

Секция «3. Современные реалии мировой экономики»

Инвестиции в стартапы: особенности и перспективы *Мкртчян Ева Вазгеновна*

*Финансовый университет при Правительстве РФ, факультет менеджмента,
Москва, Россия
E-mail: armlanguage@mail.ru*

*Научный руководитель
кандидат экономических наук, доцент Щербина Тамара Алексеевна*

На рынке инвестирования активно развивается такое понятие, как инвестиции в стартапы. Чаще всего стартапом является определенный Интернет-проект, который отличается от других оригинальной и интересной идеей, которая не имеет аналогов. Естественно, что понятие «стартап» обозначает не только различные проекты сети Интернет, но и фирмы, существующие в реальном мире. Главная и ключевая идея инвестирования стартапов является в выводе на рынок товаров либо услуг нового, уникального, оригинального предложения способного окупить вложенные в него средства и принести хорошую прибыль

Чем же привлекательно инвестирование в стартапы и какие особенности существенны им? Такой вид вложений даёт очень хорошую возможность заработать существенную прибыль по причине того, что, как правило, объектом таких инвестиций становятся новые и молодые компании, обладающие свежей идеей, ещё не представленной на рынке, а это значит, что уровень конкуренции очень низок, а зачастую вообще отсутствует.

Именно сейчас появляется множество идей для стартапа, но многие из них так и не получают главного – развития. Тем не менее, даже проекты, которые были созданы, часто не приносят прибыли и распадаются. Таким образом, инвестиции в стартапы являются наиболее рисковыми, и это является одним из особенностей такого рода инвестирования.

Главным двигателем будущего стартапа является оригинальная и финансово продуманная идея. Но идея должна отличаться от других не только креативностью, но и быть нужной потребителю, что сможет принести доход.

Важным аспектом инвестирования в стартап является то, что предлагаемая идея стартапа должна быть обязательно запатентована.

Инвестиции в стартапы сохраняют высокий потенциал прибыльности. Риск неудачи все еще остается актуальным, поэтому инвестирование стартапов требует от инвестора четкого анализа и оценки объема запланированных инвестиций и уровень их отдачи в будущем, выявления препятствующих и способствующих развитию факторов и постоянного контроля за развитием проекта.

Затронем несколько наиболее распространенных способов финансирования стартапов существующих на данный период времени.

Личные инвестиции

Личные инвестиции это собственные сбережения владельца стартапа, которые часто используются на начальной стадии стартапа во время его тестирования. Если этот

процесс заканчивается успешно, привлечь сторонних инвесторов для запуска стартапа будет легче.

Инвестиции членов семьи или друзей

Когда не хватает собственных средств, стартаперы обращаются к друзьям или родственникам, чтобы взять в долг.

Здесь также свобода деятельности бизнесмена никак не ограничивается, как и ответственность за весь проект — одолженные денежные средства придется возвращать как в случае успеха, так и в случае неудачи.

Краудфандинг

Если речь идет о небольшом стартапе, который не планирует в ближайшие несколько лет выйти за черту мелкого бизнеса или о поиске средств для начальной стадии стартапа, можно воспользоваться краудфандингом.

Кредиты

Чтобы выбрать этот вид финансов, необходимо быть на уверенным в успехе стартапа. Иначе придется возвращать кредит, выплачивая собственные деньги. В противном случае можно потерять залог. Но в самом начале этого процесса кроются неоспоримые плюсы — процесс согласования кредита сопровождается полезным опытом переговоров, а также работы с документами, владельцу стартапа придется хорошо составить продуманный бизнес-план, и соответственно более точно оценить свои расходы и будущую доходность.

Бизнес-ангелы

Бизнес-ангелы это физические и юридические лица, которые имеют возможность вкладывать средства в сторонние проекты.

На начальной стадии развития стартапа профессиональный бизнес ангел не требует у владельца стартапа долю, превышающую 40%. Это поможет стабилизировать дальнейшую работу команды стартапа, укрепив их мотивацию.

Государство

Бюджет любого государства может предполагать расходы на развитие инновационных проектов. В России существует отдельная государственная программа по выдаче инвестиций — владельцу стартапа придется необходимо подготовить документальную базу по всем требованиям.

Венчурные фонды

Несомненные плюсы венчурных фондов — это использование «умных» денег, а также отсутствие интереса в дивидендах от проекта.

Задача каждого отдельно взятого венчурного фонда — повысить капитализацию взятого проекта, чтобы потом отправить его на продажу инвестору следующей волны. Чаще всего доля венчурного фонда на начальном этапе будет составлять в среднем 30–45%, а свобода деятельности — лимитирована, так как венчурные фонды требуют ведения отчетности.

Различают два основных типа фондов инвестирования инновационных проектов:

1) **Внутренний венчур** — когда для финансирования нового проекта привлекаются деньги компаний или личные средства частных инвесторов.

2) **Внешний венчур**. Когда для финансирования новых проектов привлекают государственный капитал. Чаще всего инвестирование происходит с помощью пенсионных

фондов, страховых компаний, путем привлечения средств из государственного и местного бюджетов и т.д.

Самым распространенным способом инвестирования в стартапы является совместное вложение средств частных инвесторов в объединении с инвестиционными фондами и бизнес-ангелами. Делается это для того, чтобы минимизировать риски от инвестиций в стартап.

Для того, чтобы правильно оценить реализацию стартапа, нужно определение стоимости привлекаемых ресурсов

Стоимость источников долгового финансирования

Стоимость привлечения капитала в результате выпуска облигаций (безотзывных и с постоянным доходом — купонные) рассчитывается на основании уравнения, определяющих их рыночную стоимость:

Стоимость источников долевого финансирования

Для оценки стоимости данных источников их целесообразно разделять на: **Долевой капитал в виде привилегированных акций** — так как по ним выплачивается фиксированный процент от номинальной стоимости, то стоимость рассчитывается:

Стоимость привлечения клиента (CAC)

CAC — показатель, имеющий первостепенную важность на начальных этапах развития бизнеса. Ведь чтобы удержаться на плаву, нужны пользователи.

Для вычисления стоимости CAC нужно разделить сумму издержек реализации и маркетинговых затрат, включая накладные расходы, на количество клиентов, приобретенных в течение расчётного периода.

Высокий показатель CAC означает, что привлечение новых клиентов обходится слишком дорого.

Закрепление клиента

Направляя все усилия исключительно на привлечение потребителей, в итоге ограничивается внимание уже имеющимся клиентам, которые могут обидеться и, в конце концов, уйти. Привлечение нового клиента обходится мне в 6-7 раз дороже закрепления уже имеющегося.

Текущность клиентуры

Текущность или отток потребителей — ещё один важный показатель, который нужно держать на контроле. Это количество клиентов, переставших покупать продукцию.

Суммарная прибыль от сотрудничества с клиентом (LTV)

Что же такое LTV? Это ожидаемая прибыль от сотрудничества с клиентом за весь период его взаимодействия с компанией. То есть, прежде всего нужно выяснить, как долго длится взаимодействие с большинством клиентов. Может, полгода, может, год или дольше. Затем умножаете это количество месяцев на сумму ожидаемой ежемесячной прибыли от данного клиента и находите величину LTV.

Показатель CAC часто называют «убийцей стартапов». Потому что бизнес развалится при превышении индексом CAC индекса LTV. Что же поможет бизнесу уцелеть?:

- $LTV > CAC$. (Оказывается, значение LTV должно примерно втрое превосходить значение CAC для стимулирования эффективного развития бизнеса, работающего по принципу повторной доходности.)

- Нужно возместить САС-расходы в период < 12 месяцев, иначе развитие бизнеса потребует вложения слишком больших средств.

Нужно стремиться к существенному снижению величины САС в сравнении с величиной LTV.

Коэффициент вирусного охвата рынка

Показатель, характеризующий естественный рост компании. Обычно фирмы-новички начинают с распространения их продукции в кругу друзей. Если продукция эта действительно хороша, то пользователи, участвующие в бета-тестировании, расскажут о ней уже своим собственным друзьям, и так далее.

Коэффициент вирусного охвата рынка рассчитывается, исходя из следующих данных:

- Объём начальной клиентской базы
- Количество приглашений, высылаемых каждому новому потребителю
- Процент «сработавших» приглашений

Доходность

Один из важнейших показателей, заслуживающий пристального внимания, поскольку он прямо характеризует степень прибыльности бизнеса.

Прибыльность — это доход от деятельности компании.

Для наращивания прибыльности бизнеса, нужно сосредоточить усилия на повышении статуса «активированных» пользователей до настоящих покупателей.

Активация

Активация — характеристика состояния клиента в процессе его перехода из числа посетителей или потенциальных потребителей в число активных пользователей, рубежом между которыми служит некая процедура регистрации или скачивания.

Высокий индекс перехода означает, что первый опыт взаимодействия посетителей с продукцией оказался удачным. Низкий уровень активации обычно говорит о том, что продукция не вызывает достаточного интереса, или людям трудно разобраться в тонкостях её применения.

С какими же рисками сталкиваются стартапы и как именно нужно их преодолевать?

- Непопадание в область интересов целевой аудитории

Без исследования рынка стартап скорее всего обречен на провал, так как частое явление когда целевая аудитория определена неверно и продукт не имеет потенциальных потребителей. Для того чтоб предотвратить такое явление нужно как можно более точно определить целевую аудиторию. Как правило, это одна или несколько групп людей, которых отличает определенный возраст, пол, география проживания, социальный статус, культурные особенности, правовые детали и главное — область интересов. Еще одним способом застраховаться от этой ошибки — собрать достаточное количество информации, изучать мнения, интервьюировать ключевых участников

- Недостаточная активность аудитории.

В этом случае нужно повышать лояльность аудитории

- Непопадание в тренд

IT-отрасль изумительно молода. Она сверхдинамично развивается, но по сути ей нет и 30 лет в мире, 15 лет в нашей стране. Тренды в IT-отрасли очень коротки — 3-6 месяцев. В таком случае нужно анализировать рынок, выявить тренды и быстрее их реализовать. Серьезнейшая проблема — затягивание времени. От идеи до открытия зачастую проходит много времени. Это имеет серьезное влияние на успех проекта в различных ракурсах.

· Рисками могут быть также внутренние конфликты, так как порядка 62% стартапов терпят крах из-за внутренних конфликтов.

Человеческий фактор отменить невозможно, но риск можно снизить, если конфликты возникают из-за отсутствия нормального регулирования отношений и распределения интеллектуальных прав, без стратегий выхода и быстрых приёмов их реализации.

В последние 2 года существенно вырос интерес инвесторов к интернет-стартапам на стадии посевных инвестиций. Количество компаний, получивших такие инвестиции в 2011 г., возросло более чем в 4 раза по сравнению с 2010 г. (22 сделки в 2010 г., 91 сделка - в 2011 г). Общий объем стартовых инвестиций в 2010 г. составил \$8,7 млн и 14,1 млн - в 2011 г.

Также в период с 2010 по 2011 гг. можно было наблюдать беспрецедентный рост грантового финансирования: за два года 61 стартап получил более \$20 млн в виде грантов, тогда как до 2010 г. эта цифра стремилась к нулю, содержится в отчете.

Большинство сделок были профинансированы российскими инвесторами: в 2011 г. - 107 из 145 сделок (за исключением грантов и некоторых других типов сделок), в 2010 г. - 36 из 49 сделок.

Основным объектом инвестиций и главным драйвером роста российского интернета остается электронная коммерция. При этом инвесторы руководствуются проверенными бизнес-моделями зарубежных компаний: половина крупнейших инвестиционных проектов в России, включая социальную сеть "ВКонтакте" и сайт объявлений Avito, - это аналоги зарубежных проектов. Можно сделать вывод, что стартапы - одна из наиболее перспективных молодых отраслей, и за ними будущее в России и в мире.