

Стартапы: кто и откуда



Методология

Данное исследование посвящено сообществу технологических предпринимателей, которые работают в интернет-сегменте. При этом цель исследования - не только нарисовать портрет интернет-стартапера – возраст, пол, происхождение, сферы интересов, надежды, заблуждения, мотивацию, барьеры, мешающие успешному развитию, – но и дать контекст, в котором они работают.

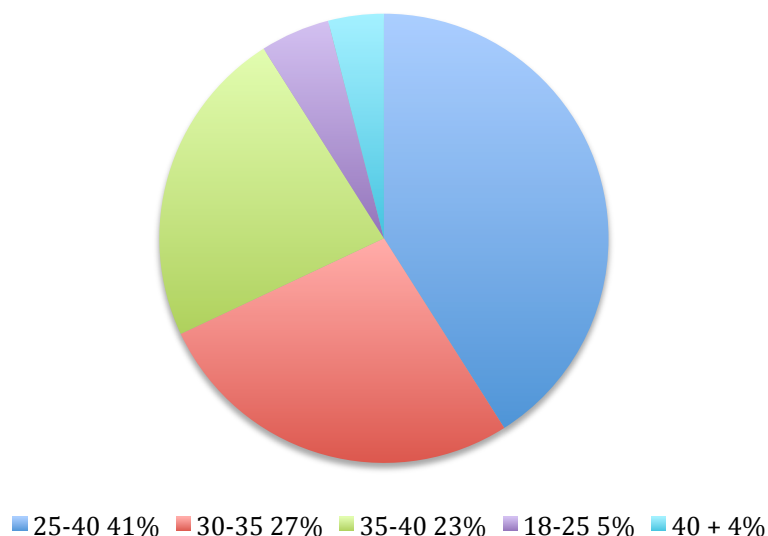
Для выявления компетенций, необходимых стартапам, их целей, взаимодействия с элементами экосистемы, при помощи Figma.ru, было проведено исследование в два этапа: анкетирование 100 стартапов на различных стадиях жизненного цикла и 30 глубинных интервью со стартаперами.

Демографическая картина

Возраст.

Подавляющему большинству опрошенных нами предпринимателей – 68% – 25-35 лет. Самому старшему участнику опроса – 47 лет. 5% опрошенных – молодые люди до 25 лет. Лишь 6% респондентов – девушки.

Возраст стартаперов.



Источник: опрос стартапов.

Любопытно сравнить ситуацию с другими рынками. По данным отчета Venture Capital Human Report, составленного компанией CB Insights в 2010 году на основе изучения руководителей 185 американских стартапов, 48% лидеров команд оказались в возрасте 35-44 лет, 29% в возрасте 26-34 лет и лишь 4% в возрасте 18-25 лет. Согласно общемировому исследованию GEM 2013 Global Report, если в таких

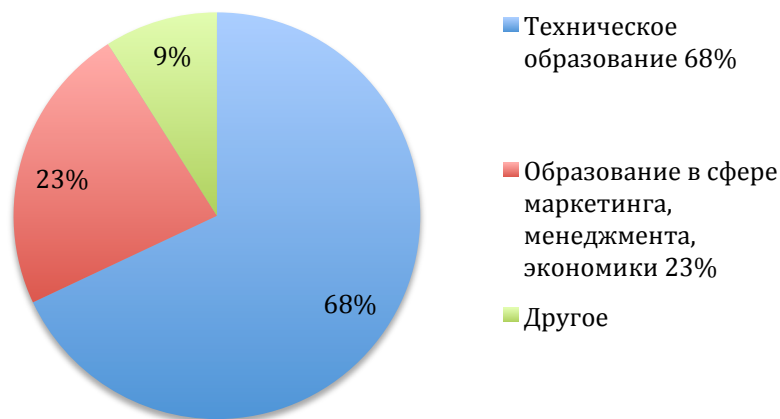
регионах, как Латинская Америка и Северная Африка, во главе компаний стоят люди в возрасте 25-35 лет, то в Северной Америке число предпринимателей такого возраста почти равняется числу предпринимателей в возрасте 35-44 лет.

Таким образом, ситуация в российской венчурной отрасли постепенно становится более близкой к положению на уже устоявшихся венчурных рынках. Правда, стоит отметить, что в нашем опросе принимали участие только руководители интернет-компаний. К слову, в таких отраслях, как промышленные технологии или биотехнологии, согласно Kauffman Foundation, средний возраст предпринимателя 40 лет.

Образование

Большинство предпринимателей, опрошенных нами – 68%, – получили первое высшее техническое образование, чаще всего в МГУ, МФТИ, МГТУ им. Баумана, МАИ, МТУСИ. Многие из руководителей стартапов получили дипломы по специальности «инженер» или «программист»; также часто открывают стартапы выпускники факультета ВМК МГУ. Однако существенная часть «технарей», развивающих бизнес, в конечном итоге получала МВА (по российским или зарубежным программам) или второе высшее образование в сфере экономики, менеджмента или маркетинга (процент «технарей» с дополнительным или вторым образованием, так или иначе, посвященным компетенциям в сфере развития бизнеса – 62%). 23% респондентов получили в качестве первого образование по специальности «экономика» или «менеджмент». Большинство фаундеров при этом окончили МГУ, НИУ ВШЭ или РЭУ им. Плеханова. Студентов или людей с неоконченным высшим образованием среди респондентов не оказалось.

Первое образование стартаперов.



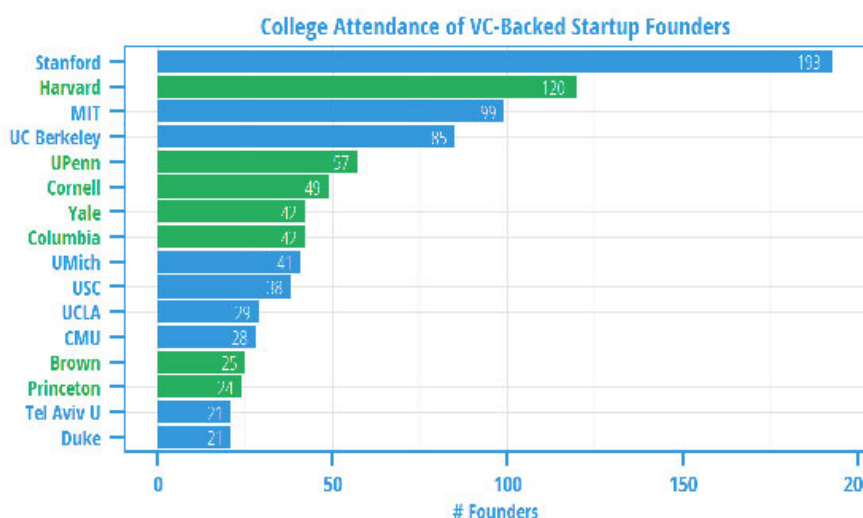
Источник: опрос стартапов.

Сравнение ситуации с образованием российских молодых предпринимателей с тем, где учатся американские стартаперы. Соответствующее исследование провел американский блогер Макс Вульф¹, изучив 2500 проинвестированных проектов.

¹ Max Woolf, WHICH UNIVERSITIES PRODUCE THE MOST SUCCESSFUL STARTUP FOUNDERS? [Электронный документ]: <http://minimaxir.com/2013/07/alma-mater-data/>

Практически все их основатели окончили известные авторитетные университеты. Лидерами стали Гарвард и Стэнфорд.

Первое образование стартаперов в США.



Источник: исследование Макса Вульфа.

Похожие результаты получили аналитики Reuters², которые изучили 88 стартапов из Кремниевой долины, получивших финансирование на серии А от одного из топ-5 венчурных фондов: Andreessen Horowitz, Benchmark Capital, Accel Partners, Greylock Partners, Sequoia Capital. 70 основателей проектов закончили Стэнфорд, Гарвард или MIT. Таким образом, следует отметить, что в престижных учебных заведениях, как правило, создается успешная среда для создания собственного бизнеса.

Прямые параллели с российскими предпринимателями не корректны, однако тренд похож – большинство наших респондентов выпускники престижных российских вузов: МГУ, НИУ ВШЭ или РЭУ им.Плеханова. Серьезное отличие состоит в том, что больше половины наших предпринимателей дипломированные технические специалисты (однако тоже из авторитетных вузов). Такова специфика местного рынка, где стартапы чаще всего открывают не менеджеры, а инженеры.

² Reuters: In Silicon Valley start-up world, pedigree counts [Электронный документ]: <http://www.reuters.com/subjects/series-a>

Согласно датскому исследованию Two's Company: Human Capital Composition and Performance of Entrepreneurial Pairs, наиболее перспективными являются стартапы с парой фаундеров, среди которых лидирует человек с техническим образованием, а помогает ему – коллега с бизнес-образованием. При этом пара фаундеров с неоконченным образованием или с отсутствием высшего, по данным датских исследователей, скорее всего не вырастят успешной компании. Впрочем, если верить их выводам, и стартапы, где у обоих руководителей высшее образование (или даже степень или второе высшее), вряд ли построят прибыльный бизнес – слишком велика вероятность, что один или оба основателя покинут стартап для более высокооплачиваемой работы³.

В конце 2011 года ресурс Gist.com провел исследование Education VS Experience in startup in the startup community, согласно которому 46% американских стартаперов получили степень бакалавра, 45% степень магистра, 2% опрошенных имели степень PhD и лишь 7% основателей компаний еще не завершили (или бросили) обучение на стадии бакалавриата (less undergraduate)⁴.

Startup Genome Report считает наиболее сбалансированной команду стартапа из одного «технаря» и одного «бизнесмена». Такие компании зарабатывают на 30% больше, рост их пользовательской базы почти в три раза выше, чем тех стартапов, которыми руководят только люди с техническим образованием.

География

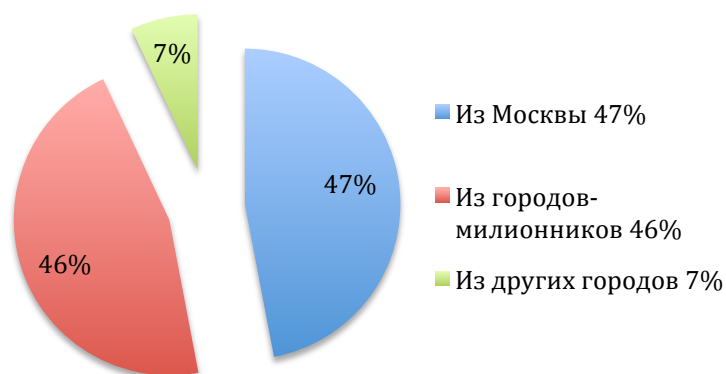
Около половины предпринимателей (47%), развивающих бизнес в Москве, оказались приезжими. Родными городами руководителей стартапов чаще всего оказывались: Казань, Екатеринбург, Челябинск, Томск, а также города Поволжья (Астрахань, Ростов-на-Дону). 77% переехали в Москву, чтобы поступить в вуз, 21% уже после окончания учебы.

Таким образом, подавляющее большинство молодых предпринимателей начинает свой профессиональный путь в крупных городах.

Происхождение стартаперов.

³ <http://www3.druid.dk/wp/20120012.pdf>

⁴ <http://agbeat.com/entrepreneur/study-finds-most-startup-founders-to-be-highly-educated/>



Источник: опрос стартапов.

При этом, следует повториться, что 77% начинают предпринимательский путь в Москве. В целом, это не очень позитивный тренд, потому что в стране, по сути, есть только один центр, где массово рождаются интернет-бизнесу. Последнее крупное исследование Startup Genome, проведенное в 2012 году, демонстрирует, что российская столица стала одним из динамично развивающихся мировых стартап-кластеров. Исследователи отметили, что у Москвы есть несколько крупных достоинств, среди которых:

- *Скорость перенимания новых технологий, процессов и бизнес-моделей;*
- *Достаточно высокий уровень талантов и развитость поддержки, менторства.*

Однако есть и недостатки.

Низкая активность инвесторов. В Москве вкладывают примерно 20% от инвестиций в Кремниевой долине. Здесь, однако, стоит дать комментарий – прямое сравнение с Долиной некорректно, хотя бы уже потому что это место скопления всех крупных мировых венчурных фондов.

Низкие показатели деятельности стартапов (выручка, потенциал). Также стоит отметить, что первые проинвестированные на волне стартап-движения проекты, сейчас только подходят к окончанию пятилетнего цикла, поэтому делать далекоидущие выводы очень рано.

Ранжирование мировых городов по привлекательности их инфраструктуры.

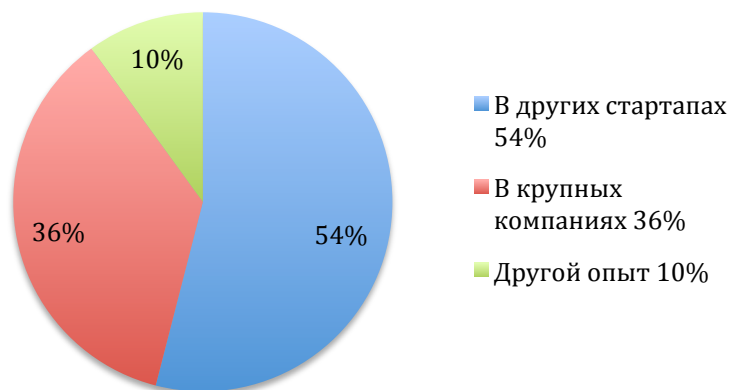
Ecosystem	Ranking	Startup Output Index	Funding Index	Performance Index	Talent Index	Support Index	Mindset Index	Trendsetter Index	Differentiation from SV Index
Silicon Valley	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Tel Aviv	2	2	1	12	5	5	9	17	18
Los Angeles	3	4	6	2	3	13	11	4	11
Seattle	4	19	7	6	2	4	6	11	14
New York City	5	3	4	8	12	9	8	7	8
Boston	6	10	1	7	7	8	7	5	20
London	7	7	5	10	9	2	3	14	17
Toronto	8	6	9	3	10	3	15	12	5
Vancouver	9	13	12	9	4	14	2	9	19
Chicago	10	8	15	5	14	7	13	18	9
Paris	11	14	13	4	17	6	12	15	6
Sydney	12	5	14	16	6	12	16	1	3
Sao Paulo	13	9	10	15	19	11	5	16	4
Moscow	14	16	19	18	11	10	14	8	2
Berlin	15	15	11	13	13	20	18	5	16
Waterloo	16	11	16	14	16	17	17	10	13
Singapore	17	18	8	19	8	16	20	19	12
Melbourne	18	12	17	20	15	18	19	3	15
Bangalore	19	17	18	17	18	15	10	20	10
Santiago	20	20	20	11	20	19	4	13	7
Moscow	14	16	19	18	11	10	14	8	2

Источник: Startup Ecosystem Report 2012.

Опыт

Среди опрошенных нами предпринимателей 54% уже имели опыт работы в стартапе – либо запускали свой собственный бизнес (причем 35% из них – не один раз, а несколько), либо работали в начинающих компаниях на позиции менеджера. В карьере 36% респондентов открытию стартапа предшествовала работа в крупных компаниях – главным образом на позициях линейных менеджеров, консультантов или разработчиков. Причем те, кто запускал бизнес, связанный со сложным ИТ-решением, работали в основном в технологических корпорациях (в частности, в российских подразделениях крупных международных ИТ-компаний); те, кто запустил стартап в сфере электронной коммерции или интернет-рекламы – покидали посты в мультибрендовых компаниях типа Unilever. Остальные 10% опрошенных до старта собственного проекта работали в разных местах, однако в основном в индустрии: повышали эффективность интернет-магазинов, продвигали сайты и т.д.

Опыт работы стартаперов до запуска собственного проекта.



Источник: опрос стартапов.

Интересно, что на вопрос «имеете ли вы предпринимательский опыт» утвердительно ответили 72% опрошенных. 96% респондентов при этом отметили, что имеют и менеджерский опыт, причем 24% из них рассказали, что работали на позиции менеджера более 5 лет.

Исследователи из университета Кларка (США) установили, что предприниматели с опытом работы в венчурной индустрии на ранних стадиях развития

стартапа привлекают финансирование быстрее, чем новички в отрасли. Это объясняется тем, что они сохраняют связи с инвестиционными фондами и бизнес-ангелами. На более поздних стадиях люди с предпринимательским опытом привлекают большие суммы при большей оценке компании, чем те, для кого запущенный стартап первый опыт развития бизнеса⁵.

Для сравнения, согласно отчету Kauffman Foundation The anatomy of an entrepreneur 2009 года, 52% фаундеров американских стартапов задумывались о карьере предпринимателя еще во время обучения в школе, 37,4% никогда не хотели быть бизнесменами, 13,3% были заинтересованы в этом мало или совершенно не заинтересованы. Среди тех, кто был действительно одержим идеей предпринимательства, 47,1% основали две и более компании. Лишь 41,4% опрошенных в рамках исследования запустили первый бизнес. Среднее число запущенных компаний на одного респондента оказалось 2,3⁶.

⁵ <http://www.clarku.edu/faculty/juzhang/pdf/SerialEntrep%20SBE%202011.pdf>

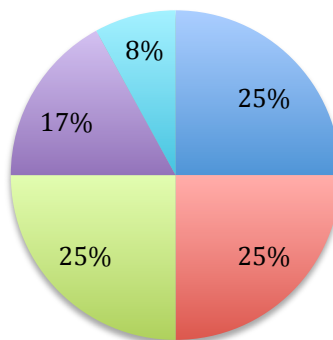
⁶ <http://www.kauffman.org/what-we-do/research/2010/05/the-anatomy-of-an-entrepreneur>

Источники идей

По результатам нашего опроса, российские предприниматели черпают идеи для бизнеса из нескольких основных источников.

Источники идей для стартапа.

- Собственная идея 25%
- Идея выросла в процессе работы над другим бизнесом 25%
- Целенаправленный поиск возможности для нового продукта 25%
- Идея выросла как усовершенствованный аналог зарубежного продукта 17%
- В бизнес пришел по приглашению друзей 8%



Источник: опрос стартапов.

Решение проблемы. 25% организовали бизнес, основываясь на необходимости разобраться с собственной проблемой и не найдя для нее решения среди существующих. Обычно после этого молодые люди обсуждали нужность продукта со знакомыми, родственниками и друзьями, убеждались в наличии потенциального спроса, а затем открывали компанию.

Побочный продукт. Еще у 25% респондентов идея возникла во время работы над другим проектом. Таким образом, побочный продукт становился для предпринимателей отдельным бизнесом. То есть основная компания не хотела делать спиноф, и автор идеи уходил в собственный проект. При этом часто из основной компании вместе с ним уходил коллектив разработчиков.

Следствие анализа рынка. 25%, уже будучи

предпринимателями, искали перспективные направления для нового стартапа. Часто о новых нишах и продуктах совместно думали 2-3 основателя, предыдущий совместный проект которых не «выстрелил». В таких ситуациях фаундеры анализировали мировые тренды, читали отчеты компаний уровня Gartner и McKinsey, внимательно изучали уже существующие решения на российском рынке.

Приглашение. 17% опрошенных оказались в числе софаундеров по приглашению друзей и знакомых.

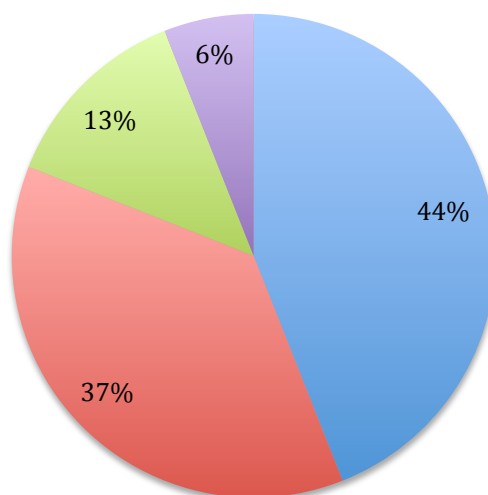
Западный опыт. 8% предпринимателей пришли к идее бизнеса, ориентируясь на зарубежные кейсы. В таких случаях рассказ друзей о том или ином американском сервисе или статья на TechCrunch об успешном западном стартапе подстегивала их улучшить идею, адаптировать ее к российским реалиям и развивать проект в нашей стране как независимый от «родителя» бизнес.

**Мотивация к
открытию
собственного дела**

По результатам опроса,, главным фактором, побуждающим к запуску стартапа, для российских предпринимателей оказалось стремление к независимости и свободе в принятии решений – так ответили 44%. «По-другому не получается. Чувствую в себе силы, интерес, желание и возможности к самостоятельным действиям», вот типичная позиция одного из респондентов» – вот один из их ответов.

Мотивы запустить проект у молодых интернет-предпринимателей.

- Независимость, свобода в принятии решений 44%
- Самореализация, мечта, интерес 37%
- Большие возможности дохода 13%
- Слава 6%



Источник: опрос стартапов.

Для 37% важным фактором оказалось желание реализовать себя, осуществить мечту, заниматься чем-то более интересным, чем предлагает им предлагала работа по найму. При этом важным фактором становилось осознание того, что предприниматель меняет устоявшуюся индустрию, берет на себя ответственность. «Предпринимательство это одна из отличных возможностей посмотреть, чего ты стоишь, применить знания и один из способов изменять окружающую реальность. В сочетании эти факторы порождают страсть и энергию, которая позволяет

работать по 18 часов в сутки и проходить через стресс на пути к своим целям», – еще одно типичное мнение, высказанное другим основателем проекта.

При этом немногочисленная группа опрошенных – 6% – отметила, что для них важна известность на рынке, попытка завоевать славу.

Впрочем, для 13% респондентов оказалась важна и денежная мотивация. «Запустил бизнес, потому что устал в офисе доказывать целесообразность некоторых маркетинговых решений. Решил, что проще самому запустить и заработать», – признался нам предприниматель в одном из интервью. «Работник по найму – это риск, особенно после 42-45 лет. Если тебя уволят, то вернуться очень сложно. Начал действовать заранее», – пояснил свое решение запустить бизнес другой респондент.

В целом результаты опроса выявили интересные тренды – финансовый мотив оказался на третьем месте, причем с заметным отставанием от «некоммерческих». Для информации отметим, что, согласно статистике в книге «Инфографика» издательства Манн, Иванов и Фербер⁷, 40% предпринимателей открывают бизнес именно из-за желания работать на себя, а 39%, согласно отчету, хотят увеличить уровень дохода. Мы предполагаем, что финансовый фактор оказался менее значимым у опрошенных нами, так как мы говорили, главным образом, с руководителями инновационных бизнесов. Другая любопытная статистика «Манн, Иванов и Фербер»: в России почти 3,7 млн. предпринимателей, что составляет 7% от взрослого населения. 68% жителей России положительно относятся к тем, кто ведет бизнес, а 24% не знают, как относиться к ним.

Любопытные тенденции показывает сравнение мотивации стартаперов из Москвы и Кремниевой долины, которое можно найти в отчете Startup Genome за 2012 год.

⁷ http://www.1prime.ru/infographics/20140131/776811897.html#photo_2

Сравнение экосистем Москвы и Силиконовой Долины.

Характеристики	Москва	Силиконовая долина
Мотивация (продукт vs влияние)	3.6 : 1.0	1 : 1
Покупатель (B2B vs B2C)	1.0 : 2.5	2 : 1
Рынок (новый vs ниша)	1.3 : 1.0	4 : 1

Источник: Startup Ecosystem Report 2012.

Как мы видим, и в этом исследовании видно, что московские (то есть пусть, российские) предприниматели больше концентрируются на разработке продукта, чем на бизнесе и его росте. Впрочем, вероятно, это может служить одним из тормозов при их развитии. Интересно также, что наши соотечественники ориентируются скорее на B2C.