Фонд «Росконгресс»

СТАНДАРТ ОРГАНИЗАЦИИ

СТО 99646931-001–2020

СОГЛАСОВАНО:

АНО «Российская система качества»
Руководитель _____ М.А.Протасов

ФГБУ «Фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере»
Генеральный директор _____ С.Г.Поляков

ООО «УК Бизнес Приорити»
Генеральный директор _____ М.В.Скраган

СТО 99646931-001–2020

Стандарт качества малых и средних инновационных предприятий BUSINESS PRIORITY

УТВЕРЖДАЮ:
Фонд «Росконгресс»
Директор
_____ А.А.Стуглев

Москва
2020

Предисловие

1 РАЗРАБОТАН ООО «УК Бизнес Приорити»

2 УТВЕРЖДЕН Фондом «Росконгресс»

3 ВВЕДЕН ВПЕРВЫЕ

Правила применения настоящего стандарта организации установлены в статье 21 Федерального закона от 29 июня 2015 г. № 162-ФЗ «О стандартизации в Российской Федерации».

Введение

Стандарт качества Business Priority – это стандарт для оценки российских малых инновационных компаний (стартапов), имеющих перспективы масштабирования бизнеса и выхода на международные рынки.

Целями создания Стандарта качества Business Priority являются:

-содействие ускорению технологического развития Российской Федерации и увеличение количества организаций, осуществляющих инновации;

-ускорение развития перспективных инновационных компаний;

-содействие развитию рынка венчурного капитала в Российской Федерации.

Создание настоящего Стандарта качества для оценки перспективных инновационных компаний обусловлено рядом предпосылок. Подробная информация изложена в Приложении 1.

Ключевым эффектом от внедрения стандарта станет быстрый рост капитализации инновационных компаний, соответствующих этому стандарту. Достижение ключевого эффекта обусловлено рядом преимуществ, которые приобретет компания, соответствующая Стандарту качества Business Priority. Среди этих преимуществ:

1. Облегчение взаимодействия между инновационными компаниями и представителями инновационной и венчурной инфраструктур (акселераторами, инвесторами и др.)
2. Новые возможности для самостоятельного развития компании. Упрощение привлечения инвестиций, как от частных инвесторов, так и государственных фондов. Вывод на зарубежные рынки через акселераторы, создание представительств за рубежом.
3. Новые возможности для взаимодействия с корпорациями. К ним относятся: создание пилотных проектов внутри корпораций, приоритетные заказы, выход на зарубежные рынки через сотрудничество с корпорациями.
4. Ускорение и упрощение процедуры внедрения инновационных решений. Содействие в организации системного диалога между инновационными компаниями, государственными органами власти, институтами развития и отраслевыми предприятиями.
5. Увеличение узнаваемости инновационной компании, соответствующей Стандарту качества.

СТАНДАРТ ОРГАНИЗАЦИИ

Стандарт качества

малых и средних инновационных предприятий

BUSINESS PRIORITY

Standard of quality
for small and medium-sized innovative enterprises
BUSINESS PRIORITY

Дата введения –

1 Область применения

Настоящий стандарт организации (далее – стандарт) распространяется на инновационные компании, являющиеся субъектами малого и среднего предпринимательства, и устанавливает критерии присвоения им статуса Business Priority (далее – статус).

2 Общие требования

Статус присваивается на срок три года путем оформления специального соглашения.

Обязательным условием присвоения статуса и неотъемлемой частью соглашения является построение и реализация системы трекшн-мониторинга – системы динамического анализа и наблюдения за ключевыми бизнес-результатами компании, на основании которых можно делать вывод о том, насколько успешно компания реализует свою бизнес-модель.

Компания может быть лишена статуса досрочно в случае существенного отклонения от основных показателей своей дорожной карты развития, если такое отклонение будет выявлено в результате трекшн-мониторинга.

Статус присваивается на основе оценки совокупности критериев согласно разделам 3, 4 и Приложению 2.

3 Критерии присвоения статуса Business Priority

3.1 Концепция развития

Критерий «Концепция развития» оценивается по следующим подпунктам:

3.1.1 Наличие у компании концепции технологии/продукта/услуги и степень ее проработки;

3.1.2 Использование инновационных технологий (решений), то есть таких, которые несут потенциал существенного влияния на текущие показатели рынка и/или создание новых рынков;

3.1.3 Продукт/услуга компании реализует сквозную технологию (то есть технологию, охватывающую несколько отраслей) и может быть масштабирован. У компании имеется базовый план масштабирования в перспективе трех лет;

3.1.4 Имеется обоснованный, сформулированный план по росту выручки не менее чем 300 % в перспективе трех лет, а ожидаемый рост капитализации компании - не менее 500 % в перспективе трех лет;

3.1.5 Рынок или сегмент рынка, на который планирует выходить компания, является новым и/или растущим. Компанией проведено подробное исследование рынка, показывающее целесообразность работы в сегменте. Приведена оценка российского и международного секторов рынка;

3.1.6 Проработаны планы по выходу на зарубежные рынки. Определены конкретные возможности для экспорта продукта/услуги на глобальный рынок;

3.1.7 Компания проводит исследование спроса на рынке предлагаемого продукта, а также анализ конкурентов. В исследовании должны быть показаны сегменты потребителей, каналы взаимодействия с ними, приведены количественные оценки целевой аудитории для российского и международного секторов рынка.

3.2 Продукция/услуги

Критерий «Продукция/услуги» оценивается по следующим подпунктам:

3.2.1 Наличие описания проблемы, которую решает продукт/услуга;

3.2.2 Продукт находится в стадии минимально жизнеспособного продукта или в стадии готового продукта. Под минимально жизнеспособным продуктом (MVP) понимается рабочий образец (прототип);

3.2.3 Имеются сформулированные существенные конкурентные преимущества продукта/услуги в сравнении с аналогами. Либо компанией проведен анализ, позволяющий сделать вывод об отсутствии аналогов.

Примечание. Примерами конкурентных преимуществ являются: превосходство по технико-эксплуатационным показателям, низкая себестоимость продукта, высокая конверсия в продажи, низкая стоимость привлечения и удержания клиентов и пр.;

3.2.4 Наличие продаж (на основании справочных материалов компании и данных открытых источников). Рассматривается информация о продажах, достигнутых путем реализации пилотных проектов за счет заказчика или за собственный счет;

3.2.5 Обладание правами на продукт/услугу. Отсутствие существенных юридических рисков, связанных с защитой интеллектуальной собственности в российской и иностранных юрисдикциях;

3.2.6 Наличие модели развития жизненного цикла продукта/услуги, как минимум, на первых двух стадиях: внедрение на рынок и рост. Рассматривается описание стадии зрелости и прогноз по наступлению стадии спада (при наличии);

3.2.7 Наличие оценки времени, необходимого для выхода на рынок собственного продукта/услуги. Наличие оценки времени, необходимого для выхода на рынок продукта/услуги конкурентов.

3.3 Команда

Критерий «Команда» оценивается по следующим подпунктам:

3.3.1 Команда проекта состоит не менее чем из двух человек и имеет одного признаваемого лидера. Команда проекта покрывает основные компетенции или их существенную часть (разработка решения, маркетинг, продажи, производство, клиентская поддержка);

3.3.2 Прослеживается эффективная коммуникация внутри команды;

3.3.3 Наличие видения по развитию команды в рамках масштабирования бизнеса;

3.3.4 Наличие у команды сформулированных миссии/ценностей (масштабное видение решения задач);

3.3.5 Наличие описания распределения ролей в команде и описания каждой роли;

3.3.6 Наличие у лидера или ключевых членов команды опыта самостоятельного ведения бизнеса (в том числе на международных рынках);

3.3.7 Наличие как минимум у одного ключевого члена команды опыта взаимодействия с акселераторами и/или венчурными фондами (в том числе иностранными).

Знание как минимум одним ключевым членом команды английского языка на уровне не ниже B2.

3.4 Партнеры, ресурсы и среда

Критерий «Партнеры, ресурсы и среда» оценивается по следующим подпунктам:

3.4.1 Продукт/услуга востребован на рынке, что подтверждается соглашениями о намерениях и/или договорами о проведении пилотного внедрения в крупных компаниях, работающих в российском и/или международных секторах рынка.

Примечание. В случае модели B2C, востребованность можно подтвердить ростом выручки, динамикой роста числа клиентов, количеством повторных продаж и другими показателями;

3.4.2 Разработан план по защите интеллектуальной собственности в российской и иностранных юрисдикциях;

3.4.3 Имеется понимание компанией ключевых партнеров, клиентов, поставщиков, соответствующее концепции развития;

3.4.4 Проведена оценка уровня влияния своей деятельности и вновь создаваемого продукта/услуги на здоровье, безопасность общества и окружающую среду в перспективе трех лет;

3.4.5 Наличие бизнес-плана по запуску производства (оказанию услуг). В плане должны быть отражены в том числе такие параметры, как стоимость привлечения клиентов, средний чек, рентабельность;

3.4.6 Проведен анализ правовых норм, в рамках которых используется предлагаемый продукт/услуга, в том числе анализ практики патентования/сертификации в российском и международных секторах рынка.

4 Оценка критериев

Критерии по всем подпунктам, указанным выше, включаются в Матрицу оценки (Приложение 2) с соответствующими весовыми коэффициентами.

В рамках экспертной оценки по каждому критерию анализируются материалы, представленные компанией: анкеты, презентации, справки и пояснительные записки, сравнительные технико-эксплуатационные и экономические характеристики, исследования рынка и пр.

Дополнительно могут быть проведены удаленные и/или очные интервью с ключевыми членами команды, организованы демонстрации продукта/услуги, проведены перезентации, питч-сессии и т. д.

Состав экспертной группы формируется из числа высококвалифицированных специалистов, имеющих опыт руководящей работы в бизнес-среде и/или в области развития и управления стартапами не менее трех лет, представителей государственных органов власти и научного сообщества.

Число участников экспертной группы должно быть от 5 до 9 человек, включая одного руководителя. Руководитель экспертной группы обладает необходимыми компетенциями в области рассматриваемого стартапа и несет обязанность выведения общей оценки экспертной группы по каждому рассматриваемому стартапу.

Выведение общей оценки экспертной группы осуществляется по методу PERT:

ОО = (П + 4 х НВ + О) / 6, где:

ОО – общая оценка экспертной группы;
П - пессимистичная оценка, за которую принимается наименьшая сумма баллов из выставленных всеми экспертами;
НВ – наиболее вероятная оценка, за которую принимается среднее арифметическое среди всех оценок экспертов, за исключением наименьшей и наибольшей суммы баллов;
О – оптимистичная оценка, за которую принимается наибольшая сумма баллов из выставленных всеми экспертами.

Шаг оценки на каждом подпункте каждого критерия, за исключением критериев с системой оценки «есть/нет» - 5%.

Максимальное количество баллов, которые может получить компания по матрице оценки – 100. Статус может быть присвоен решением экспертной группы в случае, если компания в результате общей оценки набирает не менее 75 баллов.

Приложения:

1. Предпосылки к созданию на 2 л.
2. Матрица оценки на 4 л.