

Волкова Т.И., Мищерина Т.В.
ФГАОУ ВПО РГППУ,
г. Екатеринбург

ВЕНЧУРНОЕ ФИНАНСИРОВАНИЕ КАК ИСТОЧНИК РАЗВИТИЯ МАЛЫХ ИННОВАЦИОННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ПРИ ВУЗАХ

Аннотация. В статье раскрыты сущностные характеристики венчурного финансирования как одного из ведущих источников финансовой поддержки инновационных проектов и малых инновационных предприятий. Выделена особая его значимость для малых инновационных предприятий при вузах. Структурированы преимущества и ограничения привлечения этого вида финансирования в сравнении с другими источниками инвестиций для принятия практических решений в рамках развития малых инновационных предприятий при вузах.

Ключевые слова: венчурное финансирование, стадии, малые инновационные предприятия, сравнительный анализ финансовых источников, преимущества и ограничения.

Как показывает опыт развитых стран, применение и развитие венчурного (рискового) финансирования является одним из эффективных механизмов активизации инновационной деятельности. Использование венчурных форм финансирования позволяет добиться ускорения развития наукоемких и высокотехнологичных отраслей экономики.

Как сложные объекты венчурный капитал и венчурное финансирование отличаются разнообразием характеристик.

По мнению ряда авторов, венчурный капитал как источник финансирования способствует росту конкретного бизнеса путем предоставления определенной суммы денежных средств в обмен на долю в уставном капитале или некий пакет акций [3].

Анализ отечественного и зарубежного опыта венчурного финансирования свидетельствует, что его объектом является финансирование разработок и проектов с повышенной степенью риска. Во-первых, указанные особенности проявляются в целях и характере использования средств в инновационном процессе. Во-вторых, существует большой риск потерять авансированный капитал в силу ряда причин: непредсказуемость результата творческого процесса, без которого немисливо нововведение; возможная переоценка потенциала идеи, лежащей в основе инновационного проекта; трудности технической реализации проекта; непредсказуемая реакция рынка на появление новинки и т.д.

Отличие венчурного предпринимательства от других видов предпринимательской деятельности, которым также присущ риск, заключается в повышенном его уровне. По сравнению с инвестициями, в частности, в свободно торгуемые акции, венчурные инвестиции характеризуются менее высокой ликвидностью, большей степенью информационной асимметрии, а значит, и более высокими инвестиционными рисками.

При анализе источников венчурного финансирования инновационных проектов необходимо учитывать, что венчурное финансирование высокотехнологичных проектов представляет собой сложный и длительный процесс, состоящий из нескольких стадий.

Таблица 1

Распределение источников венчурного финансирования в зависимости от стадии проекта (компаний)

Предпосевная стадия	Посев и <u>Старт ап</u>	Ранний рост	Экспансия	Мезанин	Выход
Личные сбережения					
Личные банковские кредиты	Бизнес-ангелы		Венчурные фонды	Венчурные фонды	Выкуп новым инвестором
ЗФ*	Государство	Венчурные фонды	Фонды прямых инвестиций	Фонды прямых инвестиций	Продажа через IPO
Бизнес-ангелы	Венчурные фонды	Банки	Банки	Банки	Обратный выкуп**
Государство (<u>гранты</u>)					

Общая продолжительность цикла от «посева» до «выхода» в развитых странах занимает примерно 5-10 лет.

Следует отметить, что особенно значимой для российской экономики является поддержка научно-технологических проектов на самых начальных их стадиях.

Венчурная поддержка проектов на самых ранних стадиях, являющаяся, в отличие от ведущих стран, очень незначительной, актуальна еще и потому, что в России из-за системных проблем в отраслевой науке существует разрыв в цепи. Кроме того, финансирование науки осуществляется в недостаточной степени, затруднена финансовая поддержка проектов, и данная тенденция сохраняется [1].

Сдерживающим фактором роста объемов сделок на венчурных стадиях в России является дефицит качественных проектов и подготовленных команд, способных их реализовать, дефицит отечественных источников финансирования. Так, согласно статистике Фонда содействия развитию малых форм предпринимательства в научно-технической сфере, в 2010 г. в УрФО из общего числа заявленных проектов по программе «СТАРТ» финансирование получили 21%, а на второй год финансирования перешли лишь 14% из заявленных проектов [4]. Проекты, которые предоставляются инвесторам «сырыми», непроработанными.

Преодолению сложившейся неблагоприятной ситуации должны способствовать запускаемые институтами развития программы и проекты, в первую очередь образовательные и консалтинговые, направленные на подготовку соответствующих высококвалифицированных специалистов, развитие инфраструктуры венчурного финансирования. Безусловно, соответствующая подготовка должна осуществляться в вузах, в том числе в рамках магистратуры.

В зависимости от специфики и структуры малого инновационного предприятия его руководство может выбрать соответствующий тип финансирования за счет внешних средств. С учетом имеющихся разработок, нами представлена сравнительная характеристика источников инвестиций (таблица 2) с выделением их преимуществ и недостатков, которая может быть использована в практике финансирования малых инновационных предприятий при вузах.

Таблица 2

Источники финансирования малых инновационных предприятий

Источники финансирования	Требования	Преимущества	Ограничения
Банковские кредиты	<ul style="list-style-type: none"> • Ликвидный залог • Положительная кредитная история • Требования к прогнозируемым показателям развития проекта 	<ul style="list-style-type: none"> • Гибкость в заимствовании и обслуживании займа • Отсутствие оперативного контроля над использованием средств 	<ul style="list-style-type: none"> • Риск неплатежеспособности • Высокие процентные ставки • Требования к ликвидному залого
Государственное финансирование	<ul style="list-style-type: none"> • Социальная значимость проекта • Предприятие должно соответствовать определенным требованиям • Финансирование может использоваться только для определенных видов деятельности 	<ul style="list-style-type: none"> • Осуществляется даже в случаях, когда невозможно получить финансирование из коммерческих источников • Обычно требует к выплате меньший объем средств и более долгий срок их возврата 	<ul style="list-style-type: none"> • Законодательные и нормативные ограничения • Оформление большого объема документации, отчетов и т.д. • Обычно объемы невелики в сравнении с другими источниками финансирования
Венчурный капитал	<ul style="list-style-type: none"> • Предприятие должно демонстрировать: уникальность проекта, высокую квалификацию управляющих проектом, потенциальный рост 	<ul style="list-style-type: none"> • Венчурный капиталист реализует свой управленческий и финансовый опыт, применяет накопленные компетенции и связи • Инвестиции предоставляются без залога (поручительства) • Венчурный инвестор не претендует на получение дивидендов 	<ul style="list-style-type: none"> • Инвестор может осуществлять кадровую политику • Личные предпочтения венчурного инвестора • Инвестор претендует на высокий среднегодовой ожидаемый процент возврата на вложенные средства

В настоящее время в стране, регионах и областях реализуется комплекс мер, направленных на развитие института венчурного финансирования проектов и разработок, в особенности при вузах

в рамках малых инновационных предприятий (217 ФЗ). Однако уже достаточно продолжительное время рынок венчурного инвестирования в России в целом, Свердловской области в частности, находится в стадии формирования, наблюдается дефицит источников финансовых средств, качественно подготовленных проектов, необходимой инфраструктуры. Вместе с тем, венчурное финансирование как институт развития в системе других ведущих институтов является значимым условием и фактором активизации инновационной деятельности во всех сферах общества, включая образование, ускорения модернизации и экономики страны и регионов.

Список литературы

1. Волкова Т. И. Модели венчурного финансирования: мировые и российские тенденции развития // Экономический анализ: теория и практика. - 2013. - № 23. - С. 35-41.
2. «Воронка» Морейниса и теория его успеха // Приложение «Business Guide (Венчурная отрасль)» к журналу Коммерсантъ. - № 19. 28.04.2011. URL: <http://www.kommersant.ru>.
3. Гулькин П. Венчурный капитал. Список терминов. Корпоративный менеджмент, 2002. С. 8.[Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <http://www.cfin.ru/investor/venture-glossary>.
4. Колоколов А. С, Шульгин Д. Б. Методические аспекты работы над инновационными проектами на ранней стадии развития // Инновации. - 2011. - № 3. - С. 96.

УДК 371.14:658.8

Ганаева Е.А.
ФГБОУ ВПО ОГПУ,
г. Оренбург

МАРКЕТИНГОВЫЙ ПОДХОД КАК МЕТОДОЛОГИЯ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ ИПК И ППРО ОГПУ

Аннотация. В статье рассматривается деятельность единственного в Российской Федерации Института Повышения квалификации и профессиональной переподготовки работников образования (ИПК и ППРО), являющегося структурным подразделением Оренбургского госпедуниверситета, полностью работающего на внебюджетной основе, избравшего маркетинговый подход как основание для оптимального функционирования и развития.

Ключевые слова: маркетинговый подход, маркетинговая деятельность, субъекты маркетинговой деятельности, механизм формирования социального заказа, образовательные программы ИПК, продвижение образовательных услуг, результат маркетинговой деятельности.

Системное обновление общего образования, повышение его качества связывается с изменением профессиональной деятельности педагогических и руководящих кадров, что требует обновления подходов к повышению квалификации. Важнейшей задачей системы повышения квалификации становится разработка стратегии, ориентированной на потребителя, что содействует персонализации дополнительного профессионального образования. Методологическим основанием такой стратегии является маркетинговый подход к повышению квалификации работников образования.

Маркетинговый подход – совокупность позиций, ориентированных на изучение, формирование и удовлетворение меняющихся (текущих и перспективных), разнообразных образовательных (профессиональных) потребностей работников образования, выступающих потребителями образовательных услуг ИПК. Ориентация на потребителя (предлагать педагогическим и руководящим работникам то, в чем они нуждаются, что они хотят и могут приобрести) – исходный (основополагающий) принцип маркетинга – не означает пассивное следование за ним, его нуждами, которые нередко носят неявный характер. С достаточным основанием можно утверждать, что маркетинг «создает», формирует потребителя.

Анализ определений маркетинга [1; 2; 3] выявил его деятельностную основу. Поэтому маркетинг ИПК и ППРО ОГПУ – это деятельность, которая осуществляется с целью обеспечения востребованности образовательных услуг, удовлетворяющих запросы потребительских групп (педагогические и руководящие работники образования региона). Деятельность приобретает маркетинговый характер при соотношении содержания, структуры, качества образовательных услуг с актуальным социальным заказом; системы последовательно осуществляемых действий, адекватной логике организации маркетинга [1].