Министерство образования и науки РФ
Томский государственный университет

ИННОВАТИКА – 2010

Сборник материалов

VI Всероссийской научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых с элементами научной школы

12–16 апреля 2010 г.
г. Томск, Россия

Т. 1

Под ред. проф. А.Н. Солдатова, доц. С.Л. Минькова

Организаторы:
- Томский государственный университет
- Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники
- Российский государственный университет инновационных технологий и предпринимательства
- Сургутский государственный университет
- ООО «ЛИТТ»

При поддержке Администрации г. Томска и Томской области, Российского фонда фундаментальных исследований

Томск
2010

ПРИМЕНЕНИЕ ТЕОРИИ GACEBT ДЛЯ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОГО БИЗНЕСА

Н.А. Бадулин
ОАО «Инновационная управляющая компания „ФиБр“», г. Томск
ОАО «Инвестиционно-финансовая компания „Самотлор-Инвест“», г. Нижневартовск
nick-badu@yandex.ru

Теоретическая часть. «Улитка» инновационного бизнеса

На основе анализа различных типов бизнес-процессов как однородных процессов извлечения дохода автор берется утверждать, что бизнес в своем развитии может пройти 12 этапов с типовыми процессами извлечения дохода принципиально разного характера (для каждого из этапов указана соответствующая модель инвестирования, модели лежат в основе «Общей прикладной теории прибавочной стоимости бизнеса в эпоху FaceBook.com» (по *англ.* General applied cost estimation business theory in FaceBook.com periode, GACEBT).

1. Идея бизнеса (самоинвестирование, образовательные гранты).
2. Рефлексия идеи бизнеса (Семья, *англ.* Family, сокращенно «1F»).
3. Первичная бизнес-модель (Друзья, *англ.* Friends, «2F»).
4. Создание бизнес-единицы (Дураки, *англ.* Fools, «3F»).
5. Первичные продажи («Бизнес-ангел», *англ.* Business Angel, «BA»).
6. Стабилизация работы бизнес-единицы («Венчурный» капитал, *англ.* Venture Capital, «VC»).
7. Начало экстенсивного роста на смежных рынках («Прямой» инвестор, *англ.* Private Equity, «PE»).
8. Достижение максимума экстенсивного роста (Первичное публичное предложение, *англ.* Initial Public Offering, «IPO»).
9. Достижение максимума эффективности производства (Вторичные публичные предложения, *англ.* Second Public Offering, «SPO»).
10. Достижение максимальной эффективности продаж продуктов (Фондовый рынок, *англ.* Stock Exchange, «SE»).
11. Достижение максимальной эффективности торговли информацией (Международный фондовый рынок, *англ.* Multiple Stock Exchanges, «MSE»).

12. Социализация бизнеса (его деградация либо переход на следующий этап, «Мыльный пузырь», *англ.* «Soap Bubble», «SB»).

Обычно график развития бизнеса строится в ортогональной системе координат (так называемая «*S*-образная кривая» развития бизнеса, рис. 1).

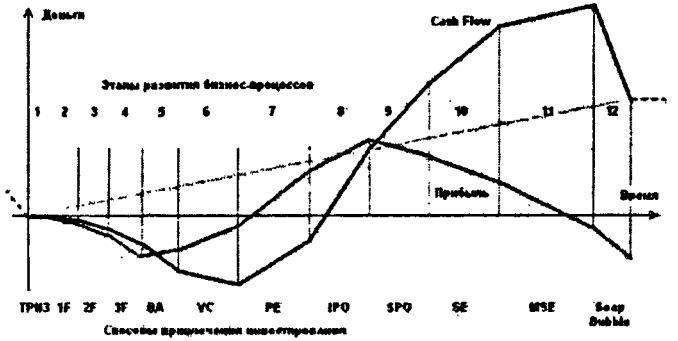

Рис. 1. *S*-образная кривая» развития инновационного бизнеса (выручка и прибыль) с соответствующими способами привлечения инвестирования

Мы же построим график развития и взаимных переходов различных типов бизнес-процессов в радиально-осевой системе координат, а полученный график назовем «улиткой» инновационного бизнеса GACEBT (рис. 2).

Рис. 2. Схема «улитки» инновационного бизнеса с типовыми процессами извлечения дохода, факторами успеха и способами инвестирования

Очевидно, что бизнес-процессы типа *1–4* – это суть процессы НИОКР (по *англ.* R&D). На первом этапе наиболее известно применение методов ТРИЗ (Альтшуллер Г.С. Теория решения изобретательских задач [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.altshuller.ru, свободный).

Этапы финансируются самим изобретателем, затем известной триадой «3F» (Family, Friends, Fools, по-русски: «Семья, друзья, дураки»). На этих этапах авторами генерируются первичные идеи бизнеса, которые проходят свою апробацию через обратную связь – обсуждение идей с друзьями и коллегами (так называемыми «рефлексунами», см. Г.П. Щедровицкий, www.fondgp.ru). При этом выручка в бизнесе отсутствует.

Структура управления только зарождается, переходя от однозвенной ячейки к четырехзвенному тетраэдру, рождая «бартерный» обмен (рис. 3).

Собственно бизнес как оборот товара и денег начинается на этапе *5*, где в ходе развития бизнеса и осуществления первичных продаж подбирается команда единомышленников, до определенного уровня развивается идея продукта, налаживается концепция товара (услуги) и каналов его продажи.

Структура управления только зарождается, приобретая вид схемы «король Артур и рыцари круглого стола» (или «Отряд спецназа»).

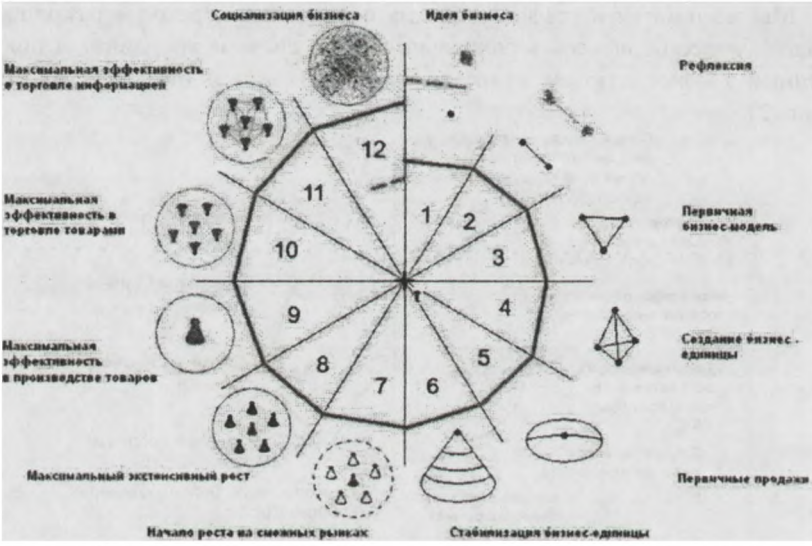

Рис. 3. Схема «улитки» инновационного бизнеса со схемами управления бизнесом, соответствующими этапу развития бизнес-процессов получения выручки

На этапе *6* бизнес-процессы на определенном рынке (как правило – локальном) уже налажены. Перед бизнесом встает вопрос увеличения выручки через захват смежных рынков, т.е. через экстенсивное расширение.

Структура управления: многоуровневая иерархическая структура.

Этап *7* – это начало экстенсивного развития бизнеса на смежных нишах рынка через создание и тиражирование копий первичных бизнес-структур по территориальному, продуктовому или смешанному принципам, при главенстве одного корпоративного центра.

Структура управления: «слабый» холдинг с сильным центром.

Этап *8* – этап появления и развития конкуренции на данном рынке. Успешную бизнес-концепцию неизбежно начинают копировать и дорабатывать конкуренты по схеме догоняющего развития. Ужесточение конкуренции приводит к тому, что предприятие вынуждено становится как можно более эффективным, с максимально возможной производительностью труда и отдачей на вложенный капитал.

Структура управления: «уравновешенный» холдинг с корпоративным и финансовым центром, с системой делегирования полномочий.

Этап *9* – этап монополизации рынка. В результате конкурентной борьбы наиболее конкурентные предприятия сливаются в монопольные образования. На разных частях рынка, входящих в структуру монополии, действуют полунезависимые бизнес-единицы монополии, вступающие в конкуренцию друг с другом. При этом инновационная монополия остается на рынке довлеющей структурой до тех пор, пока действует патентная защита (в этом экономический смысл патента). Структура управления: вертикально-интегрированный международный холдинг, транснациональная корпорация.

Однако ситуация резко меняется при переходе довлеющих бизнес-процессов через границу *10* этапа. Тут бизнес вступает в стадию развития, где законы эффективности производства, суть прироста прибавочной стоимости, заменяются законами прибавления потребительской ценности товара. Это территория, где потребитель начинает диктовать свою волю производителю.

Структура управления: дивизионно-матрично структурированный холдинг.

На этапе *11* происходит новая трансформация бизнес-модели, вызванная созданием соответствующей инфраструктуры: на смену торговле товарами приходит торговля информацией. В выручке бизнеса доля дохода от

продажи информации (например, от продажи различных лицензий, франшиз, комплексов прав, оказания юридических, бухгалтерских, консалтинговых услуг в режиме on-line) становится основной. Резко возрастают издержки на поддержание инфраструктуры бизнеса в рабочем состоянии, сами бизнес-процессы все более переходят в сферу «торговли воздухом». Структура управления: сетевая матрица.

Наивысшего расцвета бизнес-процессы достигают в момент перехода на *12* этап. Главный фактор успеха здесь – наличие бренда, продажа которого принимает все более причудливые «социальные» формы – от «гламуризации» общества до создания сект, фан-клубов, социальных сетей. Эффективность процесса производства при таком типе бизнес-процессов отступает на второй план, уступая место гипертрофированному потребительскому спросу. Социальная модель бизнес-процесса формирования выручки приводит к тому, что бизнес как фактор прогресса теряет экономический смысл, потребляя все больше и больше ресурсов.

Такого рода бизнес-процесс объективно становится тормозом прогресса и должен уйти из бизнес-практики.

При этом, если проранжировать описанные типы бизнес-процессов по значимости для каждого из них таких факторов, как:

1) человеческий фактор («Люди»);

2) фактор развития технологий («Технология»);

3) фактор наличия капитала («Капитал»);

4) фактор развитости спроса («Рынок»),

то можно утверждать, что (см. рис. 2):

– для бизнес-процессов типов *1–3* превалирующую роль играет фактор «Люди», фактор «Технология» собственно и создается, а факторы «Капитал» и «Рынок» не имеют решающего значения;

– для бизнес-процессов типов *4–6* фактор «Люди» снижается, фактор «Технология» выходит на первый план, значение факторов «Капитал» и «Рынок» растет;

– для бизнес-процессов типов *7–9* значение фактора «Люди» еще более снижается, фактор «Технология» переходит на второй план, фактор «Капитал» становится главным, при все возрастающем влиянии фактора «Рынок»;

– для бизнес-процессов типов *10–12* на первое место выходит фактор «Рынок», фактор «Люди» постепенно восстанавливается (не путать фактор «Люди» как производительная сила с фактором «Рынок», в котором

люди учитываются через их общность – так называемое потребительское общество), факторы «Технология» и «Капитал» снижаются.

Отметим, что линия «улитки» ниже горизонтальной оси – это так называемая «эпоха производства», выше – «потребительская эпоха».

На переходе по линии «улитки» через горизонтальную ось сверху вниз (из этапа *3* в этап *4*) теряется свобода человека – он становится «производительной силой», при переходе снизу вверх (от этапа *9* к этапу *10*) происходит освобождение человека через создание гражданского общества.

Слева от вертикальной оси находятся этапы «улитки», являющиеся для внешнего мира убыточными в смысле того, что ресурсы потребляемые больше ресурсов производимых, справа – наоборот, производится больше, чем потребляется. Таким образом, нижняя точка «улитки» суть точка безубыточности. Отметим, что этапы *5* и *6* для экономики теоретически убыточны, на них уровень рисков инвестирования очень высок, так как отлаживается первичная бизнес-модель и стабилизируется работа бизнес-единицы.

Рассмотрим несколько прикладных задач.

Например, схема «улитки» может быть использована как для определения стадии развития инновационного бизнеса, так и для правильного выбора юридического оформления прав собственности как у первичных собственников, так и для проведения переговоров по привлечению инвестирования от различных типов инвесторов.

Так, понятно, что на *1–3* этапах тип оформления прав собственности на бизнес не имеет значения. Инвестором выступают «3F», право их собственности не оформляется, право на интеллектуальную собственность (*англ.* Intellectual Property, сокр. «IP») находится в режиме охраны «know how». Хотя российское законодательство отличается в этом от, например, законодательства США, которое дает возможность закрепления IP и на этом этапе.

На *4* этапе можно рекомендовать формы индивидуального предпринимателя (ИП), простого товарищества (ПТ), общества с ограниченной ответственностью (ООО), режим IP переходит от режима «know how» к режиму получения патентных прав в стране подачи.

На *4–6* этапах наиболее характерной формой собственности является ООО, с упрощенной или общей формой бухгалтерского учета. Права на IP в стране подачи получены, проводится переход к международной защите прав на IP.

Вводятся в оборот новые виды IP: товарные знаки, промышленные образцы.

Например, в фармакологии на этих этапах типов бизнес-процессов находятся так называемые «субстанции» – производители компонентов фармпрепаратов. Право на IP играет слабую роль, идет замещение отечественных субстанций импортными (Индия, Словакия, Китай) и подотрасль постепенно деградирует. При этом сегмент биоактивных добавок (БАД), которые как правило не проходят необходимые в фармацевтике процедуры регистрации IP, в России, да в мире растет гораздо более высокими темпами, чем другие секторы фармрынка (См. Юданов А.Ю. Опыт конкуренции в России. Причины успехов и неудач. М.: КноРус, 2007).

При переходе от *7* к *9* этапу необходимо полнее учитывать интересы сторонних инвесторов, которые предпочитают формы закрытого или открытого акционерного общества (ЗАО или ОАО).

Права на IP приобретают важное значение, обеспечивая для транснациональных компаний (ТНК) право как на производство, так и на продажу разнообразной продукции на разных потребительских рынках. Например, в выручке фармакологических ТНК доля выручки от производимых и продаваемых на разных рынках лекарств, защищенных IP, максимальна. При этом в Швейцарии, где располагаются штаб-квартиры мировых лидеров фармотрасли, зарегистрировано больше всего патентов на душу населения (116 в 2007 г.).

Начиная с *8* этапа форма собственности на бизнес в виде ОАО становится довлеющей, так как наличие возможностей привлечения капиталов с открытых рынков становится критически важной для его развития.

Бухгалтерский учет на *7–8* этапах осуществляется по общей схеме РСБУ с обязательным дублированием по МФСО, а начиная с сегмента *9* – по МФСО с дублированием по РБСУ.

Права на IP играют важнейшее значение, становясь все более и более самостоятельным «товаром», увеличивая в выручке ТНК долю от продажи тех объектов IP, которые потеряли для ТНК стратегическое значение. При этом очевидно и то, что на *11* этапе стоимость и важность прав на IP довлеет над другими разделами права. Особенно это заметно в IT и фармацевтике.

Однако на этапе *12* право как инструмент построения и сопровождения типовых процессов формирования выручки бизнеса вырождается – довлеют права потребителей над правами производителя. Особо это видно

в странах с неразвитой правовой культурой – в России, в Китае. Например, в фармакологии на *12* этапе по типу бизнес-процессов находятся так называемые «имитаторы» – производители «дженериковых препаратов» (обычно происходит через 25 лет от даты приоритета в результате потери патентной защиты оригинальным препаратом, от *англ.* generic pharmaceuticals, «GR»). В попытке как можно полнее охватить рынок сюда же устремились и мировые концерны (http://www.edoctor.uz/page/ pharma/2067).

Конечно, из любого правила есть и исключения: можно торговать лицензиями или франшизами на международном рынке – и при этом оставаться ООО с упрощенной системой налогообложения. В Германии так называемые «частные» фирмы (аналог нашего ООО) растут более высокими темпами, нежели «публичные» компании.

Можно в России и Китае игнорировать права Microsoft и других производителей ПО. Однако это не доведет до добра – нарушая чужие права и оправдывая себя тем, что Вы живете в стране, находящейся на этапе догоняющего развития, Вы обрекаете Ваш бизнес на поражение, так как по мере построения и развития бизнес будет разрушен именно через использование Вашей правовой незащищенности. Поэтому то, что производители БАД блокируют принятие законов, регулирующих оборот их подотросли, а производители нелегального ПО блокируют усилия правительства по наведению на рынке элементарного порядка, обрушает их капитализацию, делает бизнес слабым и ненадежным.

При выборе формы собственности в бизнесе в данной стране нужно понимать, что данный бизнес никогда не сможет максимально использовать свои потенциальные возможности, если форма прав в нем будет не соответствующей типу бизнес-процесса. То же можно сказать и о проблеме охраны IP.

Рассмотрим еще один важный вопрос, а именно – *как усилить позиции бизнеса на рынке с помощью изменения применяемых в нем типов бизнес-процессов? В чем смысл такого объединения бизнес-процессов?*

Ответ прост. В этом случае возникает синергия (простая или сложная, их отличия поясним ниже), как нелинейное приращение параметров бизнеса (выручки или рентабельности) к единице прироста инвестиций.

При этом в бизнесе появляются новые возможности, которые не ограничиваются наиболее интересным для него типом бизнес-процесса, а развивается «вверх» (то есть переносит центр тяжести своего развития по часовой стрелке), переходя на этапы с бизнес-процессами более развитого

уровня, либо снижает уровни рисков поставок сырья и комплектующих, развивая типы бизнес-процессов «вниз» (против часовой стрелки).

Приведем пример с компанией Microsoft. Известно, что Microsoft никогда не является венчурным или прямым инвестором, более того – никогда не инвестирует в бизнесы *1–6* типа, раздавая стартующим компаниям свои программы бесплатно. Почему?

Корпорация «замещает» инвестирование раздачей бесплатных продуктов корпорации начинающим компаниям через многочисленные каналы (программы поддержки «Startup Business Accelerator», «BizSpark» и т.п.), привязывая разработчиков к своим продуктам. При этом, после того, как инновационный продукт создан, выведен на рынок и стал успешен, компания Microsoft покупает весь бизнес, инкорпорируя его в свою бизнес-структуру, включая продукты в свои продуктовые линейки.

Таким образом, этапы «улитки», на которых Microsoft работает как бизнес, начинаются с этапа *7* – с покупки бизнес-единиц с готовым продуктом, основанным на новой технологии. Затем, по мере инкорпорирования новой технологии в продукты компании Microsoft, бизнес-процессы переходят из одного этапа в другой – внутрикорпоративный аутсорсинг (этап *8*) переходит в этап максимального использования потенциала технологии для усиления сначала производственной эффективности (этап *9*), через это – потребительской ценности продукта (этап *10*).

В итоге рождается готовый информационный продукт, который начинает формировать все большую долю в выручке самой корпорации Microsoft (этап *11*). При этом работу на *12* этапе «улитки» корпорация Microsoft пытается организовать уже 2 года, вначале путем враждебного поглощения, а теперь – в виде наконец одобренного Еврокомиссией и министерством юстиции США альянс корпораций Microsoft и Yahoo!, т.е сознательно ограничиваясь типами бизнес-процессов *7–11*.

При этом известно, что Билл Гейтс и его товарищи на заре своего бизнеса «стартовали в гараже», проводили первичные продажи и создавали устойчивую бизнес-структуру. Они как никто понимают систему рисков инвестирования на этом этапе, поэтому сегодня им такого типа бизнес-процессы формирования выручки не нужны, и они делают каналы притока технологий бесплатными. А корпорация Microsoft стоит сотни миллиардов долларов!

Специфика бизнес-процессов в Томске и России

В отличие от компании Microsoft, в Томске бизнес-культура расширения инновационного бизнеса только строится. Большинство инновационных компаний находятся в сегментах *5–4*, и только некоторые (в основном – из сегмента IT) работают в сегментах *9–11*, причем по «урезанным» схемам.

Наибольшая активность Администрации Томской области и города направлена на сегменты *1–6*.

В Томске работает множество образовательных учреждений (структура формирования выручки которых также находится в полном соответствии с «улиткой», имея максимум в *8–9* этапах).

В Томске созданы 14 бизнес-инкубаторов и технопарк, помогающие идеям бизнеса, генерируемым студенческим и преподавательским сообществом, воплощать в опытно-конструкторские разработки и осуществлять продажи на рынке. Под это заточены программы местных и федеральных властей – это программы «Первый шаг», «Бизнес-старт», другие программы, работа Фонда содействия развитию малых форм предприятий в НТС (Фонд Бортника) – все эти программы позволяют предпринимателям переходить через границу *1–3* и *4* этапов «улитки» наименее безболезненно.

Слабее идет работа на *4–6* этапе – есть две сети бизнес-ангелов, представленные с одной стороны в рамках конкурса «Бизнес инновационных технологий в Сибири» совместно ОАО «Инновационно-управляющая компания „Фибр“» и НП «Бизнес-ангелы Сибири», с другой стороны – местным партнером СБАР и ООО «Томский центр трансфера технологий». Есть Венчурный фонд Томской области (120 млн первоначального капитала, управляющая компания «Мономах», г. Новосибирск).

На *7* этапе работа только начинает строиться – этому способствует создание 3 года назад особой экономической зоны технико-внедренческого типа в Томске (ОЭЗ ТВТ Томска). Кроме того, правительство Томской области предпринимает попытки заменить явный недостаток прямых инвесторов различными инструментами (Гарантийный фонд, субсидирование ставок по кредитам, программа «Старт-Инвест» Фонда Бортника, создание наноцентра).

Сегменты *8–9* представлены в основном такими компаниями, как ОАО «Сибэлектромотор», ЗАО «ЭлеСи», ООО «Сиам», ООО «Томский инструментальный завод», ОАО «Томскхимфарм», ГК «Лама» (*9–10* этап), которые и составляют основу бизнеса Томска.

Этап *11* в Томске также присутствует – такие компании, как ЗАО «Элекард Девайсез», ООО «Томсклабс», ООО «Оригма» научились продавать свои программные продукты. При этом эффективность такой работы разная – она зависит от продуктовой ниши, заполненности ее конкурентами.

Этап *12* в Томске также представлен – прежде всего – это СО РАН с 6 НИИ и СО РАМН с 7 НИИ. Эта база научного сообщества, которая активно генерирует научное знание, используемое для «развивающего» перехода на следующий оборот – на этап *1*, его многочисленными носителями.

Есть и «деградирующая» модель перехода от *12* к *1* этапу – многочисленные Event-агентства, работающие по всей России, всевозможные ночные клубы, казино, бары. Но эта модель бизнеса не приветствуется властями, хотя и процветает.

Таким образом, в Томске имеются все элементы «улитки», необходимые для инновационного развития. При этом имеется возможность резкого роста инновационных компаний путем диверсификации своей деятельности, увеличения ее масштаба и глубины проработки.

Слабость «улитки» в Томске – это малое насыщение игроками на этапе *5–6–7*. Данную слабость «замещает» в данный момент государство с помощью многочисленного инструментария (ГК «Роснанотех», ОАО «РВК», система государственно-частных венчурных фондов).

Мы предлагаем ускоренно перейти к замещению государственной поддержки через привлечение капитала на открытом биржевом рынке, расширяя зону этапа *8* вниз – в зону этапов *7* и даже *6*.

В настоящий момент только 10 эмитентов из Томска представлены на биржах, причем только один – Imperial Energy, прошел листинг на площадке AIM LSE (Лондон, Великобритания) и имеет возможности по привлечению капитала с открытого международного рынка, будучи капитализирован более чем в 2 млрд евро. Еще восемь эмитентов разместили свои облигации на площадке ММВБ (ОАО «Томск-Инвест», 500 млн руб., Администрация Томской области и города Томска, бизнесы, их обслуживающие, см. таблицу), что скорее говорит о «продвинутости» Томской власти, нежели бизнеса.

Обратим внимание, что в списке нет ни одного эмитента ОЭЗ ТВТ Томска. При этом только 10 из 45 резидентов ОЭЗ ТВТ Томска (оценка бывшего начальника отдела по сопровождению бизнеса С.Ю. Ананко) в своих бизнес-планах указали источник привлечения инвестиций – «сторонние инвесторы». Привлечение инвестиций на бирже планирует только одна

компания – ЗАО «Элекард Девайсез», проект которой по созданию специализированного чипа для видеообработки утвержден Наблюдательным советом ГК «Роснанотех» в декабре 2010 г.

Понятно, что с таким уровнем работы по привлечению инвестиций – с ориентацией только на государственные источники инвестирования (ГК «Роснанотех», ОАО «РВК», система государственно-частных венчурных фондов, гранты Фонда ПРМФНТС, ФЦП) невозможно всерьез рассчитывать на успех в строительстве в Томске, да и в России, инновационных компаний российского и мирового уровня.

Список размещенных на ММВБ эмитентов из Томской области (по состоянию на 01.04.2010)

Эмитент	Код ИНН
Администрация города Томска	7017004461
Департамент финансов Администрации г. Томска	7021023925
Департамент финансов Администрации Томской области	7000000885
ОАО «Томская распределительная компания»	7017114672
ОАО «Томская энергосбытовая компания»	7017114680
ОАО «Томскэнерго»	7017001870
ОАО «Региональное ипотечное агентство Томской области»	7017033670
ОАО «Томск-Инвест»	7017089225

Необходимо заполнить 2 ниши, на которых почти нет средств:

Ниша бизнес-ангельского и венчурного инвестирования. Если в Томске и ведется работа в этом направлении (например, через Фонд содействия развитию малых форм предприятий в НТС, «Фонд Бортника» или региональные венчурные фонды), то такая работа ведется неправильно – в ней отсутствует обратная связь между объектом инвестирования и его субъектом. Эта связь чрезвычайно жесткая, зарегламентированная, чрезмерная для объекта и во многом притворная для субъекта: «Мы делаем вид, что Вы нас инвестировали, а Вы делаете вид, что мы отчитались».

Формы и методы инвестирования здесь должны быть пересмотрены в сторону децентрализации (например, через предоставление поддержки союзам бизнес-ангелов и предпринимательским объединениям стартового бизнеса) и упрощения отчетности – как в Microsoft.

Ниша предоставления капитала на этапе экспансии компаний на новых рынках (этап *7*). Здесь действует так называемый «гарантийный фонд»,

который может предоставить банкам гарантийные обязательства для расширяющегося бизнеса (до 5 млн руб.). Однако как сумма гарантии, так и система администрирования ее предоставления находятся на самом зачаточном уровне.

Осознавая данное положение вещей в инновационном бизнесе, ГК «Роснанотех» и ЗАО «Московская межбанковская валютная биржа» (ММВБ) создали и развивают проект под названием «Рынок инвестиций в инновации» (РИИ ММВБ. www.micex.ru).

В рамках данной работы создана возможность по привлечению инвестиций в инновационный бизнес через листингового агента (ОАО Инвестиционно-финансовую компанию «Самотлор-инвест»), далее – ИФК, получившую данный статус на Рынке Инноваций и инвестиций (РИИ ММВБ). РИИ ММВБ – особая биржевая площадка для торговли акциями и облигациями инновационных компаний:

– на открытом рынке – сектор ИРК («Инвестиции в инновационные и развивающиеся компании»);

– в режиме индикативных котировок – сектор ИРК-2 (в торгах, проводимых в индикативном режиме, могут участвовать только квалифицированные инвесторы);

– на площадке Innovation board – сектор компаний для прямого инвестирования, готовящихся к выходу на биржу.

В марте 2010 г. между ЗАО ММВБ и Администрацией Томской области подписано Соглашение о сотрудничестве в деле привлечения инвестиций в инновационные компании Томской области посредством РИИ ММВБ.

Особо отметим, что данная работа пересекается с усилиями ряда томских вузов по построению системы эндаументов (фондов целевого капитала). Выведение на РИИ ММВБ такого инструмента, как ЗПИФ «Эндаумент ТПИ» или ЗПИФ «Эндаумент ТУСУР» – шаг рисковый, но правильный.

Теперь необходимо проводить работу по разъяснению методов привлечения инвестирования с собственниками бизнеса, способствовать развитию в Томске региональной инвестиционной компании, выделить средства на подготовку и проведение 3–4 первых инновационных компаний на РИИ ММВБ – для создания убедительных прецедентов выхода на биржу.