



home innovation[®]
consulting network

Инновации и финансирование



© patpichaya - Fotolia.com

Основатели стартаповых предприятий знают, как тяжело с небольшим собственным капиталом вывести на рынок инновационные идеи – даже несмотря на то, что финансовый рынок, казалось бы, наполнен инвесторами, готовыми вложить деньги в хорошие идеи. Помимо хождения по банкам и поиску инвесторов новые шансы финансирования во всемирной паутине предлагает краудфандинг (народное финансирование). Всегда найдутся доверчивые люди, которые верят в идею и нередко готовы вкладывать деньги в «неизвестное» будущее.

Однако зачастую таким образом можно финансировать только начальные расходы на основание фирмы. Кроме того, если запланированный выход на рынок откладывается по непредвиденным обстоятельствам, стартовый капитал может быстро закончиться, и первоначальный бизнес-план придется пересмотреть с учетом необходимости дополнительного финансирования. В противном случае даже самые удачные идеи могут пропасть из-за недостатка финансирования.

Вот почему для всех, кто работает со стартаповыми фирмами, в финансовых вопросах чрезвычайно важно сохранять контроль над эмоциями и верой в инновацию, учитывая при этом фактор времени и непредвиденные обстоятельства, которые могут возникнуть на этапе подготовки бизнес-плана.

Эмоции важны в привлечении инвесторов и продвижении новой идеи, однако уверенное преодоление препятствий при солидном бизнес-плане может обеспечить лишь достаточный собственный капитал.

После создания первого прототипа инновационного продукта или визуализации концепции предоставления услуг возможный риск неоправданных инвестиций заметно снижается, при условии что в этой начальной фазе развития инновации удастся завоевать доверие потенциальных клиентов.

То же самое касается КАМ и концернов, которые зачастую до конца разрабатывают новые продукты и предложения в «секретных лабораториях», а потом слишком поздно понимают, что рынок на данный момент не готов принять их идею. Владельцы предприятий с консервативным стилем управления и авторитарные председатели с претензией на всезнание считают исследования рынка дорогостоящим инструментом и не используют его при принятии решений.

Вовлечение будущих клиентов в разработку инноваций делает их сооткрывателями и снижает риск неоправданных инвестиций. Исследование рынка не может заменить собой ответственность за принятие решения, но может существенно помочь в этом процессе.

Поскольку клиент готов платить больше за повышение рациональной или иррациональной пользы, инновации в основном генерируют более высокие цены, чем другие продукты и предложения услуг в аналогичной категории. Однако цены нельзя чрезмерно завышать, особенно в тех случаях, когда целью внедрения инновационного продукта является массовый рынок. Иногда в ходе разработки инновации расходы на ее создание могут оказаться выше, чем было запланировано вначале. Для получения ожидаемой прибыли цены и объемы иногда безответственно подгоняются безо всякой связи с реальностью, чтобы, например, покрыть расходы на оборудование и инструменты в рамках процесса разработки.

При внедрении инноваций в отношении инвестируемого капитала нельзя выходить за рамки гибкости соотношения спроса и предложения.

При оптимальном ценообразовании стартапы и КАМ вследствие меньших накладных расходов имеют большие преимущества, чем крупные концерны. Однако концерны благодаря высоким распределительным мощностям достигают больших объемов производства и продаж, а также преимуществ количественной дегрессии. Таким образом, преимуществу количественной дегрессии здесь противостоит преимущество низких накладных расходов. Чтобы оставаться рентабельным проектом в долгосрочной перспективе, стартаповые предприятия должны понимать особую значимость финансирования сбыта при превышении так называемой критической величины предприятия.

При оптимистичном планировании крупных партий необходимо принимать в расчет сознательный финансовый риск.

Возможным решением при выборе между концерном и стартапом являются центры инноваций крупных концернов, предлагающие размещение для разработчиков инноваций. Такие центры представляют собой испытанную бизнес-модель не только для предоставления пространства для инноваций, но и для защиты от могущественных организационных структур. Кроме того, разработчики инноваций могут найти здесь соратников для взаимной плодотворной работы. Целью концерна, естественно, остается получение выгоды от таких островков для разработки инноваций в форме прав на первичную реализацию инновационного продукта.

В рамках принадлежащих концерну инновационных центров разработчики инноваций смогут с небольшими затратами капитала развивать свои идеи до полной готовности к внедрению на рынок. За это они платят возможным ограничением своих собственных прав пользования.

Последующая интеграция проекта в мультиоперационную единицу концерна означает для инноватора сложную работу в неизвестной для него структуре предприятия. В этом случае выход из концерна практически запрограммирован. При сравнении стартапов и концернов немецкая экономика показала, что истина лежит где-то посередине, то есть катализатором процесса инноваций является средний бизнес. Хорошо управляемые КАМ обладают достаточным капиталом для новых путей развития, могут принимать сознательные решения в отношении возможных рисков и обладают достаточным деловым объемом и мощностью сбыта. В частности, КАМ с хорошо оснащенным «военным бюджетом», то есть с достаточным денежным потоком, могут самостоятельно принимать решения в отношении инвестиций в инновации и финансировать экономический рост без ограничений, накладываемых длиной «банковского поводка».

Финансовый поток остается одним из самых значимых факторов для успешного внедрения инноваций.

Обратный поток капитала от успешных инноваций создает новый капитал для финансирования новых идей. Таким образом инновация для финансирования новой инновации может вызвать лавину успеха. Первоначальное солидное финансирование остается, тем не менее, краеугольным камнем успеха, или наоборот, идея должна быть настолько убедительной, чтобы инвесторы были готовы предоставить свои капиталы несмотря на возможный риск. В споре о том, что было вначале, – яйцо или курица, т.е. финансы или идеи, необходимо подчеркнуть, что финансы являются лишь средством для достижения успешного продвижения инноваций, однако даже самые хорошие идеи могут погибнуть без достаточного капитала.

Как правило, получение денег является меньшей проблемой, в большей же степени преобладает нехватка хороших идей. В этом случае может быть чрезвычайно полезным обратиться за помощью к консультантам по инновациям, способным оперативно сопровождать весь последующий процесс.