

УДК 338.22.021.2

М. В. Кузнецов

ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский университет ИТМО»,
Санкт-Петербург, e-mail: max@raibo.net

АКСЕЛЕРАЦИЯ – АКСЕЛЕРАТОРОМ ЕДИНЫМ? ПРОБЛЕМЫ ПОДДЕРЖКИ ЦИФРОВЫХ СТАРТАПОВ

Ключевые слова: акселерация, поддержка стартапов, акселераторы, инкубаторы, технопарки, венчурный капитал, корпоративные акселераторы, стартап-студии.

Формы поддержки инновационной активности цифровых стартапов развиваются и трансформируются. Мы видим путаницу в наименованиях различных форм, а также проблемы стартапов в выборе наиболее релевантного способа акселерации и инкубации. В исследовании мы выделяем проблемы и риски взаимодействия стартапов с акселераторами, инкубаторами, технопарками, корпоративными акселераторами, венчурными фондами, поставщиками и сервисными агентствами, и стартап-студиями. Составлены сравнительные таблицы приоритетов и вовлеченности различных форм поддержки стартапов в зависимости от жизненной стадии стартапа, а также в зависимости от требуемых для развития ресурсов. Выделены вопросы для дальнейшего исследования.

М. V. Kuznetsov

ITMO University, Saint Petersburg, e-mail: max@raibo.net

ACCELERATION – BY THE ONE ACCELERATOR ONLY? PROBLEMS OF SUPPORTING DIGITAL STARTUPS

Keywords: acceleration, supporting startups, accelerators, incubators, technology parks, venture capital, corporate accelerators, start-up studios.

The forms of support for the innovative activity of digital startups are developing and transforming. We see confusion in the names of various forms, as well as problems for startups in choosing the most relevant way of acceleration and incubation. In the study, we highlight the problems and risks of interaction between startups and accelerators, incubators, technology parks, corporate accelerators, venture funds, suppliers and service agencies, and start-up studios. A comparative table of priorities and involvement of various forms of start-up support was compiled, depending on the life stage of the startup, as well as depending on the resources required for development. Issues for further research are highlighted.

Согласно рейтингу CB Insight: The Complete List Of Unicorn Companies на март 2021 года, Y Combinator, как пример наиболее успешного акселератора, является инвестором 13 из 610 единорогов – все еще частных стартапов с оценкой капитализации превышающей 1 млрд. долларов США. Другой известный акселератор родом из США – 500 Startups – только двух стартапов из этого списка. Страны лидеры по количеству стартапов-единорогов – США (304 стартапа), Китай (139), Великобритания (29), Индия (25). [1] Y Combinator был основан в США в 2005 году.

Исследование бизнес-инкубаторов и акселераторов Великобритании в 2017 году выявило 390 действующих организаций [2].

Первые бизнес-инкубаторы в России начали возникать с 1990 года, а акселераторы с 2009 [3]. Тем не менее пока что в списке CB Insights нет ни одного стартапа из России.

По оценке Б.Е. Токарева в России ежегодно запускаются более 3000 инновационных стартапов [4]. В мае 2018 года в России действовали 363 акселератора и бизнес-инкубатора. [5]. Пандемия усугубила ситуацию и по оценке А.А. Ким оказала «сильное негативное влияние на малый бизнес и деятельность стартап-акселераторов и бизнес-инкубаторов: приток инвестиционных денежных средств сократился» [6].

Возможно, момент оценки эффективности еще формирующейся Российской венчурной системы не настал, но мы уже имеем возможность проанализировать, какие трансформации прошли модели и формы поддержки стартапов, какие особенности и риски есть у разных моделей поддержки предпринимательства, и в каких случаях предпринимателям стоит ими воспользоваться.

Целью нашего исследования является сравнительный обзор форм поддержки инновационной деятельности стартапов. Мы выделим наиболее важные характеристики различных форм, выявим потенциальные риски и возможные негативные последствия их использования, а также соотнесем применение различных способов поддержки со стадиями развития стартапов.

В исследовании были использованы **методы** анализа открытых статистических данных и синтез, теоретический анализ и обобщение научной литературы, периодических изданий и материалов конференций и форумов о формах поддержки стартапов.

Акселераторы и акселерация

Акселераторы – краткосрочные, ограниченные по времени образовательные программы, запускаемые для когорты стартапов. Цель акселератора – передать большой объем информации за короткий период времени с помощью интенсивного взаимодействия с наставниками, потенциальными клиентами, директорами акселерационных программ, приглашенными спикерами и другими предпринимателями [7].

В исследовании С. Коэн и др. 2019 года, посвященному анализу 146 акселерационных программ, выделены следующие различия в дизайне акселераторов:

- величина когорты стартапов – от 4 до 128 стартапов в когорте;
- состав когорты стартапов – с фокусом на отрасль или характеристику предпринимателей;
- длительность программы акселерации – от 4 недель до 1 года;
- предоставление инвестиционно-финансовой поддержки – от 0 до USD 600K;
- размер доли стартапов, передаваемых в качестве вознаграждения акселератору – от 0 до 15%;
- характеристики наставничества для предпринимателей – кто выступает ментором и как часто происходит взаимодействие;
- предыдущий опыт основателей, советников и управляющих директоров акселераторов;
- качество образовательной программы;
- наличие офиса для совместной работы;
- наличие выпускного мероприятия – демо-дня;
- географическое положение;

- внешние стейкхолдеры и спонсоры программы – корпорации, государство, академии и университеты, инвесторы.

Авторы нашли наиболее сильную корреляцию между типом внешних стейкхолдеров и спонсоров и фокусом акселерационных программ. Спонсируемые государством и основанные директорами с опытом государственной службы акселераторы фокусируются на развитии экономики и регионов. Акселераторы, в которых основными стейкхолдерами выступают инвесторы – нацелены на максимизацию доходности стартапа [8].

Несмотря на то, что есть явная тенденция увеличения количества акселераторов не только в США и Европе, но и на развивающихся рынках – до сих пор нет эквивалентно крупного и успешного акселератора, сравнимого с Y Combinator. Этот акселератор ориентирован на инвесторов, действует как венчурный фонд посевной стадии и пользуется пристальным вниманием со стороны венчурных капиталистов [9].

Следовательно, так как участие в акселераторе является одним из способов привлечения инвестиций как от акселератора, так и от бизнес-ангелов и венчурных фондов – создается условие некоей конкуренции между акселератором и другими источниками финансирования. Цель демо-дня – собрать в одном месте большое количество потенциальных инвесторов и сделать узкое окно возможностей для инвестирования.

Таким образом, основным триггером к инвестированию выступает FOMO (fear of missing out) – страх упущенной возможности. Это подтверждается наблюдением экспертов о том, что наиболее успешные стартапы в когорте иногда привлекают инвестиции еще до завершения акселерационной программы.

Другими источниками привлечения посевных инвестиций могут быть гранты, собственные и заемные средства, другие бизнес-ангелы и венчурные фонды.

Конкурентное преимущество акселератора заключается в следующем:

1. Ранний доступ к информации о стартапе для валидации коммерческой жизнеспособности идеи и наличие экспертизы для ее подтверждения
2. Выверенная методика обучения предпринимателей практическим навыкам, влияющим на развитие их стартапов

3. Наличие сформированной сети инновационного развития для обеспечения взаимодействия предпринимателей с информацией, рынками, капиталом, клиентами, партнерами, экспертами через посредническую деятельность и выстраивание доверительных отношений.

Детальное планирование повышает шанс акселерационной программы на успех, но тем не менее надо учитывать следующие основные риски:

- недостаточное количество и качество стартап проектов;
- высокие издержки акселерационных программ;
- отсутствие коммерческого прогресса у стартапов;
- низкий уровень экспертизы менторов и консультантов [10].

Для преодоления этих рисков на развивающихся рынках, основная роль в организации сети инновационного развития переходит с независимых акселераторов и корпораций на **венчурные фонды**. Венчурные фонды выступают в качестве «инженеров экосистемы», а не только катализаторов [11]. Поэтому часто акселерационные программы организуются венчурными фондами и являются способом привлечения проектов в интересующей географии или отрасли. Что еще раз обозначает высокую значимость венчурного капитала в поддержке инновационных стартапов.

К недостаткам присоединения к акселератору со стороны стартапов можно отнести следующие:

- необходимость передачи доли стартапа в пользу акселератора;
- интенсивная и тяжелая работа в короткие сроки;
- значительное уменьшение поддержки после завершения акселерационной программы;
- риск отсутствия нужной сети инновационного развития у конкретного акселератора [9];
- необходимость предоставления большого количества информации и документов о деятельности стартапа;
- неподходящая образовательная программа для стартапов-резидентов.

Не все акселераторы могут обеспечить резидентам взаимодействие с международными представителями и инвесторами, что существенно ограничивает возможность

продвижения резидентов на зарубежные рынки [12].

Стоит отдельно выделить риски для стартапов, связанные с **корпоративными акселераторами**, где основным стейкхолдером, спонсором и выгодоприобретателем является корпорация, организующая акселерационную программу:

- Несовпадение целей между стартапом и корпорацией – привязанность к единственной большой корпорации может ограничивать свободу и коммерческую гибкость стартапа, и не всегда ясно, есть ли у корпоративного акселератора скрытый план, который противоречит целям стартапа.
- Замедление прогресса стартапа, так как в дополнение к достижению соответствия продукту рынку, стартапы должны достичь соответствия продукту ожиданиям корпорации.
- Чрезмерная защита через корпоративную поддержку от других рыночных сил, что может вести к упущению важной обратной связи, требуемой для развития стартапа.
- Конфликт интересов в развитии стартапами партнерских отношений с конкурентами и в разработке конкурирующих продуктов с продуктами самого корпоративного спонсора [13].

Данные противоречия являются причиной того, что в исследовании Startup Barometer 2020 предприниматели выделили корпорации как наименее полезных игроков рынка для развития стартап индустрии. Комментируя этот результат, А. Соловьев отмечает, что «корпорации так или иначе стремятся к применению все большего количества инструментов для взаимодействия со стартапами... Дело в завышенных ожиданиях стартапов: им кажется, что активность крупных компаний, имеющих большой финансовый ресурс, должна быть максимально высокой и заметной. Но не надо забывать о том, что у корпораций есть свои цели и интересы в области поиска и внедрения инновационных решений, которые стартапы не всегда способны удовлетворить. Кроме того, крупным компаниям требуется больше времени для серьезных изменений, в том числе в области работы с внешними инновациями» [14].

Что еще раз подтверждает важность совпадения в целеполагании между стартапом и акселератором. Если цель корпоративного акселератора – приобретение

корпорацией инноваций на ранней стадии, пока стартап не достиг коммерческого успеха – то чем дешевле инновация обходится для корпорации – тем лучше. И это прямо противоречит интересу стартапа в развитии в отдельную большую и самостоятельную организацию. Поэтому корпоративные акселерационные программы могут фактически являться методом сбора идей для дальнейшей проработки внутренними отделами или продвинутый рекрутинг целых команд с быстрым встраиванием в корпоративный поток.

С. К. Чиназирова выделяет следующие типы акселераторов в зависимости от целей акселерации. Классический акселератор – отбор и ускорение развития стартапов с целью последующей продажи доли в успешном проекте. Корпоративный акселератор – отбор и ускорение развития стартапов в отрасли корпорации с целью внедрения инноваций, покупки команды или технологии. ScaleUp акселератор – развитие действующих проектов в новых регионах. Социальный акселератор – развитие проектов социальной направленности [15].

Как мы видим в процессе акселерации помимо акселератора с командой и его управляющими директорами, участвует большое количество внешних рыночных игроков, как в роли экспертов и менторов, так и в роли потенциальных инвесторов.

В.Р. Смирнова в исследовании венчурных акселераторов отмечает, что «акселерационные программы начинаются с образования небольших, но особо ценных сетевых сообществ, в которые входит весьма ограниченное число предпринимательских групп и менторов высокого уровня, чей факт участия в деятельности сетевых сообществ важнее получения немедленного финансового вознаграждения. Их мотивирует собственный вклад в профессиональные сообщества, налаживание контактов с венчурными фирмами и другими менторами, возможность стать инвестором или занять руководящую должность в венчурном проекте» [10].

Для дальнейшей дискуссии мы сместим фокус исследования от модели поддержки – акселератора – на механизм поддержки – акселерацию [16]. Мы выявили что помимо акселераторов в акселерации стартапов участвуют – корпорации и венчурные капиталисты (в форме фондов, синдикатов, бизнес-ангелов и др.).

В акселерации и поддержке стартапов участвуют следующие участники рынка: технопарки, инкубаторы, стартап-студии и поставщики – сервисные агентства. Рассмотрим их подробнее.

Технопарки

Технопарки – исторически первая форма акселерации малых инновационных предприятий, придуманная в США после Второй мировой войны. Технопарк, организованный на базе Стэнфордского университета, положил начало Кремниевой долины. В России технопарки начали массово возникать на базе различных университетов с 1990 года.

Технопарк – это особый вид свободной экономической зоны для поддержки разработки наукоемкой продукции и форма поддержки малого инновационного и наукоемкого предпринимательства [17]. Распространение данной формы поддержки стартапов пришлось на времена, когда для запуска любого инновационного проекта требовалась значительная консолидация ресурсов – сотни сотрудников и сотни тысяч часов работы.

Технопарки классифицируют на «университетские, региональные и отраслевые, индустриальные, на базе наукоградов, сетевые, коворкинг-центры и другие». Ряд авторов выделяют ключевую роль государства в образовании технопарков. По мировой практике технопарки аккумулируют государственные и частные инвестиции.

Среди основных источников финансирования технопарков авторы выделяют «вклады учредителей и спонсоров; стоимость земли, на которой размещается парк; коммерческие кредиты; продажа доли в капитале парка; гранты и субсидии; реинвестирование прибыли; средства, полученные от продажи зданий, построенных парком и т. д.» [18].

В описании концепции четвертой спирали в развитии технопарков Н.Н. Молчанов отмечает, что в основном определения технопарка охватывают перечень входящих в него объектов – органы государственной власти, различные формы организации науки, учебные учреждения, производственные предприятия, организации, ответственные за инфраструктуру, а также другие элементы инновационной инфраструктуры, например – инкубаторы или акселераторы.

Дается следующее определение. «Технопарк – это неформальная организационно-экономическая структура (сеть), объединяющая организации, выполняющие НИОКР, образовательные услуги и промышленный бизнес (крупный и малый) с целью ускорения продвижения разрабатываемых технологий, товаров и услуг по инновационному циклу от создания до коммерциализации; функционирующая на базе отношений акционерной собственности (создание представителями науки и производства совместных предприятий), а также отношений купли/продажи объектов интеллектуальной собственности».

Основной проблемой отечественных технопарков является ориентация на своего единственного учредителя – как правило университета, и его неспособность предоставить поддержку инновационного предпринимательства мирового масштаба или даже региона или страны.

Основным барьером в развитии технопарков является необходимость создания инновационных центров с большим фокусом на вовлеченность бизнеса, а не только государства, науки и образования, с управлением и ограничением срока резиденции проектов в технопарке и обеспечением притока новых стартап проектов

Помимо этого, барьерами в развитии технопарков могут являться неизвестность бренда и слабое включение в международные информационные сети, земельные и инфраструктурные проблемы, и проблемы недостаточной государственной поддержки. Последняя кроме получения финансовой поддержки со стороны государства выражается в недостаточной совместной работе с законодательными и исполнительными органами в регионе и на федеральном уровне по получению других льгот экономического и правового характера.

В качестве необходимого элемента развития технопарка – «четвертой спирали» в создании инновации – авторы предлагают фокусироваться на роли покупателя как разработчика нового продукта и создавать совместную ценность через «диалог, предполагающий интерактивность, взаимопонимание и стремление к действию с обеих сторон (фирма, покупатель); доступ потребителя к информации, ресурсам и технологиям в разных точках взаимодействия; оценку рисков и информирование о них по-

требителей, которые могут затем осознанно принять часть рисков на себя; прозрачность информации, необходимую для возникновения доверия между отдельными людьми и организациями.»

Это особенно важно в реализации технически сложной продукции, когда создается технопарковая сеть с присущим большим объемом коммуникаций между участниками на всех стадиях взаимодействия в процессе создания совместной ценности. При этом, в зависимости от уровня со-инвестирования сотрудничество компаний по совместному созданию ценностей, входящих в сеть, может быть партнерским или контрактным [19].

Рассмотрение технопарка как формы поддержки стартапа актуально в момент времени, когда требуются большие офисные площади под размещение команды и оптимизация налоговой нагрузки.

Также рассмотрение данной формы поддержки стартапов может быть актуально для выхода на международные рынки и налаживания международных связей – тогда технопарк должен быть размещен на территории страны экспансии стартапа.

Инкубаторы

Рассмотрим подробнее **инкубаторы**. Как мы выяснили, инкубаторы и акселераторы являются важными элементами экосистемы поддержки стартапов.

Первый инкубаторы появились в форме творческих коммун в Великобритании в 1950-х годах, а в более привычной форме в США в начале 1960-х годов.

Исторически акселераторы произошли как ответвление в эволюции инкубаторов, которая имела место быть уже более 80 лет.

Таким образом инкубаторы и акселераторы не конкурируют, но дополняют друг друга. Акселератор фокусируется на предынвестиционной стадии стартапа, инкубатор – после получения инвестиций и во время эксплуатационной стадии жизни стартапа [3].

Тем не менее чаще всего именно инкубатор поддерживает стартапы на более ранней стадии – начиная с идеи.

Основным отличием инкубатора от акселератора является большие временные рамки – инкубаторы не ограничены сроком заранее продуманной программы и обычно взаимодействие стартапа с инкубатором происходит на протяжении нескольких лет [20].

Еще одним отличием инкубатора от акселератора является то, что инкубатор как правило не требует долевого участия в капитале стартапа.

Также как и акселераторы и технопарки, инкубаторы привлекают государственный и частный капитал, помогают предпринимателям в формировании команды и поддерживают стартап в процессе нахождения эффективной бизнес-модели.

Инкубаторы используются для привлечения не только финансовых ресурсов, но также информационного капитала и экспертизы, требуемой стартапу.

И аналогично акселераторам – отсутствие спроса на услуги инкубатора, выраженное в снижении потока стартапов, ведет к его закрытию [21].

В основном коммерциализация инкубаторов идет через подписание со стартапом договора на фиксированную плату в форме арендных платежей. Что объясняет причины дотационного характера многих инкубаторов, так как данный способ не интересен для частных инвесторов с экономической точки зрения.

Низкая инвестиционная привлекательность инкубаторов является главной проблемой развития этой формы как самостоятельного бизнеса.

К другим проблемам инкубаторов можно отнести недостаточные возможности поддержки, выражаемой в основном в предоставлении офисных помещений. В связи с распространением дистанционной работы команд – это все больше теряет актуальность, особенно для полностью цифровых стартапов.

А также слабая вовлеченность в реализацию стартапа самого инкубатора, (недостаток менторской поддержки) и недостаточно жесткий конкурсный отбор стартапов.

В России все эти минусы приводит к низкому проценту успешных стартапов на выходе из инкубаторов – около 27%, хотя в развитых странах этот показатель достигает 88% [3].

Поставщики и сервисные агентства

Рассмотрим практику привлечения поставщиков и сервисных организаций как источников акселерации. В исследовании 2021 г. о возможности мобилизации поставщиков при создании новых стартапов А. Ла Рокка выделяет, что есть отличия в при-

влечении поставщиков в существующие предприятия.

Варьируются возможности привлечения от использования поставщиков в закупках четко определенных существующих ресурсов и до совместной разработки различных ресурсов с поставщиками. Важно обращать внимание на контекст, удаленность стартапа от рыночных реалий, и взаимодействие между управленцами поставщика и стартапа.

Привлекательность стартапа как клиента для поставщика также опирается на отличные стимулы от тех, которыми поставщики руководствуются при работе с обычными предприятиями. В случаях со стартапами поставщики руководствуются:

- наличием стимула для инноваций и развития новых компетенций, которые могут быть использованы в текущем бизнесе поставщика;
- репутационными преимуществами и престижем;
- личным удовлетворением управленцев от взаимодействия с командой стартапа.

Хотя привлекательность стартапа конечно же связана с его перспективами и характеристиками, возможно она в первую очередь связан с проблемами и возможностями, с которыми поставщик сталкивается в собственном бизнесе [22].

Таким образом стартапу в работе с поставщиками также важно выделять цели и мотивы поставщика как источника акселерации. Поставщики могут фокусироваться на качестве и объеме оказанного сервиса, оставляя интерес в успехе стартапа на втором плане. В таком случае акселерация является вторичной функцией к увеличению объема оказываемых услуг и неизбежен конфликт интересов, для решения которого важна вовлеченность менеджеров с обеих сторон.

Стартап-студии

Еще одной формой акселерации, которая обрела особенную популярность в последние года, является **стартап-студия**. Ее особенность в объединение известных ранее моделей поддержки инновационных стартапов, таких как акселераторы, инкубаторы, бизнес-ангелы и корпоративной формы поддержки инноваций [23].

Цель стартап-студии – создание новых стартапов на регулярной основе. Стартап-студии выступают в роли сооснователя

в проекте, получая в качестве вознаграждения долю в стартапе.

Основополагающее отличие от акселератора – не привязанность к краткосрочным программам. А выстраивание долгосрочной совместной стратегии развития стартапа вместе с основателем.

Роль сооснователя стартап-студии заключается в том, что сотрудники студии в составе одного из опытных предпринимателей и нескольких профильных специалистов, входят в команду стартапа и работают над ним либо до вывода проекта на стабильный уровень развития, либо до его закрытия в случае отсутствия положительных коммерческих результатов.

В роли основателей и руководителей стартап-студии чаще всего выступают опытные предприниматели. Ключевым преимуществом является знание новейших практик создания и последующей продажи стартапов.

В роли основателя стартапа в данной модели может выступать как сотрудник стартап-студии, один из основателей или руководителей – внутренний источник идей, так и внешние предприниматели – внешний источник идей. Чаще всего эти два подхода дополняют друг друга [24].

Исследователи отмечают значительный положительный эффект на рост объема рабочих мест у стартапов, которые поддерживаются стартап-студиями, в отличие от отсутствия такого эффекта у частных акселераторов.

Стартап-студии снижают риски запуска стартапов для внешних стейкхолдеров и предпринимателей, предоставляют широкий спектр сервисов, включая маркетинг, разработку, найм кадров и позволяют стартапам быстрее получать знания и снижать время, требуемое для вывода стартапа на рынок [25].

Несмотря на выделенные преимущества и претензию на инновацию в самой сфере создания инноваций [26], степень научной разработанности организационной модели стартап-студии остается низкой [27]. В разных исследованиях данная модель носит различные названия, происходит смешение данной модели с инкубаторами и акселераторами. Одни переименовываются в другие.

Например IdeaLab, выделяемые как инкубатор в одном исследовании [20], обозначаются как первая стартап-студия в других

[28]. На собственном сайте IdeaLab разделяют деятельность инкубатора и стартап-студии IdeaLab Studio [29].

Ассоциация стартап-студий формулирует, что стартап-студией является та организация, которая владеет долей от 15% в стартапах, над которыми ведется работа [30]. Что выше, чем акселераторы и даже порой венчурные фонды. Таким образом по уровню владения долей в стартапе, стартап-студию можно рассматривать по аналогии со стратегическим инвестором, но на ранней стадии.

Сравнение и выводы

Акселерация, как новый термин, обозначающий поддержку роста бизнеса, не является новой сущностью. В той или иной степени, всегда существовали способы ускорения развития новых предприятий и альтернативы акселератору.

Ниже представлены две сравнительные таблицы приоритетов и вовлеченности в поддержку стартапов разных участников рынка. В таблице 1 мы соотносим со стадией жизненного цикла стартапа. В таблице 2 – с ресурсами и видом поддержки, который стартапы ожидают получить от участников рынка.

Если принять, что время, требуемое на развитие стартапа составляет от 2 до 12 лет, а программы акселерации идут от 2 до 12 месяцев, то мы можем посчитать разницу в 12 раз. И это значит, что даже если официальная часть акселерационной программы имеет явную ограниченность во времени, акселерационная сеть (сообщество) – нет. И его планирование должно включать горизонт событий в 10-20 лет.

Стартапу при выборе формы поддержки следует в первую очередь выявлять мотивацию и стимулы организации поддержки, а также смотреть на состоятельность сети инновационного развития и потенциальные возможности увеличения коммерциализации, который каждый из участников рынка может предоставить. Совпадение целеполагания между стартапом и формой акселерации является критичным.

Осознанное участие и сотрудничество всех игроков экосистемы способно преодолеть низкий сетевой эффект имеющихся сетей инновационного развития.

Исследователи отмечают, что для этого возможность поддержки должна составлять порядка 20% от всех стартапов в регионе [31].

Таблица 1

Приоритеты и вовлеченность различных участников рынка в поддержку стартапов в зависимости от стадии жизненного цикла

	Техно-парки	Инку-баторы	Акселераторы	Корпоративные акселераторы	Венчурные фонды	Стартап-студии	Поставщики
Исследование							
Определение проблемы							
Формулирование решения							
Прототипирование продукта							
Тестирование продукта							
Подтверждение коммерческой жизнеспособности							
Масштабирование продаж и продукта							
Выход – продажа стартапа							

Примечание. Собственная разработка автора на основе [30]

-  – очень низкий приоритет и вовлеченность
-  – низкий приоритет и вовлеченность
-  – высокий приоритет и вовлеченность
-  – очень высокий приоритет и вовлеченность

Практики констатируют, что на данный момент в России работают менее 10 команд акселерации и инкубации, которые действительно помогают стартапам [32]. Остальные, к сожалению, не имеют значительного успеха в построении сети инновационного развития.

Из чего можно предположить, что отсутствие успешных стартапов может быть связано с недостаточной степенью развития форм поддержки стартапов. Или допущению ошибок в ее организации и развитии.

Вопросы дальнейшей дискуссии

Несмотря на недостаточность количества организаций, поддерживающих стартапы, складывается ощущение, что инфраструктуры поддержки уже создано больше, чем результата в виде успешных стартапов. И возникают вопросы, требуемые дальнейшей дискуссии.

Во-первых, как оценить эффективность форм поддержки стартапов?

Y Combinator оценивает результаты своей деятельности следующим образом – \$300B+ combined valuation, 125+ companies

valued at \$150 million+, 60K+ jobs created. Среди наиболее успешных стартапов – AirBnB, DoorDash, DropBox, Stripe, Reddit, GitLab, Amplitude, Coinbase, Twitch, MatterPort, Heroku, 9gag и много других [33].

По примеру Y Combinator мы видим, что количественными метриками может служить денежный оборот стартапов или количество созданных стартапами рабочих мест.

Качественными метриками может служить оценка эффективности работы созданной сети инновационного развития, выраженная в увеличении количества успешно поддержанных стартапов. Именно из сетевого эффекта складывается эффект синергии и происходит рост количества вовлеченных экспертов и предпринимателей, который позволяет укреплять результаты деятельности всех последующих потоков акселерационной программы. Отсутствие прогресса в формировании сети инновационного развития, когда критическая масса экспертизы не набирается, ведет к снижению интереса стартапов к акселерационной программе, и как следствие – к ее закрытию.

Приоритеты и вовлеченность различных участников рынка в поддержку стартапов в зависимости от предоставляемых ресурсов

	Техно-парки	Инку-баторы	Аккселе-раторы	Корпора-тивные аккселе-раторы	Венчурные фонды	Стартап-студии	Постав-щики
Деньги, инвестиции							
Контакты и связи							
Помощь в продвижении продукта							
Продвижение на отраслевых мероприятиях							
Поездки в другие страны для зна-комства с другими рынками и обмена опытом							
Налоговые льготы							
Введение политики поощрения пред-принимательской деятельности							
Снижение барьеров входа на рынок							
Создание инфраструктуры (коворкинги, лаборатории, образовательные инициативы)							
Помощь в подборе кадров							

Примечание. Собственная разработка автора на основе [13]

-  – очень низкий приоритет и вовлеченность
-  – низкий приоритет и вовлеченность
-  – высокий приоритет и вовлеченность
-  – очень высокий приоритет и вовлеченность

Поиск и выделение возможных факторов и методов оценки эффективности акселерации и поддержки стартапов является необходимым вектором будущих исследований.

Во-вторых, какая взаимосвязь между развитием сети интернет и цифровых технологий и моделей поддержки цифровых стартапов?

Акселерация чаще всего применяется к цифровым стартапам. Можно проследить взаимосвязь трансформации методов поддержки с развитием информационных технологий, в частности сети Интернет. Вместе с переходом к Web 3.0 подвергаются трансформации и методы акселерации цифровых

стартапов. Обзор методов и форм акселерации через призму развития сети Интернет является еще одной потенциальной темой дальнейшего исследования.

В-третьих, какие изменения и инновации должны поддерживать различные формы поддержки стартапов?

Исследователи отмечают, что программы акселерации увеличивают возможность привлечения инвестиций в социально-ориентированные стартапы. Но работает ли это на развивающихся рынках? [34]

В-четвертых, как влияют специализация и размер формы поддержки на развитие и успех стартапа? [35]

В-пятых, какие отличительные характеристики должны быть у формы поддержки стартапов для построения глобального продукта? [36]

В-шестых, какая роль в развитии венчурной экосистемы лежит на государстве и государственных учреждениях, и насколько эффективно эта роль выполняется?

Библиографический список

1. CB Insight: The Complete List Of Unicorn Companies [Электронный ресурс]. URL: <https://www.cbinsights.com/research-unicorn-companies> (дата обращения: 29.03.2021).
2. Bone J., Allen O., Haley C. Business incubators and accelerators: The national picture, BEIS Research Paper, No. 2017/7, UK Government, Department for Business, Energy & Industrial Strategy, London [Электронный ресурс]. URL: <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/196202/1/2017-07-business-incubators-accelerators-uk-report.pdf> (дата обращения: 29.03.2021).
3. Найденов В.И. Бизнес-инкубатор и бизнес-акселератор как элементы инфраструктуры развития малого предпринимательства: сравнительная характеристика и проблемы деятельности // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2018. №2 (71). С. 96-99.
4. Токарев Б.Е. Количественный анализ инновационных стартапов в России // Управление. 2020. №2. С. 20-29.
5. Карта действующих Акселераторов и Бизнес-инкубаторов в России (по состоянию на 01.05.2018). [Электронный ресурс]. URL: <http://www.oneup.ru/analytics/innomap> (дата обращения date: 15.04.2021).
6. Ким А.А., Дворецкий С.В. Влияние пандемии на деятельность стартап-акселераторов и бизнес-инкубаторов в РФ // StudNet. 2021. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-pandemii-na-deyatelnost-startap-akseleratorov-i-biznes-inkubatorov-v-rf> (дата обращения: 29.03.2021).
7. Cohen S.L., Bingham C.B., Hallen B.L. The Role of Accelerator Designs in Mitigating Bounded Rationality in New Ventures. *Administrative Science Quarterly*. 2018. 000183921878213. DOI:10.1177/0001839218782131.
8. Cohen S., Fehder D.C., Hochberg Y.V., Murray F. The design of startup accelerators. *Research Policy*. 2019. V. 48. Iss. 7. P. 1781-1797. DOI: 10.1016/j.respol.2019.04.003.
9. Богдан Е.В. Плюсы и минусы использования бизнес-акселераторов. Перспективы и задачи бизнес-акселераторов в России и в мире // От научных идей к стратегии бизнес-развития: сборник статей-презентаций научно-исследовательских работ студентов, магистров, аспирантов, молодых ученых – участников Международной Межвузовской Студенческой конференции. 2018. С. 229-236.
10. Смирнова В.Р., Воинов А.И. Венчурные акселераторы в мировой и национальных инновационных экономиках // Экономические науки. 2018. № 163. С. 25-31.
11. Sun S.L., Chen V.Z., Sunny S.A., Chen J. Venture capital as an innovation ecosystem engineer in an emerging market. *International Business Review*. 2019. V. 28. Iss. 5. 101485. DOI: 10.1016/j.ibusrev.2018.02.012.
12. Коршунова Е.Д., Смирнов С.Д. Инновационные акселераторы: бизнес-инкубатор и технопарк как инструменты поддержки и развития стартапов // Инновации. 2015. №8 (202). С. 31-35.
13. Ка Вы Дык Ань. Роль корпоративных акселераторов во взаимосвязи корпораций со стартапами // Стратегии бизнеса и их интерационализация: сборник по итогам Всероссийской научно-практической конференции. М.: Издательский дом «Реальная экономика», 2020. С. 79-83.
14. Startup Barometer 2020. Исследование рынка технологического предпринимательства в России. [Электронный ресурс]. URL: <https://vc-barometer.ru/> (дата обращения: 29.03.2021).
15. Чиназирова С.К., Водождокова З.А., Гишева С.Ш., Хуажева А.Ш. Акселераторы для ускорения роста бизнеса // The scientific heritage. 2020. № 54. С. 48-51.
16. Shankar R.K., Clausen T.H. Scale quickly or fail fast: An inductive study of acceleration. *Technovation*. 2020. V. 98. 102174. DOI: 10.1016/j.technovation.2020.102174.
17. Солдатова А.О. Технопарк как элемент современного инновационного развития // Управление инновациями: теория, методология, практика. 2015. №14. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tehnopark-kak-element-sovremenno-go-innovatsionnogo-razvitiya> (дата обращения: 29.03.2021).
18. Унтура Г.А. Трансформация технопарка в инновационный центр // Вестник Санкт-Петербургского университета. Экономика. 2014. №4. С. 76-102.
19. Молчанов Н.Н., Молчанов А.Н. Технопарки – концепция «Четвертой спирали» // Инновации. 2014. №7 (189). С. 39-46.
20. Столярова Е. В. Международный опыт использования акселераторов для создания цифровых инноваций // Цифровая трансформация. 2020. № 3 (12). С. 17–30. DOI: 10.38086/2522-9613-2020-3-17-30.

21. Корнышев О.О. Влияние бизнес-инкубаторов и акселераторов на развитие малого и среднего бизнеса в России // *Colloquium-journal*. 2019. №7 (31). С. 46-47.
22. La Rocca A., Snehota I. Mobilizing suppliers when starting up a new business venture. *Industrial Marketing Management*. 2021. V. 93. P. 401–412. DOI: 10.1016/j.indmarman.2020.08.002.
23. Köhler R., Baumann O. Organizing a Venture Factory: Company Builder Incubators and the Case of Rocket Internet. SSRN. 2016. URL: <https://ssrn.com/abstract=2700098> (дата обращения: 29.03.2021).
24. Коротков А.В., Фонов А.Г. Феномен стартап-студий и их потенциальное влияние на развитие предпринимательского образования // *Инновации*. 2016. №1 (207). С. 65-69.
25. Scheuplein C., Kahl J. Do Company Builders Create Jobs? Examining the Rise of Incubation Finance in Germany. *IAT Discussion Papers*. 2017. 17/01. DOI: 10.2139/ssrn.3075027.
26. Ковалевич Д. Сессия Стартап-студии // *Форум Открытых инноваций*. 2020. [Электронный ресурс]. URL: <https://openinnovations.ru/live/554> (дата обращения: 05.04.2021).
27. Попов А.Н. Стартап-студия как перспективная модель развития инноваций в контексте венчурного рынка и корпоративных инноваций в России // *Государственное управление. Электронный вестник*. 2020. №80. С. 256-281.
28. Попов А.Н. Модель организации инновационной деятельности корпоративных стартап-студий // *Инновации и инвестиции*. 2020. №6. С. 25-28.
29. Сайты компании IdeaLab. [Электронный ресурс] URL: <https://www.idealab.com/>; URL2: <https://idealabstudio.com/> (дата обращения: 29.03.2021).
30. Riley P. The Rise of Startup Studios. White Paper // GAN [Электронный ресурс]. URL: <https://www.gan.co/wp-content/uploads/2020/03/The-Rise-of-Startup-Studios-White-Paper.pdf> (дата обращения: 12.04.2021).
31. Сайт Y Combinator [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ycombinator.com/topcompanies>.
32. Lall S.A., Chen L.-W., Roberts P.W. Are we accelerating equity investment into impact-oriented ventures? *World Development*. 2020. V. 131. 104952. DOI: 10.1016/j.worlddev.2020.104952.
33. Klofsten M., Lundmark E., Wennberg K., Bank N. Incubator specialization and size: Divergent paths towards operational scale. *Technological Forecasting & Social Change*. 2020. V. 151. 119821. DOI: 10.1016/j.techfore.2019.119821.
34. Liu Y. The micro-foundations of global business incubation: Stakeholder engagement and strategic entrepreneurial partnerships. *Technological Forecasting & Social Change*. 2020. V. 161. 120294. DOI: 10.1016/j.techfore.2020.120294.
35. Van Rijnssoever F.J. Meeting, mating, and intermediating: How incubators can overcome weak network problems in entrepreneurial ecosystems. *Research Policy*. 2020. V. 49. 103884. DOI: 10.1016/j.respol.2019.103884.
36. Федоткин Ю. Сессия Accelride2021 Акселераторы: бизнес, модели, люди, сделки // *Российский венчурный форум*. 2021. [Электронный ресурс]. URL: <https://russianventureforum.ru/program/33> (дата обращения: 08.04.2021).