

**Береза Анна Ивановна**  
магистрант 1 курса  
Южный Федеральный Университет  
anna.bereza1994@mail.ru

**Володин Роман Сергеевич**  
кандидат экономических наук, доцент  
Южный федеральный университет  
romasmok@yandex.ru

### **Тенденции развития интернет-стартапов в России**

*В статье были систематизированы знания по поводу формирования и развития интернет-стартапов. Целью исследования целесообразно считать выявление основных тенденций развития данного направления в России. Для этого были поставлены задачи: определить особенности развития IT-стартапов в разных странах мира, с учетом особенностей экономики и менталитета, затем выявить особенности российского рынка интернет-стартапов, рассмотреть этапы формирования идеи в проект на примере реального проекта, а также узнать мнение экспертов в данной области.*

**Ключевые слова:** интернет-стартапы; IT-стартапы; бизнес-инкубаторы; акселераторы.

**Anna I. Bereza**  
Master's student  
Southern Federal University

**Roman S. Volodin**  
PhD in Economics, Associate Professor  
Southern Federal University

### **Trends in the development of Internet startups in Russia**

*The article presents organized knowledge about the formation and development of Internet startups. The aim of the study is considered as identification of the main trends of development of this direction in Russia. . This purpose involves solution of following tasks: to determine the features of development of IT startups in different countries, taking into account peculiarities of the economy and mentality; to reveal the particularities of the Russian market of Internet startups; to consider the stages of idea formation in the project as an example of a real project, as well as to know the opinion of experts in this field.*

**Keywords:** Internet startups; IT startups; business incubators; accelerators; business angels; investment.

В современном обществе на смену бизнеса в физической интерпретации приходят интернет-проекты. Например, 2011 год можно назвать «годом приложений», когда один за другим стартаперы создавали приложения для различных платформ с абсолютно разными встроенными задачами: подсчитать количество калорий, пройденных шагов, составить удобное расписание тренировок, планов на день и т.д. Наиболее популярным и успешным приложением можно считать Instagram, который на данный момент насчитывает более 400 млн пользователей. Затем бум приложений

прекратился, но осталось много свежих и на тот момент нереализованных идей.

Какие на сегодняшний день существуют особенности и тренды интернет-стартапов в мире?

- Интернет-стартапы чаще всего ориентированы на ближайшего потребителя (такого как сам стартапер и его окружение), а не нацелены на покорение мира или введение чего-то сверхинновационного и никому не понятного;
- Проекты становятся более социально ориентированными, то есть способными решить реальные человеческие проблемы («боль»);
- Команда для стартапа складывается, как и в обычном бизнесе: есть генеральный директор, менеджеры и другие функциональные сотрудники, которые могут работать в снятом помещении, или вообще удаленно;
- Чаще всего, стартаперы — это мужчины. А если идея принадлежит женщине, то, скорее всего, в компаньоны она возьмет мужчину;
- Стартаперы различных проектов знакомы, и даже взаимодействуют друг с другом [2].

В любой стране могут возникать схожие идеи проектов стартапа, так как люди испытывают схожие потребности и возникают схожие проблемы.

В чем особенности развития стартапов в разных точках мира?

В первую очередь, в организации формирования проекта и способах финансирования.

Американская тенденция заключается во введении коллективного финансирования или crowdfunding.

Суть такого взаимодействия проста. Множество маленьких компаний предлагают помощь для дальнейшего существования стартаперам. В ответ стартаперы дают гарантию, что их клиенты, друзья узнают, что именно эти

компаниям помогли им выжить. Бизнес-аналитики считают, что работа с венчурными фондами или акционерными обществами достаточно громоздка и медленна, поэтому на смену приходит система коллективного финансирования [3].

Большую популярность набирают стартапы в социальных сетях. Взаимодействие через социальные сети на данный момент очень популярны и данная площадка может дать более высокий результат, чем дорогой корпоративный сайт.

Также американцы активно вливают инвестиции в те стартапы, которые предлагают уникальную технологию, инновационное решение в рамках интернет-идей.

Что касается европейской тенденции, ее можно охарактеризовать следующим образом: предприниматели делают добро и привлекают к этому других людей.

Например, проект Doonited, работает под слоганом «Начинайте делать добро». Это такая платформа, в которой транслируется информация о реальных общественных проблемах, и тут же создаются способы и возможности для решений. Например, отправлять деньги в приют, оплачивать кофе тем, кто не может позволить этого себе сам, помогать бедным [6]

Большой акцент европейские стартаперы делают на экологичности. Они создают различные проекты, которые способны положительно повлиять на экологию города или страны. Например, облачный офис дает возможность заменить реальные траты в денежном и сырьевом эквиваленте на систему, которая может существовать без коробок, дисков, бумаги и т.д.

Одним из популярных интернет-стартапов Европы можно считать платформы для изучения иностранных языков. Например busuu.com.

Азиатская тенденция развития интернет-стартапов заключается в создании высокотехнологичных стартапов. Для этого за последние 3-4 года было открыто сотни бизнес-инкубаторов и венчурных фондов, которые позволяют развитию инновационных бизнес-идей.

Российская тенденция. Мода на интернет-стартапы в Россию пришла одновременно из Европы и Америки. В первую очередь, идеи проектов формируются исходя из какой либо реально существующей проблемы.

Например, проект «ДомДворДороги», позволяющий через интернет-среду контролировать ЖКХ, дорожные службы и т.д. На платформе существует возможность вовлечения обычных жителей к решению той или иной проблемы.

Также политические проблемы и равнодушие граждан к политике спровоцировали создание проекта, такого как [ovdinfo.org](http://ovdinfo.org). Он нацелен на прозрачность информации о задержаниях на политических акциях и контроля органов власти.[2]

В России на данный момент существует несколько масштабных бизнес-инкубаторов в IT-сфере. Количество бизнес идей, реализуемых в Интернете, начало стремительно расти. Широко известны акселераторы и бизнес-инкубаторы, такие как Фрии, Южный IT Парк, Казанский IT Парк, Сколково. Они уже начали выпускать качественные бизнес-идеи, которые реализовали себя в крупные бизнес-проекты. Например, один из популярных проектов Южного IT-парка – «Везет всем».

Но нужно учитывать один немаловажный фактор: любой стартап очень рискован. Как правило, из 10 IT-стартапов «выстреливает» только 1, но при этом окупает вложения в 9 остальных неудавшихся. Большое количество стартапов проваливаются не только из-за неинтересной для потребителя идеи, но и потому что они появились «не в то время, не в том месте».[4]

В текущем году российские инвесторы повально переходят от российских стартапов к зарубежным. Одним из популярных инвесторов России является Юрий Милнер – президент Mail Group, и щедро инвестирует в российские интернет-стартапы.

Для более детального понимания развития интернет-стартапов, автором было проведено интервью с ростовским начинающим стартапером Денисом Срибным.

Проект Дениса называется «UpTripper». Суть проекта заключается в том, что создана интернет-платформа, на которой могут свободно регистрироваться люди для взаимодействия. Перед поездкой в какую-либо страну/город можно забронировать мероприятия и места, а также сопровождающего, который поможет провести время весело и полезно. Зарегистрированные посетители называются апперами и лайферами. Апперы – это те люди, которые проживают на местности, хорошо ориентируются и знают много интересных мест. Они разрабатывают уникальные маршруты, будь то активный отдых, отдых с детьми или поход в клуб. Лайферы – это люди, желающие получить такие услуги. Они регистрируются и подбирают себе аппера.

Миссия проекта состоит в объединении людей всех стран для главного и ценного: создаем воспоминания на всю жизнь, даем возможность сменить круг и выйти за рамки.

В чем уникальность проекта? Удобно, новые друзья, яркие впечатления, объединение людей по всему миру, больше не придется скучать.

Автор данного стартапа считает, что основного конкурента не существует, но существует множество конкурентов по сегментам. Целевой аудиторией является совершеннолетний турист. В планах и целях - привлечь до конца года 500 тысяч пользователей, географические границы рынка

Европа и Россия, если быть точнее, то англосаксонская, русскоязычная, романогерманская группы.

Авторами статьи было задано несколько вопросов начинающему стартаперу, на что он с удовольствием рассказал подробно, как создается стартап и этапы его становления.

«Стартап – это в первую очередь идея. Сначала создаешь какую-то идею, а потом только начинаешь думать, как ее реализовать. Для реализации есть такой удобный инструмент как трекшн-карта. Трекшн карта – это такая система, инструмент, ведущий кратчайшим путем к масштабируемому бизнесу. Как это происходит на практике? Создаем ценностное предложение, а именно реализацию продукта в физическом проявлении и апробируем насколько он будет популярен. Соответственно, необходимо пройти определенный путь от идеи до подтверждения. Зачастую, складывается такая ситуация, что достигнув определенного этапа, стартапер понимает, что идея не подтвердилась, возвращается на предыдущий этап с целью корректировки. Необходимо понять, нужна ли данная идея обществу. Для этого мы формулируем нашу идею в ценностное предложение и проверяем, нужен ли он будет клиенту, существует ли вообще проблема, подтверждаем ручными продажами. Если проходит хотя бы две-три ручные продажи, то идея подтверждается. Затем необходимо смоделировать экономику проекта, и насколько он «выстрелит» в самой печальной ситуации. Необходимо трезво оценивать рынок, конкурентов, общий объем рынка, долю рынка конкурентов, рассмотреть ценностные предложения конкурентов, а также отзывы их клиентов. Затем, на основе полученной информации дополнить свое ценностное предложение и создать минимальный продукт(MPV), например лендинговая страничка в интернете, которая уже может продавать. Затем после выпуска MPV наблюдаем за востребованностью продукта. Если продукт оказывается востребован, то

подтверждение работает, и получаем деньги от продаж. Но если не подтверждается, то возвращаемся к ценностному предложению, корректируем до тех пор, пока не достигаем идеала. Соответственно, если подтвердили, то развиваемся, вкладываем деньги, создаем полноценный сайт».

По мнению Срибного Д.В., в России существует такая негативная тенденция, как «идеи – это ничто». И за счет этого, основной проблемой российского формирования интернет-стартапов является то, что IT сегмент испытывает недостаток должного финансирования, не хватает обслуживающих компаний – акселераторов, чтобы обработать тот объем стартапов, который реально имеется. Акселерация – полноценная информационная поддержка, менторство, место встречи с реальными инвесторами. Можно сказать, что акселератор – это навигатор, который помогает преодолеть маршрут бизнеса из точки А в точку Б самым кратчайшим путем.

Какие инвесторы чаще всего предоставляют средства в интернет-стартапы?

Инвесторы бывают разные – частные инвесторы (также их называют бизнес-ангелы), также сообщества бизнес-ангелов, где маленькие инвестиции соединяются в один общий капитал (ангельский фонд), венчурный капитал (фонды) и различные девелоперские компании, которые инвестируют деньги своих клиентов в особо привлекательные проекты с целью получения максимальной выгоды.

Резюмируя интервью Срибного Д.В., можно сделать вывод, что российский рынок интернет-стартапов насыщен, более того, существует проблема их недостаточной поддержки со стороны различных организаций-участников. Комментирует ситуацию доцент Южного федерального



университета, бизнес-тренер, проводящий мастер-классы для стартаперов и молодых предпринимателей – Володин Роман Сергеевич.

«Говоря о стартапах, стоит отметить, что данный вид предпринимательской активности имеет свою неповторимую особенность – одержимость разработчиков своей идеей. В этом, одновременно, их и сильная и слабая сторона. На самом деле, существует множество организаций, готовых помочь стартаперу развиваться и дойти до масштабирования бизнеса. Например, Фонд Развития Интернет Инициатив ищет проекты по всей России, придумывает все новые способы привлечения людей, запускает специальные курсы в ВУЗах, делает всё для того, чтобы стартаперы не допускали ошибок и развивались как можно быстрее. При этом, что происходит на практике: приходит человек с идеей, представляет её, получает обоснованный «разнос» от экспертов с рекомендациями, после чего, как правило, обижается и уходит. Либо уходит исправлять недочеты и ... тоже пропадает. Команд, готовых прислушиваться к мнению экспертов и готовых развиваться и работать в очень жестких временных и проектных рамках, не так много, но, как правило, это именно те стартапы, которые приводят в качестве успешных.

Работа над стартапом – это ежедневный труд, требующий полной самоотдачи и постоянного анализа от всех членов его команды. Самая распространенная ошибка стартаперов – они не тестируют свою идею на предмет необходимости её на рынке. Здесь проявляется одержимость идеей. Разработчикам кажется, что она настолько классная, что рынку она обязательно понравится, и она точно найдет своего потребителя. Люди тратят время, ресурсы, выводят проект и ... идея оказывается никому не нужной. С этим сталкиваются не только молодые стартаперы, но и вполне опытные предприниматели, когда после нескольких удачных проектов им кажется, что они знают все, и их любая идея принесет прибыль.

Конечно, нельзя однозначно утверждать, что мнение экспертов – это стопроцентная гарантия того, получится воплотить вашу идею в жизнь или нет. Я бы относился к этому как к внешнему аудиту, возможности посмотреть на свой проект со стороны и сделать коррективы. В конечном счете, все зависит от разработчиков и их желания вывести качественный продукт на рынок. Тем не менее, уже есть определенный алгоритм работы по масштабированию стартапов, ни один раз доказавший свою эффективность. Игнорировать его можно, но стоит ли? Это большой вопрос, который каждый стартапер должен решить для себя сам. В любом случае, идти за помощью в бизнес-инкубаторы, акселераторы и к другим помощникам стоит только тогда, когда вы готовы эту помощь принять и следовать рекомендациям экспертов».

Таким образом, резюмируя исследование, можно сделать вывод о том, что российский рынок интернет-стартапов находится в стадии становления и его участники все еще ищут пути по налаживанию взаимодействия. Тем не менее, мы уже имеем положительный опыт вывода бизнес-идей на рынок и их масштабирование, что создает предпосылки для формирования отечественного опыта эффективного развития стартапов.

#### **Список литературы:**

1. Галкин Глеб. Методы определения экономического эффекта от ИТ-проекта. Часть 2. Качественные и вероятностные методы // Intelligent Enterprise №24 (133), 2005. [Электронный ресурс] / Галкин Г. – Режим доступа:

[http://www.iemag.ru/masterclass/detail.php?ID=15721&spphrase\\_id=1373498](http://www.iemag.ru/masterclass/detail.php?ID=15721&spphrase_id=1373498).

2. Кляшторная О. Оценка ИТ-проектов. Что выбрать? / Директор ИС, № 06 / 2013.

3. Конструктор успеха. Что такое стартап? Конструктор успеха, 2013 [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://constructorus.ru/finansy/chto-takoe-startap.html>

4. Микаловиц Майк. Стартап без бюджета. пер. с англ. Сергея Филина. Манн, Иванов и Фербер, 2014

5. Царев, В. В. Оценка экономической эффективности инвестиций. - СПб.: Питер 2012.

6. Ципес Г. Л., Товб А. С. Менеджмент проектов в практике современных компаний. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2013. – с. 236.

**Выходные данные статьи:**

Береза А.И., Володин Р.С. Тенденции развития интернет-стартапов в России//<http://portal-u.ru>: Журнал "У". Экономика. Управление. Финансы. — 2016. URL: [http://portal-u.ru/index.php?option=com\\_k2&view=item&id=1703:tendentsii-razvitiya-internet-startapov-v-rossii&Itemid=1431](http://portal-u.ru/index.php?option=com_k2&view=item&id=1703:tendentsii-razvitiya-internet-startapov-v-rossii&Itemid=1431) (дата обращения).