

удивительного, что появляется много желающих что-нибудь такое инновационное продать. Тем более что при таком покупателе нет необходимости делать это „что-то“ действительно инновационным».

Дмитрий Козлов, директор компании Defa Interaktiv, бренд-консультант агентства Plenum, настроен крайне негативно: «Стартап-индустрия размывает понятие профессионального маркетинга. Стартап-бренды чаще всего мертворожденные уродцы, плоды фантазии группы самонадеянных программистов, которым добрый „ангел“ дал денег на полгода безбедной жизни. Естественно, при таком положении дел ни о каком серьезном анализе рынка, на котором будет выступать будущий бизнес, речи не идет. В то же время сами сотрудники такого стартапа получают ложную установку: чтобы сделать бизнес, не требуется ничего, кроме веры в себя и капельки везения. У молодых людей пропадает желание анализировать, взвешивать, тестировать, сомневаться, заботиться о продажах, наконец». По мнению господина Козлова, все это ведет к негативным последствиям: вымывание молодых специалистов из реального сектора, снижение уровня требований к маркетинговому специалисту, низкое качество проработки идей, замусоривание информационного пространства, в том числе прямой обман потребителя: под видом готовой услуги представляется пустая оболочка.

Елена Алексеева соглашается, что достойных проектов мало, но они все же есть. «Российское предпринимательство все-таки находится в этапе становления, и мы это прекрасно понимаем, — говорит госпожа Алексеева. — В нашем контексте это означает, что не имеет смысла делать фонды большого размера и ставить целью скорость инвестирования. Лучшее правило здесь — семь раз отмерь, один отрежь». По мнению Елены Алексеевой, индустрия инвесторов и предпринимателей в России молода и то, что сейчас происходит, дает уникальные возможности учиться. «Мы как фонд понимаем, что нам самим иногда не хватает знаний, которые есть у западных фондов, и самым серьезным образом относимся к изучению опыта как инвестирования, так и предпринимательства», — говорит директор по инвестициям Softline.

При этом госпожа Алексеева уточняет, что цель фонда Softline Venture Partners на самом деле шире, чем просто финансовый доход от инвестиций. Он ищет новые

перспективные сферы бизнеса для Softline в целом. И даже если инвестиция в конкретную компанию окажется не столь выгодной, как ожидалось, но позволит всей группе компаний увидеть интересный бизнес-сегмент, это не так уж и плохо.

В 2011 году фонд Softline Venture Partners проинвестировал три проекта: Magazinga, конструктор магазинов для соцсетей; «Первый виртуальный», инновационный IP-оператор для СМБ; Copiny, CRM-платформу для выстраивания коммуникации в интернете и соцсетях. «Первый виртуальный» был запущен совместно с фондом посевных инвестиций РВК, общий объем финансирования составил порядка \$1 млн. В Copiny и Magazinga вложили по \$500 тыс. Елена Алексеева утверждает, что эти проекты уже заняли свои ниши на рынке, более того, они не уступают своим западным аналогам.

В начале октября компания принялась искать объекты для инвестирования за пределами России, а именно во Вьетнаме. Там был объявлен конкурс идей в сфере разработки программного обеспечения и интернет-приложений среди молодежи Dev Generation Vietnam. Победитель конкурса получит инвестиции на реализацию своего проекта в размере скромных \$20 тыс. Конкурсная комиссия Dev Generation Vietnam будет рассматривать все присланные проекты в области IT, однако приоритетом являются «облачные» сервисы, электронная коммерция, приложения для соцсетей и мобильных устройств, а также корпоративное ПО.

В России суммы, необходимые для запуска стартапа, обычно больше. Авторы идей, обратившиеся в инкубатор «Главстарт», созданный Аркадием Морейнисом (основатель price.ru, бывший топ-менеджер «Рамблера»), могут рассчитывать на объем финансирования до \$100 тыс. Там идеи доводят до стадии готового продукта с расчетом на привлечение инвесторов второго раунда. На сегодняшний день на сайте «Главстарта» предлагается доля в трех проектах, прошедших через эту фабрику стартапов. Menuka — сервис, с помощью которого люди ищут конкретные блюда из меню ресторанов по различным параметрам, в том числе рейтингам и отзывам других людей. Важной особенностью авторы проекта считают то, что сервис может давать персональные рекомендации, основываясь на вкусах пользователя. В дальнейших планах — масштаби-

рование сервиса и добавление в него возможности формирования электронного меню, бронирования столиков, а также выход на рынок доставки готовых блюд. Есть предложение Menuka для iPhone.

Всего с момента основания в 2010 году «Главстарт» проинвестировал в 12 проектов. А также способствовал получению финансирования еще 19 стартапами от других инвесторов. Прогресс налицо: в прошлом году Аркадий Морейнис проинвестировал единственный стартап. Но до цели, которую перед «Главстартом» ставит основатель фабрики — 100 проектов в год, еще очень далеко.

ВОДА В СТУПЕ Безумная активность российского стартаперского движения не приносит пока существенных результатов. «Главстарт» пока сильно не дотягивает до американского инкубатора Y Combinator, на который пытаются равняться. «Старший брат» вырастил с 2005 года более 300 стартапов со средней начальной суммой финансирования \$18 тыс.

Тем не менее основатель и управляющий партнер венчурного фонда Almaz Capital Partners и член совета директоров «Сколково» Александр Галицкий говорит, что бизнес-качество команд, проработанность проектов значительно выросли в сравнении с 2004 и даже 2009 годами. Но, по его словам, есть и другой момент: большинство стартапов ориентировано на создание сервисных компаний с использованием общедоступных интернет-технологий. «И пусть создаются интересные ремейки западных сервисов, от Facebook до Groupm, все это я отношу к „эксплуатации браузера“. Количество стартапов, которые пытаются построить платформенные или общесистемные решения, очень мало», — говорит господин Галицкий.

Стремясь внести вклад в оздоровление бизнес-климата, в этом году Игорь Мацанюк, бывший основатель холдинга Astrum Online Entertainment и вице-президент компании Mail.ru, в партнерстве с основательницей хедхантингового агентства PRUFFI основал «Академию стартапов Farminers». «Решение инвестировать в стартапы у меня созрело давно: наличие определенной критической массы денег и экспертизы приводят к желанию инвестировать не только в собственный бизнес, но и в идеи, людей, технологии. Кроме того, мне хотелось изменить формат взаимодействия инвестора и стартапа — сде-

лать его более человечным, что ли. Инвесторы предпочитают вкладываться в цифры и тренды, а я за годы работы над игровыми проектами привык больше всего ценить команду и людей, которые горят делом», — объясняет господин Мацанюк.

Чтобы заинтересовать своей идеей, достаточно отправить в «Академию проектов Farminers» письмо. Далее проект будет оценен на соответствие следующим критериям: глобальность, массовость, виральность, трендовость и мобильность. Особенный акцент Игорь Мацанюк рекомендует делать на мобильность проекта: «В ближайшие годы нас ожидает взрывной рост рынка устройств на базе Android — мы говорим о миллиарде смартфонов и планшетов. Всем надо внимательно смотреть в эту сторону».

Помимо специализированных фондов и инкубаторов инвестиции можно найти под венчурные проекты также в интернет-холдингах. В сентябре компания «Яндекс» объявила о том, что ищет стартапы, правда не только в России, а по всему миру. Компания будет делать это через Startup Labs и собирается вкладывать до \$30 тыс. в каждый приглянувшийся проект.

Mail.ru Group также готова выделять финансирование стартапам. Дмитрий Гришин, генеральный директор холдинга, говорит: «Для нас интересны проекты, которые органично вписываются в нашу стратегию Communityainment (Communications + Entertainment), могут стать хорошим дополнением для ключевых проектов компании — почты, социальных сетей, мессенджеров. Кроме того, мы в принципе заинтересованы в поиске и привлечении команд сильных, профессиональных разработчиков». При этом исторически Mail.ru Group всегда предпочитала покупать уже успешные проекты. «Но это не значит, что у нас есть какая-то принципиальная позиция или предубеждение по отношению к инвестициям в небольшие компании», — комментирует господин Гришин. По его словам, российскими пользователями востребовано все, что связано с коммуникационными сервисами, онлайн-играми, мобильным интернетом. «E-commerce также, на мой взгляд, перспективное направление, хотя проектам в этой сфере приходится довольно сложно — тут и сложности с доставкой в российских территориальных масштабах, и низкий уровень проникновения электронных платежей и многое другое», — заключает господин Гришин. ■

Лицензия Мининформсвязи РФ №№ 75719, 75720, 82320, 51211, 51210 Реклама



ДЛЯ БИЗНЕСА ЛЮБОГО МАСШТАБА

«АКАДО Телеком» – это:

- Высокоскоростной доступ в Интернет
- Цифровая телефония
- Мультисервисные корпоративные сети

- Выделенные цифровые каналы связи
- Услуги Центра данных
- ТВ-вещание, организация ТВ-трансляций
- Защита информации

ОАО «КОМКОР»
Тел.: +7 (495) 411-7171
www.akado-telecom.ru

