СОДЕРЖАНИЕ

Зав. кафедрой.....2

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА.....2

РЕФЕРАТ.....3

КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН.....6

ВВЕДЕНИЕ.....8

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПЕРВОНАЧАЛЬНОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ СТАРТАПОВ.....11

1.1 Сущность и значение инновационного предпринимательства в современной мировой экономике.....11

1.2 Стартап как этап развития инновационного предприятия.....17

1.3 Методы формирования условий первоначального финансирования стартапов в инновационной сфере.....25

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ.....61

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность исследования обусловлена тем, что решение проблем в области теории и практики инновационного предпринимательства являются особенно актуальными в современной России, поскольку именно от развития инновационного бизнеса в конечном итоге зависит возможность достижения стратегических целей, связанных с преодолением сырьевой зависимости отечественной экономики и развитием в стране нового технологического уклада.

Выделение и описание ключевых факторов успеха стартапов как этапов развития малого инновационного бизнеса представляет собой актуальнейшую научную и практическую задачу: с точки зрения теории, однозначный ответ на данный вопрос пока еще не получен, существует много мнений и теорий в данной области, предлагающих достаточно много противоречивых, но научно обоснованных подходов, нередко исключающих их одновременное применение; с точки зрения практики, знание «рецепта успешного бизнеса» позволяет быстрее и проще – без ошибок, потерь и экспериментов – достичь поставленных целей: занять место на рынке, достичь необходимого уровня продаж, минимизировать издержки, в конечном итоге, получить запланированную и ожидаемую прибыль от своего дела.

В мировой практике механизмы управления инновационным предпринимательством исследовали П.Ф. Друкер, Р. Кантильон, Ф. фон Хайек, Й.А. Шумпетер, Ж. Б.Сэй, Ф.Уокер и другие. Проблемы инновационного предпринимательства рассматривали такие отечественные ученые и специалисты, как И.Г. Дежина, В.В. Киселева, В.В. Масленников, В.Г. Медынский, Б.Г. Салтыков, Л.Г. Скамай (Шаршукова), А.Ю. Чепуренко и др. Проблематике управления финансированием стартапов посвящены работы В.А. Абчука, А.П. Альгина, И.Т. Балабанова, И.А. Бланка, В.А. Боровковой, Я.Д. Вишнякова, М.В. Грачевой, Н.М. Доба, Д.А. Лапченко, С.Ю. Ляпиной, Ф.Х. Найта, Б.А.Райзберга, Л.Н. Тэпмана, Н.В. Хохлова и др.

Анализ теории и практики управления финансированием стартапов в инновационной деятельности свидетельствует о невозможности решения поставленных задач экономического развития России без увеличения числа и повышения результативности деятельности инновационно ориентированных и инновационно активных предприятий малого и среднего бизнеса, в которых, как правило, зарождаются и проходят апробацию новые технологии и создаются новые продукты.

В последнее время в России вышло немало научных исследований, посвященных инновационному предпринимательству. Как правило, приводятся определения, излагаются правовые нормы, даются исторические справки и статистические данные, описываются организационно-правовые формы бизнеса, порядок налогообложения и налоговые ставки, то есть речь идет о формальной стороне бизнеса. Это, безусловно, необходимые знания для того, кто начинает свое дело, но они не раскрывают сути предпринимательства, не дают ответ на вопрос о том, как организовать формирование первоначального финансирования стартапов в условиях нестабильности мировой экономики с учетом российской специфики.

Объект исследования – процесс финансирования стартапов в инновационной сфере.

Предмет исследования – тенденции развития и направления повышения эффективности первоначального финансирования стартапов в условиях нестабильности мировой экономики в России.

Цель исследования – изучение теоретических основ и разработка направлений повышения эффективности первоначального финансирования стартапов в условиях нестабильности мировой экономики в России.

Для достижения цели исследования поставлены следующие задачи:

1.Изучить сущность и значение инновационного предпринимательства в современной мировой экономике ;

2.Рассмотреть методы формирования условий первоначального финансирования стартапов в инновационной сфере;

3.Провести анализ современного состояния развития стартапов в условиях нестабильности мировой экономики в Российской Федерации;

4.Охарактеризовать проблемы первоначального финансирования стартапов в России;

5.Разработать направления повышения эффективности первоначального финансирования стартапов в условиях нестабильности мировой экономики в России.

Источниками информации в работе послужили законодательные акты РФ, учебные пособия, монографии, материалы периодической печати, диссертационных исследований, посвященные проблеме исследования, статистические данные.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПЕРВОНАЧАЛЬНОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ СТАРТАПОВ

1.1 Сущность и значение инновационного предпринимательства в современной мировой экономике

Предпринимательство как социальный феномен в обществе возник как закономерное проявление объективных экономических законов. Каждый человек имеет определенный набор потребностей, а с экономической точки зрения все люди с их потребностями представляют собой покупателей. Все потребности покупателей образуют спрос. Спрос удовлетворяется за счет продуктов и услуг, которые предлагает продавец (напрямую или через посредников). Все продукты и услуги, которые предназначены для покупателей, образуют предложение. Продавец формирует свое предложение в расчете на прибыль, которая возникает при обмене продуктов и услуг на деньги покупателей за счет превышения полученных доходов над собственными затратами [23. С.78].

Потребители и производители, спрос и предложение образуют модель, которая в экономике называется рынком. В соответствии с положениями микроэкономики, рынок – это некоторая модель экономических отношений,

которые возникают при обмене продуктов и услуг, предлагаемых продавцом, на деньги, которые готов заплатить покупатель, то есть удовлетворении спроса за счет предложения.

Одним из основных законов рынка является закон спроса и предложения, согласно которому, как образно выразился А. Смит, «невидимая рука рынка» с помощью цен обеспечивает баланс спроса и предложения. Чем выше цены на продукты и услуги, тем охотнее продавцы продают свои продукты и услуги (то есть тем выше предложение). Однако рост цен снижает интерес покупателей и тем самым сокращает спрос [21. С.96]. Баланс достигается тогда, когда продавцы и покупатели находят точку равновесия, при которой при которой стремление продавцов продать продукты и услуги уравновешивается возможностями покупателей приобрести эти продукты и услуги. Понимание этого одного из важнейших законов рынка помогает предпринимателю успешно заниматься бизнесом, предопределяет его поведение на рынке и служит основой для построения бизнес-моделей.

Рыночной моделью можно описать почти все экономические отношения людей: люди и компании продают и покупают не только продукты и услуги, но и рабочую силу, финансовые ресурсы и инструменты, недвижимость, материальные ресурсы, технологии и др. Соответственно, можно говорить о рынке труда, финансовом рынке, сырьевом рынке, рынке объектов недвижимости, рынке технологий и др. Движущей силой любого рынка является предприниматель [40. С.82].

Чем выше возможности потребителей, тем более широкий пласт потребностей они имеют. Чем более развитым является общество, тем больше потребностей в нем возникает, соответственно, растет спрос, стимулируя предложение и заставляя бизнес развиваться и находить способ удовлетворять эти растущие потребности. Поэтому не менее важным экономическим законом для рынка в целом и предпринимателей в частности является закон возрастающих потребностей.

Умение адекватно определять потребности потребителей в настоящем и предвидеть их изменения в будущем является важнейшей компетенцией успешного предпринимателя [40.С.84]. В экономической науке есть концепции, в которой речь идет о социальной роли и ответственности бизнеса, согласно которой часть своих продуктов и услуг бизнес направляет вне рыночной модели на общественные цели, которые, как правило, связаны с обеспечением устойчивости развития всего общества в целом: от благотворительности по отношению к социально незащищенным членам общества и решения экологических проблем для будущих поколений до гуманитарных и культурно-эстетической задач (включая развитие науки и образования). Надежды на то, что бизнес способен самостоятельно и без принуждения реализовать свою функцию социальной ответственности, как правило, не сбываются. Поэтому общество формирует рыночные институты, которые вынуждают бизнес следовать интересам общества.

Для определения значения инновационного предпринимательства, необходимо рассмотреть значение предпринимательства для общественно-экономического развития.

Феномен предпринимательства был и остается объектом исследования таких наук, как экономика, менеджмент, социология, философия, финансы, право и психология. Каждая наука, а нередко и каждый исследователь дают свои определения предпринимательства, трактуя этот термин по-разному. Впервые понятие «предприниматель» и «предпринимательство» в научных трудах встречается в классических теориях А. Смита [29. С.76].

Согласно М. Веберу, предпринимательская деятельность – это воплощение рациональности. В основе предпринимательства лежит рациональная этика протестантизма, а мировоззрение, нравственность оказывают важнейшее влияние на деятельность предпринимателя.

Согласно Д. Кейнсу, предприниматель – своеобразный социально-психологический тип хозяйственника, для которого главное не столько рациональная калькуляция Вебера или новаторство Шумпетера, сколько

набор определенных психологических качеств. Основные предпринимательские качества: умение соотнести потребление и сбережения, способность к риску, дух активности, уверенность в перспективах и др. Основные мотивы предпринимательской деятельности – стремление к лучшему, к независимости, желание оставить наследникам состояние [18. С.79].

В ходе развития экономической теории предприниматель стал рассматриваться в большей степени как интегратор факторов производства, способный не столько вкладывать свой собственный капитал в бизнес (которого, к слову, у него может и не быть вовсе), сколько привлекать внешние средства и ресурсы для достижения поставленной цели (которую вне зависимости от наличия или отсутствия собственных средств предприниматель не только видит очень ясно, но и для достижения которой имеет реальный план и понимание).

На современном этапе отечественного развития согласно п.1 ст.2 Гражданского кодекса Российской Федерации [1], предпринимательской является самостоятельная, осуществляемая на свой риск, деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в качестве в установленном законом порядке.

Предпринимательство - это предпринимательская деятельность, осуществляемая субъектами рыночной экономики по установленным законами критериям (показателям), конституирующих сущность понятия [14. С.97].

Предпринимательство выступает активным фактором конкурентного рынка. Основной принцип предпринимательства — найти потребность и удовлетворить ее.

Термин «инновация» происходит от латинского «novatio», что означает «обновление» (или «изменение»), и приставки «in», которая переводится с латинского как «в направление», если переводить дословно «Innovatio» — «в

направлении изменений». Понятие введено Й. Шумпетером в результате анализа «инновационных комбинаций».

Инновация - это не всякое новшество или нововведение, а только такое, которое серьёзно повышает эффективность действующей системы. Инновации лежат в основе процесса общественного разделения труда и, соответственно, экономического развития, поэтому инновационность далеко не новое явление в экономике. Инновационный процесс из «точечного» экономического явления постепенно превратился в доминанту экономического развития.

Инновационное предпринимательство – это особый тип современной предпринимательской деятельности (составная часть сектора малого предпринимательства), направленной на получение прибыли от проведения научно-исследовательской работы, результатом которой являются создание новой (или совершенствование существующей) конкурентоспособной продукции (технологии, услуг), призванной существенно улучшить условия производства или жизни человека, и ее успешная коммерциализация [20. С.62].

Наглядно роль предпринимательства в обществе представлена на рисунке 1.1. Так, деятельность инновационного предпринимательства нарушает рыночное равновесие, изменяя соотношение спроса и предложения: спрос на традиционные продукты, услуги, технологии снижается, формируются новые потребности, традиционное предложение не находит соответствующего спроса.



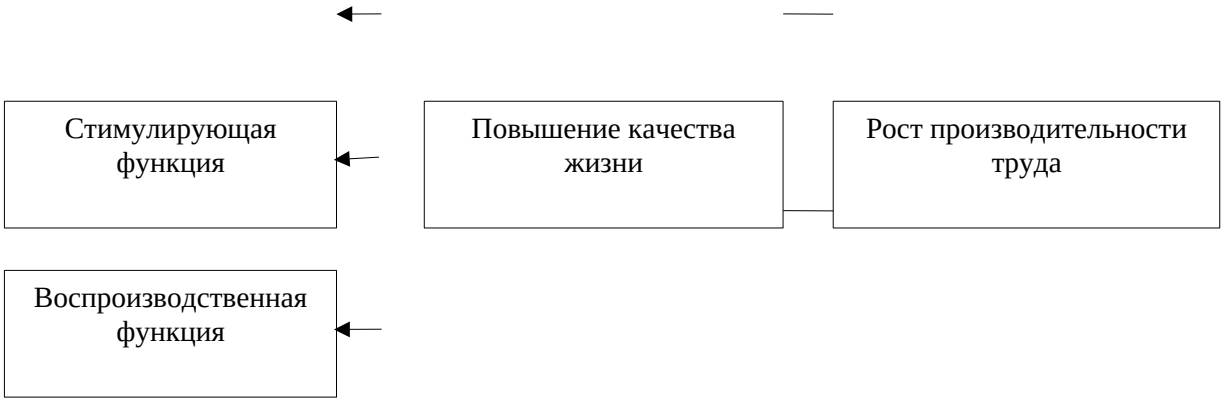


Рисунок 1.1 - Роль предпринимательства в обществе (макроэкономические функции) [20. С.63]

Производители вынуждены перестраивать свое производство для удовлетворения новых потребностей (в противном случае они вынуждены покинуть рынок – обанкротиться), таким образом, предпринимательская деятельность обеспечивает развитие общества.

Инновационный бизнес, находясь в непосредственном контакте с потребителями, обнаруживает новые потребности, а предпринимательская инициатива обнаруживает новые ресурсы (сырьевые, трудовые, информационные, технологические и др.) и превращает их в возможности удовлетворения потребностей [5.С.49].

Таким образом, предпринимательство реализует функцию привлечения в экономику новых ресурсов, обеспечивая тем самым экономический рост. Поскольку нередко предпринимательство ориентировано на использование новых знаний не только при производстве новых продуктов или услуг, но нередко и при их потреблении, предпринимательство выполняет важнейшие социальные функции – роста интеллектуализации общества, появления новых профессий и рабочих мест, содействуя «социальному лифту», гармонизации общества.

Инновационная предпринимательская инициатива позволяет решить проблемы общества, связанные с исчерпанием невозобновляемых ресурсов, сложными (физически тяжелыми или монотонными) условиями труда, улучшения качества жизни. Инновационный бизнес является одним из

важнейших компонентов экономической системы любой, том числе страны Российской Федерации.

1.2 Стартап как этап развития инновационного предприятия

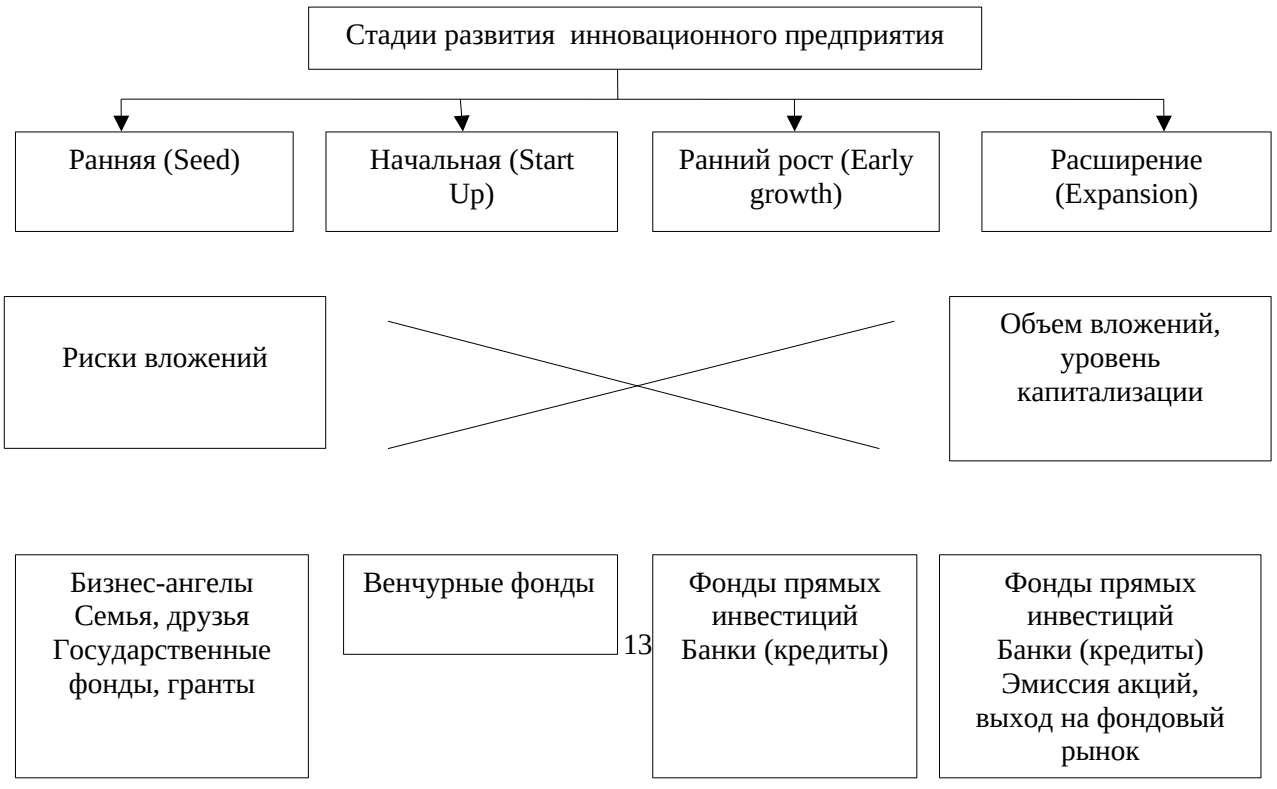
Современная наука установила прямую зависимость экономического роста от развития предпринимательского сегмента. Как правило, никакая политическая воля, облаченная в нормативные акты и директивные предписания, не способна привести к какому-либо экономическому росту в отсутствии предпринимательской инициативы [15.С.57]. Именно с недостаточным развитием предпринимательства связана низкая инновационная активность экономики.

Следствием доминирования крупного бизнеса в экономике является нарушение рыночного равновесия за счет монопольного или олигопольного состояния рынка, что приводит к ограничению возможности для развития предпринимательской инициативы как внутри крупных компаний, так и при создании новых высокотехнологичных предприятий. Отсутствие конкуренции на рынке резко снижает спрос на инновации, что приводит к сокращению предложения, проявляющегося в виде недостаточных темпов роста малых инновационных предприятий.

Если инновационный климат в стране остается не вполне благоприятным для развития малых инновационных предприятий, что является основной проблемой при создании и начале функционирования стартапа. Однако практика также свидетельствует, что, несмотря на неблагоприятную среду, малый инновационный бизнес, тем не менее, может развиваться и добиваться определенных успехов. Тем ценнее научное обобщение этот успешного опыта, тем актуальнее задача научного анализа и разработки обоснованного подхода к созданию и запуску стартапов в инновационно-технологической сфере деятельности. Наиболее часто малые инновационные предприятия прекращают свою деятельность на ранних

стадиях жизненного цикла инновационного процесса – до момента окупаемость вложенных затрат (рис. 1.2). Этот период в инновационной среде получил символическое название «долина смерти» [15. С.59].

Такие стадии жизненного цикла инновационных компаний, как посевная и стартап, характеризуются следующими особенностями: Seed (начальная, посевная) – стадия, на которой анализируется инновационный бизнес-потенциал идеи, исследуется рынок (с выбором сегмента) и формируется бизнес-идея; параллельно проводится проверка идеи, завершаются научные исследования и проектирование (ОКР), создается опытный экземпляр (промышленный образец). На этой стадии происходит формирование компании, создание команды, которая будет обеспечивать развитие предприятия и отвечать за коммерциализацию, проведение НИОКР; завершается этап регистрацией предприятия и назначением его руководителя. Start-Up (старт, становление предприятия) – стадия, на которой компания сформирована, разработан бизнес-план, проводится (в случае необходимости) сертификация и/или испытания нового продукта, ведется организация серийного производства, осуществляются работы по выводу продукции на рынок (регистрируется товарный знак и наименование продукта, проводятся презентации и другие рекламные акции); завершается этап пробными продажами нового продукта.



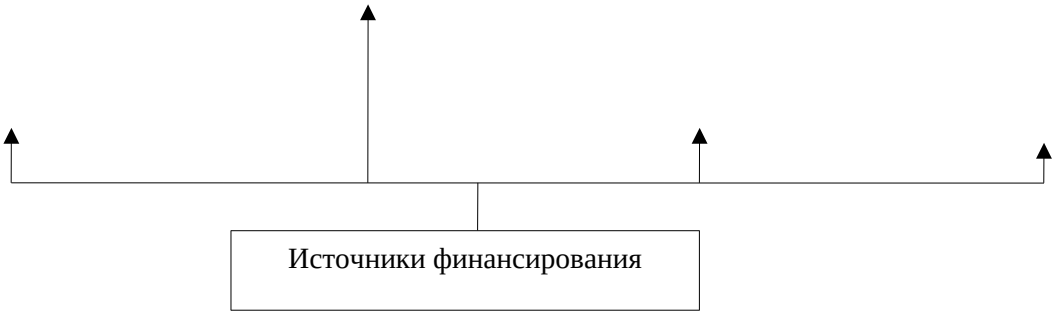


Рисунок 1.2 - Долина смерти в жизненном цикле малого инновационного предприятия [16. С.55]

Проблемы становления и развития инновационного предприятия очень хорошо иллюстрирует модель жизненного цикла организации, разработанная И. Адизисем (рис. 1.3, табл. 1.1).



Рисунок 1.3 - Модель жизненного цикла инновационной организации И. Адизеса [3. С.73]

Таблица 1.1 – Характеристика стадий и точек бифуркации жизненного цикла инновационной организации по модели И. Адизеса

№	Этап жизненного цикла организации	Содержание этапа	Проблемы, точки бифуркации
1	Ухаживание	Этап зарождения организации, возникновения бизнес-идеи и её вызревания. Оценка перспектив коммерциализации, рисков развития, затрат и ресурсных потребностей инновационного проекта. Осознание и внутреннее признание предпринимателем бизнес-идеи.	Предприниматель оказался не готов взять на себя ответственность, отказаться от сложившегося жизненного уклада для воплощения в жизнь своей идеи, которая оказалась временным «увлечением»
2	Младенчество	Предприятие зарегистрировано, проводится наем персонала, появляются первые клиенты, складываются бизнес-процессы. Происходить борьба за выживание в условиях постоянного кризиса, эффективность управления предприятием далека от совершенства. В области маркетинга: ориентация на продукт, его совершенствование, повышение качества (повышение серийности выпуска, дифференциация продуктового ряда), снижение издержек производства. В области экономики и финансирования: необходимо привлечение внешнего финансирования; бюджетирование не производится, котловой учет результатов и затрат (слабая система контроля денежных потоков, доходов и расходов; слабый учёт финансовых и материальных активов). В области	Энтузиазм иссяк, харизмы лидера не хватило для того, чтобы удержать команду и персонал, взросление не наступает слишком долго, денежные потоки остаются отрицательными, вследствие чего констатируется «детская смерть»

		менеджмента: стиль управления, как правило, автократический, директивный, миссия, стратегия не оформлены, отсутствуют процедуры ведения бизнеса, нет системы контроля за исполнением бизнес-процессов; нечёткая организационная структура, слабая субординация	

Таблица 1.1 - продолжение

3	Давай-давай (стадия быстрого роста)	Продукт нашел свою нишу и пользуется спросом, растет число клиентов, они становятся постоянными, увеличивается объем продаж. Рост компании требует увеличения численности персонала, вследствие чего предпринимаются попытки формализации функций управления предприятием. Однако рентабельность пока невысока. В области маркетинга: ориентация. на расширение сбыта и увеличение рыночной доли (успеваем расти вместе с рынком). Реактивный маркетинг: модификация продукта вслед за изменениями потребностей потребителей. Ситуативные попытки диверсификации бизнеса. В области экономики и финансирования: вследствие постоянного роста продаж операционные расходы покрываются собственными доходами, но средств на развитие не хватает.	Самоуверенность основателя может привести к «ловушке основателя», основная причина одна – нежелание основателя трезво взглянуть на реальность и отказаться от старого способа мышления и поведения, который становится несовместимым с дальнейшим развитием организации.
4	Юность	Предприятие получает новую жизнь (нередко происходит смена организационно-правовой формы в сторону публичности), двигателем дальнейшего роста становятся не только от основатели или первые менеджеры, но и профессиональные управленцы, привлекаемые в компанию. Столкновение традиционного и инновационного подхода к управлению порождает конфликтность и непоследовательность.	На этой стадии жизненного цикла, как правило, внешних угроз для предприятия не возникает, но есть риск возвращения в стадию «давай-давай», обусловленную внутренними субъективными причинами.
5	Расцвет	Это период максимального могущества и надежности компании. Он характеризуется достижением точки оптимума кривой жизненного цикла. Достигнут баланс	Задача менеджмента – удержать компанию в данной стадии как можно дольше, не свалиться с

		между самоконтролем и гибкостью. Производство и управление сбалансированы и гармоничны, бизнес-системы работают без существенных нарушений, принимаемые решения не противоречат логике. Эффективность управления предприятием максимальна. Топ-менеджмент формирует стратегию на несколько лет вперед, персонал видит перспективы бизнеса и поддерживает стремление к поставленным стратегическим целям	вершины в стадии старения бизнеса вследствие нарушения баланса между стабильностью и инновационностью, операционной и стратегической эффективностью.

Стадии старения соответствуют стадиям зрелости бизнеса, которые выходят за рамки настоящего исследования, поэтому в работе не рассматриваются. Предприятие переходит на стадии старения не со временем, а вследствие от ошибок менеджмента, его недостаточной гибкости и стратегичности [3. С.75].

Главная проблема первоначального финансирования стартапа в инновационной сфере состоит в решении проблем определения жизненного цикла предприятия. При этом основными проблемами, которые требуют своего научного обоснования и которые выступают предметом исследования ученых и специалистов, изучающих ключевых факторов успеха предпринимательской деятельности в инновационной сфере, являются ответы на следующие вопросы: какие условия нужно создать и какие усилия предпринять, чтобы предпринимательство развивалось и укреплялось в обществе, а предпринимательский подход сопровождал все виды экономической деятельности, какие компетенции необходимы для предпринимательской деятельности, какие знания, умения и навыки для этого нужны и какими личными качествами нужно обладать, чтобы стать успешным предпринимателем, как предпринимателю планировать и осуществлять свои действия – использовать ключевые факторы успеха предпринимательства, – чтобы получить позитивный предпринимательский эффект [9. С.136]. Есть и другие вопросы, но именно эти ближе всего к

практически потребностям и связывают науки о предпринимательстве в инновационной сфере с реальной жизнью.

Вопросы формирования благоприятной среды относятся к сфере государственного управления экономикой и входят в блок задач формирования и развития национальной инновационной системы, то есть выходят за рамки данного исследования [9. С.137]. Именно поэтому основное внимание необходимо сосредоточить на последних двух вопросах, которые по своей сути связаны с выделением ключевых факторов успеха инновационного бизнеса, определением компетенций, необходимых инициаторам стартапа (собственникам, учредителям, владельцам, стейкхолдерам малого инновационного предприятия) и компетентным использованием этих ключевых факторов успеха на практике.

Исходной предпосылкой для успешности финансирования стартапа является идея, лежащая в основе его создания, а также бизнес-идея, или модель коммерциализации этой идею. Типовые проблемы при создании стартапа, чаще всего, связаны с тем, что идея так и не превращается в бизнес-идею инновационного проекта. Предприниматели, начинающие бизнес в высокотехнологичной сфере, как правило, являются авторами идеи и нередко увлекаются технологической сущностью идеи проекта в ущерб поиску эффективной бизнес-идеи [31. С.16].

Формулирование бизнес-идеи стартапа связано с решением трех взаимосвязанных задач: что продавать – определение продукта или услуги, наиболее привлекательной для потенциальных потребителей; кому продавать – выбор целевой аудитории и понимание ее специфики – ценностей, ожиданий, критериев выбора, платежеспособности и др.; как продавать – решение всего комплекса проблем: от организации производства до сервисного и текущего обслуживания новых продуктов.

Нередко в процессе разработки бизнес-идеи стартапа уточняется и в корне пересматривается сама идея инновационной технологии. Практика показывает, что разработка бизнес-идеи – это ключевая предпосылка для

успешности страрапа. Идея и бизнес-идея стартапа – это только половина будущего успеха. Успешность инновационного бизнеса связано также с организацией всей системы финансового учета. Как показывают исследования более ¾ предприятий, ликвидированных или прекративших деятельность в течение первых 3 – 5 лет с момента создания, имели слабый менеджмент или ошибочные маркетинговые стратегии [36. С.54].

Таким образом, успешность стартапов во многом определяется внутренней организацией инновационного предприятия. Финансирование стартапа должно осуществляться в соответствии с фазой жизненного цикла инновационного проекта. Решения в области организации менеджмента, в частности в области финансирования стартапов хотя и являются уникальными для предприятий, тем не менее, существуют типовые ошибки и рациональные правила, которые повышают выживаемость инновационных предприятий на ранних стадиях развития.

1.3 Методы формирования условий первоначального финансирования стартапов в инновационной сфере

Первоначальное финансирование стартапов в инновационной сфере является достаточно болезненным вопросом для теории и практики современного менеджмента. Проблема состоит в том, что на ранних стадиях развития выраженный (неявный) коммерческий потенциал идеи и несформированность бизнес-идеи ограничивают возможность применения традиционных финансово-экономических моделей (cash-flow, net present value и др.), что вызывает необходимость использования не только количественных, но и качественных показателей для его оценки. В свою очередь, качественные оценки приводят к необходимости привлечения экспертов и консультантов, которые не всегда могут объективно, непредвзято и с полным пониманием подойти к оценке перспектив развития стартапа [27.С.18]. Есть много примеров того, как профессиональные

эксперты отклоняли идеи инновационного бизнеса, который в будущем стал глобальной успешной компанией (например, компания HP отказалась от идеи выпуска персональных компьютеров, передав права основателям компании Apple).

В работе В. А. Фатхутдинова под финансированием инновационной деятельности рассматривается механизм финансового обеспечения любого хозяйствующего субъекта, охватывающего денежные отношения организации с другими хозяйствующими субъектами и банками по оплате научно-технической продукции, контрагентских работ, поставок спецоборудования, материалов и комплектующих изделий, расчетов с учредителями, трудовым коллективом и государственными органами управления [34.С.58].

Л.Л. Игонина выделяет распределительную функцию системы финансирования, смысл которой состоит в обеспечении каждого субъекта хозяйственной деятельности необходимыми ему финансовыми ресурсами [19. С.112].

Типичные стадии финансирования стартапов представлены в таблице 1.2.

Таблица 1.2 - Типичные стадии финансирования стартапов

Стадия	Определение	Потенциальные инвесторы
Посевная / Seed	Есть идея, сформирована команда стартапа	Личные средства (друзья и семья), гранты, бизнес-ангелы, посевные фонды
Начальная / Startup	Разработан прототип проекта, происходит регистрация компании	Личные средства (друзья и семья), гранты, бизнес-ангелы, посевные фонды, венчурные фонды ранней стадии
Раннее развитие / early expansion	Коммерческая доступность продукта.	Бизнес-ангелы, венчурные фонды
Раннее развитие	Коммерческая доступность	Бизнес-ангелы, венчурные фонды

/ early expansion	продукта.	
Развитие / expansion	Получение прибыли.	Венчурные и стратегические инвесторы
Подготовка к IPO или продаже	Подготовка к выходу на биржу (IPO) или продаже стратегическому инвестору	Стратегические и венчурные инвесторы, кредитные средства банков
Выход инвесторов	Выход на биржу (IPO) или поглощение стратегическим инвестором	Биржа (массовые инвесторы), стратегические инвесторы

Стартапы могут привлекать финансирование для реализации идеи стартапа как на возмездной (бизнес-ангелы, венчурные фонды, частные инвесторы), так и на безвозмездной основе (гранты, субсидии, краудфантинговые пожертвования, пожертвования спонсоров).

Для появления и становления стартапов создается инновационная экосистема, элементы которой становятся составляющими инфраструктурных механизмов развития инноваций. Бизнес-ангелы осуществляют небольшое финансирование на начальном этапе, когда есть только команда и идея. Это финансирование позволяет команде создать рабочий прототип будущего продукта, и доказать этим жизнеспособность и перспективность своей идеи для венчурных инвесторов. Бизнес-ангел осуществляет финансирование в обмен на долю в бизнесе. Он участвует в доработке стартапа до стадии «покупки» идеи стартапа венчурным инвестором. Перепродав венчурному инвестору свою долю, он получает доход, многократно перекрывающий его первоначальные инвестиции. Но не все стартапы привлекают венчурное финансирование, и поэтому инвестиции бизнес-ангела содержат риски невозврата вложенных средств. Бизнес-ангел вкладывает средства в определенный инвестиционный портфель (т.е. набор или «комплект») стартапов, и при этом прибыль от одного удачного стартапа перекрывает убытки от десятка неудачных стартапов. Стартапы для бизнес-ангела одновременно и большой риск, и большой потенциал, поэтому в бизнес-ангелы попадают лишь действительно сильные эксперты в своей

области инвестирования и зачастую многие бизнес-ангелы выступают в качестве ментора стартапа, то есть консультанта-доработчика, который если нужно для успеха, может даже существенно изменить саму первоначальную идею стартапа.

Ментор - это опытный специалист IT рынка, помогающий проекту своими знаниями и опытом [31. С.19]. Ментор может «включиться» в проект на любой стадии: от оценки идеи и выборе стратегии развития, до принятия ключевых решений и технологических вопросов. Чтобы гарантировать заинтересованность ментора, отвечающего за выбранный проект своей репутацией, стартап предоставляет ему 5% доли в проекте. Ментор не инвестор. Задача ментора - сделать проект жизнеспособным и инвестиционно привлекательным. В настоящее время со стороны многих государственных и частных институтов произошел значительный всплеск интереса к менторству, как важному и необходимому для развития инновационного бизнеса типу деятельности. Создаются Ассоциации, программы, запускаются сервисы и платформы. Для доработки и оценки стартапов часто привлекают также экспертов [31. С.20].

Венчурные фонды также финансируют стартапы с целью дальнейшей прибыльной перепродажи долей в новой компании, либо на рынке ценных бумаг, через процедуру IPO, либо стратегическому инвестору. Зачастую в роли стратегических инвесторов выступают наиболее сильные конкуренты нового продукта (конкурентная стратегия слияния- поглощения), или корпорация, которой продукт стартапа интересен для развития новых направлений бизнеса или для его качественного развития, а также для диверсификации рынков.

Таким образом, система финансирования инновационной деятельности представляет собой сложное переплетение форм и источников, различающихся по виду собственности, степени централизации, а также по уровням собственников и формам финансирования.

И.А. Щетинцева связывает финансирование стартапа с разработкой некой концепции программы, в результате которой определяются технико-экономические и финансовые показатели, являющиеся основой принятия управленческих решений об инвестировании тех ил иных инновационных проектов [38. С.22].

Первоначальное финансирование представляет собой один из важнейших аспектов управления развитием стартапов в инновационной сфере, в связи с чем, целесообразно рассмотреть все аспекты управления.

На управление стартапов в инновационной сфере влияет множество факторов. Критерии успешности стартапов в инновационной сфере зависят от стадии развития малого инновационного предприятия, его отраслевой принадлежности, особенностей реализуемых им бизнес-идеи. Поэтому невозможно составить детальный и подробный перечень критериев для оценки предпринимательского потенциала различных инновационных стартапов [38.С.22]. Однако можно выделить универсальные наиболее важные аспекты предпринимательского потенциала, которые необходимо учитывать, принимая решения о создании и развитии малых инновационных предприятий. Предпринимательский потенциал стартапа в инновационной сфере, как показывает анализ успешных малых инновационных предприятий, должен учитывать следующие аспекты, представленные в табл. 1.3.

Таблица 1.3 – Характеристика аспектов предпринимательского потенциала малого инновационного предприятия

№	Аспект	Характеристика
1	Научно-технический и технологический потенциал -	Отражает состояние технологических решений, составляющих идею стартапа, и их соотношение с современными достижениями научно-технического прогресса и ориентированных на производство инновационных продуктов или на производство по инновационным технологиям. Определяет уровень новизны и зрелости технологии. Формирует технологическое превосходство над конкурентами. Влияет на риск возникновения

		альтернативных технологических решений, наличие сложности и ограничений в процессе производства, возможности неготовности потребителей к использованию новых продуктов и технологий («отвращение к инновациям»)

Таблица 1.3 - продолжение

2	Маркетинговый потенциал	Отражает возможность сбыта инновационных продуктов или технологий на рынке исходя из разработанной бизнес-идеи, включающей стратегию их позиционирования, ценообразования и продвижения. Ориентирован на оценку возможного объема продаж и денежного потока исходя из прогноза емкости рынка, поведения потребителей и подходу к стимулированию сбыта. Наиболее сложным пунктом оценки маркетингового потенциала создаваемого стартапа является определение областей возможного применения разработанной технологии, лежащей в основе идеи, что, свою очередь, определяет адекватность и рациональность бизнес-идеи стартапа. Оценка маркетингового потенциала позволяет прогнозировать шансы на успех исходя из анализа соответствия выводимого на рынок продукта или технологии существующим или латентным потребностям рынка.
3	Промышленно-производственная база	Как правило, стартап не располагает собственной промышленно-производственной базой, поэтому данный аспект характеризуется не наличием основных производственных фондов у малого инновационного предприятия, а доступом к необходимому технологическому оборудованию, партнерскими связями с функционирующими предприятиями, располагающими необходимыми производственными мощностями.
4	Человеческий капитал	Характеризует уровень готовности инициаторов создания и развития стартапа исходя анализа их профессиональных компетенций и индивидуально-личностных характеристик, а

		также – при наличии – уровня компетентности персонала предприятия. Именно человеческий капитал является, в конечном итоге, основным для оценки предпринимательского потенциала стартапа. Он не только характеризует команду проекта, ее профессионализм, знания и опыт, но и предпринимательские способности лидера, его способность привлекать внешние ресурсы в проект и компетенции по эффективному использованию привлеченными ресурсами.

Таблица 1.3 - продолжение

5	Стоимостной потенциал	Оценивается на основе прогноза результатов финансово-хозяйственной деятельности стартапа по стадиям его жизненного цикла. Поскольку на ранних стадиях он отрицателен («долина смерти»), стоимостной потенциал должен отражать также длительность отрицательной эффективности стартапа и прогнозный срок выход на самоокупаемость. Стоимость стартапа оценивается с помощью стандартных финансовых методов, используемых для оценки инвестиционных проектов (чистый дисконтированный доход, срок окупаемости, рентабельность инвестиций и внутренняя норма доходности), однако критерии принятия решений должны быть дифференцированы по стадиям жизненного цикла стартапа с учетом отраслевой специфики и макроэкономической ситуации в целом.

Как видно из табл. 1.3, все аспекты предпринимательского потенциала тесно связаны между собой и их разнесение по различным группам является чисто условным: так, рыночный потенциал стартапа зависит не только от ситуации на рынке и потребностей потребителей, но и компетенций участников команды проекта по продвижению нового продукта или технологии, а также технологической готовности производства к выпуску новых продуктов и производительности предприятий-партнеров. Тем не менее, выделение пяти групп критериев оценки предпринимательского потенциала позволяет не только прогнозировать успешность создаваемого

стартапа, но и выявлять проблемы, в будущем проявляющиеся как риски роста и развития инновационного бизнеса [38. С.24].

При оценке научно-технического и технологического потенциала старапа, в первую очередь, необходимо оценить, насколько выводимая на рынок технология может быть применена при существующих технологических, производственных, экологических, этических и др. ограничениях. Чем проще идея стартапа «вписывается» в существующую производственно-технологическую систему, тем меньше она вызывает опасений со стороны потребителей и тем проще для нее привлечь партнеров и инвесторов. Однако при этом существует риск опережения со стороны конкурентов, поскольку в подобной ситуации, как правило, барьеры для новых конкурентов (как и для самого стартапа) легко преодолеваются [26. С.40]. Кроме того, подобная «прозрачность» и «понятность» технологической системы свидетельствует о достаточно высокой зрелости идеи, что также может рассматриваться как риск возникновения подрывных технологий. Технический успех стартапа нередко связывается с достижением технических параметров на уровне проектных значений, но важно также учитывать, что, как правило, чем выше уровень качества продукта, тем больше финансовых средств необходимо для достижения. Кроме того, освоение технологии требует времени, что не может не сказаться на качестве новых продуктов. При этом сохраняется проблема масштабирования производства, когда рост объемов производства приводит к необходимости замены промышленного оборудования и поиску новых технологий производства. Именно поэтому критерии качества выводимых на рынок продуктов должны меняться по стадиям развития стартапа.

При оценке предпринимательского потенциала малого инновационного предприятия необходимо тщательно исследовать саму идею, ее уровень новизны, оригинальности и защищенности. При этом должен учитваться маркетинговый аспект функционирования стартапа. В случае если продукт или технология полностью замещает существующие на рынке продукты, они

оказываются предпочтительнее, поскольку абсолютно новые продукты или технологии создают предпосылки для дифференциации, стимулируя увеличение объемов реализации и тем самым – прибыли, что в свою очередь служит условием для роста стартапа [26. С.41]. Однако риски при этом оказываются выше, чем при выводе на рынок улучшенного продукта или технологии, поскольку в данном случае приходится сталкиваться с консерватизмом потребителей и их лояльности по отношению к вытесняемым продуктам.

При оценке предпринимательского потенциала стартапа нельзя рассматривать исключительно новый продукт в отрыве от исследования перспектив разработки семейства продуктов на его базе в течение последующих лет. Кроме того, необходимо провести анализ применения продвигаемой на рынок технологии в процессе производства других продуктов, исследовать рынок существующих технологий исходя из потенциала их развития. Для принятия решения о развитии стартапа необходимо провести комплексный анализ конкурентоспособности нового продукта или технологии по отношению к существующим аналогам или субститутам, выявляя плюсы и минусы идеи стартапа [16. С.56].

Научно-технический уровень идеи стартапа также включает оценку ее научной новизны, патентной чистоты, глубины научной проработки. На ранних стадиях жизненного цикла малого инновационного предприятия важно определить, можно ли получить патент по результатам исследований и разработок или иным способом защитить технологию.

При оценке предпринимательского потенциала в экономически развитых странах дополнительно проводятся исследования патентной чистоты объектов интеллектуальной собственности, используемых как основы идеи инновационного бизнеса. Это позволяет избежать риска утраты технологии, в случае если владелец прав на коммерческое использование объекта интеллектуальной собственности предъявит претензии на

технологию, используемую в стартапе, особенно если стартап «выстрелил» и стал приносить учредителям доход.

Стоимостной потенциал стартапа должен постоянно пересматриваться с учетом реального развития малого инновационного предприятия. В стоимость стартапа должны включаться стоимостные оценки всех вышеприведенных аспектов предпринимательского потенциала малых инновационных предприятий.

Подводя итоги главы, необходимо сделать следующие выводы.

Значение инновационного предпринимательства в общественно-экономическом развитии страны заключается в реализации функции привлечения в экономику новых ресурсов, обеспечивая тем самым экономический рост, в выполнении важнейших социальных функций – роста интеллектуализации общества, появления новых профессий и рабочих мест.

Система финансирования инновационной деятельности представляет собой сложное переплетение форм и источников, различающихся по виду собственности, степени централизации, а также по уровням собственников и формам финансирования.

Субъектами финансирования стартапов инновационных предприятий могут выступать возмездно и безвозмездно бизнес-ангелы, венчурные фонды, частные инвесторы, гранты, субсидии, краудфантинговые пожертвования, пожертвования спонсоров.

Успешное финансирование стартапа должно быть основано на специально разработанной концепции, программе, в результате которой определяются технико-экономические и финансовые показатели, являющиеся основой принятия управленческих решений об инвестировании тех ил иных инновационных проектов.

Первоначальное финансирование представляет собой один из важнейших аспектов управления развитием стартапов в инновационной сфере, должно быть реализовано с учетом результатов анализа аспектов – научно-технический и технологический потенциал, маркетинговый

потенциал, промышленно-производственная база, человеческий капитал, стоимостной потенциал.

2 АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ РАЗВИТИЯ СТАРТАПОВ В УСЛОВИЯХ НЕСТАБИЛЬНОСТИ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

2.1 Проблемы первоначального финансирования стартапов в России

В России по итогам 2016г. наблюдается определенное снижение активности инвесторов в отношении российских проектов. По сравнению с 2015г. объем инвестиций в стартапы с основных типов инвесторов (венчурные фонды и бизнес-ангелы) сократились, так с участием венчерных фондов и бизнес-ангелов показал сокращение на 55,3 % и составил 135 млн. долларов.

К наиболее успешным относятся российские стартапы в отраслях интернет-технологий, потребители – обычные люди (сегмент рынка – B2C, социальных сервисов, информации и рекламы, разработке бизнес-моделей, платежных интернет-систем.

Проблемы финансирования инновационных компаний на ранних стадиях их развития характерны для любой страны, которая пытается занять достойное место в списке стран с лидирующими показателями по темпам роста экономики в XXI веке. Причем с каждым десятилетием проблемы

финансирования стартапов меняют свой характер и методы, позволяющие успешно находить финансы для развития технологических стартапов, меняются и не в пользу последних. Поведение инвесторов с каждым десятилетием становятся все более бюрократическим и сегодня в тех странах, которые являются признанными технологическими лидерами (США, Великобритания, Израиль, Финляндия) стартапы получают первоначальное финансирование достаточно сложно, как и компании на более поздних этапах своего развития.

Сегодня основные институты первоначального финансирования технологических проектов ранних стадий — сети бизнес-ангелов представляют собой некоторую копию своих «старших» коллег венчурных фондов. Процедуры принятия решения по первоначальному финансированию и системы оценок перспективности проектов очень приближаются друг к другу в этих двух институтах финансирования и чем дальше, тем границы становятся менее различимыми.

Рассмотрим особенности осуществления первоначального финансирования стартапов в России.

1. Первоначальное финансирование стартапов бизнес-ангелами

Необходимо определить возможности и недостатки финансирования сетями бизнес-ангелов, которые несут собой для стартапов. К возможностям для соискателей инвестиций относятся следующие:

-минимизация риска и времени при поиске надежного финансового партнера для своего проекта и серьезная экономия усилий в процессе структурирования проекта, т. е. перевод фокуса проекта с технологического ноу-хау на бизнес концепцию;

-бизнес-ангел использует собственный капитал при инвестициях в проекты и, как правило, обладает успешным бизнес опытом в проекте соискателя, иными словами он является не просто финансовым инвестором, как это происходит в случае своего «старшего» коллеги — венчурного фонда, а инвестором, так называемых, «умных денег»;

-доступ к качественной и одновременно доступной консультационной помощи проекту (бизнес и юридические консультации), которые необходимы проекту практически с первых его месяцев существования.

К недостаткам первоначального финансирования стартапов бизнес-ангелами относятся следующие:

-ограниченность финансовых возможностей ангелов

-возможна чрезмерная опека проекта, зачастую бизнес-ангелы неспособны долго мириться с проблемами проектов, которые они профинансировали и стараются активно участвовать в операционной деятельности проектов, что может негативно сказаться на команде проекта и его перспективах.

-в случае чрезмерной опеки у бизнес-ангелов может появиться искушение по разводнению долей авторов проекта и инновационного предпринимателя, что может оказаться губительным для проекта. В этом случае следует указать на недостатки законодательной защиты в РФ авторов проекта.

2. Первоначальное финансирование стартапов венчурными фондами

Венчурный фонд - это форма объединения рискового капитала, за счет которого инвесторы - участники фонда получают: возможность уменьшения («хеджирование») рисков за счет участия в большем количестве проектов с меньшими собственными инвестициями в каждый; возможность повышения эффективности управления проектами за счет специализации управляющей команды и формирования потока проектов, снижающего административные расходы; возможность привлечения соинвесторов.

Сегодня, стало модным при обсуждении проблем развития инновационной экономики, затрагивать тему создания венчурных фондов, ориентированных на проекты ранних стадий. В России особенно бурно идет процесс формирования венчурных фондов и управляющих команд, заявляющих о специализации на венчурных проектах ранних стадий. Примерами могут стать фонды организованные как за счет государственных

средств (фонды Российской Венчурной Компании, Минсвязи и др.), так и за счет частных компаний (в том числе с государственным участием): Лидер - Инновации, Фонд ВТБ и др. Подобные конструкции, свойственные в основном отечественной венчурной индустрии, создавались в основном по причинам слабого развития института частного финансирования бизнес-ангелами стартапов.

Создание новых венчурных фондов, так называемых «ранних стадий», в РФ обосновывается именно тем, что частный бизнес не готов финансировать инновационные, в том числе посевные проекты - слишком велики риски.

И, хотя, сегодня активный процесс формирования инвестиционных фондов (не только венчурных) практически прекратился с кризисом, ряд проектов продолжает развиваться. Компания РОСНАНО, к примеру, объявила о создании целого пула фондов, в том числе с ОАО «РВК», — фонда, ориентированного на посевные проекты и проекты ранней стадии. По- видимому, считается, что существующие фонды не справляются со своей ролью. Со своей стороны ОАО «РВК» объявила о запуске института «Венчурных партнеров РВК», которые играют роль финансовых агентов ОАО «РВК», стимулируя частные инвестиции в технологические стартапы. Например, ОАО «РВК» зарегистрировала порядка 50 партнеров на достаточно широкой территории РФ.

В целом формирование венчурных фондов в России — очень позитивный процесс, если стороны действительно осознают цели, достигаемые объединением средств. Проблема в том, что найти эффективную управляющую компанию практически невозможно. Как правило, присутствующие на рынке управляющие компании — это выходцы из инвестиционного бизнеса. Они умеют оценивать и покупать акции и предприятия, и даже научно-исследовательские и научно-производственные предприятия. Однако это проекты зрелых стадий, а венчурные проекты ранних стадий требуют совсем других компетенций, специалистов и даже

административных расходов. И здесь недостаточно привлечь экспертов, которые проведут научно-технический анализ и сделают вывод о перспективности проекта. Необходимо, чтобы эксперт был постоянным членом команды, активным участником проекта, как и бизнес-администратор, бухгалтер и другие, мало связанные с научно-технической стороной проекта, но необходимые для его общего сопровождения и становления как независимой самостоятельной компании.

Формирование профессиональной команды управляющей компании венчурного фонда сложный процесс, а именно ее отсутствие является самым большим недостатком сегодня российского венчурного фонда.

Рассмотрим основные проблемы первоначального финансирования стартапов в России. Необходимо структурировать проблемы в технологической сфере в России с точки зрения потенциальных инвесторов и обозначить решение некоторых проблем. Целесообразно классифицировать текущие проблемы первоначального финансирования стартапов как микро- и макропроблемы. Под микропроблемами привлечения финансирования понимаются базовые проблемы любого стартапа. К числу таких проблем, как правило, относят следующие три проблемы:

1.Отсутствие интересной и эффективной бизнес идеи в границах одной страны на базе нового продукта с трудно копируемой технологией. При этом традиционные требования инвесторов к емкости целевой аудиторией продукта должна составлять от 200 тыс. чел.

2.Недостаточность организационно-экономических и правовых условий реалистичности бизнес-идеи стартапа

3.Отсутствие навыков построения сильной команды проекта стартапа. При отсутствии решения хотя бы одной приведенной проблемы привлечь финансирование под свой технологический стартап очень проблематично не только в России, но и в других странах.

Категория макропроблемы первоначального финансирования стартапов, к ним следует отнести три подгруппы проблем:

1.Проблема активности участников системы технологического бизнеса в России: недостаточное количество потенциальных бизнес ангелов в России, нет критической массы обеспеченных людей в России, недостаточное количество серийных предпринимателей. Цикл развития венчурного проекта мал, составляет от 3 до 5 лет.; отсутствие университетов в России, которые считали бы участие в коммерциализации технологических разработок своим основным бизнесом (некий пример Стэнфорда или Беркли); недостаточное количество консалтинговых компаний, нацеленных на партнерство со стартапом.

2.Проблема бизнес-мобильности стартап-проекта. Стартап не может развиваться эффективно ниже определенной скорости. Например, в венчурном сообществе США известна стартовая скорость развития проекта равная 18 месяцам. За это время стартап должен перейти на качественно новый уровень развития. В противном случае проект рискует потерять инвесторов. В известном смысле эту мобильность могут обеспечить активные участники малого и среднего бизнеса России. Они могли бы помочь проекту преодолеть «долину смерти» и выйти на первую «стационарную орбиту»: участники малого и среднего бизнеса не имеют информацию о стартап-проектах, которые находятся в поиске партнеров (предпринимателей, инвесторов).

3.Неумелая помощь государства, неэффективные суды: государственная позиция по определению жесткой границы между технологическим бизнесом и нетехнологическим бизнесом. Эта позиция подогревается ангажированными и некомпетентными СМИ, а также самими неопытными участниками технологического бизнеса. Низкая активность СМИ по освещению работы судов и анализу деятельности государственных контролирующих органов, низкая защищенность инвесторов в РФ, низкая защищенность авторов проектов в РФ.

2.2 Разработка направлений повышения эффективности первоначального финансирования стартапов в условиях нестабильности мировой экономики в России

Количественным показателем, отражающим повышение эффективности первоначального финансирования стартапов в условиях нестабильности мировой экономики в России может послужить количество проинвестированных стартапов в год и оценка степени активности всех элементов инфраструктуры технологического российского бизнеса.

В качестве основного катализатора всех процессов по развитию системы стартапов российского технологического бизнеса должны послужить организация специальных формальных и неформальных мероприятий, в которых будет происходить знакомство различных участников и заинтересованных сторон.

В качестве второго направления необходимо выделить развитие мобильности бизнеса стартап-проектов. Повысить бизнес-мобильность стартапов возможно исключительно, если бизнес в России всех уровней от малого до большого бизнеса начнет не только замечать технологические стартапы, но и начнет принимать свое активное участие в его развитии только потому, что это станет выгодным бизнесу посредствам использования разного рода интернет-технологий.

Сегодняшняя политика «принуждения к инновациям» противоречит духу частного бизнеса и кроме отторжения, дополнительных затрат и развития системы двойных стандартов ничего бизнесу и обществу не добавляет. Технически можно попробовать решать проблему развития мобильности бизнеса технологических стартапов посредством соз- дания неких венчурных клубов. Подобный опыт был опробован уже в Москве. Такой клуб был организован в 2005г. О. Манчулянцевым и назывался «Республикой идей». В течение нескольких лет клуб собирался для

презентации проектов и идей венчурного бизнеса всем желающим. Постоянными посетителями клуба были известные венчурные инвесторы и люди, имеющие опыт в той или иной сфере технологического предпринимательства. За это время гостями клуба были сотни представителей всех отраслей экономики страны от банкиров до журналистов. Любой интересующийся венчурным бизнесом мог посетить клуб и поучаствовать в работе клуба за чашкой чая и в неформальной обстановке. Основные вопросы, которые интересовали гостей клуба это получение информации от профессионалов о том, как можно стать участником венчурного проекта и как можно на этом заработать. К сожалению, «Республика идей» уже несколько лет как не работает и этот опыт не распространился по стране.

Идеальной площадкой, где частно-государственное партнерство могло бы реализовываться, являлась бы организация и пропаганда работы подобных клубов по стране. Именно на территории этих клубов в свободной обстановке представители бизнеса и общественных организаций могли бы ближе познакомиться с идеями стартапов, технологического бизнеса от профессионалов, а также познакомиться с авторами проектов и их идеями.

Помимо предложенной формы продвижения идей технологического бизнеса в стране есть опыт взаимодействия малого и среднего бизнеса с авторами технологических разработок, например, подобный опыт есть у частного бизнес-инкубатора «Аккорд» в Томске. В 2004 г. группа энтузиастов — представителей 8 бизнес-компаний с разным профилем организовала частный бизнес-инкубатор. В бизнес-инкубатор был приглашен менеджером А. Булавин, который получил профильное бизнес-образование за рубежом и имел опыт в работе собственного стартапа. С тех пор работа бизнес-инкубатора не останавливалась. Компании организаторы активно привлекают свои текущие бизнесы для увеличения эффективности работы бизнес-инкубатора и при этом пытаются увеличить эффективность своих текущих бизнесов за счет получения идей и технологий от резидентов

бизнес-инкубатора. К сожалению, работа бизнес-инкубатора «Аккорд» была замечена только в родном городе, но этот опыт не нашел своего распространения по стране.

В качестве третьего направления повышения эффективности первоначального финансирования стартапов в условиях нестабильности мировой экономики в России стоит отметить повышение эффективности государственного регулирования сферы технологического бизнеса. Первым шагом государство должно сделать приоритет на малый бизнес и создавать возможности динамичного развития стартапа малого бизнеса, основанного на прорывной идее. Следовало бы на законодательном уровне оградить быстро растущие стартап-предприятия страны от «псевдофинансирования», под видом которого происходит рейдерство, которое стало сопутствующим элементом жизни бизнеса в России. Только в таком случае, стартап сможет иметь перспективу стать большим бизнесом, а страна начать свою модернизацию.

Подводя итоги главы, необходимо сделать следующие выводы.

На сегодняшний день в Росси накоплен некоторый опыт организации финансирования и развития стартапов как на государственном, так и частном уровне. Однако к основным проблемы первоначального финансирования стартапов в России относятся отсутствие интересной и эффективной бизнес идеи в границах одной страны на базе нового продукта с трудно копируемой технологией, недостаточность организационно-экономических и правовых условий реалистичности бизнес-идеи стартапа, отсутствие навыков построения сильной команды проекта стартапа.

К качестве направлений повышения эффективности первоначального финансирования стартапов в России предложена организация специальных формальных и неформальных мероприятий, в которых будет происходить знакомство различных участников и заинтересованных сторон, развитие мобильности бизнеса стартап-проектов посредствам использования разного

рода интернет-технологий, повышение эффективности государственного регулирования сферы технологического бизнеса.

3. АЛГОРИТМ ФОРМИРОВАНИЯ ПЕРВОНАЧАЛЬНОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ СТАРТАПОВ НА ПРИМЕРЕ СТАРТАПА АО «СЕРВИС ПРОМЫШЛЕННЫХ ЭНЕРГЕТИЧЕСКИХ И НЕФТЕГАЗОВЫХ СИСТЕМ»

В данной главе изучен успешный опыт организации и развития стартапа АО «Сервис Промышленных Энергетических и Нефтегазовых Систем». Алгоритм формирования первоначального финансирования стартапа АО «Сервис Промышленных Энергетических и Нефтегазовых Систем» (СПЭНС) может послужить эффективным средством для развития старапа в российских условиях, может быть использован в качестве методических рекомендаций по организации первоначального финансирования стартапа.

В основе стартапа АО «Сервис Промышленных Энергетических и Нефтегазовых Систем» (СПЭНС) лежит идея инновационного бизнеса состоит в очистке объектов от загрязнений. Очистка широкого класса объектов от загрязнений является стабильным и прибыльным бизнесом в любом регионе России. Применение эффективных методов и использование уникального оборудования позволяют компании стать лидером на рынке и получать стабильно высокий доход.

Основу бизнеса составили исследования в области молекулярной структуры загрязнений промышленного оборудования, в отношении которых была разработана технология очистки на основе уникальных физических эффектов (Ребиндера). Разработанное для реализации созданного метода очистки оборудование позволяет эффективно и производительно очищать любую сложную поверхность без ее повреждения.

Созданные в стартапе установки работают таким образом, чтобы создавать и поддерживать в зоне очистки эффект Ребиндера, который позволяет удалять загрязнения, возникшие в процессе эксплуатации оборудования, без использования тяжелых и жестких абразивных частиц, не нарушая внешнее покрытие и не разрушая конструкционные элементы, расположенные на поверхности.

Возникновение идеи стало ответом на исследование рынка, на котором был обнаружен «заказ на инновации» именно в данной области, что позволило избежать рисков невосприятия рынком выводимой на рынок технологии. В команду стартапа вошел инженер, владеющий базовым методом очистки, то есть команде удалось разрешить технологические проблемы и преодолеть риски отсутствия технологического решения выявленной проблемы. Параллельно, коммуникации с эксплуатационными компаниями в области теплоэнергетики позволили выявить распространенные в стране проблемы, связанные с эксплуатацией теплосилового оборудования и обусловленные его загрязнением в процессе эксплуатации, что позволило избежать рисков некорректно сформулированного технического задания. Базовый метод был трансформирован с учетом потребностей рынка его под конкретную задачу (очистка теплосилового оборудования) и доработан для достижения максимальной эффективности и производительности, что позволило снизить риск недостаточной конкурентоспособности новой технологии.

Патентные исследования и анализ конкурентных технологий показал, что нигде в мире не применяются технологии, обеспечивающие более

высокую эффективность и производительность, что, с одной стороны, исключило риск нарушения прав на объекты интеллектуальной собственности, а, с другой стороны, повысило эффективность рекламной кампании за счет снижения рисков недостоверности рекламных материалов.

Сложившаяся ситуация в российской энергетике и промышленности стимулировала команду проекта для разработки принципиально новых, уникальных способов решения проблем очистки оборудования от постоянного загрязнения, что позволило снизить риск появления альтернативных конкурентоспособных решений на базе одного и того же научного подхода. В дальнейшем были созданы АГД, АГДН и АГДК-установки, ориентированные на работу в разных условиях для разных промышленных объектов (то есть произошла дифференциация основного продукта и технологии с учетом потребностей заказчиков, что снизило риск отказа от приобретения технологии клиентами со специфическими потребностями).

Доказательством превосходства технологических разработок АО «СПЭНС» являются показатели эффективности и качества результатов применения технологии очистки и работы оборудования (подтвержденные испытаниями): достигнутый уровень значительно превосходит результаты применения современного зарубежного оборудования и технологий, которые используются на некоторых предприятиях в сфере сервиса промышленных, энергетических и нефтегазовых систем в Российской Федерации (что снизило риски недостижения целевых параметров в отношении рыночной доли предприятия).

Использование «эффекта Ребиндера» в АГД, АГДН и АГДК установка позволяет эффективно очищать сложные загрязнения без вреда для поверхности с широким спектром регулировок мягкости. Альтернативные методы очистки промышленного оборудования от загрязнений в процессе эксплуатации либо не очищают тяжелые загрязнения, либо повреждают поверхность, при этом регулировать уровень мягкости очистки, как правило,

невозможно (что сократило риски недостаточной конкурентоспособности и ограничения в использовании новой технологии).

Основным продуктом АО «СПЭНС» является универсальная аэрогидродинамическая установка для бластинга (MULTIBLAST), которая позволяет с помощью одной и той же установки удалять различные тяжелые загрязнения и обрабатывать поверхность без повреждения (что повышает востребованность продукта на рынке и тем самым снижает риск ограничения реализуемости).

Ориентация на отечественную специфику промышленных, энергетических и нефтегазовых систем позволяет использовать отечественное сырье при изготовлении оборудования и производстве работ, что приводит к сокращению затрат и снижает риски нерентабельности деятельности стартапа.

Разработки также ведутся с ориентацией на специфику отечественного оборудования и систем, что позволяет избежать рисков форс-мажора в связи с колебаниями валютных курсов, политических решений и ограничений и др. ситуаций на глобальных рынках.

Таким образом, за счет преемственности по отношению к существующим на рынке решениям обеспечивается эффективность стартапа АО «СПЭНС» за счет следующих факторов:

1.исключения риска ограничения реализации новой технологии вследствие неготовности потребителей к ее использованию;

2.расширения кооперации с потребителями: в АО «СПЭНС» созданы условия для развития партнерского уникального бизнеса или расширения возможностей существующего как предоставления услуг по очистке широкому спектру потребителей. Малое инновационное предприятие создает возможность для обеспечения эффективной прибыли и процветания другим стартапам в регионах, которые могут стать дилером АГД оборудования и чистящих составов в любом регионе и стране. АО «СПЭНС» предлагает заключить дилерский договор, в котором доход дилера обеспечивается как

продажей, лизингом и арендой АГД оборудования, поставкой чистящих составов, так и оказанием уникальных услуг по очистке. Компания готова делиться опытом и обучать персонал компаний-партнеров (что снижает риск ограничения роста рыночной доли вследствие недостатка финансирования – финансирование обеспечивается партнерской стороной).

Таким образом, пример апробации данного подхода, доказывает его эффективность и возможность использования в практике российских стартапов. В связи с чем, необходимо подробно изучить алгоритм формирования первоначального финансирования стартапа и дальнейшего развития стартапа АО «Сервис Промышленных Энергетических и Нефтегазовых Систем».

Первоначальное финансирование стартапа должно базироваться на результатах исследования следующих аспектов:

1.научно-технические и технологические аспекты потенциала стартапа;

2.маркетинговый потенциал стартапа;

3.промышленно-производственная база стартапа.

Рассмотрим алгоритм анализа данных аспектов подробнее.

1.Научно-технические и технологические аспекты предпринимательского потенциала стартапа.

Для принятия решения о развитии и первоначальном финансировании стартапа необходимо провести комплексный анализ конкурентоспособности нового продукта или технологии по отношению к существующим аналогам или субститутам, выявляя плюсы и минусы идеи стартапа.

Примеры параметров анализа научно-технических и технологических аспектов стартапа представлены в таблице 2.1.

Таблица 2.1 - Параметры анализа научно-технических и технологических аспектов стартапа

Направление анализа	Исследуемые параметры
Конкуренто-	Отраслевая принадлежность

способность идеи	Наличие альтернативных технологий и продуктов Соответствие прогнозно-технологическим тенденциям Возможность создания гибридных товаров и возможность производства нескольких продуктов Возможность использования технологии в других отраслях и др.
Качество	Надежность Эстетические параметры Эргономические параметры Экологические параметры Безопасность

Таблица 2.1 - продолжение

Защищенность интеллектуальной собственности и патентная чистота	Способ защиты идеи стартапа (патенты, ноу-хау и др.) Уровень защиты коммерческой тайны Отсутствие смежных прав

Научно-технический уровень идеи стартапа включает оценку ее научной новизны, патентной чистоты, глубины научной проработки. На ранних стадиях жизненного цикла малого инновационного предприятия важно определить, можно ли получить патент по результатам исследований и разработок или иным способом защитить технологию.

При оценке стартапа дополнительно проводятся исследования патентной чистоты объектов интеллектуальной собственности, используемых как основы идеи инновационного бизнеса. Это позволяет избежать риска утраты технологии, в случае если владелец прав на коммерческое использование объекта интеллектуальной собственности предъявит претензии на технологию, используемую в стартапе, особенно если стартап динамично развивается и стал приносить учредителям доход.

2. Маркетинговый потенциал стартапа

80% новых потребительских товаров и 40% товаров на бизнес-рынках терпят неудачу. Это показывает значимость оценки маркетингового

потенциала стартапа. Параметры анализа маркетингового потенциала стартапа представлены в таблице 2.2.

Таблица 2.2 - Параметры анализа маркетингового потенциала стартапа

Направление анализа	Исследуемые параметры
Рыночная ситуация	Размер рынка, объем рынка Темпы роста рынка Доля рынка Стабильность спроса Процессы покупки

Таблица 2.2 - продолжение

Конкуренция	Количество конкурентов и их относительные размеры Масштаб конкуренции Сила конкурентного давления Возможность появление товаров-заменителей Характер конкуренции Инновационность отрасли Прибыльность отрасли Легкость вхождения в отрасль и выхода из нее (барьеры)
Поведение потребителей	Количество покупателей Платежеспособность потребителей Финансовые возможности потребителей Региональная специфика спроса Отраслевая специфика спроса Мотивы покупки

Анализ маркетингового потенциала стартапа позволяет понять, есть ли у предприятия реальный шанс на успех, соответствует ли выводимый на рынок продукт или технология ожиданиям потребителей. Кроме того, необходимо провести оценку эффективности инструментов продвижения новых продуктов и технологии на рынок.

3. Промышленно-производственная база стартапа

В таблице 2.3 приведены параметры оценки промышленно-производственной базы стартапа.

Таблица 2.3 – Параметры оценки промышленно-производственной базы стартапа

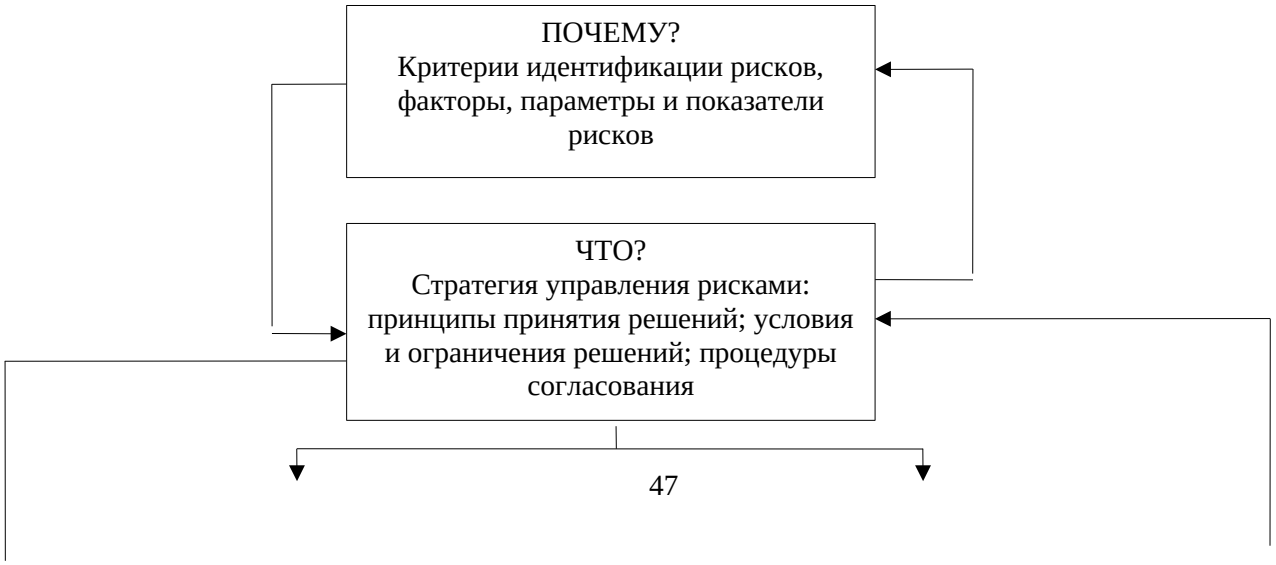
Направление анализа	Исследуемые параметры
Оборудование	Состав доступного оборудования Способ доступа к оборудованию (Собственность или планируемое приобретение в собственность, аренда или лизинг) Использование производственной мощности Наличие партнеров по производственной кооперации и их характеристика Состояние рынка сырья, материалов, энергоресурсов Условия и сроки поставки ресурсов Обеспеченность сырьем, материалами, комплектующими Обеспеченность энергоресурсами
Качество	Стандартизация (государственный стандарт РФ, международный стандарт, межгосударственный стандарт, стандарт отрасли, стандарт предприятия) Сертификация (добровольная, обязательная)
Организация производства	Организационно-технический уровень производства Механизация и автоматизация производства Возраст оборудования Фондовооруженность труда

	Фондоемкость и фондоотдача Износ активной части основных фондов Обновление основных фондов.

Промышленно-производственная база стартапа включает не только наличие и возможность доступа к оборудованию, но и возможность привлечения необходимых материально-технические и топливно-энергетических ресурсов, обеспечивающих возможность функционирования и развития малого инновационного предприятия.

При первоначальном финансировании стоимость стартапа прогнозируется исходя из оценок других аспектов его предпринимательского потенциала, которые, по сути, представляют собой исходные данные для стандартных расчетов и оценок. Каждый из перечисленных аспектов предпринимательского потенциала стартапа отражает способность и готовность стартапа к успешному развитию

Управление рисками развития стартапа проводится с целью определения и контроля процессов инновационного развития или ситуаций, возникающих в процессе реализации инноваций как следствие возможных нежелательных изменений состояния внутренней и внешней среды. Эта область относится к сфере упреждающего управления, то есть основные решения и меры должны решаться на ранних стадиях развития рисковых ситуаций. Для определения ключевых рисков развития используется алгоритм, представленный на рис. 2.1.



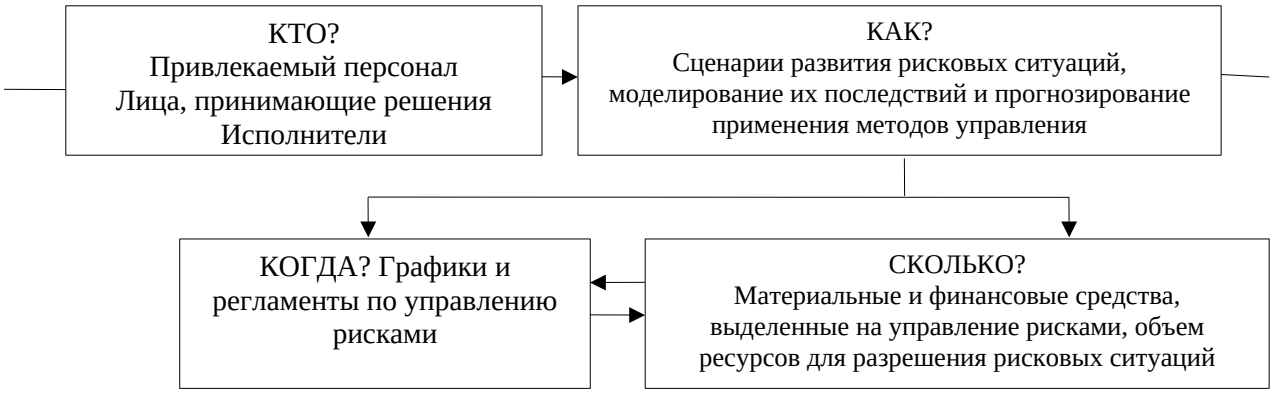


Рисунок 2.1 – Разработка плана управления рисками

Управление рисками ориентировано на использовании следующих типовых подходов:

1.Профилактика риска – разработка мер, направленных на предотвращение возникновения условий рисковых ситуаций в процессе инновационной деятельности.

2.Диверсификация (распределение рисков) – снижение рисков на основе управления инвестиционным портфелем за счет возможности компенсаций убытков в одной из сфер деятельности предприятия прибылями в другой, а также организация управления проектами, предусматривающая коллективную ответственность за результаты реализации проекта;

3.Лимитирование – установление предельных значений показателей при принятии тактических решений (например, ограничение сумм расходов, установление экспортных квот и т.п.); система норм и ограничений в отношении ресурсов, вовлекаемых в инновационную деятельность, что позволяет ограничить величину возможных потерь вследствие наступления рисковой ситуации.

4.Трансфер (передача) риска – организация управления проектами, позволяющая компенсировать наступление рисковых ситуаций на основе участия сторонних организаций. Передача риска также используется при реализации сложных проектов с привлечением нескольких предприятий, выполняющих различные этапы работ и принимающих на себя весь риск

проекта в момент своей непосредственно проектной деятельности. Передача риска означает переход ответственности от одного участника проекта к другому по стадиям инновационного или инвестиционного процесса.

5.Страхование – система экономических отношений, включающая образование специального фонда средств (страхового фонда) и его использование (распределение и перераспределение) для преодоления и возмещения разного рода потерь, ущерба, вызванных неблагоприятными событиями (страховыми случаями) путем выплаты страхового возмещения и страховых сумм. При страховании обязательно присутствие двух сторон: специальной организации, ведающей созданием и использованием страхового фонда (страховщика), и юридических и физических лиц, вносящих в фонд установленные платежи (страхователей). Взаимные обязательства страховщика и страхователей регламентируются договором страхования в соответствии с условиями страхования.

6.Резервирование (самострахование) – создание резервов, компенсирующих последствия рисковых ситуаций.

7.Избежание риска – разработка стратегических и тактических решений, исключающих возникновение рисковых ситуаций, или отказ от реализации инновационного проекта.

Методы управления рисками принято делить на стратегические и тактические. На стадии первоначального финансирования стартапов используют стратегические методы управления рисками разрабатываются и реализуются до наступления рисковой ситуации на основе прогноза динамики инновационного процесса. Их основные задачи сводятся к снижению возможности возникновения рисков (вплоть до их полного исключения), снижения тяжести возможных последствий рисков, а также разработки принципов действий и типовых решений в случае наступления рисковых ситуаций.

В команде управления стартапом целесообразно выделить функцию управления рисками, а при возможности предусмотреть должность риск-менеджера. Задачами риск-менеджера являются:

-обеспечение включения риска как ключевой компоненты плана реализации проекта;

-формирование методики идентификации рисков; информирование руководителей о возможных рисках и рисковых ситуациях;

-распределение ответственности по управлению рисками среди участников инновационного проекта;

-составление отчетной документации об управлении рисками для участников инновационного проекта;

-мониторинг рисков инновационной деятельности создание и развитие базы знаний в области управления рисками;

-организация обучения персонала основным принципам и методам риск-менеджмента.

При разработке стартапа АО «Сервис Промышленных Энергетических и Нефтегазовых Системы» выделены следующие типовые риски и предложены типовые подходы к их снижению на стадии первоначального финансирования стартапа (табл. 2.4).

Таблица 2.4 - Типовые риски и типовые подходы к их снижению на стадии первоначального финансирования стартапа

№	Риски финансирования	Методы борьбы
1	Ошибочность идеи, ее технологическая нереализуемость	Предварительная экспертиза, исследование технологических возможностей
2	Неэффективность использования создаваемой технологии	Закладывание потребительских и стоимостных параметров в техническое задание
3	Несостоятельность бизнес-идеи	Привлечение экспертов и консультантов для разработки и оценки бизнес-идеи
4	Срывы сроков намеченных планов по	Изначально высокое внимание к

	началу стартапа, низкая исполнительская дисциплина	организационным вопросам. Формализация бизне-процессов

При планировании первоначального финансирования стартапа при управлении рисками должна формироваться база знаний о рисках, которая в будущем позволит прогнозировать и предупреждать развитие рисковых ситуаций. Типовая информация в базе знаний по управлению рисками должна включать:

-описание результата инновационного проекта (характеристики; требования к разработке и эксплуатации; практика реализации результатов и/или трансфера инноваций);

-плановые документы: (календарь рабочих и выходных дней; калькуляция или смета расходов; рабочий график (состав и последовательность работ); графики исполнения смежных контрактов; план управления качеством);

-накопленная информация об управлении рисками: (отчеты по предыдущим проектам; коммерческие базы данных; карта знаний участников рабочей группы; история развития организации);

-источники риска (классификационные категории возможных рисковых ситуаций; описание всех факторов риска независимо от показателей влияния, вероятности и/или частоты; оценки показателей влияния, вероятности и/или частоты; уточненные оценки в ходе реализации проекта)

- контрольные показатели и их нормативные значения, установления влияние на другие подсистемы в инновационной деятельности: на бюджет проекта, на график реализации проекта; на план ресурсного обеспечения проекта, необходимость введения дополнительных ограничений; возникновение предложений по совершенствованию проекта, изменения в системе управления качеством и др.

Подводя итоги главы, необходимо сделать следующие выводы.

Изучение опыта организации и развития стартапа АО «Сервис Промышленных Энергетических и Нефтегазовых Систем» позволило сформулировать алгоритм формирования первоначального финансирования стартапа, где эффективность обусловлена действием факторов: исключение риска ограничения реализации новой технологии вследствие неготовности потребителей к ее использованию, расширение кооперации с потребителями: в АО «СПЭНС» созданы условия для развития партнерского уникального бизнеса

Первоначальное финансирование стартапа должно базироваться на результатах исследования научно-технических и технологических аспектов, маркетингового потенциала стартапа, промышленно-производственной базы стартапа.

Управление рисками при реализации стартапа должно быть ориентировано на использование профилактики, диверсификации, лимитированиии, трансфере, страховании, резервировании, избежании риска.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенное исследование позволяет заключить следующее.

Значение инновационного предпринимательства в общественно-экономическом развитии страны заключается в реализации функции привлечения в экономику новых ресурсов, обеспечивая тем самым экономический рост, в выполнении важнейших социальных функций – роста интеллектуализации общества, появления новых профессий и рабочих мест.

Субъектами финансирования стартапов инновационных предприятий могут выступать возмездно и безвозмездно бизнес-ангелы, венчурные фонды, частные инвесторы, гранты, субсидии, краудфантинговые пожертвования, пожертвования спонсоров.

Первоначальное финансирование представляет собой один из важнейших аспектов управления развитием стартапов в инновационной сфере, должно быть реализовано с учетом

результатов анализа аспектов – научно-технический и технологический потенциал, маркетинговый потенциал, промышленно-производственная база, человеческий капитал, стоимостной потенциал.

В настоящее время в России появился класс инвесторов, которые, обладая временно свободными средствами, не имеют возможности решить, куда вложить свои средства, поскольку в условиях финансовой нестабильности многие традиционные инвестиционные инструменты потеряли привлекательность и перспективность, но приобрели достаточно высокую рискованность. В стране, как показывает опыт, появились инвесторы, готовые вложить значительные средства в перспективные стартапы.

Чтобы повысить инвестиционную привлекательность стартапов, наряду с идеей необходимо сформировать эффективную бизнес-идею, которая выглядит достаточно убедительно и имеет минимальный уровень неопределенности, хотя, как правило, речь идет о чем-то новом для пользователя, недостаточно проверенном и «раскрученном». Инвестор понимает, что неизвестно, как отреагирует аудитория на ту или иную идею, воспримет бизнес-модель, заинтересуется ли предлагаемыми товарами, работами, услугами, технологиями и пр. Но тщательно продуманная и грамотно презентованная бизнес-идея способна сломить его недоверие, поэтому начинающий предприниматель должен быть готов транслировать свою идею и бизнес-идею понятным доступным языков в среде потенциальных инвесторов. Кроме того,

поскольку у стартапа нет богатой истории, бренда и подобных инструментов привлечения инвесторов, его лидеру приходится предлагать неординарные решения, нестандартные бизнес-идеи, оригинальные модели функционирования своего предприятия.

Таким образом, наряду с общими ключевыми факторами успеха стартап должен выработать уникальные (оригинальные, выделяющиеся на общем фоне) идеи и бизнес-идеи, стремясь привлечь как можно больше ресурсов в свое развитие.

Попытки восполнить слабую активность сетей бизнес-ангелов в России посредством создания моды по созданию венчурных фондов не принесла и не принесет свои плоды. Венчурный фонд эффективно может работать только с подросшими технологическими компаниями, с долей рынка и которым недостает финансовых ресурсов и знаний в сфере финансирования. Сегодня венчурные фонды в России могут быть эффективными только в информационных отраслях Интернет, ПО и коммуникационные технологии. Проекты из других отраслей таких как: фармацевтика, медицина, биотехнологии, новые материалы, альтернативная энергетика являются крайне не выгодными для венчурных фондов из-за сильных административных, юридических и налоговых барьеров для ведения подобного бизнеса в России.

Способ первоначального финансирования технологических стартапов в России сетями бизнес-ангелов, к сожалению, пока не является основным, но может и должен стать главным инструментом финансирования в ближайшие десять лет, не смотря на все указанные выше минусы. Необходимо существенно

дорабатывать законодательные базы, как по защите инвесторов, так и авторов проектов.

В качестве решений по отдельным проблемам первоначального финансирования стартапов в России целесообразно организовать активное проведение профессиональных игр и конкурсов, обучающих программ, для развития мобильности бизнеса необходима поддержка и распространение накопленного полезного опыта в стране, где уже происходит взаимодействие действующего бизнеса и технологических проектов; необходимо организовывать открытые венчурные клубы и мероприятия, которых пока в стране нет.

Для увеличения эффективности государства целесообразно перенять опыт развитых стран в сфере регулирования отношений с малым бизнесом, защиты прав инвесторов и авторов проектов в полном объеме.

Изучение опыта организации и развития стартапа АО «Сервис Промышленных Энергетических и Нефтегазовых Систем» позволило сформулировать алгоритм формирования первоначального финансирования стартапа, где эффективность обусловлена действием факторов: исключение риска ограничения реализации новой технологии вследствие неготовности потребителей к ее использованию, расширение кооперации с потребителями: в АО «СПЭНС» созданы условия для развития партнерского уникального бизнеса

Первоначальное финансирование стартапа должно базироваться на результатах исследования научно-технических и

технологических аспектов, маркетингового потенциала стартапа, промышленно-производственной базы стартапа.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть первая и вторая: Федеральный закон от 30 ноября 1994 г. № 51-ФЗ // Собр. Законодательства РФ.- 1994. - № 32.- 1996.- № 5.
2. Федеральный закон от 25.02.1999 N 39-ФЗ (ред. от 28.12.2013) «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений» // Собр. Законодательства РФ.- 2014. - № 28.- 2014.- № 5.
3. Адизес И. Управление жизненным циклом корпорации / И.Адизес, перевод В.Кузин. – СПб.: Изд-во Питер, 2014. – 225с.
4. Акмаева Р.И. Инновационный менеджмент малого предприятия, работающего в научно-технической сфере: Учебное пособие / Р.И. Акмаева. - Рн/Д: Феникс, 2012. - 541с.
5. Барсуков Д.П., Скорчеллетти Д.С. Конкурентоспособность инновационного проекта: содержание, факторы, оценка //

Российское предпринимательство. — 2012. — № 4 (202). — с. 49-54.

6. Беляев Ю.М. Инновационный менеджмент: учебник для бакалавров / Ю.М. Беляев. - М.: Дашков и К, 2013. - 220с.
7. Бондаренко Т.Г., Исаева Е.А. Стартапы в России: актуальные вопросы развития // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ» Том 7, №5 (2015) http://naukovedenie.ru/PDF/83EVN515.pdf
8. Бочаров В. В. Инвестиции: Учебник /В. В. Бочаров. – СПб.: Питер, 2011. – 384с.
9. Ветров Н.П., Зыкова М.Е., Шманев С.В. Проблемы формирования инновационного развития экономики России // Вестник научно-исследовательского института развития профессионального образования. Серия «Экономика и управление». Вып. 1, 2013. – С. 136-144
10. Вишняков Я.Д. Инновационный менеджмент. Практикум: Учебное пособие / Я.Д. Вишняков, К.А. Кирсанов, С.П. Киселева. - М.: КноРус, 2013. - 326с.
11. Голубков Е.П. Инновационный менеджмент: Учебное пособие / Е.П. Голубков. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 184с.
12. Гудашова Л.Е. Предпринимательство в России: проблемы и особенности // Предпринимательство, № 2 (38), 2013. – с. 39 – 59.
13. Дасковский В.Б., Киселёв В.Б. Совершенствование оценки эффективности инвестиций / В. Б. Дасковский, В. Б. Киселев // Экономист. — 2011. — № 1. – 78с.

14. Деева А.И. Инвестиции: учебное пособие / А.И. Деева. – М.: Экзамен, 2012. – 436с.
15. Дубровская Е.С. Специфика конкурентоспособности инновационных проектов // Креативная экономика. — 2012. — № 12 (72). — с. 57-60.
16. Еленева Ю.Я., Абросимова О.С., Замлелая А.Т. Разработка методики классификации инвестиционных проектов в рамках создания системы стратегического управления затратами на инвестиционную деятельность // Российское предпринимательство. — 2010. — № 8 Вып. 2 (165). — с. 53-57.
17. Зайцев А.В. Построение эффективной системы управления рисками инновационного проекта в условиях высокой неопределенности // Российское предпринимательство. — 2012. — № 7 (205). — с. 32-36.
18. Зиновьев В. Н. Менеджмент: учебное пособие / В. Н. Зиновьев, И. В. Зиновьева. – М.: Дашков и К°, 2010. – 477с.
19. Игонина Л.Л. Инвестиции: Учеб. пособие / Л.Л. Игонина; Под ред. В.А. Слепова. – М.: Юристъ, 2012. – 480с.
20. Изосимов С.Н., Косякин С.И., Крутова А.В. Управление инициированием инновационных проектов // Креативная экономика. — 2012. — № 4 (64). — с. 62-66.
21. Инвестиции: Учеб. пособие /Под ред. М.В. Чиненова. – М.: КноРус, 2011. – 368с.
22. Казначевская Г.Б. Менеджмент: учебник / Г.Б. Казначевская. – Ростов-н-Дону: Феникс, 2012. – 452с.

23. Коротков Э.М. Менеджмент: учебник для бакалавров / Э. М. Коротков. – М.: Юрайт, 2012. – 640с.
24. Косарев А.С. Управление рисками инвестиционных проектов в сфере капитального строительства // Управление финансовыми рисками, №3, 2013. – 85с.
25. Курбанбаева Д.Ф. Развитие методологических подходов к оценке эффективности государственного стратегического управления инновационной деятельностью // Журнал правовых и экономических исследований. – 2012. - №4. – С. 108-111.
26. Лавриченко О.В. Системный подход к определению экономической эффективности инновационных проектов // Креативная экономика. — 2013. — № 11 (83). — с. 36-40.
27. Малинина С.Е. Проблемы оценки экономической эффективности инновационных проектов // Креативная экономика. — 2014. — № 4 (88). — с. 16-27.
28. Милюткина Н. Теоретические подходы к исследованию инновационно-инвестиционной деятельности // Актуальные проблемы науки, экономики и образования XXI века: материалы II Международной научно-практической конференции, 5 марта – 26 сентября 2012 года : в 2-х ч. Ч.1 / отв. ред. Е.Н. Шереметьева. – Самара: Самарский институт (фил.) РГТЭУ, 2012. – 384с.
29. Мировая экономика. Экономика стран и регионов: учебник для академического бакалавриата /В.П. Колесов и др.;

под ред. В.П. Колесова, М.Н. Осьмовой. – М.: Издательство Юрайт, 2015. – 519с.

30. Райс Э. Бизнес с нуля. Метод Lean Startup для быстрого тестирования идей и выбора бизнес-модели / Э.Райс, перевод А. Стативка. – М.: Изд-во Альпина Паблишер, 2013. – 258с.
31. Савзиханова С.Э., Шахбанова С.Р. Инновационные процессы в малом предпринимательстве как предпосылка модернизации отечественной экономики // Экономический анализ: теория и практика, № 18, 2011. – с. 14 – 19.
32. Соколова С.А. Роль инновационных стартапов в развитии высокотехнологичных секторов национальной экономики / С.А. Соколова // Экономика и предпринимательство. – 2014. – № 5 часть 2.,С. 45-51
33. Суровицкая Г.В., Кочергин А.В., Семин Д.И. Подходы к управлению затратами на качество инновационных проектов // Креативная экономика. — 2014. — № 7 (91). — с. 3-12.
34. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент: Учебник для вузов / Р.А. Фатхутдинов. - СПб.: Питер, 2013. - 448с.
35. Хазанович Э. С. Инвестиции: Учеб. пособие / Э. С. Хазанович. – М.: КноРус, 2011. – 320 с.
36. Хижина М.А. Анализ показателей эффективности инвестиционных проектов / М.А. Хижина // Проблемы современной экономики: материалы III междунар. науч. конф. (г. Челябинск, декабрь 2013 г.). — Челябинск: Два комсомольца, 2013. — С. 52-55.

37. Шустов А.А. Экспертиза инновационного проекта: сущность и необходимость ее проведения // Креативная экономика. — 2013. — № 12 (84). — с. 61-67.
38. Щетинцева И.А. Необходимость формирования инновационной экономики как вектор современного развития России // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление, № 8(14), 2011. С.20-24
39. Янковский К.П. Инвестиции: Учебник / К. П. Янковский. – СПб.: Питер, 2012. – 368с.
40. Якобсон А.Я. Инновационный менеджмент: Учебное пособие / А.Я. Якобсон. - М.: Омега-Л, 2013. - 176с.