

ПОЧТИ ВО ВСЕХ ДЕЛАХ
**САМОЕ
ТРУДНОЕ –
НАЧАЛО**

Жан-Жак Руссо



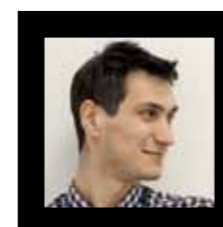
ИСТИННОЕ РАЗВИТИЕ НЕ ЗНАЕТ ВОЗРАСТА. НА ПУТИ СОЗИДАТЕЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА У ЧЕЛОВЕКА, ПОЖАЛУЙ, НЕТ ВЫБОРА. ОН СТРЕМИТСЯ ВОПЛОЩАТЬ СВОИ ИДЕИ, ПРЕОДОЛЕВАЯ СТРАХИ, ЛЕНЬ И НЕВЕДЕНИЕ, ПРИМЕНЯЯ ВСЕ ИЗВЕСТНЫЕ ЕМУ ПРАВИЛА И ПРИЕМЫ. ПРИНИМАЯ НА СЕБЯ ВСЕ ПОСЛЕДСТВИЯ ПРОМАХОВ, ШАГ ЗА ШАГОМ ДВИГАЯСЬ К УСПЕХУ



ОЛЕГ ГИЯЗОВ и ОЛЕГ ПАРПУЦ

ОСНОВАТЕЛИ КОМПАНИИ RRT GLOBAL

*об «избиении младенцев»
и «хождении за три моря»*



АЛЕКС ЗАХАРИН

ОСНОВАТЕЛЬ ПОРТАЛА IN2UP

*о своих «граблях»
в чужом «монастыре»*



СТАНИСЛАВ САЖИН

ОСНОВАТЕЛЬ СОЦСЕТИ
«ДОКТОР НА РАБОТЕ»

*как заработать
на государственных
запретах*



ДМИТРИЙ ПАВЛОВ

ДИРЕКТОР ПО РАЗВИТИЮ
И ВНЕШНИМ СВЯЗЯМ ИМИСП

*о витающих в воздухе идеях,
и умении предвидеть риски*



АЛЕКСАНДР ЧЕРНОВ

ДИРЕКТОР ПРОГРАММЫ
«СОЗДАНИЕ И ЗАПУСК
НОВОГО БИЗНЕСА»



ПЯТЬ
ЯРКИХ СТАРТАПОВ
С РОДНЫХ
ПРОСТОРОВ

ТЕКСТ КОНСТАНТИН ХУДЯКОВ

«ЖИРНАЯ ИДЕЯ»



REALTIMEBOARD

ЧТО: ИНТЕРАКТИВНАЯ ДОСКА

КТО: АНДРЕЙ ХУСИД,

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ

ГДЕ: ПЕРМЬ

КОГДА: ИЮЛЬ 2012

RealltimeBoard – виртуальная доска для совместной работы над проектами: участники «перетаскивают» на рабочее поле визуальный контент (картинки, pdf-файлы, стикеры, mindmap'ы, тексты), попутно обсуждая его в режиме реального времени. По мановению мыши продукт коллективных раздумий превращается в pdf-презентацию.

Идея родилась у разработчиков, когда они корпели над интерактивной трибуной для конференций: захотелось подключить к обсуждению заказчика. Хотя изначально доску создавали «под себя», первые двадцать тысяч пользователей «набежали» всего за пару месяцев, в довесок – премия «Стартап Года-2012» в номинации «Команда».

Пермский сервис знает только английский, но переводы под-сказок появляются регулярно – авторы идеи не отворачиваются от россиян, которые пока, впрочем, составляют лишь 30% пользователей.



«АИСТ-200»

ЧТО: УСТАНОВКА ДЛЯ ПОЛУЧЕНИЯ

БЕНЗИНА ИЗ МУСОРА

КТО: СЕРГЕЙ ЗОТОВ, ГЛАВНЫЙ

КОНСТРУКТОР НПО «БАЗАЛТ»

ГДЕ: ТОМСК

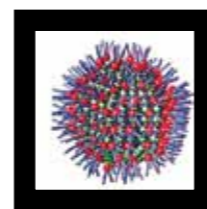
КОГДА: АПРЕЛЬ 2011

«АИСТ-200» – агрегат, перерабатывающий углеродосодержащие отходы в синтетическое топливо (до 200 литров керосина, бензина или дизеля в час), электроэнергию (3488 кВт в час) или тепло (3 гигакалории в час). Себестоимость топлива, качество которого соответствует стандарту Евро-4, впечатляет: 4 копейки за литр.

Проектировать «АИСТ» томские ученые начали в 1980-х – на случай, если ядерная война отрезит путь к нефтяным месторождениям. Несмотря на то что война обошла страну стороной, установкой уже интересуются крупные поставщики: ОАО «Национальная водородная корпорация» и ООО «Инвеком».

Расчетная стоимость промышленного образца составляет 12–17 миллионов рублей в зависимости от комплектации, заявленный срок окупаемости – от двух до пяти лет.

СЕБЕСТОИМОСТЬ ТОПЛИВА, КАЧЕСТВО КОТОРОГО СООТВЕТСТВУЕТ СТАНДАРТУ ЕВРО-4, ВПЕЧАТЛЯЕТ: 4 КОПЕЙКИ ЗА ЛИТР



КВАНТОВЫЕ ТОЧКИ

ЧТО: УПРАВЛЯЕМАЯ ФЛЮОРЕСЦЕНЦИЯ

КТО: МАКСИМ ВАХШТЕЙН,

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР

«НАНОТЕХ-ДУБНА»

ГДЕ: ДУБНА

КОГДА: МАЙ 2012

Квантовые точки – это микроскопические полупроводниковые кристаллы, которые «умеют» смещать длину световой волны из бесполезной области спектра в полезную. Производством точек занимается компания НТИЦ «Нанотех-Дубна», проект ОАО «РОС-НАНО» и ФГУП «НИИ прикладной акустики» (Дубна).

Ключевое свойство «магических» кристаллов называется управляемой флюоресценцией: атомы и молекулы сначала поглощают фотоны определенной энергии, а затем излучают фотоны меньшей энергии (с большей длиной волны). Похожий, но бесконтрольный эффект «выдают» флюоресцентные краски, знакомые за всегдатаям ночных клубов.

Область применения разработки довольно широка: в сельском хозяйстве – тепличные пленки, «убивающие» ультрафиолет, в энергетике – эффективные солнечные батареи, в производстве ценных бумаг – метки подлинности. По словам производителя, последнее направление – самое рентабельное.

В НИЖЕГОРОДСКИЙ БИЗНЕС-ИНКУБАТОР, ГДЕ ИВАН ШИШАЛОВ КОРПЕЛ НАД СИСТЕМОЙ МОНИТОРИНГА ПРОБОК, ОБРАТИЛИСЬ ЧИНОВНИКИ ИЗ ЛЕСХОЗА – ТАК РАЗРАБОТКА РАДИОФИЗИКА «МУТИРОВАЛА» В «ЛЕСНОЙ ДОЗОР»



«ДНЕВНИК.РУ»

ЧТО: ВСЕРОССИЙСКАЯ

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ СЕТЬ

КТО: ГАВРИЛ ЛЕВИ,

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ

ГДЕ: МОСКВА

КОГДА: 2009 ГОД

«Дневник.ру» – всероссийская образовательная сеть, объединяющая более тридцати тысяч русскоязычных школ, около семи миллионов учеников, родителей и учителей. Среди сервисов: расписание, электронные дневник и журнал, домашние задания, библиотека, медиатека, словарь и онлайн-переводчик.

На этапе запуска основатель финансировал сеть за личный счет, но по мере роста аудитории появились солидные инвестиции: 1,7 миллиона долларов вложил Prostor Capital, 5 миллионов – Runa Capital. По прогнозам, беспокоеиться инвесторам не о чем – к концу этого года сервис окончательно закрепится на международном рынке.

«Дневник.ру» развивается как freemium-проект: большинство сервисов бесплатны, и лишь за некоторые – например, за sms-уведомления о приходе ребенка в школу – разработчики просят скромную плату.



«ЛЕСНОЙ ДОЗОР»

ЧТО: СИСТЕМА ОБНАРУЖЕНИЯ

ЛЕСНЫХ ПОЖАРОВ

КТО: ИВАН ШИШАЛОВ, РАДИОФИЗИК

ГДЕ: НИЖНИЙ НОВГОРОД

КОГДА: 2009 ГОД

Пару лет назад в нижегородский бизнес-инкубатор, где Иван Шишалов корпел над системой мониторинга пробок, обратились чиновники из лесхоза – так разработка радиофизика «мутировала» в «Лесной дозор», а сам он стал предпринимателем, основав вместе с коллегой компанию «Дистанционные системы контроля». Суть идеи была простой: разместить на вышках сотовых операторов камеры, «замкнуть» их на авторском программном обеспечении и взимать плату «за вход».

После личного одобрения президента на «Селигере», склонившего операторов к сотрудничеству, задумка «выстрелила»: за 2011 год – 292 тысячи долларов, за 2012-й – 649 тысяч.

Как резиденты инновационного центра «Сколково», владельцы компании пользуются налоговыми льготами, их ахиллесова пята – зависимость от госзаказов.

СПЕЦПРОЕКТ СПЕЦПРОЕКТ СПЕЦПРОЕКТ СПЕЦПРОЕКТ СПЕЦПРОЕКТ СПЕЦПРОЕКТ СПЕЦПРОЕКТ СПЕЦПРОЕКТ

Super start

Короли бензоколоны

ФОТО ЕЛЕНА ИГНАТЬЕВА



ПЕТЕРБУРЖЦЫ ОЛЕГ ГИЗОВ И ОЛЕГ ПАРПУЦ ОПЕРЕДИЛИ ВСЕ ОТЕЧЕСТВЕННЫЕ НАУЧНЫЕ ИНСТИТУТЫ, РАЗРАБОТАЛИ И ВНЕДРИЛИ ПЕРВУЮ ЗА ПЯТЬДЕСЯТ ЛЕТ РОССИЙСКУЮ ТЕХНОЛОГИЮ ДЕШЕВОГО ПРОИЗВОДСТВА БЕНЗИНА, ПРИЧЕМ – СТАНДАРТА ЕВРО-5. ТЕКСТ ТИМОФЕЙ КАРЕБА И АННА СМЕЛЯГИНА



Super start

За два года их стартап-компания RRT Global, стоимость которой с нуля выросла до \$57 миллионов (на конец 2012 года), отработала технологию, нашла финансирование и обзавелась отделениями в Индии, США и исследовательским центром в Петербурге.

Как им это удалось? – первый вопрос, который возникает, когда видишь основателей RRT Global. Олегу Гиязову – 24 года, Олегу Парпуцу – 33, и они совсем не похожи на хрестоматийных менеджеров нефтяной компании.

Невероятное бизнес-начинание, признанное одним из лучших российских стартапов, от первых шагов до крупных сделок, с откровениями его создателей – двух Олегов, специально для читателей Chief Time.

БЫЛЬ О НАУЧНОМ СОТРУДНИКЕ

В начале «нулевых» Олег Парпуц окончил Технологический институт и отправился работать во ВНИИ Нефтехим, где спустя несколько лет защитил диссертацию в области технических наук. Уже в научно-исследовательском институте он выдвинул гипотезу: конверсия легких бензиновых фракций может быть дешевой, достаточно сделать так, чтобы она проходила не в нескольких колоннах, как на нефтеперерабатывающем заводе, а в одной.

«К сожалению, у руководства института идея не вызвала энтузиазма. Я понял, что ей вряд ли дадут ход. Вот и ушел – говорит Олег. – Вообще, вы знаете, почему ни одна российская технология, разработанная в научно-исследовательских институтах, широко не известна в мире? Просто институты работают по принципу освоения бюджета: сегодня освоили – значит, завтра дадут больше. Мало кто заинтересован в реально больших результатах. Еще одна глобальная проблема – нехватка профессиональных менеджеров». О событиях в промежутке 2006–2008 годов Олег говорит сухо: «Даже не хочу вспоминать это время, семью надо было кормить».

ВТОРЫЕ ПОЛОВИНЫ

В 2008 году Олег Парпуц устроился работать в инжиниринговую компа-

ЖЕСТКИЕ ПЕРЕГОВОРЫ И ПОСТОЯННЫЕ ОТКАЗЫ ЗАКАЛИЛИ НЕОПЫТНЫХ БИЗНЕСМЕНОВ

нию, которая занималась проектировкой НПЗ для Китая. Там и познакомились два кофаундера (*словарь стартап-терминов и выражений – на стр. 60*) будущего нефтяного стартапа – Олег Парпуц, которому на тот момент было 28 лет, и Олег Гиязов, свежиспеченный все тем же Технологическим институтом, специалист 21 года от роду.

«Заводы мы проектировали в суровых условиях: с восьми утра до одиннадцати вечера, с одним выходным в месяц. Китайский завод построили в безумном темпе – всего за одиннадцать месяцев. Запускали НПЗ в Китае, так что мы поизучали китайский менталитет и посмотрели страну», – отмечает Олег Гиязов.

Впрочем, инженеры быстро заскучили: оказалось, что проектирование завода – рутина, не связанная с постановкой интересной задачи

или творческой головоломкой. Полголовы может решать все вопросы, связанные с проектированием завода, а другая половина – думать о том, когда пойти в кино и что купить на ужин.

«Наши вторые половины голов размышляли, как создать новую технологию переработки нефти в бензин», – признаются основатели RRT Global.

Коллеги думали два года, потом обратились к руководству, надеясь заручиться поддержкой. Компания-то к нефтяной отрасли имела самое прямое отношение. Но... получили от ворот поворот. В личной истории Олега Парпуца – уже второй.

ЖЕЛЕЗНЫЕ «МЛАДЕНЦЫ»

«Главная беда многих хороших идей – в том, что они так и оста-

ются идеями. До создания математической модели доходит всего десять процентов, из них до стадии опытного образца, когда можно демонстрировать процессы, – лишь каждая пятая. Один из важнейших факторов – реально трудно достать деньги. Это печально, ведь Россия особенно богата на идеи», – говорят создатели RRT Global.

Зарегистрировав свою компанию, друзья отправились с чертежами по российским нефтяным холдингам. Кабинет за кабинетом, разговор за разговором... Пустили вперед «тяжелую артиллерию» в лице авторитетного ученого. Безрезультатно.

«Всем была интересна готовая работающая установка: залил, грубо говоря, ведро нефти и получил на выходе ведро бензина Евро-5, – объясняет Олег Гиязов. – Иначе это

никому не нужно. Поставьте нам на завод – с действующей технологией, описанием сборки и производства, тогда это уже серьезный разговор. В компаниях, которые занимаются и добычей нефти, и переработкой, и продажей, самая маргинальная часть – это добыча, именно туда бросают все силы. Другие проекты им сами по себе не очень интересны – они не стоят у руководителей в линейной задаче».

Тем не менее, молодых ученых все-таки выслушивали – правда, весьма своеобразно:

«Меня бесило, что нас считают молодыми и относятся к нам снисходительно, – вспоминает Олег Парпуц. – Это подхлестывало доказать, что мы можем многое. Как-то в одной компании запланировали обсуждение нашего проекта. Солидные ученые мужи думали: сейчас

будет полчаса “избиения младенцев”, а потом все мирно разойдемся. Но “младенцы” оказались не столь просты! “Битва” длилась два часа». Увы, технологию снова не приняли.

«Чем меня поражает наша страна – сначала камня на камне не оставят от твоего предложения, а в самом конце возьмут и скажут: или все-таки попробуем? Так и с российскими нефтяниками – обсуждение закончилось, мы направляемся к двери и вдруг слышим: “Может, все-таки отправим ребят на завод, пусть они там что-нибудь сделают?”», – смеется Олег Гиязов.

«Как-то нас поймали у лифта: “Ребята, а может быть, у вас еще что-нибудь интересное есть?”» – добавляет Парпуц.

Жесткие обсуждения и отказы закалили неопытных бизнесменов.

«Когда мы проводили с российскими компаниями переговоры, я уже не был таким уязвимым и ранимым, как, например, за год до этого. Тогда я бы точно бросился с 50-го этажа нефтяного небоскреба, до такой степени было обидно», – уверяет Гиязов.

Денег не дают. Работы нет. Есть идея. Что помогло выстоять в тяжелые месяцы неопределенности?

«В нас верили родные, их поддержку трудно переоценить. Но еще мы очень хотели реализовать идею. Мы над ней столько бились, и... она оказалась никому не нужной. Значит, стоило доказывать, что она интересна. Впервые за всю историю России такую сложную установку внедряла частная компания, в которой на момент запуска стартапа было всего два человека. Это был вызов».

ХОД КОНЕМ

Порывшись в «Гугле», единомышленники пришли к выводу: деньги, скорее всего, дадут венчурные фонды – надежда всех стартаперов. Но оказалось, что программы предназначались... для финансирования IT-проектов.

Super start

«Мы пошли напролом – замаскировались под IT, – улыбается Олег Парпуц. – Разослали пару десятков заявок в разные фонды. Конечно же, нас раскусили, большинство отказали, но все-таки нашелся фонд, который дал пятьдесят тысяч долларов».

Сразу арендовали офис, скромно его обустроили – парой столов и мусорной корзиной, – и принялись колдовать над пилотной установкой.

«Мы понимали, что у нас нет выбора – хоть тресни, к маю 2011 года опытная модель должна быть готова и стабильно работать. В феврале-марте она уже выдавала кое-какие результаты, но очень шаткие и нестабильные. Мы заливали сырье, а того, что появится на выходе, каждый раз ждали с трепетом», – вспоминает первые испытания Олег Гиязов. Шли недели, а нужного результата все не было.

Напряженный график едва удавалось совмещать с заботой о семье. Холостому Олегу Гиязову было проще, его семейному тезке – сложнее: «В 2011 мы часто катались в Москву, – рассказывает Олег Парпуц. – Иногда мне внезапно звонил Олег и говорил: так, у нас поезд через два часа. Я собирал вещи, а в дверях сталкивался с женой и сыном, которые возвращались из детского сада: “Все, пока, я поехал”. Дошло до того, что сын стал говорить: “Папа, спасибо, что зашел”, и это было не смешно».

Трудились ребята, как и положено порядочным стартаперам, с утра до ночи. Прыгали на стремянке вокруг четырехметрового реакционного «аппарата». Закрыв один этап, ничего не праздновали – просто работали дальше. В итоге – получилось.

УТРОМ ДЕНЬГИ, ВЕЧЕРОМ СТУЛЯ

В мае опытная установка стала выдавать нужные результаты, модель была готова. Правда, к этому моменту деньги закончились: пришлось продать офисную мебель, чтобы расплатиться с арендодателями, и сменить офис на неотапливаемое помещение.



АМЕРИКАНЦЕВ
В ИНДИИ УЖЕ
НЕ ОЧЕНЬ
ЛЮБЯТ – ИХ
СЛИШКОМ МНОГО.
ЛУЧШЕ
ПРЕДСТАВИТЬСЯ
РУССКОЙ
КОМПАНИЕЙ

«Когда мы поняли, что придется переезжать, стали соображать, куда бы податься с нашим детищем в четыре метра высотой. Даже почти всерьез подумывали спрятать ее на “Красном треугольнике” – там такие площади, что никто вовек не нашел бы, хоть ядерный реактор прячь. Выручил Технологический институт – мы переехали туда».

Компания стала развиваться на деньги частного инвестора – так продолжалось до прошлого года. Изобретатели создали лабораторию и наняли молодых специалистов: четырех рук уже было недостаточно. Потом нашелся русский венчурный фонд, который вложил в проект полтора миллиона долларов.

Дальше компанию развивали под себя: отдавать проект инвесторам не хотелось, тем более, что просят те обычно немало. Сумма не раз-

глашается, но Олег Гиязов отмечает, что «венчурный фонд может потребовать и половину, и больше».

ИЗВОРОТЛИВЫЙ РЕКРУТИНГ

«Нам важно было найти людей, которые за все бы переживали. Кроме того, нужны были те, кто умел бы работать руками и головой, обладал большим опытом. Например, в инженеринговой компании мы работали с гениальным механиком – Димой. Четыре месяца уговаривали его перейти к нам в штат из стабильной крупной компании. Он все не соглашался. Видим: ему интересно, проект перспективный, но ответа он все не дает. Стали копать – в чем причина? Оказалось, у него кредит на машину, поэтому жена против. Пришлось написать расписку жене: если компания развалится, то первое, что мы сделаем – погасим

долг за машину механика», – вспоминает Олег Гиязов.

Кстати, именно Диму, который знал и английский, и технику, взяли на первые переговоры в открывшуюся перед компанией Индию.

ХОЖДЕНИЯ ЗА ТРИ МОРЯ

RRT практически сразу (уже в 2011-м) стала международной. Поскольку технология оказалась не сильно востребованной на родине, основатели решили развивать ее в Индии.

«Мы неплохо знали, как устроен бизнес в Китае. Там многое основано на личных договоренностях, люди могут на бумаге написать одно, а на словах договориться о другом. В Америке же очень сложно пробиться – там рынок насыщен компаниями, предлагающими но-

вые технологии. Индия открыта новым компаниям и, что немало важно, наследует британское право», – говорит Олег Гиязов.

Если в России идеи рождаются из опыта, образования, учебников, производств, наработок, навыков, то в Индии – людей с опытом пока нет, поэтому к зарубежным компаниям и ученым в стране относятся благожелательно. Осознав это, два Олега отправились «за три моря», не забыв, впрочем, открыть офис в США и пригласить на должность CEO американца Дугласа Харриса, бывшего вице-президента ВР.

Сначала они зарегистрировали компанию в консульстве Индии в Санкт-Петербурге: недели ожидания, проверки генерального консула, а в конце – еще и шесть часов ожидания итоговых документов в приемной. А когда на-

стало время платить за регистрацию, в кассе не оказалось сдачи. Пришлось бежать в магазинчик на улице Восстания и разменять крупные купюры. Это может показаться странным, но ребята были первыми, кто зарегистрировал компанию в Индии через консульство.

Директора индийского офиса наняли вообще по скайпу. Адарш Трипати, выпускник МВА Калькуттского университета, раскачиваясь на стуле, общался с нанимателями на специфическом индийском английском языке. Не выдержав адовой коммуникации, Олег Гиязов встал и вышел из комнаты. Ситуацию спас друг Женя – «человек с железным терпением и с каменным выражением лица».

Назначение Адарша Трипати оказалась судьбоносным: с его подачи компаньоны встретились с директором по науке Indian Oil, крупнейшей нефтяной компании Индии. Сначала они хотели «закопать» под американцев – тем более что работу с Харрисом к тому моменту уже наладили. Трипати запротестовал. «Он сказал, что американцев в Индии уже не очень любят – их слишком много. Лучше представиться русской компанией», – отмечает Гиязов.

Представились – и не прогадали: Indian Oil и RRT Global подписали соглашение о сотрудничестве.

ГДЕ РОДИЛСЯ, ТАМ И ПРИГОДИЛСЯ

Сегодня RRT Global – уже не стартап. Команду генерального директора Олега Гиязова и директора по научно-исследовательской работе Олега Парпуца закалили и отказы, и ожидания, и бесконечные поездки, и бессонные ночи, и даже обезьяны на автобусной остановке в Дели (приходилось их отгонять, чтобы спокойно дожидаться транспорта). В конце 2012 года они заключили первую крупную сделку. Российская компания купила технологию, созданную двумя Олегами. Это произошло меньше чем через два года после начала финансирования. ♦



Алекс Захарин:

«Пока я могу рисковать, я буду это делать»

ОСНОВАТЕЛЬ ПОРТАЛА, СОЕДИНЯЮЩЕГО СТАРТАПЕРОВ С ИНВЕСТОРАМИ, О БЕЗУМСТВЕ ХРАБРЫХ, ДИКТАТУРЕ ФОРМЫ И СВОИХ «ГРАБЛЯХ»

В ЧУЖОМ «МОНАСТЫРЕ» ИНТЕРВЬЮ КОНСТАНТИН ХУДЯКОВ ФОТО ЕЛЕНА ИГНАТЬЕВА

ЧЕМ СТАРТАП ОТЛИЧАЕТСЯ ОТ «ТРАДИЦИОННОГО» БИЗНЕС-ПРОЕКТА?

Принципиальное отличие в том, что монетизация – не главная цель стартапа. Важнее набрать команду, качественно реализовать идею, получить результат в виде реально работающего сервиса или уникальной услуги. Мы запускаем процесс, а не бежим за сиюминутным заработком. Яркий пример – Instagram, приложение для бесплатного обмена фотографиями. Пока оно не приносит прибыли, но обладает большим потенциалом. Поэтому Facebook и купил его за миллиард долларов.

Сами по себе стартапы появились, когда стерлась грань между традиционным бизнесом и электронным. У тебя есть интернет, лэптоп, идея – ты уже можешь оказывать услугу. Есть ребята, им лет по 17-19, они основали сервис, который помогает искать и заказывать электронику, – они уверены, что это сработает, несмотря на то, что любой интернет-магазин предлагает похожие опции. Кто знает? Если долго бить в стену, она сдается. Иногда (улыбается).

ТИПИЧНЫЙ СТАРТАПЕР – КАКОЙ ОН?

Стартаперы выглядят так же, как все – это не совсем возрастная

СТАРТАП IN2UP.COM

ДАТА ЗАПУСКА
МАЙ 2012 ГОДА
ВЛОЖЕНИЯ ОСНОВАТЕЛЕЙ
\$3000
ВЫХОД НА ОКУПАЕМОСТЬ
НОЯБРЬ 2012 ГОДА

категория, просто они готовы начинать с малого и более склонны к риску. Иные из них обладают совершенно необоснованным бесстрашием: предлагают безумные идеи, которые кажутся им инновационными, способными перевернуть мир. Человеку, который «варится» в индустрии, конечно, легче предвидеть, что сработает, а что нет.

В США НА МЕРОПРИЯТИИ К НАМ ПОДОШЕЛ МОЛОДОЙ ЧЕЛОВЕК И СКАЗАЛ, ЧТО ПРИДУМАЛ ПРОЕКТ, КОТОРЫЙ «УБЬЕТ FACEBOOK»

Второй момент – доверие: люди больше доверяют новым партнерам и тем, с кем они собираются работать. Мы, к примеру, собираемся размещать двухминутные питчи (видео-презентации), чтобы эффективнее привлекать инвесторов. Узнавая об этом, предприниматели постарше обычно удивляются: «Зачем? – спрашивают они, – ведь украдут!». Мы отвечаем: «Идея – это еще не все».

ЧТО В ТАКОМ СЛУЧАЕ – «ВАШЕ ВСЕ»?

Исполнение.

Когда рыночная экономика у нас только зарождалась, суть была в том, чтобы реализовать идею до того, как ее перехватят шустрые конкуренты. Сейчас, когда все базовые вещи созданы, в авангард выходит качество исполнения. Возьмите Facebook. До него был Myspace, но он проиграл. Почему? Хуже сделано. Мне кажется, молодые расценивают свои идеи не столько как цель, сколько как средство, чтобы объединиться и создать что-то по-настоящему классное.

КАК БЫ ВЫ ОПИСАЛИ ОБЫЧНОГО ИНВЕСТОРА?

Занятой человек, который знает цену деньгам. Он сам управляет своими проектами, но хочет ди-

Super start

версифицировать бизнес по той или иной причине.

ПРЕЖДЕ ЧЕМ ЗАПУСТИТЬ СОБСТВЕННЫЙ ПРОЕКТ, ВЫ ГОД РАБОТАЛИ В РОССИЙСКО-БРИТАНСКОЙ ТОРГОВОЙ ПАЛАТЕ. КАКИЕ ОШИБКИ ДОПУСКАЮТ РОССИЙСКИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ НА ВНЕШНЕМ РЫНКЕ?

Первая ошибка – экономия на профессиональных консультациях: мол, я сам знаю, как. Лучше заплатить адвокату, чем увязнуть в штрафах за «все тяжкие». Второй промах – это попытка прийти в чужой монастырь со своим уставом. Чтобы тебя понимали, нужно играть по местным правилам. Конечно, мешает незнание законов или непонимание, как адаптироваться к ним.

ЧТО ОТЛИЧАЕТ ТЕХ, КТО «ПРИЖИЛСЯ»?

Они подобрали правильную команду.

ПРАВИЛЬНУЮ – ЭТО КАКУЮ?

Зачастую очень «разношерстную» по составу.

Российские предприниматели, построившие бизнес за границей, привлекали сотрудников из разных стран, потому что кросс-культурная команда – это котел, в котором варятся лучшие решения. У Чичваркина работают люди семи-восьми национальностей: русские, французы, англичане... Они говорят на двух-трех языках, владеют различными навыками. Я читал о Линкольне – он вообще набирал людей даже из «вражеского» лагеря...

ЗАЧЕМ?

Чтобы были те, кто с ним спорил бы.

Кроме того, важен нетворкинг – умение выходить на нужных людей, посещая специализированные мероприятия и «нишевые» места. В английских бизнес-школах даже преподают такую дисциплину – «Секреты нетворкинга».

ПОЧЕМУ ВЫ САМИ НЕ ПЕРЕНЕСЛИ ПРОЕКТ В ВЕЛИКОБРИТАНИЮ?

Первая причина – российские корни всех трех основателей, вторая – огромный потенциал российского рынка, он не сравнится ни с английским, ни с американским. Кроме того, у нас есть база в Великобритании. Она помогает следить за английским рынком изнутри. В России реально создать целую индустрию вокруг проекта вместо того, чтобы изобретать все новые отдельные сервисы. В рамках проекта In2ur, например, мы запустили школу ан-

глийского языка: напрямую общаясь с носителями языка, люди гораздо быстрее осваивают грамматику и расширяют словарный запас.

БЫТУЕТ МНЕНИЕ, ЧТО РОССИЙСКИЕ СТАРТАПЫ – ЭТО КАЛЬКИ С ЗАПАДНЫХ ПРОЕКТОВ. НАСКОЛЬКО ОНО СПРАВЕДЛИВО?

Я бы не сказал, что «кальки» составляют большинство.

В России часто создают аутентичные вещи – вещи, которые вряд ли «выстрелят» там. Напри-

мер, проект «Будист»: на сайте регистрируются люди, одни хотят, чтобы их разбудили (сон), другие – сами разбудить кого-нибудь (будисты). Я как-то поучаствовал: позвонил девушке в Тюмень, разбудил, спел песню. Это свободный звонок, деньги ребята делают, сотрудничая с операторами сотовой связи.

Будист.ру (budist.ru) – первый в мире социальный будильник, запущенный весной прошлого года Грачиком Аджмяном и Максимом Панасенко. На разработку

прототипа ушло три месяца, а уже в апреле – проект выиграл конкурс Harvest и получил первое предложение от инвестора. По состоянию на конец января количество зарегистрированных пользователей – около полумиллиона человек.

ИНТЕРЕСНЫХ ИДЕЙ ПРУД ПРУДИ. КАК ПОНЯТЬ, ГДЕ ЗОЛОТАЯ ЖИЛА, А ГДЕ – КОТ В МЕШКЕ?

Да, смелых идей гораздо больше, чем смелых инвесторов, – это общая тема. Но многие стартапы элементарно не доживают до той

стадии, когда они становятся привлекательными для инвестирования. В Лондоне на мероприятии к нам подошел молодой человек и сказал, что придумал проект, который «убьет Facebook». У самого – никаких наработок. Уловка такая: инвестируйте, и, возможно, увидите результат. На In2ur мы отсеиваем «пустые» проекты, и финансировать их, я думаю, не стоит.

КУДА ДУЕТ «СТАРТАП-ВЕТЕР»?

Грядет время специализированных, ориентированных на человека сервисов и нишевых штук. Да, они не столь прибыльны, зато лучше обслуживают клиента. Все возвращается на круги своя: сто лет назад были маленькие продуктовые рынки, потом магазины побольше, затем супер- и гипермаркеты, а теперь снова – лавки, где кассир знает каждого покупателя в лицо. Люди хотят внимания и быстрой обратной связи, им нравится, когда продавец спрашивает: «Привет, как дела?». Чем масштабнее бизнес, тем хуже с персональным общением.

В ПАЛАТЕ У ВАС, НАВЕРНЯКА, БЫЛА СТАБИЛЬНАЯ ЗАРПЛАТА. НЕ СТРАШНО БЫЛО СРЫВАТЬСЯ С НАСИЖЕННОГО МЕСТА?

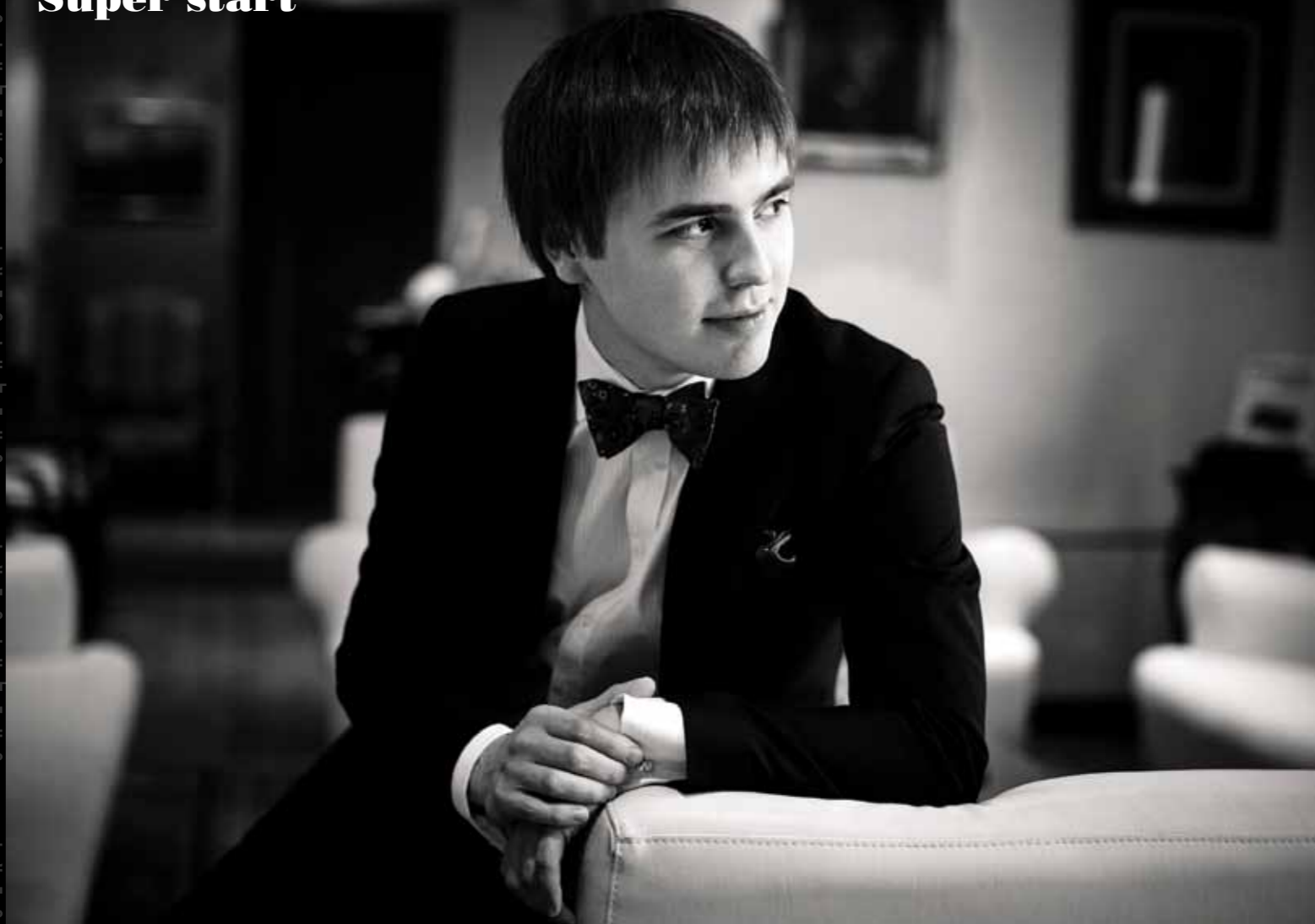
Я подумал, что потом не захочу рисковать, к тому же – не могу долго заниматься рутинной. Когда у человека много всего накапливается, он начинает побаиваться. Пока я могу рисковать и ездить, я буду это делать. Как-то я был в Екатеринбурге, зашел в торговый комплекс, а там – такой зеленый аппарат, который сканирует пальцы и выдает твою личную метрику: образование, идеологию, к каким видам спорта есть предрасположенность. Он мне сказал, что я могу начинать проекты и вдохновлять людей, но долго ими заниматься – не мое.

ЗАЧЕМ ВЫ ОСНОВАЛИ IN2UR?

Интересно. ♦



ЛЮДИ ХОТЯТ ВНИМАНИЯ И БЫСТРОЙ ОБРАТНОЙ СВЯЗИ, ИМ НРАВИТСЯ, КОГДА ПРОДАВЕЦ СПРАШИВАЕТ: «ПРИВЕТ, КАК ДЕЛА?»



Станислав Сажин:

«Большинство сдувается. А мы — не сдулись»

ОСНОВАТЕЛЬ КРУПНЕЙШЕГО В МИРЕ РУССКОЯЗЫЧНОГО СООБЩЕСТВА ВРАЧЕЙ, ЛАУРЕАТ ПРЕМИИ «СТАРТАП ГОДА – 2011» В НОМИНАЦИИ «КОМАНДА» О ТОМ, КАК ЗАРАБОТАТЬ НА ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАПРЕТАХ И ПОМОЧЬ ДОКТОРАМ ЗА ДЕНЬГИ ФАРМАКОЛОГИЧЕСКИХ ГИГАНТОВ ИНТЕРВЬЮ КОНСТАНТИН ХУДЯКОВ

ГОВОРЯТ, ВАМ ВООБЩЕ НЕ ПО ДУШЕ СЛОВО «СТАРТАП». ПОЧЕМУ?

Потому что оно очень заезжено.

Сейчас автор любой идеи думает, что он просто обязан сделать стартап. Пару месяцев назад я был в Калифорнии, арендовал машину. Когда менеджер узнал, что я приехал на конференцию стартаперов, он тут же стал рассказывать о своих «стартапах». Если шестая часть населения делает стартапы, то граница между ним и идеей стирается. Я думаю, что мы занимаемся чем-то более интересным.

КЕМ В ТАКОМ СЛУЧАЕ ВЫ СЕБЯ СЧИТАЕТЕ?

Еще пять лет назад, когда под стартапом понимали рентабельную революционную идею, я был статтапером, а теперь – предпочитаю называть себя «предпринимателем». Кстати, слово «стартап» используют, по-моему, только у нас – в Штатах и в Европе я слышу в основном «entrepreneur», предприниматель.

КАК РОДИЛАСЬ ИДЕЯ ПРОЕКТА?

В 2008 году Андрей Перфильев работал над кандидатской диссертацией, посвященной редкому нарушению в работе головного мозга. Он не знал, как найти врачей, которые занимались бы этой темой, и предложил мне создать сайт для докторов – чтобы они могли обмениваться информацией и находить коллег. Мы придумали, как на этом заработать, и рискнули – вложили сначала свои деньги, потом нашли инвесторов.

КАК ИСКАЛИ?

Сначала мы думали, что инвесторы сами к нам прибегут, но в реальности получилось иначе – все, к кому мы обращались, нас послали (смеется). Нам говорили, что врачи не пользуются интернетом, а фармкомпании не согласятся платить. И еще: «Как я верну день-

СОЦИАЛЬНАЯ СЕТЬ «ДОКТОР НА РАБОТЕ»

ДАТА ЗАПУСКА
ОКТАБРЬ 2009 ГОДА
ВЛОЖЕНИЯ ОСНОВАТЕЛЕЙ
\$15.000
ВЛОЖЕНИЯ ИНВЕСТОРОВ
ОТ ФОНДОВ И «АНГЕЛОВ»
\$1.800.000
ОХВАТ АУДИТОРИИ (ВРАЧЕЙ)
112 500
ДОЛЯ ОСНОВАТЕЛЕЙ В ПРИБЫЛИ
> 50%
ПРИРОСТ ВЫРУЧКИ ЗА 2012 ГОД
300%

95% НАШЕГО УСПЕХА – НЕ ДЕНЬГИ, НЕ ИДЕЯ, НЕ КОНЬЮНКТУРА, НЕ РЫНОК – КОМАНДА

ги, которые вложил?». Они считали, что мы не соберем клиентов, не заработаем и не сможем сделать «exit». К счастью, мы не отчаялись: на свои деньги сделали сайт и привлекли первую тысячу врачей – все для того, чтобы доказать, наш план сработает. Уже после этого нашли заинтересованных людей.

НЕ РАСКРОЕТЕ СХЕМУ МОНЕТИЗАЦИИ?

Первого января прошлого года в России запретили любые контакты между врачами и медпредставителями – людьми, которые ходят по врачам и убеждают их выписывать лекарства конкретного производителя. Мы предложили фармакологам законную альтернативу: общайтесь с врачами, рекламируйте продукцию, проводите опросы, устраивайте конкурсы и конференции. И они этим воспользовались.

И КАК РЕЗУЛЬТАТ?

Рост выручки за прошлый год – триста процентов.

КАК ВЫ ПОНИМАЕТЕ ЗАДАЧУ ПРОЕКТА?

Как предприниматель, я хотел, прежде всего, заработать, но для меня важна и социальная составляющая – улучшение здравоохранения.

ЗА СЧЕТ ЧЕГО ПРОЕКТ ЕГО УЛУЧШАЕТ?

У российских врачей очень низкая зарплата – в среднем, по данным Минздрава, двенадцать тысяч рублей в месяц. Эти деньги не позволяют им покупать профессиональную литературу, посещать конференции, улучшать навыки. А в медицине каждые пять лет – грандиозный скачок. Наш сайт помогает им узнавать об этих прорывах и повышать за счет этого квалификацию.

ПОДЕЛИТЕСЬ ОПЫТОМ: В ЧЕМ СЕКРЕТ УСПЕШНОГО СТАРТА?

95% нашего успеха – это команда. Не деньги, не идея, не конъюнктура, не рынок. Команда. Мы собирали ее по друзьям, и то, что она сложилась, – исключительная удача. У меня есть знакомая, которая ищет людей годами, а нам просто повезло: мы быстро «нашли» и сделали востребованный продукт. Я – разработчик, Илья Куприянов – он много лет занимался финансами, у него есть степень MBA. Еще несколько крутых разработчиков и пиарщик.

С КАКИМИ ТРУДНОСТЯМИ СТОЛКНУЛИСЬ НА ПЕРВЫХ ПОРАХ?

Сайт постоянно «падал», инвесторы не пускали на порог, что говорить – тяжело было. Есть такой критический момент для любого стартапа. Люди думают: вот запущу проект, а дальше все будет в шоколаде. В реальности на первом этапе все идет не так, как нужно,

Super start

поэтому большинство сдувается. А мы – не сдулись.

КАК ПОДДЕРЖИВАЛИ «БОЕВОЙ ДУХ»?

Нам повезло с посещаемостью – с марта 2010 года она постоянно росла, и это подстегивало нас.

Недавно мы запустили мобильное приложение для врачей и студентов-медиков, сначала для iPhone, а неделю назад – для Android. Инвесторы говорили, что сто установок – это потолок, а у нас за месяц – тысячи. Это мотивирует, хотя и ошибок случается немало. Десять идей было, одна «выстрелила», девять – провалились. Но настойчивый труд приводит к новым успехам.

ВЫ ЗАКОНЧИЛИ МГИМО. ПОМОГЛО?

В свое время я мало учился – теперь приходится читать книжки по бухгалтерии, юриспруденции, программированию... учить английский язык, потому что все клиенты – за рубежом. Почти половина выручки – это доходы от фактических исследований. Нужно знать методы статистики, которые мне преподавали... Словом, если у вас есть хорошая идея, но нет образования, придется заполнять пробелы самостоятельно.

ЧЕМ ОТЛИЧАЮТСЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ НОВОЙ ВОЛНЫ О ТЕХ, КТО ПОСТАРШЕ?

У новичков есть иллюзия: они уверены, что Джефф Безос запустил Amazon и сразу разбогател, хотя проект вышел на окупаемость только через семь лет. Свистопляска вокруг нас – все эти «дутые» истории легкого успеха – этот стереотип поддерживает. Предприниматели старшего поколения более здраво относились к делу, потому что в их времена за тысячу рублей и убить могли.

ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ СТАРШЕГО ПОКОЛЕНИЯ БОЛЕЕ ЗДРАВООТНОСИЛИСЬ К ДЕЛУ, ПОТОМУ ЧТО В ИХ ВРЕМЕНА ЗА ТЫСЯЧУ РУБЛЕЙ И УБИТЬ МОГЛИ

ЧТО БЫ ВЫ ПОСОВЕТОВАЛИ ТЕМ, КТО УЖЕ ДАВНО В БИЗНЕСЕ?

В моей компании есть сотрудники и старше сорока лет – у нас нет проблем с пониманием. Но у предпринимателей за сорок есть своя персональная ошибка: как генералы всегда готовятся к уже пройденной войне, так и слишком опытные ошибочно полагаются на свой опыт. Опыт – это лишь умение вести себя в ситуациях, которые никогда не повторяются. Помните крах биржи десятого марта 2000-го года? Тогда многие переоцененные интернет-компании упали в пике. Сейчас эти воспоминания мешают запускать интернет-бизнес. А зря – надо успевать до следующего краха (смеется).

КАКИЕ ЦЕННОСТИ ДЛЯ ВАС – КЛЮЧЕВЫЕ?

Во-первых, честность – я убедился, что она служит залогом коммерческого успеха; во-вторых – готовность идти на риск, в-третьих – настойчивость. Да, не трудолюбие даже, а настойчивость.

КСТАТИ, О НАСТОЙЧИВОСТИ: ДОПИСАЛ ЛИ АНДРЕЙ ПЕРФИЛЬЕВ ДИССЕРТАЦИЮ?

Нет. Пишет еще. Тема сложная... ♦

КАК РЕШАТЬ ТИПИЧНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СТАРТАПОВ?

- Вам не нужны деньги на офис – вы можете работать дома
- Вам не нужны деньги на рекламу – вы можете сами запустить сетевое сообщество и бесплатно привлекать внимание к продукту
- Вам не нужны деньги на дорогих бухгалтеров и юристов – вы можете нанять фрилансеров значительно дешевле
- Вам не нужны деньги на составление реестров – вы можете прочитать книжку и сами их составить
- Без денег вы становитесь злее, голоднее и успешнее

- Делайте то, что нужно
- Ставьте на сильную команду: если есть слабые звенья – избавляйтесь от них сразу
- Помните: основатели работают бесплатно
- Не тратьте время на совещания
- Используйте четкое планирование, но не тратьте время на совещания
- Любые сроки заранее умножайте на два
- Стоимость умножайте на четыре
- Для инвесторов умножайте эти цифры на два
- Никогда заранее не анонсируйте дату выхода прототипа

КИНОМАКС

С Е Т Ь К И Н О Т Е А Т Р О В



Киноцентр «Киномакс–Воронеж» – это не только комфортабельные залы, вкуснейший поп-корн и еженедельные мировые кинопремьеры. Это реальная возможность, чтобы о Вас узнали тысячи воронежцев.

реклама



ПО ВОПРОСАМ РАЗМЕЩЕНИЯ РЕКЛАМЫ ОБРАЩАТЬСЯ

+7 (473) 269-55-82

v r n _ r e k l @ k i n o m a x . r u

В ДОБРЫЙ ПУТЬ

10 советов тем, кто задумал НОВЫЙ бизнес

ТЕКСТ ДМИТРИЙ ПАВЛОВ, АЛЕКСАНДР ЧЕРНОВ



1

ОГЛЯНИТЕСЬ ПО СТОРОНАМ

Не всегда нужно смотреть вдаль – часто достаточно просто посмотреть вокруг, чтобы заметить то, что нужно людям, что, чего пока никто не предлагает или предлагает в несколько недоработанном варианте.



2

СТАНЬТЕ ПЕРВЫМИ

Придумайте что-то, чего до вас не было, и это вызовет бум потребительского спроса. Представьте, сколько денег сняли с рынка изобретатели Bluetooth-технологии или создатели «Идеальной чашки» – пусть скопированной с Запада, но первой для нашего рынка сети кофеен. Свежие решения возможны и в консервативных отраслях – формируйте (оформляйте и позиционируйте) их уникальность.



3

НАЙМИТЕ ТВОРЧЕСКИХ ЛЮДЕЙ

Чтобы создать нечто новое, нужно обладать недюжинным креативным потенциалом. Привлекайте к разработке продукта, услуги или концепции творческих людей – например студентов Мухинского училища. Они далеки от бизнеса, но обладают свежим нестандартным взглядом.



4

СОЗДАЙТЕ ТЕХНОЛОГИЮ

Хорошая идея – лишь малая толика успеха. Создавайте технологическое решение. Привлекайте специалистов-технологов, не забывая испытывать технологию в пилотных проектах. Пилотное тестирование снижает риски.



5

МОДЕЛИРУЙТЕ

Попытайтесь точно смоделировать отношения будущей компании с окружающей средой. Что получает покупатель за это? Ясное понимание потребности – гарант эффективности. Бизнес-модель – это рисунок или письменное представление цепочки ценностей и связей с потребителями и поставщиками.



ДМИТРИЙ ПАВЛОВ,
МВА, директор по развитию и внешним связям ИМИСП, обладатель золотого знака РМІ «За вклад в развитие управления проектами в России»



АЛЕКСАНДР ЧЕРНОВ,
Тренер-психолог, штатный преподаватель ИМИСП, директор программы «Создание и запуск нового бизнеса»



6

СОВЕРШЕНСТВУЙТЕ ФОРМУ

В современном мире все больше ценятся эргономичность, простота пользования и дружелюбный интерфейс. Из нескольких решений, одинаковых по функциональности, потребитель отдаст предпочтение тому, что совершенно по форме. Это – так называемый закон прегнантности формы.



7

ДОВЕРЯЙТЕ, НО ПРОВЕРЯЙТЕ

Интуиция не поддается логике, но подсказывает правильный путь. Доверяйте ей, но не забывайте выносить «озарения» на суд экспертов, перепроверяя их цифрами. При этом важна скорость принятия решений: уже сегодня вечером уникальный продукт, который сулил баснословные дивиденды, может предложить кто-то другой. Идеи витают в воздухе, особенно – в высокотехнологичных секторах.



8

ЗАРЯДИТЕСЬ ЭНЕРГИЕЙ

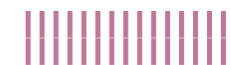
Эмоциональная энергия – залог не только личной стойкости, но и жизнеспособности проекта. Чтобы подключиться к ее источнику, нужно осознать свою сущность и прикинуть, насколько проект ей соответствует. Кроме того, важно понять, как долго вы собираетесь «жить» с новым делом: планируете ли передать его детям или просто проверите свои творческие качества.



9

ГОТОВЬТЕСЬ К НЕОЖИДАННОСТЯМ

Не исключено, что реальность опрокинет все расчеты с ног на голову – учитесь предвидеть, учитывать и рассчитывать риски. А главное – будьте готовы к ним. Часто «подводные камни» находятся в сферах, о которых и не подозревают. Полезная в этом отношении книга – «Черный лебедь» Нассима Талеба.



10

НЕ ПЕРЕСТУПАЙТЕ ЗА ГРАНЬ

Зачастую приходится разочаровываться в партнерах, увольнять людей, судиться и принимать жесткие решения. Но никогда не стоит переступать за грань. Практика показывает: чем более высокоморален лидер, тем более устойчив бизнес, особенно – в долгосрочной перспективе.

ИНТУИЦИЯ НЕ ПОДДАЕТСЯ ЛОГИКЕ, НО ПОДСКАЗЫВАЕТ ПРАВИЛЬНЫЙ ПУТЬ

ЧЕМ БОЛЕЕ ВЫСОКОМОРАЛЕН ЛИДЕР, ТЕМ БОЛЕЕ УСТОЙЧИВ БИЗНЕС

ВОПРОС РЕБРОМ

ОТВЕЧАЯ НА ВОПРОСЫ РЕДАКЦИИ, ОПЫТНЫЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ ПРИЗЫВАЮТ К БЛАГОРАЗУМИЮ, УДАЧЛИВЫЙ СТАРТАПЕР – СОВЕТУЕТ ПОМЕНЬШЕ ПЛАНИРОВАТЬ, А КРУПНЫЙ ИНВЕСТОР – ЗОВЕТ НА ОСВОЕНИЕ «ЦЕЛИНЫ»



МИХАИЛ РЕЙДЕР, генеральный директор онлайн-турагентства Hipclub.ru

НЕГЛУПЫЙ БИЗНЕС

ОТЛИЧАЕТСЯ ЛИ СТАРТАПЕР ОТ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ?

Если понимать под стартапом бизнес с потенциалом быстрого роста, работающий в «новой экономике» (технологии, интернет, биотехнологии), то стартапер отличается от предпринимателей лишь хорошей реакцией, повышенным уровнем амбиций и не-

любовью к бизнесам с большим количеством активов. Есть, конечно, и отрицательная коннотация: иногда стартаперами называют мечтателей, которые тусят в «Красном Октябре», ничего толком не делают и не сделают. Но вы же не их имеете в виду?

НА ЧТО СТОИТ ОПИРАТЬСЯ, НАЧИНАЯ НОВОЕ ДЕЛО?

Лучший бизнес – это тот, который можно запустить с \$50 000, у которого есть теоретический потенциал на миллиард долларов. Глупо заниматься бизнесом, если 5–10 миллионов долларов – его максимальный размер.

Нужно запускать бизнес, в котором хоть что-то понимаешь. Обла-

сти, в которых не разбираешься, всегда кажутся проще и прибыльнее, чем есть на самом деле.

Нужно меньше планировать и больше делать. Запустите продукт как можно быстрее в минимальном исполнении и смотрите, как он работает. Первые две недели работы дадут больше информации, чем месяцы исследований.

Относитесь к любому раунду инвестиций как к последнему. Расчет на следующий, несостоявшийся в итоге, раунд погубил немало интересных бизнесов. Привлекаемые инвестиции должны давать возможность прожить минимум 18 (а лучше 24) месяцев, даже если вы вообще ничего не продадите.

ги. Тем не менее, потребители все чаще обращают внимание на качество товара и стабильность бренда, у которого они покупают. Пока в магазинах почти нет товаров, которые уже не являются дешевыми, но еще не относятся к люксовым. Именно этот сегмент рынка будет расти.

С ВОЗРАСТОМ ВСЕ ЧАЩЕ ИЩЕШЬ СПОКОЙСТВИЯ, ДА И ПРОШЛЫЕ НЕУДАЧИ, КАК ПРАВИЛО, УДЕРЖИВАЮТ ОТ ИМПУЛЬСИВНЫХ ПОСТУПКОВ



ЭДУАРД ОРЛОВ, совладелец компании «Сталкер-Консалтинг» (бренд ISOTONER)

ИДЕАЛЬНЫЙ ТАНДЕМ

ЧЕМУ СТОИТ ПОУЧИТЬСЯ У МОЛОДЫХ, А ЧЕМУ – ПОУЧИТЬ ИХ?

Молодые – дерзкие, легкие на подъем, ищут себя и новые идеи. Они не обременены негативным опытом, поэтому легче зарабатывают и легче теряют деньги. С возрастом все чаще ищешь спокойствия, да и прошлые неудачи, как правило, удерживают от импульсивных поступков, которые сулят быструю прибыль. Необходим баланс: молодым

не стоит бросаться в дело при первой же возможности заработать – лучше сначала притормозить, подумать, посчитать, а старшим нужно не терять мобильность в угоду знаниям. Идеальным для успешного бизнеса мне видится тандем из двух специалистов – молодого и активного, который каждый день видит новые возможности, и старшего и опытного, который уже знаком и с прибылями, и с неудачами, поэтому сможет принять взвешенное решение.

КАКИЕ ПРОДУКТЫ БУДУТ ВОСТРЕБОВАНЫ В БУДУЩЕМ?

В нашей стране разрыв между бедными и богатыми очень ощутим, а средний класс, который является опорой для бизнеса во всем мире, пока еще только становится на но-



ИГОРЬ ЧЕПЕНКО, член совета директоров группы компаний «Брок-Инвест-Сервис»

СТАРОЕ ПОМЯНЕМ

ЧТО ВАЖНЕЕ: СМЕЛОСТЬ ИЛИ ОПЫТ?

Для успешного развития бизнеса необходим баланс консерватизма и осторожности, которые приходят с опытом, и некоторой доли авантюризма и предприимчивости, свойственных молодости. Когда-то почти все мы были стартаперами, осваивали новые рынки, искали способы реализации себя и бизнес-задумок. Со време-

нем мы заматерели, окрепли, набрались опыта и знаний. Зрелость менее склонна к экспериментам, мы строим понятный, в хорошем смысле консервативный бизнес. Но в то же время опытному бизнесмену проще поставить себя на место стартапера – вспомнить острые ощущения, не забывая при этом об осмотрительности при вложениях.

ВО ЧТО ВЫ БЫ САМИ ИНВЕСТИРОВАЛИ?

Я продолжу инвестировать в свою отрасль – металлообработку и нишевое производство, поскольку индустрия, разрушенная в 1990-е годы, должна получить новое, современное воплощение, и это перспективный рынок, который уже хорошо мне известен. В то

же время надо уметь посмотреть на свое дело со стороны, должен постоянно присутствовать мотив улучшения и развития, стремления к совершенству – вот то, чему стоит учиться и у себя молодого, и у сегодняшних стартаперов.

НАДО УМЕТЬ ПОСМОТРЕТЬ НА СВОЕ ДЕЛО СО СТОРОНЫ

МЫ ИНВЕСТИРУЕМ В ЭНЕРГЕТИКУ И РЕСУРСОЭФФЕКТИВНОСТЬ, ПОТОМУ ЧТО РОССИЯ, НАПРИМЕР, РАСПОЛАГАЕТ КОЛОССАЛЬНЫМИ РЕСУРСАМИ ВОЗОБНОВЛЯЕМОЙ ЭНЕРГИИ



МИХАИЛ ЧУЧКЕВИЧ, управляющий партнер венчурной компании Bright Capital, крупный инвестор

НЕПАХАНОЕ ПОЛЕ

НА ЧТО СМОТРИТ ИНВЕСТОР, ОЦЕНИВАЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ ТОЙ ИЛИ ИНОЙ ИДЕИ?

Мне не работаем с идеями, они нематериальны – только с проектами. Оценивая их, мы, в первую очередь, ориентируемся на потенциал роста и их соответствие инвестиционному мандату. Проект ничто без людей,

которые за ним стоят. Поэтому основное, на что мы смотрим: технологии, потенциал роста и команда.

ТИПИЧНЫЙ СТАРТАПЕР В ПРЕДСТАВЛЕНИИ ИНВЕСТОРА – КАКОЙ ОН?

В проекции СМИ стартап – дело молодых и «зеленых». Возможно, в некоторых сегментах рынка – в частности, в интернет-технологиях – это так, но я не стал бы обобщать. Мы часто работаем со стартапами, оценка которых на раундах финансирования В-С составляет сотни миллионов долларов. И у руля этих компаний стоят «стартаперы» – про-

фессионалы с колоссальным опытом работы в крупнейших компаниях мира, с опытом руководства сотнями и тысячами сотрудников, с историей создания акционерной стоимости на миллиарды долларов.

В КАКИЕ ОБЛАСТИ СЕГОДНЯ ВЫГОДНО ИНВЕСТИРОВАТЬ?

Мы инвестируем в энергетику и ресурсоэффективность, потому что Россия, например, располагает колоссальными ресурсами возобновляемой энергии. Их технический потенциал в пять раз превышает годовое потребление первичных энергоресурсов в стране, однако он почти не используется. Важно организовать рациональное, рентабельное и экологически безопасное использование ресурсов с применением лучших мировых разработок. Конечно, мы не игнорируем развитие интернета – это новое измерение реальности, кардинально меняющее многие аспекты жизни.

Плохой Бозо, хороший ангел

РЕЧЬ СТАРТАПЕРА ПЕСТРИТ АНГЛИЦИЗМАМИ, ЗНАЧЕНИЯ КОТОРЫХ ПОНЯТНЫ ТОЛЬКО ПОСВЯЩЕННЫМ. СТАРТАП-ГЛОССАРИЙ ПОМОЖЕТ СНЯТЬ ЯЗЫКОВЫЕ БАРЬЕРЫ И РАСШИФРОВАТЬ ФРАЗЫ ВРОДЕ «КОФАУНДЕР ДЛЯ НЕТВОРИНГ В КОВОРКИНГ»

ТЕКСТ АННА СМЕЛЯГИНА



СТАРТАП (start-up — запускать) — компания с короткой историей, как правило, осваивающая рискованные или перспективные рынки. Термин «стартап» используют применительно ко всем отраслям экономики, уточняя его значения в зависимости от специализации: хайтек-стартап, IT-стартап и так далее.

АНГЕЛ — частный инвестор, вкладывающий порядка \$50–300 тысяч в перспективные проекты, как правило, чтобы получить часть компании (stake).

БОЗО — так Гай Кавасаки определяет «прогнозиста», который пытается вернуть на землю зарвавшегося стартапера. Есть два вида бозо: безопасный (неуспешный) и опасный (успешный, но пользующийся методами, которые уже не работают). Ключевые фразы персонажа: «Ничего у тебя не получится» и «Это никому не нужно».

БУТСТРЭППИНГ (bootstrapping — затягивание ремешков на обуви) — финансирование стартапа без привлечения кредитов и увеличения акционерного капитала. Источники — собственные сбережения и деньги клиентов.

ВИРАЛЬНОСТЬ (viral marketing — вирусная реклама) — идея виральности основана на том, что люди любят делиться друг с другом забавной информацией. В эпоху интернета она приобрела невиданные масштабы: блогеры и завсегда-таи соцсетей, словно бабушки у подъезда, делятся смешными видеороликами, картинками и цитатами. Хороший пример несетеовой виральности — кампания первой части «Матрицы», организованная по принципу «сарафанного радио».

ДОЛИНА СМЕРТИ (valley of death) — образуется в том случае, если, несмотря на все неблагоприятные прогнозы, проект запущен, но есть его основателям уже нечего.

КОВОРКИНГ (co-working — совместно работающие) — единое пространство для совместной работы фрилансеров и стартаперов, занятых в разных проектах. Многие коворкинги организуют прокат велосипедов и совместные проекты, постепенно преображаясь в кокриэйтинги (co-creating — «творящие вместе»).

КОФАУНДЕР (co-founder — сооснователь) — бизнес-партнер фаундера (основателя бизнеса).

КРАУДСОРСИНГ (crowd — толпа, sourcing — поиск и использование ресурсов) — привлечение незнакомых людей к работе над проектом. Может вознаграждаться как деньгами, так и самим продуктом или бонусами. Примеры: NASA Clickworkers, Википедия.

КРАУДФАНДИНГ (funding — финансирование) — привлечение неограниченного круга людей для финансирования проекта. Часто деньги собираются с помощью специальных сайтов вроде Kickstarter, OnSetStart. Примеры: «РосПил» и сборы на предварительном этапе предвыборной кампании Барака Обамы в 2008 году.



КРАУДИНВЕСТИНГ И КРАУДЛЕНДИНГ (investing — инвестирование, lending — кредитование) — новые формы денежных транзакций через краудфандинговые платформы: акции выставляют на продажу в интернет, чтобы люди могли свободно покупать их и обмениваться ими. Станут полностью легальными в середине 2013 года, после вступления в силу закона JOBS — Jumpstart Our Business Start-Ups в США.

ЛИНЧ (lynch — линчевание) — стадия, на которой решается возможность запуска стартапа, взвешиваются все Pros and Cons («за» и «против»).

НЕТВОРИНГ (net — сеть) — создание деловых контактов.

ПИВОТ (pivot — точка опоры для смены направления) — умение держать нос по ветру: быстро переключиться на иную сферу услуг, отказаться от неперспективного проекта, в который было вложено много сил. Примеры: BMW (авиационные двигатели), Suzuki (ткацкие станки).

ПУШИТЬ (push — двигать, толкать) — продавливать свои интересы на рынке, продвигать идею.

ФУЛЛ-ТАЙМ (full — полный, time — время) — полный рабочий день.

ПИТЧИТЬ — презентовать свою идею с целью получения инвестиций и/или привлечения пользователей/клиентов.

ЭЛЕВАТОР ПИТЧ (elevator pitch — речь в лифте) — презентация идеи, продукта или сервиса, которая длится около тридцати секунд — примерно столько, сколько средняя поездка в лифте. Это 100–150 английских слов или шестьдесят русских.

ТИЗЕР (teaser — дразнилка) — образец продукта или часть сервиса, которую демонстрируют для привлечения пользователей. Своего рода пробник.

КОНТЕНТ (content — содержание) — текстуальное и визуальное наполнение сайта.

ФРИМИУМ (free + premium) — бизнес-модель, при которой часть контента предоставляют бесплатно, а добавочные сервисы только после оплаты. Например, загрузить и использовать программу путешествий можно бесплатно, а вот дополнительно заказать такси или узнать, где дешевле стоят рестораны, или получить скидку — уже после оплаты.

ИНКУБАТОР — место взращивания стартапов, где начинающим предпринимателям в зависимости от целей предоставляют возможности для обучения, тестирования прототипов и поиска инвесторов.

ТРЕКШН (traction — тяга) — один из ключевых параметров оценки стартапа инвестором, в рамках которого он смотрит, хорошо ли организована обратная связь, и прикидывает, соответствует ли заявленная идея конъюнктуре. ♦



Реклама	<p>Ок ПЕРИОДИЧЕСКАЯ СИСТЕМА СКБ-БАНКОВСКИХ ЭЛЕМЕНТОВ</p> <p>ОБОРОТИЙ</p>	17
ОАО «СКБ-банк»	<p>КРЕДИТЫ БИЗНЕСУ</p>	<p>СКБ-БАНК</p> <p>8-800-1000-600 (звонок бесплатный, круглосуточно)</p> <p>г. Воронеж, ул. Пушкинская, 7</p>