

Стартап является первым необходимым этапом жизненного цикла инноваций. Изучение зарубежного опыта демонстрирует, что парадоксальным является ограниченный круг исследований теоретического характера, посвященных методологии создания инфраструктуры. Активно работающая система поддержки стартапов является основой активизации инноваций деятельности, роста объемов инновационных продуктов, экспорта высокотехнологичных товаров. Исследование Dow Jones VentureSource, посвященное итогам венчурного финансирования в 2012 г., показало, что в России наблюдается инвестиционный венчурный бум, позволивший стране подняться на 4 место в Европе по объемам вложений в высокотехнологичные отрасли. За последние четыре года объем вложений в этой сфере вырос почти в 10 раз, с 25,900 млн евро в 2009 г. и 37,76 млн евро в 2010 г. до 185,79 млн в 2011 г. и 236,55 млн евро в 2012 г. В целом, по подсчетам Wall Street Journal, изучившей доклад Dow Jones VentureSource, пятерку стран-лидеров по высокотехнологичным инвестициям в 2012 г. составили Великобритания с результатом 867,46 млн евро, Франция (508,76 млн евро), Германия (431 млн евро), Россия (236,55 млн евро) и Швеция (88,93 млн евро) [1]. На российском рынке венчурные деньги сейчас существуют в двух формах. Во-первых, это финансирование фондов (в основном начиная от стадии стартапа), которые не испытывают проблем с поиском проектов. У таких инвесторов есть имя и соответственно, высокий поток стартап-компаний желающих получить инвестиции. Во-вторых, это инвестиции на «посевных» стадиях - на них специализируются в основном стартап-акселераторы. Они находят стоящие проекты, дают им деньги на разработку прототипа и тестирование бизнес-модели, а затем сами приводят к венчурным капиталистам. Каждый год во всем мире появляется множество молодых компаний с высоким потенциалом роста, основанном на инновационном продукте и стратегии извлечения прибыли из инноваций. Их принято называть стартап-компаниями или просто стартапами. Мировая статистика показывает, что выживаемость таких компаний относительно невелика - не более 25% стартапов доживает до своего трехлетнего возраста. Для создания успешного стартапа требуется определенный набор составляющих. Его основные компоненты - идея, причем оригинальная и лучше не одна; команда, состоящая из амбициозных, увлеченных людей, способных генерировать уникальные идеи; внешний источник инвестиции, поскольку обычно стартаперы ими не располагают; а также профессионализм, знания, опыт и решительность для реализации самых смелых идей. Большинство инвестиций, как это принято в России, происходит в «тихом» режиме, когда ни инвестор, ни команда стартапа лишний раз не распространяются о сделке. Таким образом, для многих начинающих предпринимателей становится настоящей проблемой просто сбор информации о действующих на рынке инвесторах, принципах выбора проекта и областях работы. Высокая оценка стартапов такими фондами, как например Russian

Startup Raiting (RSR) дает им шанс в получении инвестиций. С помощью RSR фонды отслеживают потенциальных кандидатов в свой портфель, а также могут мониторить мнение рынка о конкретном проекте. Многие стартап-компании делятся на две группы. У первых главной целью является найти инвестора на начальном этапе жизни проекта и как можно быстрее его продать. Вторые действуют как инвестиционные фонды - старательно развивают свой проект, чтобы продать его на самом пике активности за сумму, превышающую в разы начальную. Российские венчурные фонды и бизнес-ангелы также заинтересованы в быстрой продаже стартапа вместе с командой корпоративному игроку. К сожалению стоимость компании в Российской Федерации существенно занижается (обычно бизнес оценивается в 10-30 млн руб.), хотя на Западе стартапы, поглощаемые только ради новой идеи или перспективной команды, оцениваются в сумму 160-800 млн руб. По объему инвестирования в стартапы на мировом пространстве РФ занимает далеко не лидирующие позиции. Объем инвестиций России в стартапы на доллар ВВП в 20 раз меньше, чем в Израиле, и в 14 раз меньше, чем в США; инкубаторов - в 35 раз меньше, чем в Германии. Порядка 80% стартапов относятся к сфере IT, из них подавляющее большинство - онлайн-торговля и реклама, бизнес-копии компаний из США, Израиля и Европы. Большинство зарубежных платформ финансируют российские стартапы, такие как Microsoft, Google, HP, Intel. Например, за 5 лет реализации программы поддержки стартапов Microsoft BizSpark бесплатный доступ к новейшим технологиям Microsoft для разработки своих продуктов получили 3727 российских начинающих предпринимателей. Среди выпускников BizSpark - более 30 компаний, разработавших продукты, которые способствуют решению значимых социальных проблем в различных областях. Консалтинговая и технологическая поддержка Microsoft позволяет отдельным участникам программы привлечь дополнительные инвестиции в размере более 33 миллионов долл. Среди глобальных инициатив Microsoft, направленных на поддержку образования и самореализации молодых людей на всех этапах их профессионального развития, программа BizSpark является базовой частью пирамиды, через которую проходят тысячи российских стартапов, используя передовые технологии Microsoft. Следующим этапом является Фонд посевного финансирования Microsoft в России, который отбирает среди сотен заявок перспективные стартапы и финансирует десятки проектов. Таким образом, за время деятельности Фонда уже 35 российских стартапов получили гранты на общую сумму 1 360 000 долларов США. Верхней частью пирамиды является программа Microsoft Startup Accelerator, которая помогает стартапам, продукт или сервис которых уже готов и продается, в продвижении их на российском и международном рынке - в этой программе участвует более 20 стартапов в России. Стартап-индустрия всего мира не перестает двигаться семимильными шагами В Европе и США сегодня стадия бума стартапов, и российским

компаниям, выходящим на эти рынки, приходится жестко конкурировать с ключевыми - локальными игроками. На данный момент, из 20 стартап-компаний выживает 1, на рынке преобладает очень жесткая конкуренция. Появившиеся 2-3 стартапа имеют аутентичную идею, каждый, конечно же, считает, что он изобрел ее первым. Многие российские стартап-компании начали рассматривать другие развивающиеся рынки. Например, правительство Бразилии обещает инвестировать в местные и иностранные стартапы около 80 млн долл. в рамках поддержки девяти бизнес-акселераторов. В экономике Бразилии сейчас происходит резкий подъем, особенно в отраслях IT-технологий и строительстве. Но для IT-стартап-компаний покупка трафика и рекламы в Бразилии обойдется дороже из-за слабой развитости интернет-рынка и необоснованно завышенных цен рекламными агентствами. Стартап-компаниям, которые выходят на рынок Бразилии, нужно особенно позаботиться о защите интеллектуальной собственности. На данном рынке с российскими решениями конкурируют американские, английские и местные компании, так что занять прочную позицию можно лишь с сильным конкурентоспособным продуктом, для которого сложно будет быстро создать аналог. Сейчас российские стартапы создавая свои компании на местном рынке ждут притока аудитории. Этого явно недостаточно. Бразильцы, предпочитают местных производителей и скорее всего, не станут активными пользователями зарубежного сервиса, для этого им нужен действительно уникальный продукт. В конце июля бразильская федеральная программа Start-Up Brasil выбрала 56 молодых компаний, представляющих самые интересные инновационные продукты на рынке страны. Интересно, что среди финалистов 11 компаний работают в сфере образования - это порядка 20%. Главными критериями при выборе финалистов стали возможность развития бизнеса, релевантность и привлекательность. Также судьи оценивали инновационность решений, техническую составляющую проектов и их фактическую эффективность. Последние два критерия, разумеется, напрямую связаны с профессиональным уровнем, опытом и мотивацией команд-участников. Если учитывать специфику российского рынка, к сожалению не каждую из российских бизнес-моделей можно выгодно перенести на зарубежный рынок. В России не высокий процент компаний, например в области электронной коммерции, которые могут иметь конкурентное преимущество на зарубежных рынках. Так же многие стартаповцы предпочитают развиваться лишь локально, исключительно в своей стране, иногда в ближайшем зарубежье, считая выход на другие рынки лишними затратами и не доступной перспективой. Это резко снижает их инвестиционную привлекательность. В отличие от стартапов Китая, где большой внутренний рынок, благодаря которому можно не задумываться о выходе на глобальные рынки, или от бизнес-инициатив из Израиля, который имеет тесные связи с США и Британией и служит, по сути, площадкой «для обкатки» новых проектов, российским

стартаперам необходимо сразу нацеливаться на глобальную экспансию. Эксперты считают, что наиболее оптимальным решением может стать изначальное позиционирование российских проектов в качестве ориентированных на русскоязычный сегмент глобального рынка. Большинство инвесторов сегодня берут пример с нескольких крупных игроков на рынке венчурного капитала, уже добившихся высокой возвратности вложений. Новички не обладают таким же высоким качеством экспертизы и объемом ресурсов, поэтому не могут получить столь же высокую доходность инвестиций. Усиливает негативный тренд и то, что хотя венчурный рынок растет (согласно Dow Jones Venture Source, в 2012г. он опередил все рынки Европы по темпам роста и достиг 236,55 млн евро), пока он несопоставим с другими, уже сформировавшимися отраслями российской экономики и потому не привлекает большого внимания инвесторов из реального сектора. Впрочем, то, что бизнесмены считают венчурные проекты не слишком привлекательными для инвестиций, - лишь одна из проблем. Другой серьезной проблемой является дороговизна выхода на рынок молодых компаний. По мнению аналитиков, в 2012г. средняя сумма затрат, необходимых компании от старта бизнеса до начала операционной деятельности, составила около 40 млн руб. для интернет-стартапов и 60-100 млн руб. для бизнесов в других инновационных отраслях. Чаще всего это связано с неопытностью в управлении бизнесом создателей стартапа. Инвесторы в России так же не спешат инвестировать проекты на «посевных» стадиях, избегая большого риска потерять крупные вложения. Чаще всего они поддерживают компании, которые уже прошли точку безубыточности и ищут деньги на масштабирование бизнеса. Риски при таких вложениях минимальны, и инвесторы могут рассчитывать на высокую доходность. Активность инвесторов на посевных стадиях низка не только в России, но и в других странах, где нет «рынка покупателя» подобных компаний, например во Франции или Италии. Инвесторы не хотят инвестировать компании, которые пока не создали продукт и не знают, как будут зарабатывать на нем. Еще одной проблемой мы можем назвать низкое участие стартап компаний в грантах и конкурсах. По подсчетам аналитиков RusBase с 2010 по 2012 г. более 60 российских стартапов получили около 20 млн долл. от инфраструктурных и некоммерческих организаций. При этом размер гранта для технологической компании в России - в среднем составляет 320 тыс. долл. Поддержки добиваются почти все команды, подавшие заявки. Отсутствие отбора эксперты связывают с тем, что в конкурсе принимают участие немного команд, многие стартапы просто не знают о возможности получить грант. Жюри нередко вынуждено финансировать проекты низкого качества. В результате команды, освоившие науку «грантопривлечения», становятся победителями все новых конкурсов от разных организаций. Любое привлечение денег в компанию - уже успех для стартапа. Это возможность прийти к инвесторам уже с прототипом, а не с идеей. В этом случае получить

инвестиции на нашем рынке намного реалистичней. Так же инвестор может оценить деятельность этой компании по вложенным деньгам, что были получены при выигрыше гранта. Еще одной особенностью российского рынка является то, инвесторы нередко забирают большую долю стартап-компании (60-70%) и оказывают менторские консультации или, например, предоставляют портфельному проекту офисные помещения и доступ к клиентской базе, снижается степень заслуги самих основателей в успешном развитии проекта. В Израиле, например финансирование стартапов берет на себя государство и компания-инкубатор, помогающая коммерциализировать идею, при этом государство не участвует в управлении компанией и не имеет доли в бизнесе, а инкубатор обладает 50% компании, затрачивая примерно 15 процентов к вложенным государством денег [2]. За 2013 год в Израиле было запущено 5 тыс. стартапов, а во всей Европе - всего 700. Израиль уже давно вышел на первое место в мире по числу стартапов на душу населения и второе место по абсолютному числу после Силиконовой долины. Все крупные компании в обязательном порядке имеют R&D -центры, на NASDAQ (американская биржа высокотехнологичных компаний) котируются рекордное количество израильских компаний - ICQ, Waze, Face.com. Израильская система отлично работает на рынке США, налажена связь с множеством инвесторов в таких городах как, например Бостон, Нью-Йорк, Лос-Анджелесом и др. Стартап-компания привлекает рынок США по многим показателям, таким как: - заинтересованность государства в развитии инновационных технологий; - создание благоприятных условий для ученых-иммигрантов; - законодательными нормами, позволяющими создавать компании, не вкладывая на начальном этапе высоких средств; - большим внутренним рынком; - множеством инвесторов готовых вкладывать деньги в рискованные проекты; - и высшими учебными заведениями, имеющими высокий мировой рейтинг. Такие города, как Бостон, Сан-Франциско, Тель-Авив, Сидней, Торонто, где расположены многие лучшие университеты, могут обеспечить вас настоящим потоком специалистов высокого уровня. Как мы знаем команда - не только один из важнейших факторов, влияющих на финансовую успешность стартапа, но и самый важный ресурс компании в целом. Не смотря на то, что российское образование котируется на рынке образовательных услуг, мало местных вузов могут похвастаться позициями в списке лучших высших учебных заведений мира. Более того, Россия в международном рейтинге вузов все больше отдалается от лидеров, ее высшие учебные заведения не входят в список 200 лидирующих, по данным рейтинга британского журнала Times Higher Education. Международный рейтинг вузов 2013-2014 годов издания Times Higher Education является одним из крупнейших международных исследований академической репутации, в 2013 году оно охватило более 10 тысяч вузов по всему миру. Рейтинг составляется на основании информации, предоставленной компанией Thomson Reuters, которая проводила сбор и оценку фактических

данных о деятельности высших учебных заведений с учетом ряда аспектов и дисциплин [3]. "Лучший вуз России - Московский государственный университет - все дальше отдаляется от 200 верхних позиций рейтинга. Но МГУ, а также два других специализированных вуза России входят в списков 100 лучших вузов по естественным наукам", - говорится в сопроводительных материалах, предоставленных составителями рейтинга. 2 вуза Израиля входят в рейтинг лучших 200 университетов мира по версии Times higher education. Важным плюсом израильского образования является привлечение студентов в участия в проектах, которые ведут профессора в университетах. Проекты выполняются либо по заказу какой-либо фирмы, либо это участие в гранте или конкурсе. В данных коммерческих проектах профессора могут получать долю в созданных интеллектуальных продуктах. Размер и условия доли зависит от вуза, который чаще всего получает большую часть. Студенты, участвующие в таких проектах имеют возможность получить дополнительную стипендию и что самое важное для них - накопить опыт и репутацию для дальнейшей возможности создать свою стартап-компанию и вывести ее на рынок. Израиль небольшая страна и большинство специалистов знают друг друга, в этой связи репутация имеет большое значение с работе стартаповцев. Крупнейшие корпорации с мировым именем, имеющие R&D -центры в Израиле, привлекают студентов, заказывая им исследования в своих лабораториях. Некоторые из них создают для них ставки, давая им возможность работать в свободное время, таким образом, студенты могут оплачивать себе обучение. Опыт дает знание работы в избранной сфере технологий и особенности их применения, так же позволяет накопить понимание, какие направления наиболее перспективны и конкурентоспособны [4]. Стоит отметить, что сегодня в Израиле работают R&D - центры таких крупных компаний как Microsoft, IBM, HP, Intel и многих других. Особенность же российского рынка стартапов чаще всего состоит в том, что большинство из них являются клонами успешно работающих западных проектов. Именно это объясняет относительную простоту получения первоначальных инвестиций. Инициаторы стартапа, зачастую имея не больше, чем просто адрес западного сайта-аналога, приходят к инвестору и получают необходимые деньги на разработку. Инвестора интересуют всего лишь три вещи: отсутствие "сильных" конкурентов в России, успешность и оборот западных прообразов и прозрачность предлагаемого бюджета стартапа. Получаем примерно такую статистику: 90% предлагаемых для российских инвесторов стартапов не несут в себе ничего нового, еще 9% содержат нереализуемые или неактуальные инновации. Ну и 1% оставим на реальные инновации, которые, как правило, в итоге не получают денег инвесторов, так как не имеют высокодоходных западных аналогов, а значит, монетизация и финансовый успех этих проектов под большим вопросом. Успешность российских проектов на Западе строится не на изначально присутствующем "ноу-хау", а на новом взгляде на продукт и более эффективной

его проработке. Российские стартаперы, получив деньги на запуск проекта, имеют возможность, взяв за основу западный аналог, внести в его работу множество новшеств, о которых западные авторы даже не задумывались, остановившись на какой-то достаточной для них эволюционной стадии успешного продукта. Эта особенность всегда была свойственна России: мы берем западные идеи и, следуя им, заходим по этому пути гораздо дальше создателей. Как известно, ни "ВКонтакте", ни "Яндекс" не являются инновациями по своей сути, но в чем-то уже значительно превзошли свои прототипы. Сегодня в России существует достаточно четкая взаимосвязь между людьми, занимающимися венчурными инвестициями и так или иначе представляющими государство или околосударственные инновационные структуры. Например, руководители предпосевных фондов отлично знают фонды более высокого уровня, РВК, Сколково и другие институты инновационного развития. Все это замыкается на сектор РИИ (Рынок инвестиций и инноваций) Московской биржи, который является сегодня верхушкой российской инновационной системы. Ликвидность сектора РИИ постепенно растет и будет расти и в дальнейшем, а инновационные проекты, участники этой цепочки, получают действительно большое количество дополнительных контактов и возможностей по финансированию и развитию своего бизнеса. Руководство РИИ ведет огромную работу по консолидации российского рынка инноваций и по привлечению к нему внимания фондов, банков, инвестиционных компаний и других финансовых институтов. Примечательно, что РИИ является единственной отдельной и специализированной площадкой на Московской бирже, хотя в нашей стране вполне уместно появление, например, аграрной площадки, которая могла бы поддерживать и предоставлять льготные условия выхода на фондовый рынок, а значит, и привлечения финансирования, компаниям, работающим в отрасли сельского хозяйства. Может быть, сектор ЖКХ был бы также интересен как один из инструментов, который позволил бы решить многие инфраструктурные и финансовые проблемы отрасли. Но существует и функционирует сейчас только РИИ - силами определенной группы людей. Стартапы еще не дошли до РИИ, но инфраструктура создана и объединена усилиями группы активистов, государство дает этому направлению зеленый свет. Так что через 5 лет эта цепь замкнется, и первые стартапы, прошедшие через фонды предпосевных инвестиций и получившие дальше дополнительное софинансирование от РВК, Сколково или других фондов, придут на РИИ. В России на данный момент существует рынок интернет-стартапов и проектов, работающие фонды, инфраструктура и поддержка государства. Есть и реальные проекты, хотя их сейчас появляется не так много - пока недостаточно для уже созданной инфраструктуры. Все это означает одно - сейчас самое время талантливым молодым менеджерам брать свои идеи и находить способных разработчиков, получать инвестиции и реализовывать собственные идеи, развивая свои проекты

для занятия конкурентных позиций на рынке и получения наивысшей прибыли [5].