PR и GR», а также «7. Об. Взаимодействовать с инвестиционным бизнес-сообществом».

Все четыре этапа бизнес-инкубации проектов имеют информационную поддержку через социальную сеть (сеть для общения участников,

кураторов и тренеров), а также через интерактивную базу данных, расположенную на информационном портале. Эта деятельность осуществляется в рамках бизнес-процесса «8. Об. Осуществлять информационное обеспечение».

#### **Студенческий бизнес-инкубатор: проектирование системы на базе ценностно-ориентированного подхода**

Рассмотрим центры прибыли (табл. 3), возникающие на различных этапах инкубации студенческих проектов – от посевной стадии (стадии зарождения идеи) до расширения бизнеса, созданного на его основе. Учитывая, что основным источником доходов университета является образовательная деятельность, эффективную работу студенческого бизнес-инкубатора как его подразделения следует рассматривать как фактор повышения стоимости бренда университета (в том числе путем его продвижения через рейтинговые системы) и, как следствие, прироста количества обучающихся (в том числе за счет иностранных и иногородних студентов).

К дополнительным центрам прибыли студенческого бизнес-инкубатора можно отнести сами малые предприятия, организуемые в результате студенческой активности или при ее содействии; а также HR-агентства и консалтинговые бюро, обслуживающие их деятельность на более поздних стадиях развития проектов (выход на стадию продаж – см. «начальный рост» в табл. 3). Следует обратить внимание и на рост заказных НИР как еще один фактор прибыли исследовательского университета. Встречи с инвестиционным сообществом могут способствовать появлению таких заказов, в том числе в рамках реализации наиболее серьезных и перспективных студенческих проектов. Это происходит благодаря налаживанию контактов через инновационную среду, которая, благодаря активности обучающихся и молодежи, становится более прозрачной для внешних партнеров (предприятий и инвесторов).

#### **Заключение**

Предложенная модель организации студенческого бизнес-инкубатора как одного из подразделений университета позволяет решить следующие задачи:

- 1) повысить рейтинг университета благодаря PR и тиражированию успеха начинающих предпринимателей из числа студентов;
- 2) создать кадровую базу обучающихся для выстраивания прочных отношений с потенциальными работодателями;

Таблица 3

**Инвестиционно-финансовая схема работы студенческого бизнес-инкубатора  
(как подразделения в составе вуза)**

Этап	→ Этапы проекта ↓ Объекты инвестиций (бизнес-процессы)	ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ ЦЕНТРОВ ПРИБЫЛИ			
		Посевной этап	Проектный этап	Начальный рост	Расширение
Посевной	<i>Образовательный процесс</i> (1. Об. Генерация идей)	–	–	Успешный опыт начинающих предпринимателей-студентов поднимает рейтинг университета	–
	<i>Формирование экспертного сообщества</i> (2. Об. Экспертиза и отбор проектов)	Повышение рейтинга университета как центра экспертизы	–	–	–
Проектный	<i>Кураторство</i> (1. О. Бизнес-инкубация проектов)	–	–	–	МИПы, созданные при участии студентов
	<i>Развитие компетенций обучающихся</i> (3. Об. Осуществлять Head-Hunting)	–	База данных студентов и их компетенций, занятых в предпринимательской деятельности (Кадровый резерв университета и HR-агентства)		
	<i>Кураторство</i> (4. Об. Осуществлять упаковку проектов)	–	Привлечение инвестиций МИП, созданных при участии студентов или на базе их идей	–	–
Начальный рост	<i>Консалтинг</i> (5. Об. Осуществлять управление финансами, маркетингом и сбытом)	–	–	МИП (либо консалтинговая компания, обслуживающая МИП)	МИПы, созданные при участии студентов или их идей
	<i>Тиражирование опыта</i> (6. Об. Осуществлять PR и GR)	–	–	Успешный опыт начинающих предпринимателей-студентов поднимает рейтинг университета	–
Расширения	<i>Получение заказов от предприятий</i> (7. Об. Взаимодействовать с бизнес- и инвест-сообществом)	–	–	–	МИПы, созданные при участии студентов или их идей // Заказные НИР для университета

3) создать прозрачную инновационную среду внутри университета для выстраивания перспективных партнерских отношений с внешними заказчиками инноваций и научных разработок.

Эффективная работа студенческого бизнес-инкубатора может стать опорным пунктом в

продвижении проектов университета, а также в развитии и PR его научной деятельности.

*Примечания*

1. Подробнее см. опыт создания студенческого бизнес-инкубатора в ННГУ им. Н.И. Лобачевского (официальный сайт: <http://www.innoforum.unn.ru>),

межвузовский бизнес-инкубатор QD (официальный сайт: <http://qdinvest.ru>), бизнес-инкубатор НИУ ВШЭ (<http://inc.hse.ru/startups/application>).

2. Win-win стратегия – имеется в виду такой результат договоренности партнеров, при котором они оба выигрывают от его условий.

#### *Список литературы*

1. Чепьюк О.Р. Три подхода к исследованию социально-экономических проблем организации инно-

вационного общества // Вестник МГИМО. 2013. № 1. С. 190–194.

2. Стронгин Р.Г., Максимов Г.А., Грудзинский А.О. Университет как интегратор в обществе, основанном на знании // Высшее образование в России. 2006. № 1. С. 15–27.

3. Калиновская Т.Г., Косолапова С.А., Прошкин А.В. Треугольник знаний как фактор инновационного развития // Современные наукоемкие технологии. 2010. № 10 С. 118–120.

## STUDENT BUSINESS INCUBATOR AS A PART OF UNIVERSITY INNOVATION SYSTEM

*O.R. Chepyuk*

The article is concerned with the role of business incubators in maintaining and developing the innovation process in universities. Student business incubator, in addition to its role as an essential part of entrepreneurial education, is also a source of labor for the university and start-up companies. Based on three approaches to economic systems (functional approach, business process approach and value-based approach), the author describes all the elements and business processes which make the student business incubator an effective university subdivision.

*Keywords:* student business incubator, entrepreneurial university, innovation system, business process.

#### *References*

1. Chep'juk O.R. Tri podhoda k issledovaniju social'no-jekonomicheskikh problem organizacii innovacionnogo obshhestva // Vestnik MGIMO. 2013. № 1. S. 190–194.

2. Strongin R.G., Maksimov G.A., Grudzinskij A.O. Universitet kak integrator v obshhestve, osnovannom na

znanii // Vysshee obrazovanie v Rossii. 2006. № 1. S. 15–27.

3. Kalinovskaja T.G., Kosolapova S.A., Proshkin A.V. Treugol'nik znaniy kak faktor innovacionnogo razvitija // Sovremennye naukoemkie tehnologii. 2010. № 10 S. 118–120.