

Научная статья

Original article

УДК УДК 336.4

doi: 10.55186/2413046X_2022_7_9_512

**СТРАТЕГИЯ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНВЕСТОРОВ ДЛЯ РАЗВИТИЯ
СТАРТАПА**

**STRATEGY FOR ATTRACTION OF INVESTORS FOR THE
DEVELOPMENT OF A START-UP**



Наминова Кермен Владимировна, эксперт по созданию и развитию бизнеса,
ИП Наминова К.В., E-mail: aginova85@yandex.ru

Naminova Kermen Vladimirovna, Expert on creation and development business, IP
Naminova K.V., E-mail: aginova85@yandex.ru

Аннотация. Статья посвящена вопросам разработки стратегии привлечения инвесторов с целью развития стартап-проекта. Определяется основная теория в области развития стартап-проекта, отмечаются характерные особенности формирования стартапов. Производится сравнение стартапа с малым бизнесом, подчеркивается, что развитие стартапа требует привлечения широкого инвестиционного капитала. В результате исследования формируется теория построения взаимодействия с инвестором, концепт построения стратегии и обосновывается итоговый вид элементов стратегии привлечения инвесторов для развития стартапа. Отмечается, что при построении стратегии взаимодействия, необходимо сегментировать потенциальных инвесторов, подстраивать стратегию под каждый выделенный сегмент и оценивать вероятность каждого

из сегментов по системе показателей; стратегия презентации стартапа должна строиться с упором на коммерческую выгоду, максимальную проработанность проекта и его детализацию, готовность к рискам и их проработка, наличие преимуществ для инвестора, конкретизацию направлений использования капитала и многих других.

Abstract. The article is devoted to the development of a strategy to attract investors in order to develop a start-up project. The main theory in the field of development of a startup project is determined, the characteristic features of the formation of startups are noted. A comparison of a startup with a small business is made, it is emphasized that the development of a startup requires the attraction of a wide investment capital. As a result of the study, the theory of building interaction with the investor, the concept of building a strategy are formed, and the final form of the elements of the strategy for attracting investors for the development of a startup is substantiated. It is noted that when building an interaction strategy, it is necessary to segment potential investors, adjust the strategy for each selected segment and evaluate the probability of each of the segments according to the system of indicators; a startup presentation strategy should be built with an emphasis on commercial benefits, maximum project elaboration and its detailing, readiness for risks and their elaboration, availability of benefits for the investor, specification of directions for using capital, and many others.

Ключевые слова: стартапы, привлечение инвесторов, принципы взаимодействия с инвестором, развитие стартапа, капитал, источники финансирования

Keywords: startups, attracting investors, principles of interaction with an investor, startup development, capital, funding sources

Введение. В современных неопределенных и кризисных условиях функционирования, вопросы развития бизнеса приобретают особую

значимость, подкрепляющуюся формированием новейших политик и ориентиров развития отечественной экономики – в соответствие с этим возникает особый разрыв между теорией продвижения бизнеса и практическими способами её реализации. Ко всему прочему, множество освободившихся ниш в структуре рынка стимулирует возникновение дополнительной активности, вхождения на рынок новых компаний и появление дополнительных возможностей развития.

Стартап, как форма организации инновационно-предпринимательской деятельности, в последние периоды становится все более распространенной практикой построения основ будущей перспективной бизнес-модели; если в 2020 г. суммарный объем стартап-инвестиций, по данным исследования The Untitled Ventures, составил более 780 млн. руб., то уже в 2021 г. данный показатель увеличился втрое [11]. Ключевая особенность стартапа представляется в виде наличия бизнес-плана развития, сохранения концепции или продвижения какой-либо значимой на современном этапе идеи развития (в основу закладывается инновационный или технологичный продукт); кроме того, стартап, зачастую, представлен в виде «молодой» компании, имеющей высокий потенциал в будущем развитии.

Сегодня одной из проблем развития перспективных стартапов становится отсутствие возможности привлечения инвесторов (усиливающихся на фоне оттока более «лояльного» иностранного капитала) – данные процессы в большинстве случаев организуются хаотично, без единой структуры, что не позволяет в полной мере развивать в том числе и достаточно значимые стартап-идеи. В этом вопросе одним из путей разрешения представленной проблемы привлечения инвесторов становится разработка соответствующих стратегий, строящихся с упором на высокую управляемость и вариативность подходов.

Таким образом, цель исследования – произвести теоретический анализ направлений и способов привлечения инвесторов для реализации стартап-проектов и разработать авторскую стратегию привлечения инвестиций для развития стартапа.

Материалы и методы. В качестве основных материалов данного исследования выступили открытые публикационные источники различных авторов, статистические данные, публикации средств массовой информации, официальные порталы государственных сайтов и инвестиционных фондов поддержки инноваций. Ключевыми методами исследования стали: теоретический анализ и синтез, сравнение, обобщение, сопоставление, дедуктивный и индуктивный методы, проектирование и моделирование.

Результаты и их обсуждение. В современной науке отсутствует общепринятое определение понятия «стартап», первое упоминание которого датировано 1976 годом [9]. Зачастую, исследователи склонны считать, что под стартапом стоит понимать особую раннюю бизнес-модель, построенную на развитии инноваций или каких-либо технических решений, имеющих за собой перспективы коммерциализации и продвижения в массы, использования в качестве одного из источников получения прибыли. Однако для стартапа наиболее значимым становится не только наличие самой идеи или разработки, но и возможность привлечения инвестиционного капитала, предоставляющего «старт» на реализацию представленных идей.

Сегодня стартапы в большинстве своем представляются в проектной форме, что частично облегчает задачи по привлечению инвесторов, поскольку проект предполагает наличие детально разработанной структуры будущего бизнеса (концепт, макет, представляющей детальный план продвижения бизнеса), имеющей все предпосылки для транслирования в реальную экономическую среду. Тем не менее, в отличие от «молодой» компании,

стартап, (который также является «молодой» компанией), отличается отсутствием необходимого количества капитала среди учредителей бизнеса, являясь экспериментальной разработкой и таким образом формируя условия возможного её воплощения. Детализированное сравнение стартапа и малого бизнеса (как приближенной к стартапу формы) представлено на рис. 1:

Стартап	Малый бизнес (ИП/юр. лицо)
<ul style="list-style-type: none"> • Ориентирована на развитие инноваций, в основе лежит перспективная идея, новейший концепт; • Имеет большие перспективы масштабирования - в зависимости от суммы привлеченных инвестиций осуществляет развитие и продвижение на новые рынки; • Цель функционирования - развить идею или технологичный продукт; • Распространенные источники финансирования: собственные средства, заемный капитал, средства инвесторов (фондовые, прямые пожертвования, долевое участие); • И др. менее значимые отличительные признаки. 	<ul style="list-style-type: none"> • Не обязательно может быть связан с инновационной идеей. Представляет возможным воспроизводство готовых моделей; • Зачастую, фокусируется на текущей бизнес-модели функционирования, стремится укрепиться на рынке, расширить клиентскую базу. Ключевая цель - получение прибыли, а не развитие; • Цель функционирования - извлечение прибыли; • Распространенные источники финансирования: собственные средства, заемный капитал; реже средства инвесторов; • И др. менее значимые отличительные признаки.

Рис. 1. Характерные отличия стартапа от малого бизнеса.

Источник: составлено автором по данным [1, 2, 13].

Обращаясь к рисунку 1, можно заметить, что стартап является более рискованной формой организации деятельности, поскольку строится исключительно вокруг инноваций и новых идей, развития концептов, которые ранее так или иначе не были реализованы на практике. Главные преимущества стартапа складываются из следующей совокупности факторов:

1. Быстрые темпы развития.
2. Стремление к постоянному расширению, ориентация на будущее, а не на текущее.
3. Мобильно-инновационный характер.

4. Меньшая материальная нагрузка.
5. Широкие инвестиционные возможности.

Однако важно также отметить, что развитие всех этих преимуществ и их возникновение в реальной практике строится исключительно на возможности привлечения инвестиционного капитала, поскольку стартап развивается за счет внешних поступающих денежных потоков. Интегрируясь, денежные потоки и преимущества обладают синергическим повышенным эффектом действия.

Теория формирования стартапа достаточно четко отражена в работах различных как отечественных, так и зарубежных авторов; её краткий анализ позволяет выделить следующие стадии формирования стартапа (рисунок 2):

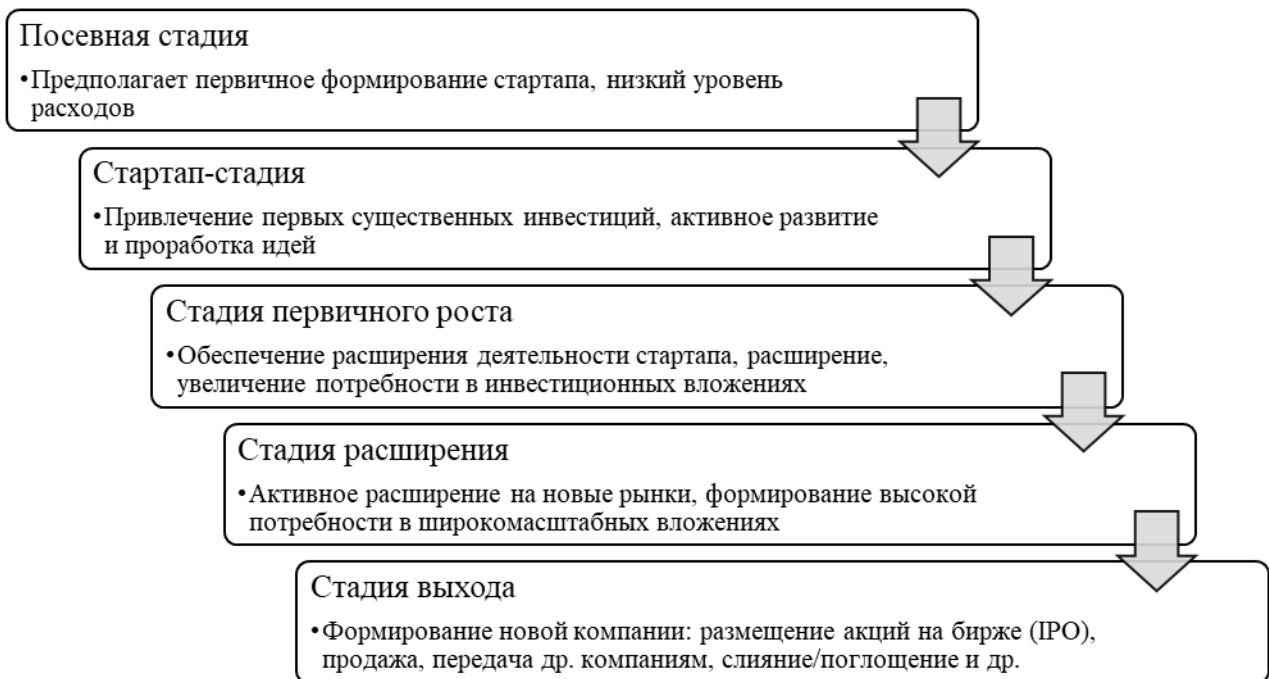


Рис. 2. Жизненный цикл формирования стартап-компании.

Источник: составлено автором по данным [6, 7].

Рисунок 2 показывает, что развитие стартапа имеет пять условно-переходных стадий, на каждой из которых формируются новейшие возможности по привлечению инвесторов; однако наличие этих возможностей

способствует возникновению все большего числа предъявляемых к стартапу требований от лица инвесторов и всевозможных фондов.

Так, на каждом из этапов, стартап должен обладать собственными исключительными конкурентными преимуществами на фоне других проектов, обеспечивать максимальное снижение рисков, их проработку и демонстрацию принятия «перед» инвесторами со стороны самой команды проекта. В ином случае это формирует дополнительные риски снижения привлекательности стартапа для инвесторов.

Поскольку работа направлена на рассмотрение и анализ конкретизированных элементов привлечения инвесторов для развития стартапа, целесообразно рассматривать в качестве основных три первых стадии развития стартап-проекта за основу построения деятельности, поскольку в процессе стадии расширения или выхода, стартап в большинстве своем имеет необходимые ресурсы и источники их формирования, обладает опытом привлечения широкого числа инвестиционных ресурсов [5]. С этой точки зрения, с учетом практического опыта автора работы, при построении стратегии привлечения средств инвесторов, необходимо придерживаться ряда основополагающих принципов, среди которых можно выделить следующие:

- принцип коммерциализации. Для большей части инвесторов, стартап-проект рассматривается как возможность вложения денежных средств в рисковом направлении, которое с определенной вероятностью сможет принести прибыль. Однако у данного принципа имеются ограничения в контексте применимости, если стартап направлен на некоммерческую деятельность;

- принцип системности стартап проекта. Предполагает создание такой структуры стартапа, в рамках которой он будет представлен как система, обладающая внутренними компонентами, определенной целью, идеей, раскрытым инструментарием и методами, обзором команды и так далее.

Система сможет четко отразить текущие взаимосвязи, наличие коммуникаций с внешними партнерами, представить ключевые возможности проекта;

- принцип максимальной сбалансированности. Стартап-проект должен представляться рационально, исключительно как элемент приобретения качественной и/или количественной выгоды. В этом контексте, траты инвестора должны быть сбалансировано направлены на самые важные точки развития проекта;

- принцип максимизации конкурентных преимуществ. Презентуемый проект в активной стадии поиска инвесторов должен обладать собственными отличительными чертами среди ряда других, что также должно сопровождаться наличием как можно большего числа «положительных аспектов», увеличивающих вероятность привлечения инвестиций;

- принцип демонстрации проработанности рисков и их принятия перед инвестором. В поле данного принципа задействуется прием выгодной трансляции «слабых» сторон проекта с инициативы самой команды, что позволяет фокусировать внимание инвестора не на проблемах, а на имеющихся предложениях и проработанных механизмах их устранения/исключения в случае наступления. Иначе говоря, инвестор, наблюдая высокую детализацию рисковой составляющей стартапа, будет предполагать наличие стратегий её нивелирования со стороны команды. Главная задача стартапа в таком случае заключается в демонстрации путей нивелирования перед инвестором, дабы обратить недостатки проекта в очередное его преимущество;

- принцип высокой детализации идей. Каждая идея проекта должна быть описана, представлена как элемент системы всего проекта, органично вписываться в общий концепт стартапа. При этом, идею необходимо преподносить четко, не обращаясь к абстрактным представлениям;

- принцип реализации маркетинговых стратегий. Позиционирование стартапа и реализация широкой рекламной кампании (при наличии ресурсов), становится одной из основ будущего привлечения инвесторов;

- принцип построения многосторонних каналов коммуникации с инвесторами. Предполагает ориентацию на широкий пользовательский круг, создание и запуск нескольких параллельно действующих механизмов привлечения инвестиционного капитала: пожертвования, участие в фондах, долевое участие, принятие средств на условиях возвратности и др. Потенциальные инвесторы должны быть сегментированы стартапом, с каждым из них должен формироваться собственный канал коммуникации, снабженный элементами обратной связи;

- принцип выражения опыта. В процессе поиска инвесторов, команда проекта должна выражать собственные амбиции и демонстрировать умение управлять проектом, разрешать нестандартные задачи, проявлять собственный опыт функционирования в сложных условиях [10].

Важно отметить, что итоговый состав принципов вариативен, и, ко всему прочему, не все из них реализуются в реальной практике при привлечении инвесторов. Тем не менее, их учет, как показывает практический опыт автора, позволяет повысить вероятность привлечения средств инвесторов, обеспечить больший приток капитала.

Перед непосредственным составлением стратегии взаимодействия с инвестором, необходимо уточнить, что итоговые вопросы привлечения капитала от инвесторов должны строиться с учетом сегментации стадий развития стартап-проекта, что предполагает ориентацию на различные типы инвесторов на различных стадиях проекта. Дифференциация стадий и возможностей привлечения инвесторов представлена на рис. 3:

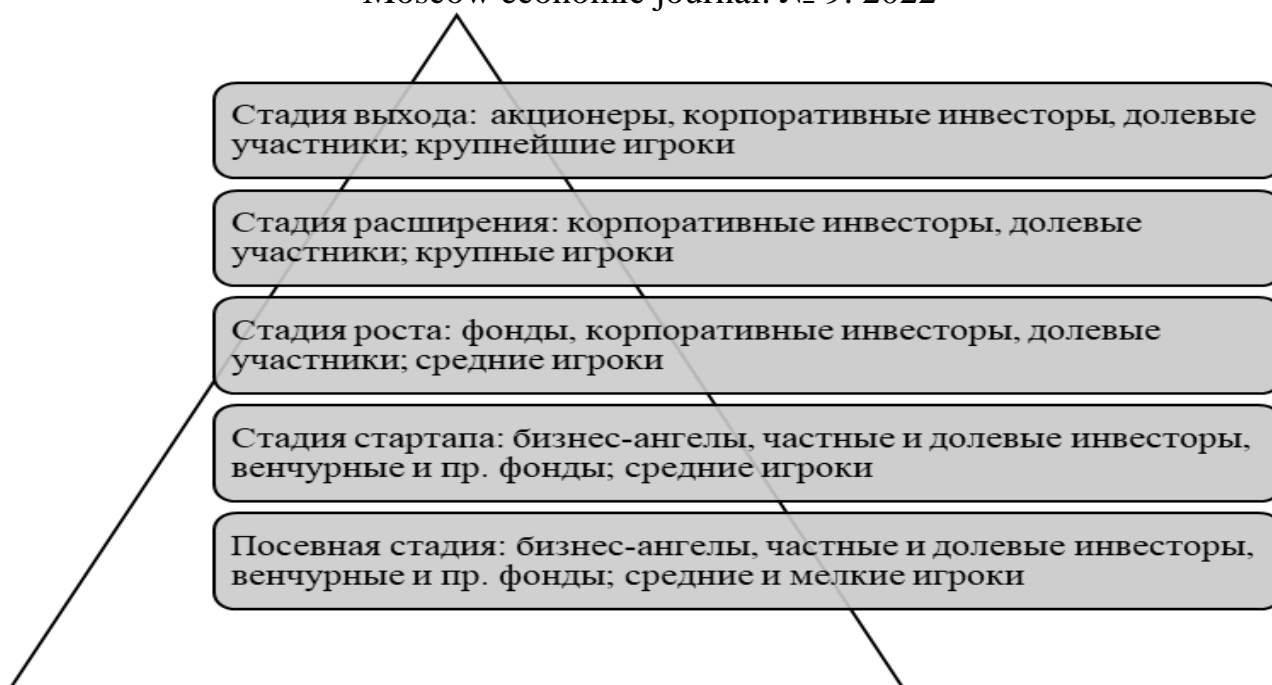
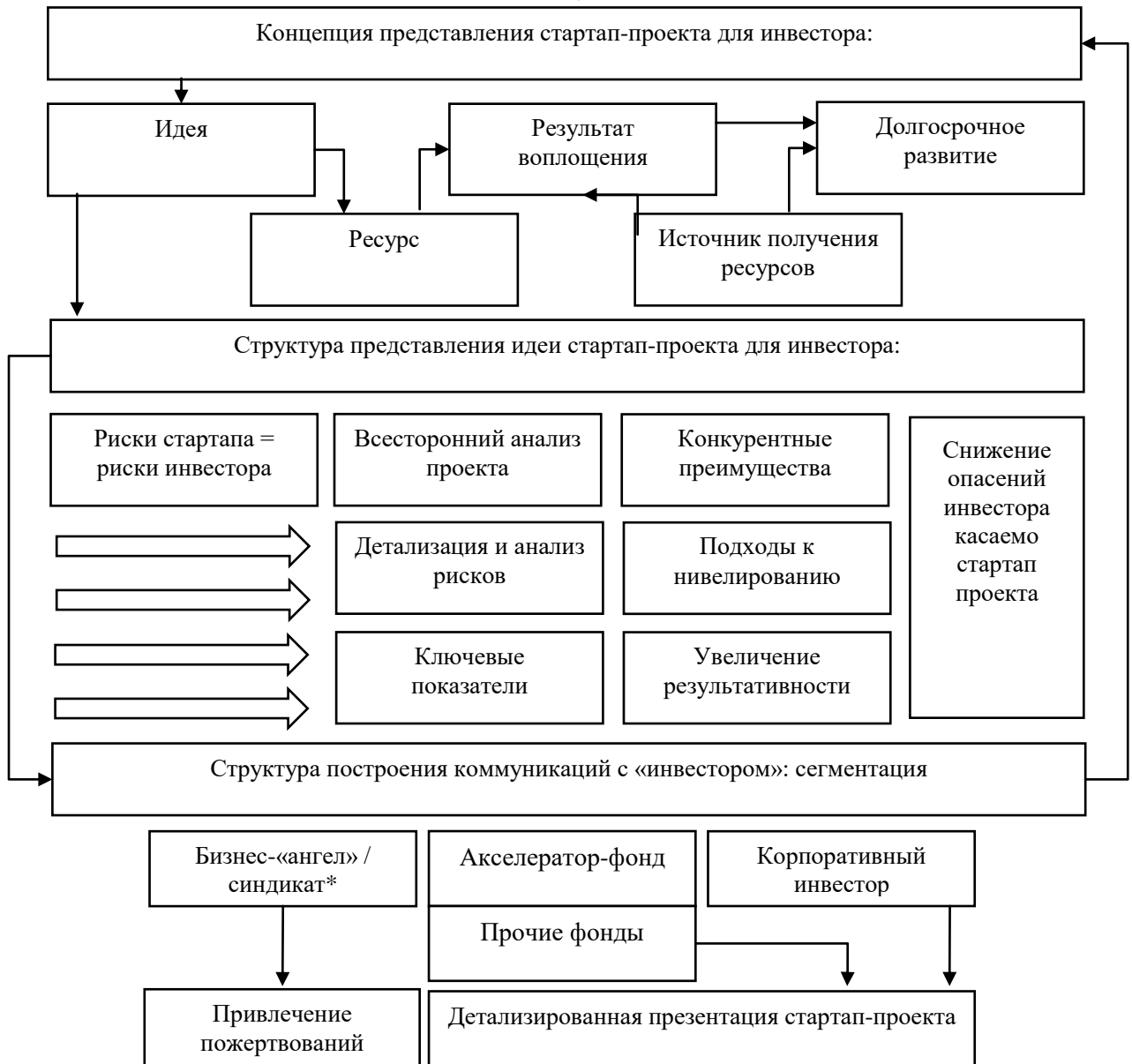


Рис. 3. Характеристика вероятных инвесторов на каждом из этапов реализации стартапа.

Источник: составлено автором по данным [8, 10].

Таким образом, принимая во внимание ранее представленные особенности, необходимо сформировать концептуальные основы построения стратегии взаимодействия с инвестором с целью привлечения капитала на развитие стартапа (рис. 4):



*Бизнес-ангел — это, как правило, состоятельное частное лицо, которое вкладывает в стартапы свои собственные деньги. Синдикат – группа бизнес-ангелов.

Рис. 4. Концептуальный механизм построения стратегии взаимодействия с инвестором.

Источник: авторские разработки

Представленный механизм построения стратегии взаимодействия с инвестором показывает наличие двух наиболее перспективных форм:

- привлечение пожертвований, ориентированное на частных инвесторов, бизнес-ангелов, их объединения и прочих заинтересованных в развитии стартапа лиц;

- детализированная презентация стартап проекта, предполагающая ориентацию на более крупных инвесторов, предполагающих извлечение из проекта особой выгоды и развития.

Как правило, взаимодействие с бизнес-ангелами и схожими группами инвесторов строится посредством коммуникации через сеть-интернет, что предполагает размещение страницы стартап-проекта и возможность направления прямых пожертвований. В работах ряда авторов (Д.А. Малимонов; А.Ю. Кораблев, И.В. Анисимов) приводится возможность использования блокчейн-токенов для работы с подобными инвесторами [3, 4].

Кроме того, ключевой идеей механизма является сегментация инвесторов, что предполагает не только их разделение на группы, но и ранжирование данных групп с точки зрения ряда факторов: вероятность привлечения необходимой суммы средств, платежеспособность, требовательность инвестора, и другие показатели, возможные к разработке со стороны команды стартап-проекта при детализации концепта [12].

С позиции исследования, особый проблематизированный характер приобретают вопросы построения взаимодействия, требующего детализации проекта и его специальной презентации перед потенциальным инвестором. Опыт автора позволяет сформировать следующую стратегию работы с данным типом инвесторов (рис. 5):



Рис. 5. Стратегия привлечения инвестиций для развития стартапа.

Источник: авторские разработки

Представленные на рис. 5 данные показывают, что при построении коммуникаций с инвестором при привлечении средств для развития стартапа, необходимо придерживаться следующей стратегии:

- позиционировать стартап-проект как преимущество для инвестора, выискивать коммерческую выгоду;
- формировать исчерпывающие представления о стартап-проекте и его концепции;
- выражать принятие и готовность к рискам, проработанность;
- выделять ключевые плановые показатели, выстраивать стратегию «минимума» и стратегию «максимума»;
- заранее подготавливать пакет документации;
- предлагать широкий перечень способов инвестирования и участия в развитии стартап-проекта;

- определять индивидуальные возможности корректирования условий сотрудничества с инвестором, предлагать особые выгоды, и др.

Построение коммуникации с инвестором в векторе соблюдения данных характеристик, в совокупности с соблюдением организационных, нормативных, деловых и прочих элементов построения взаимодействия, становятся основанием для увеличения вероятности привлечения инвестиций для развития стартапа, что подчеркивает высокую практическую значимость представленной авторской стратегии.

Её преимуществами являются: детализация, ориентация на приближенный к реальной практике характер, возможность оптимизации, построение коммуникации на правилах команды, а не инвестора (за счет занятия позиции «нападения», например, при демонстрации рисков и «неудобных» вопросов, заготовлении путей их преодоления). Все это показывает, что стратегия может быть применена как один из элементов развития стартап-идеи в векторе привлечения новых источников финансирования.

Заключение. Таким образом, результаты проведенного комплексного анализа вопросов формирования стратегии привлечения инвесторов для развития стартапа позволяют сделать следующие выводы:

1. Стартап как форма организации коммерческой деятельности, зачастую, представляется как перспективный концепт, идея, технологичное решение, технология, бизнес-модель, и др. элементы, формирующие широкие инновационные перспективы, имеющие шансы на воплощение в реальной практике. Число инвестиций в стартап-проекты в России неуклонно возрастает.

2. При построении стратегии взаимодействия, целесообразно сегментировать потенциальных инвесторов, подстраивать стратегию под каждый выделенный сегмент и оценивать вероятность каждого из сегментов по системе показателей. Это позволит определить наиболее эффективных и

вероятных инвесторов, взвесить риски и оптимизировать взаимодействие с каждой из категорий. Важно отметить, что для стартапа значимым становится каждый инвестор, готовый направить в том числе и незначительную сумму для поддержания развития идеи.

3. Непосредственно сама стратегия взаимодействия с инвестором, исключая детали, характерные для конкретной группы, должна строиться с упором на коммерческую выгоду, максимальную проработанность проекта и его детализацию, обеспечение готовности ответить на «неудобные» вопросы, с учетом возможности масштабирования проекта, наличия стратегии минимума и максимума, их сравнения для инвестора и многих других. Особое внимание необходимо уделять рискам стартапа и потенциально-долгосрочным и текущим выгодам для инвестора.

Так, перспективы дальнейших исследований связаны с практико-ориентированным воплощением представленных стратегий, концепций и механизмов на уровне конкретизированных стартапов с целью уточнения деталей, улучшения отдельных элементов и практической апробации, накоплению нового теоретического опыта.

Список источников

1. Евдокимова С.С., Кобышев М.С. Современные модели финансирования стартапов // Финансы и кредит. 2017. №6 (726). С. 341-352.
2. Как я нашла инвестора в свой стартап [Электронный ресурс]. URL: <https://journal.tinkoff.ru/angelinvest/> (дата обращения: 17.09.2022).
3. Кораблев А.Ю., Анисимов И.В. Ico как средство привлечения инвестиций для стартапов в России // Азимут научных исследований: экономика и управление: экономика и управление. 2018. №1 (22). С. 18-21.
4. Малимонов Д.А., ICO как форма привлечения капитала - сквозь призму нормативно-правового регулирования в РФ // Скиф. 2019. №3 (31). С. 200-205.

5. Марголин А. М., Синютин Л. П. Основные проблемы развития венчурной индустрии в России и методы их решения // Управленческое консультирование. 2022. №1 (157). С. 47-63.
6. Мзарелуа Л.П., Халяпин А.А. Особенности инвестирования в стартапы // Экономика и бизнес: теория и практика. 2020. №5-2. С. 86-89.
7. Морковина С.С., Степанова Ю.Н., Сухова В.Е. Инновационные механизмы взаимодействия стартапов и инвесторов в интернет-пространстве // Социально-экономические явления и процессы. 2014. №12. С. 168-173.
8. Новичкова И.В., Суслов Д.А. Основные вопросы финансового обеспечения стартап проектов // Бизнес-образование в экономике знаний. 2019. №3 (14). С. 71-73.
9. Обухова Е.А., Родионова Д.А. Методика оценки инвестиционной привлекательности инновационных проектов // Вестник Сибирского института бизнеса и информационных технологий. 2022. №2. С. 74-83.
10. Полякова Е.А. Особенности привлечения иностранных инвесторов к финансированию российских стартапов в современных условиях // Финансы: теория и практика. 2017. №3. С. 105-107.
11. Рейтинг Inc. Russia: 100 самых успешных стартапов 2021 года [Электронный ресурс]. URL: <https://incrussia.ru/understand/top-100/> (дата обращения: 14.09.2022).
12. Федорова Ф.Ш., Дещеревская Е.В. Учет психотипов людей как резерв роста эффективности лидерства в инновационном бизнесе // Современная конкуренция. 2015. №5 (53). С. 70-83.
13. Чем стартап отличается от малого бизнеса? [Электронный ресурс]. URL: <https://rb.ru/list/startup-small-business/> (дата обращения: 16.09.2022).

References

1. Evdokimova S.S., Kobyshev M.S. Sovremennye modeli finansirovanija startapov // *Finansy i kredit*. 2017. №6 (726). S. 341-352.
2. Kak ja nashla investora v svoj startap [Jelektronnyj resurs]. URL: <https://journal.tinkoff.ru/angelinvest/> (data obrashhenija: 17.09.2022).
3. Korablev A.Ju., Anisimov I.V. Ico kak sredstvo privlechenija investicij dlja startapov v Rossii // *Azimut nauchnyh issledovanij: jekonomika i upravlenie: jekonomika i upravlenie*. 2018. №1 (22). S. 18-21.
4. Malimonov D.A., ICO kak forma privlechenija kapitala - skvoz' prizmu normativno-pravovogo regulirovanija v RF // *Skif*. 2019. №3 (31). S. 200-205.
5. Margolin A. M., Sinjutin L. P. Osnovnye problemy razvitija venchurnoj industrii v rossii i metody ih reshenija // *Upravlencheskoe konsul'tirovanie*. 2022. №1 (157). S. 47-63.
6. Mzarelua L.P., Haljapin A.A. Osobennosti investirovanija v startapy // *Jekonomika i biznes: teorija i praktika*. 2020. №5-2. S. 86-89.
7. Morkovina S.S., Stepanova Ju.N., Suhova V.E. Innovacionnye mehanizmy vzaimodejstvija startapov i investorov v internet-prostranstve // *Social'no-jekonomicheskie javlenija i processy*. 2014. №12. S. 168-173.
8. Novichkova I.V., Suslov D.A. Osnovnye voprosy finansovogo obespechenija startap proektov // *Biznes-obrazovanie v jekonomike znaniy*. 2019. №3 (14). S. 71-73.
9. Obuhova E.A., Rodionova D.A. Metodika ocenki investicionnoj privlekatel'nosti innovacionnyh proektov // *Vestnik Sibirskogo instituta biznesa i informacionnyh tehnologij*. 2022. №2. S. 74-83.
10. Poljakova E.A. Osobennosti privlechenija inostrannyh investorov k finansirovaniju rossijskih startapov v sovremennyh uslovijah // *Finansy: teorija i praktika*. 2017. №3. S. 105-107.

11. Rejting Inc. Russia: 100 samyh uspešnyh startapov 2021 goda [Jelektronnyj resurs]. URL: <https://incrussia.ru/understand/top-100/> (data obrashhenija: 14.09.2022).

12. Fedorova F.Sh., Desherevskaja E.V. Uchet psihotipov ljudej kak rezerv rosta jeffektivnosti liderstvav innovacionnom biznese // Sovremennaja konkurencija. 2015. №5 (53). S. 70-83.

13. Chem startap otlišaetsja ot malogo biznesa? [Jelektronnyj resurs]. URL: <https://rb.ru/list/startup-small-business/> (data obrashhenija: 16.09.2022).

Для цитирования: Наминова К.В. Стратегия привлечения инвесторов для развития стартапа // Московский экономический журнал. 2022 № 9. URL: <https://qje.su/ekonomicheskaya-teoriya/moskovskij-ekonomicheskij-zhurnal-9-2022-16/>

© Наминова К.В., 2022. Московский экономический журнал, 2022, № 9.