

# Исследование рынка стартапов в России

STARTUP  
BAROMETER  
2021

Партнеры



При поддержке



# Портрет основателя стартапа



- **Мужчина, 36 лет**
- **С высшим образованием**
- **Опытный предприниматель, у которого уже был собственный бизнес**
- **Совмещает развитие стартапа с работой по найму или другими проектами**

Решаются на запуск собственного проекта все еще в основном мужчины. Среди основателей стартапов женщин совсем немного – 16%. Эта цифра из года в год меняется, но буквально на 1-2%.

**?** Доля женщин в предпринимательстве растет, но в случае технологического бизнеса этот рост почти не ощущается. Сколько пройдет времени, прежде чем в научно-технологическом секторе значительно увеличится доля женщин-лидеров технологических компаний?



**Александра Герасимова**

CEO & Co-founder FITMOST

Я думаю, что ситуация не может поменяться мгновенно, но темп изменений не такой уж и медленный. Когда я начинала 5 лет назад в статусе основательницы IT-стартапа, я действительно приходила на разные российские стартап-конференции, и там не было девочек, а самый популярный вопрос, который мне задавали, звучал так: «А сколько ты знаешь успешных предпринимателей и девушек-основательниц стартапов, и сколько из них привлекали раунды инвестиций?». И он всегда задавался со скептицизмом.

Сейчас же ситуация изменилась, и уже есть ответы на эти вопросы. Например, в прошлом году вышел рейтинг LETA Capital «100 русскоязычных женщин-руководителей IT-стартапов». Плюс недавно вышел рейтинг Rusbase про 100 женщин в IT. Честно говоря, мне кажется, что еще через 5 лет мы даже не будем поднимать такой вопрос. Среди лидеров технологичных компаний будет все больше женщин, и это естественное развитие событий. К тому же, сейчас есть фонды, которые интересуются вложениями в проекты женщин-фаундеров, есть мероприятия для женщин в IT. А еще 5 лет назад такое было даже сложно представить, потому что было понимание, что еще нет тех, кого можно позвать на это мероприятие.

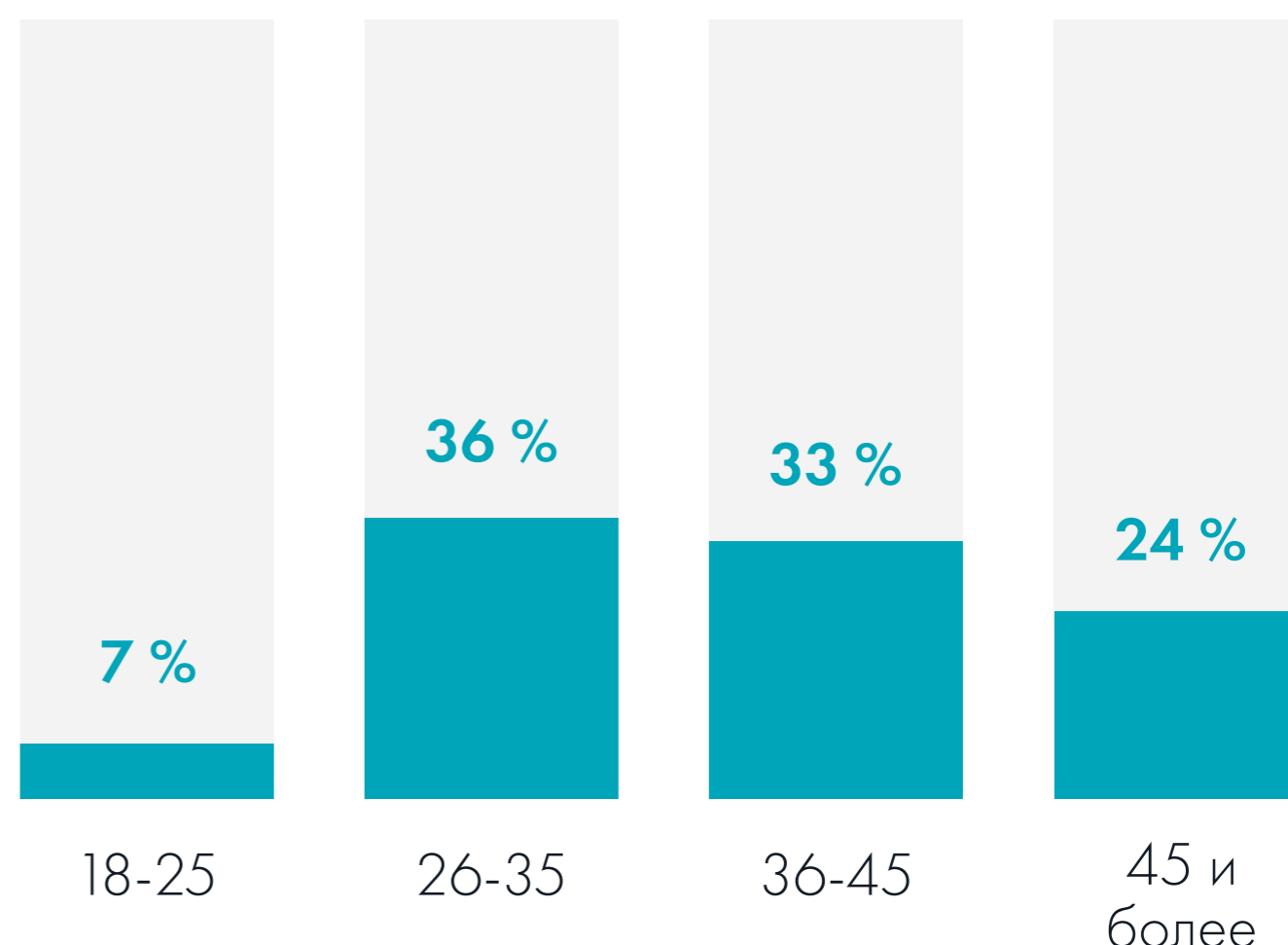
Хотя и существует стереотип, что стартапы – это проекты молодых ребят и вчерашних студентов, на самом деле запускают свои компании в России все еще люди более зрелые – от 26 до 45 лет. Доля основателей 18-25 лет всего 7%. Больше всего основателей стартапов из Москвы (41%), 9% - из Санкт-Петербурга, остальные проценты распределились по другим городам России.

Высшее образование имеют практически все основатели стартапов (87%), а еще четверть опрошенных имеет два высших и более. 11% обладают ученой степенью, что закономерно с учетом возраста основателей. Эти показатели стабильны несколько лет, и иллюстрируют, что прежде, чем идти в бизнес, люди потратили на образование годы и только потом встали на путь предпринимательства.

## Образование



## Возраст основателей



## География



**?** После получения высшего образования становиться предпринимателями, а тем более создавать инновационный бизнес многие еще не готовы. Связано ли это с недостаточной уверенностью и решительностью в более молодом возрасте, или желание запускать свое дело появляется позже по разным причинам? Нужно ли менять ситуацию или это нормальное течение дел?



## Рабочая группа РАВИ

Мировая статистика показывает, что далеко не студенты запускают стартапы. Собственный бизнес, тем более инновационный, запускают тогда, когда есть не только большой багаж теории, но и опыт работы на ключевых позициях в компаниях. Это не связано с неуверенностью молодых людей. Это как раз говорит о том, что значительно большее число фаундеров понимают, что для построения перспективной инновационной компании требуются разносторонние знания и опыт.

Большой процент основателей из Москвы ещё раз подтверждает, что бизнес надо делать там, где можно быстро получать обратную связь, где проще доступ к инвесторам не только российским, но и иностранным, где есть возможность взаимодействовать с людьми более оперативно.

Как и в прошлом году среди основателей стартапов больше всего серийных предпринимателей, людей с опытом. До того, как основать текущий проект, 34% опрошенных уже занимались собственным бизнесом. Стабильно на втором месте сотрудники корпораций - 29% до запуска своего стартапа работали в крупной компании. Выходцев из небольших компаний меньше – 19%.

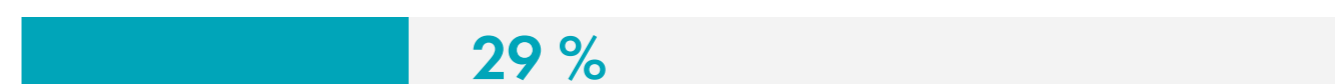
66% опрошенных совмещают работу в стартапе с другой деятельностью: 30% продолжают работать в найме, 14% имеют другой бизнес, 9% развивают сразу несколько стартапов. Для 64% опрошенных стартап не является основным источником дохода.

## Чем вы занимались перед тем, как основали свой текущий стартап?

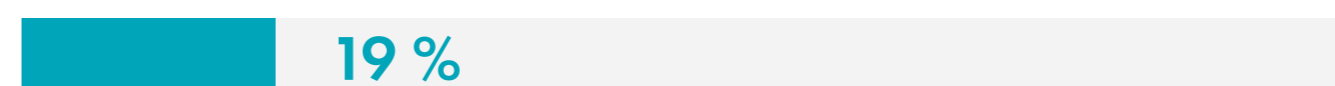
Собственный бизнес



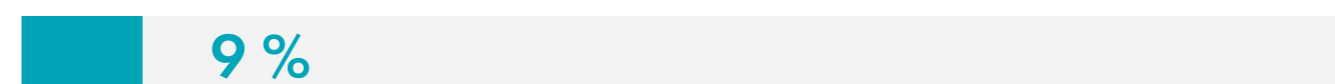
Работа по найму в крупной компании



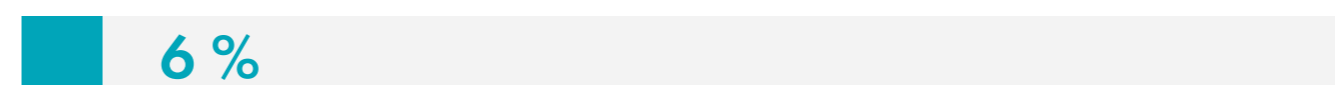
Работа по найму в небольшой компании (МСП)



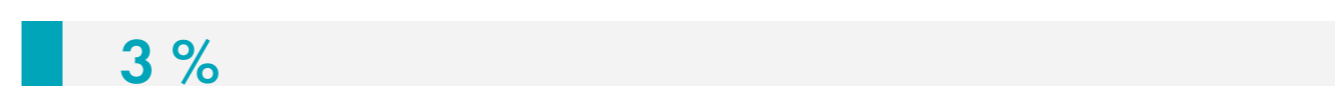
Развитие других стартапов



Работа в госсекторе

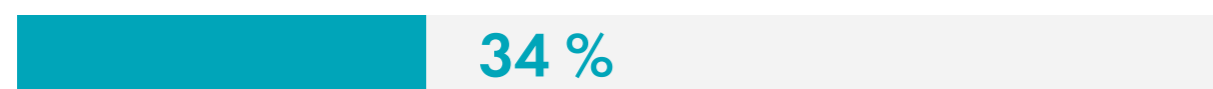


Учеба



## Совмещаете ли вы работу над стартапом с другой деятельностью?

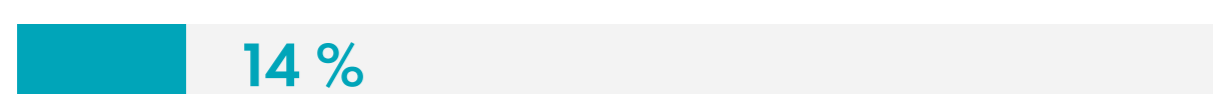
Нет, это моя основная деятельность



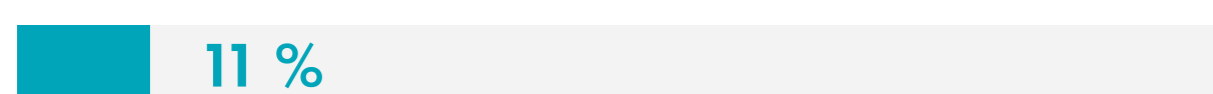
Да, работаю по найму



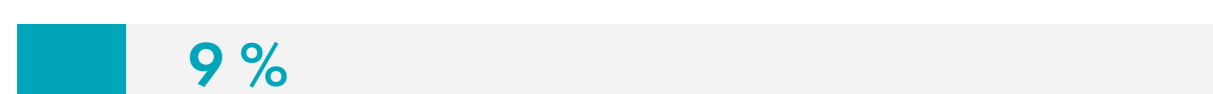
Да, у меня есть другой стабильный бизнес



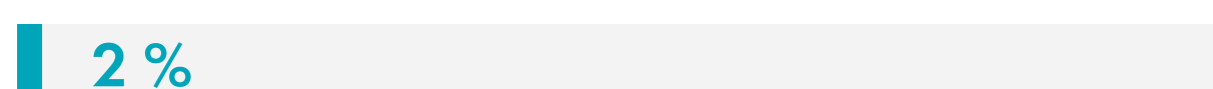
Да, работаю на фрилансе



Да, у меня несколько стартапов



Да, получаю высшее образование



На ранней стадии при вложенных временных и денежных ресурсах в разработку продукта должно пройти достаточно времени, чтобы проверить его жизнеспособность, протестировать рынок, получить работающий прототип, протестировать и масштабировать имплементацию технологии – это часть специфики инновационного предпринимательства. Технологический бизнес – это длинные циклы от создания продукта до прибыли.

Более того, у 60% респондентов уже был негативный опыт, связанный с провалом и закрытием стартапа, что подтверждает: основатели технологических стартапов в России – не только люди с внушительным уровнем образования, но и серийные предприниматели, которые учатся на ошибках.

## Является ли стартап вашим основным источником дохода?



36 %

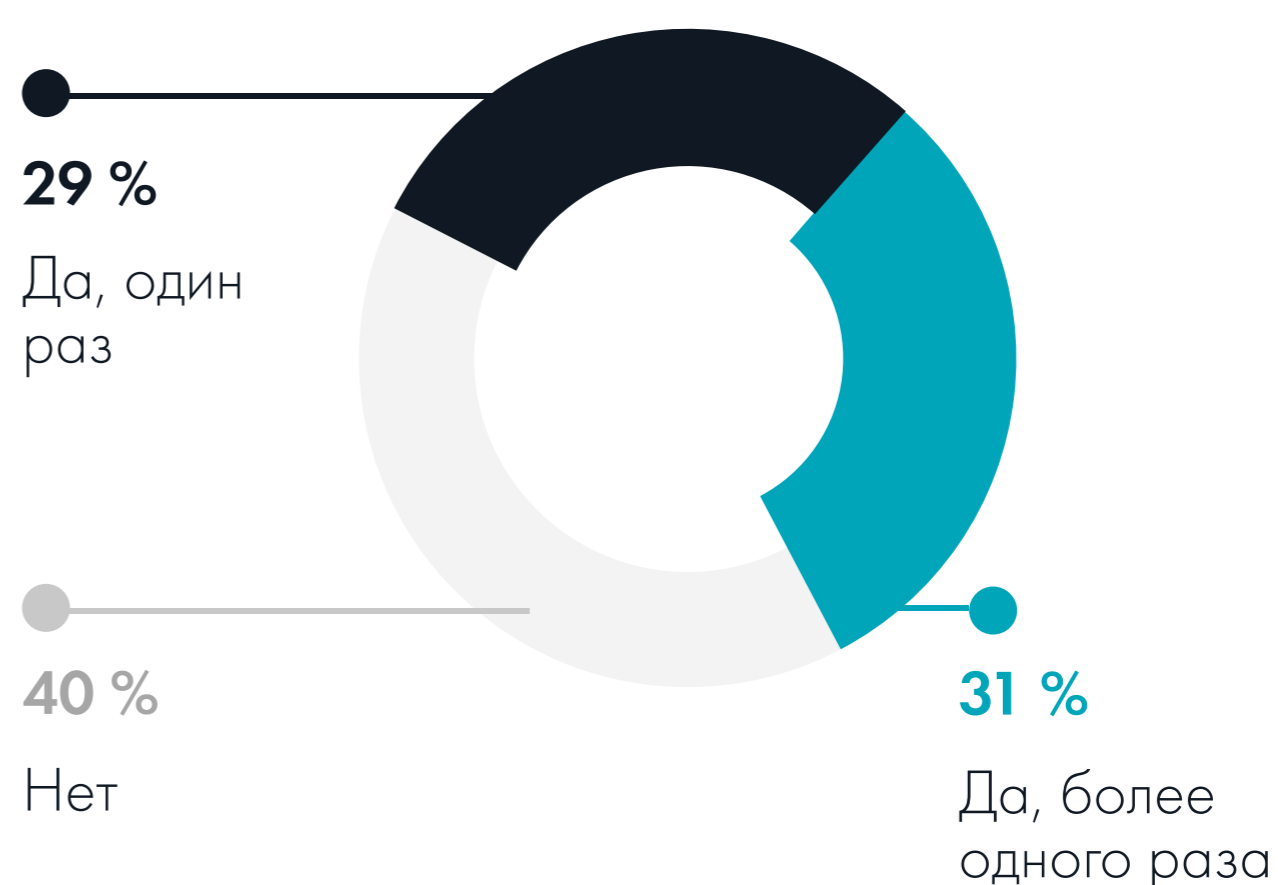
Да

64 %

Нет

Есть прямая зависимость между стартапом, как основной деятельностью и основным доходом – для тех людей, которые совмещают работу в стартапе с другой деятельностью, проект не является основным источником дохода. Это нормально: как только свое дело начинает приносить достаточную прибыль, предприниматель может позволить себе полностью сосредоточиться на собственном проекте. Однако часто бывает, что, не уделяя достаточного количества времени и энергии, предприниматель вынужденно сам оттягивает этот момент. К тому же, если речь идет о высокотехнологичных разработках, то они требуют больше времени, ресурсов и имеют более долгий цикл от прототипа до производства и наращивания продаж – таким проектам на старте сложно выжить без внешнего финансирования и поддержки.

## Был ли у вас ранее негативный опыт, связанный с провалом стартапа и закрытием бизнеса?



29 %

Да, один раз

40 %

Нет

31 %

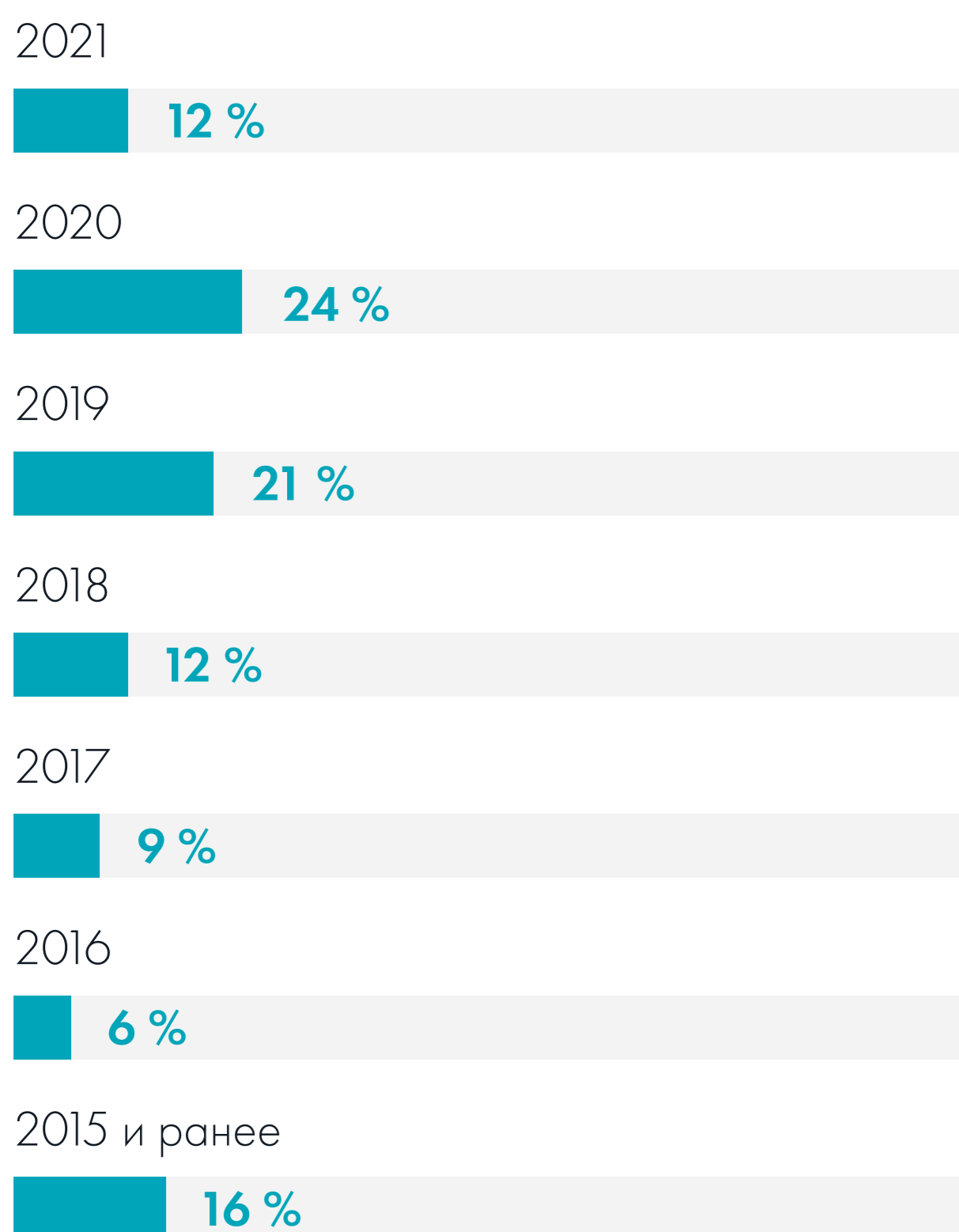
Да, более одного раза

# Портрет стартапа



- Основан не более 3-х лет назад
- Имеет 1-2 основателя, 2-5 человек в команде
- Находится на стадии MVP и осуществляет первые продажи
- Усовершенствует уже существующие продукты и бизнес-модели

## Год основания стартапа

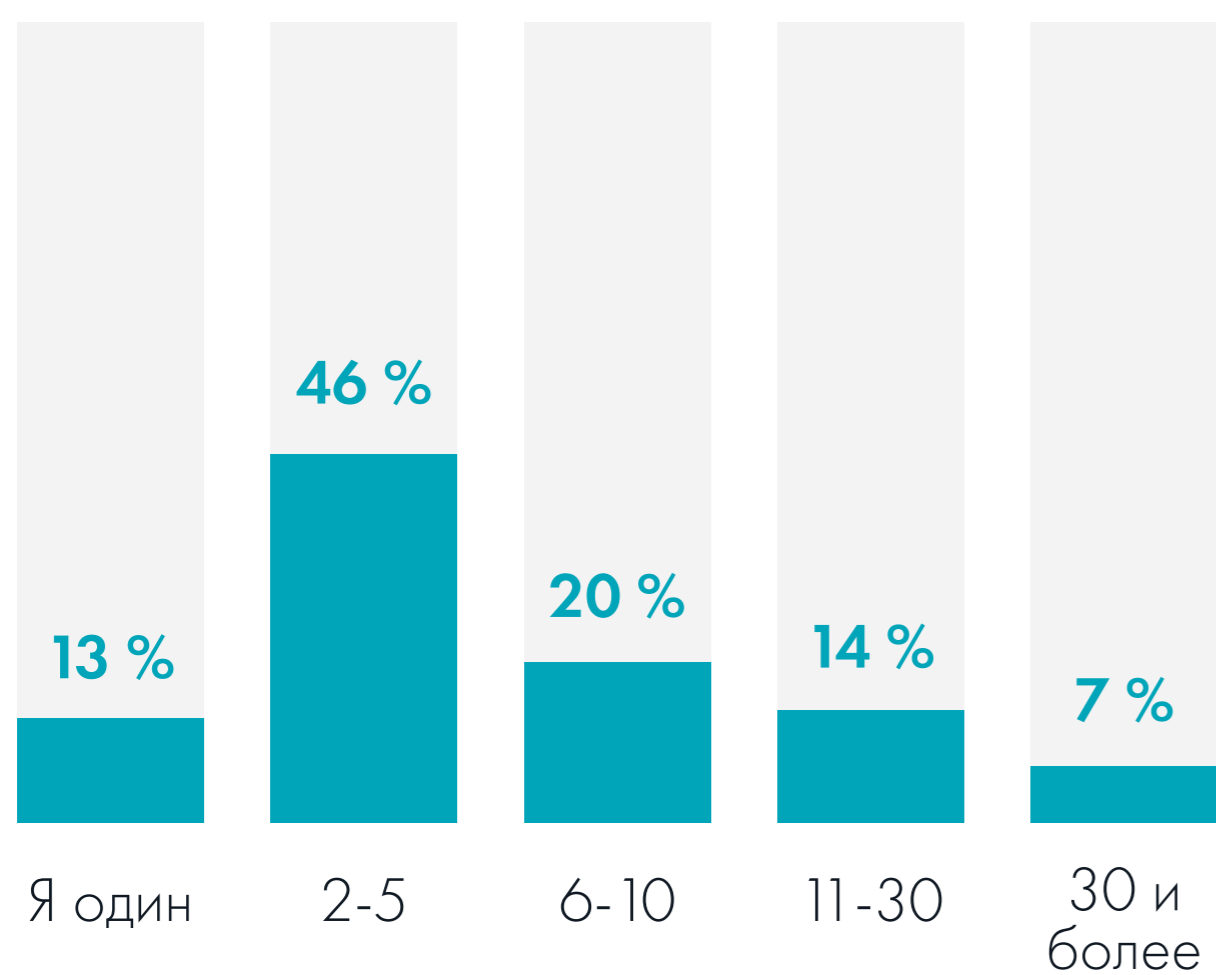


Стартапы – это молодые компании, хотя и проекты на поздних стадиях с большой командой можно считать стартапами – они представляют интерес для инвесторов, фондов, корпораций. Ряд компаний, которые вроде как недавно стали частью нашей повседневной жизни, созданы достаточно давно, как например Delivery Club (основана в 2009 году). И компанию можно было бы считать стартапом до момента ее покупки Mail.ru.

В исследовании ежегодно принимают участие сотни стартапов, но показатели остаются те же – среднему стартапу в России 1-3 года. Это значит, что стартапы «не стареют», а ежегодно существует естественный прирост молодых технологических компаний. Очевидно, как и существует «смертность». Только 16% компаний, принявших участие в исследовании, старше 5 лет.

Команда стартапа в большинстве своем небольшая – 2-5 человек (46%). Большие команды от 30 человек имеют 7% компаний.

### Сколько человек работает в вашей команде?



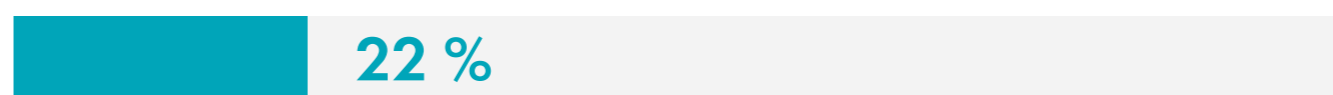
Треть стартапов находятся на стадии прототипа и первых продаж (30%), 16% компаний оптимизируют бизнес-процессы и совершенствуют продукт, 22% компаний наращивают клиентскую базу и масштабируются. На самой ранней стадии находятся 22% проектов. Год от года мы видим примерно равномерное распределение стартапов по стадиям своего развития. Это обозначает, что резкого притока или оттока новых проектов или какие-то системных сдвигов в индустрии пока не произошло.

### Количество основателей

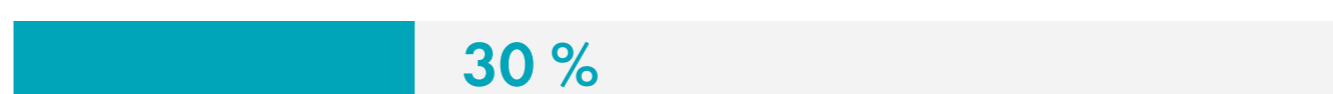


### Какова стадия развития вашего бизнеса на текущий момент?

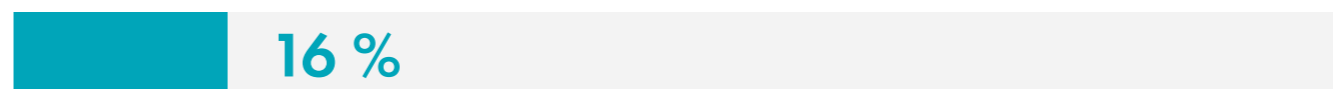
Формулирование идеи, изучение конкурентов и ЦА, разработка бизнес-модели / прототипа



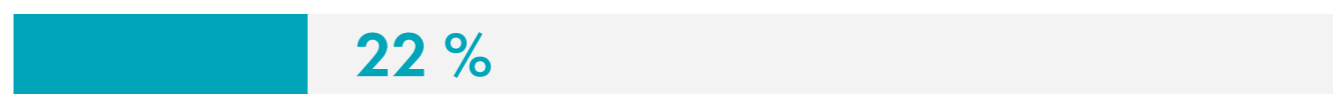
Наличие минимально жизнеспособного продукта (MVP), продвижение и первые продажи



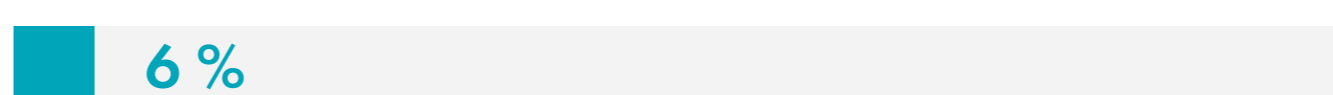
Усовершенствование продукта / услуги на основе обратной связи, оптимизация бизнес-процессов



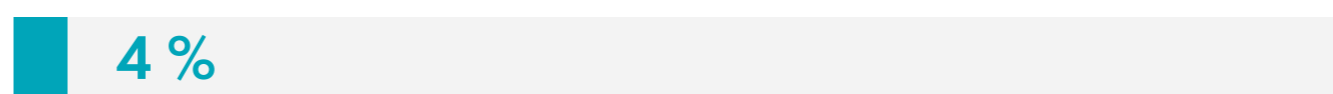
Масштабирование: рост клиентской базы, возможностей продукта и самой компании



Стабильное развитие, поиск новых направлений для взрывного роста



Другое



# Отраслевые сегменты и ниши

## Топ ниш стартапов 2021

- 1 EdTech
- 2 FinTech
- 3 Ecommerce
- 4 Transportation
- 5 HRTech
- 6 Robotics
- 7 HealthTech
- 8 NewEnergy
- 9 MedTech
- 10 Logistics
- Industrial
- AdTech

Для классификации стартапов мы задали основателям три вопроса: про нишу, про технологии и про бизнес-модель.

Больше всего стартапов в нише EdTech, на втором по популярности месте FinTech, на третьем – Ecommerce.

Заметно больше появилось проектов в сфере HRTech. В прошлом году стартапы не выделяли эту нишу. Поднялись в рейтинге робототехнические проекты и стартапы в сфере энергетики, а также появилось больше стартапов для производств и промышленности.



**Алексей  
Соловьев**

Основатель инвестиционной  
компании A.Partners

Бум EdTech-проектов объясняется спросом на решения дистанционного образования в течение последнего года в новой реальности с COVID 19 и перевод в онлайн ряда существующих бизнес-моделей и проектов. Дополнительно, многие инвесторы уже не первый год также охотно интересуются образовательными проектами, а стратеги такие проекты покупают для собственной экосистемы, обеспечивая инвесторам выходы. Получается, что на рынке EdTech в последний год лучше других работает венчурная модель. FinTech проекты регулярно занимают место в рейтинге популярности и у предпринимателей и у инвесторов, хотя на слуху таких проектов не много, что вызывает небольшой диссонанс. Ecommerce достаточно универсальный термин и подходит в качестве характеристики многим проектам, поэтому эта ниша такая многочисленная, хотя в этом году таких проектов стало несомненно больше среди респондентов.



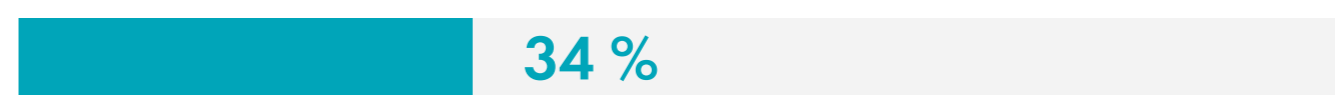
В открытых вопросах основатели указали ниши, которых не было в списке – и мы увидели ряд проектов в сферах строительства, недвижимости и страхования: **PropTech**, **InsureTech** и **ConstructionTech**. Эти сегменты начали набирать обороты в последний год.

Если раньше этих отраслей не было ни в топе самых популярных для предпринимателей и инвесторов, и они не были заметными в общем рейтинге, то сегодня решения в сфере недвижимости и страхования очевидно появляются как ответ на вызовы пандемии. 2020 год можно охарактеризовать заметными движениями на рынке недвижимости: льготная ипотека и страх неопределенности сыграли свою роль в желании людей вложить накопления в жилье. Многие граждане оказались в ситуации безработицы, многие заболели, в тяжелый финансово и морально период появились новые мошеннические схемы, и решения страхования от разных жизненных ситуаций также скоро могут занять свое место. Очевидно, что 2020 год заставил людей задуматься о превентивных мерах относительно своего финансового благополучия и здоровья близких, поэтому можно ожидать рост финансовой грамотности, спрос на помощников в сфере недвижимости и страхования.

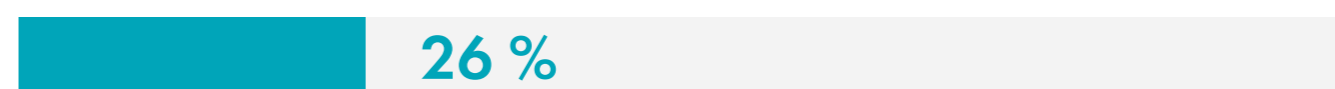
Технологии, которые присутствуют в решении стартапа, были вынесены в отдельный вопрос про технологические ниши, так как их использование уже входит в развитие многих технологических проектов и они являются не нишей стартапов, а "технологическим стеклом". Десятилетие назад было принято выделять IT или Mobile как отдельные направления, но уже сейчас это неактуально, потому что все создается как IT и Mobile. То же самое происходит и с AI/ML, BigData, Computer Vision, а приземляться эти технологии могут на решения в разных отраслях.

## Какие технологии присутствуют в вашем продукте?

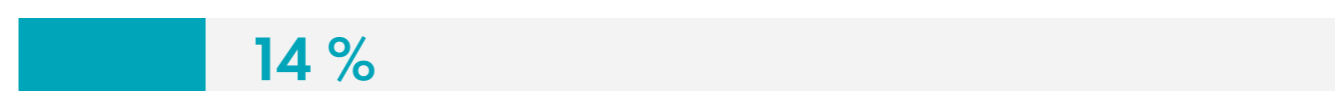
AI / Machine Learning



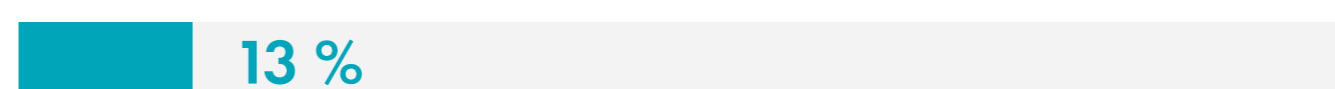
BigData



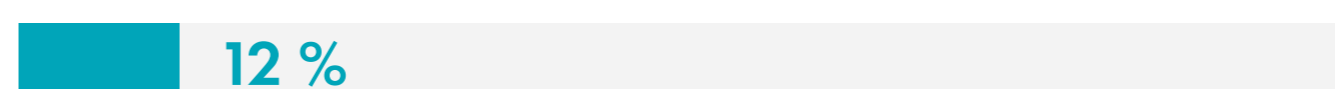
Cloud Computing



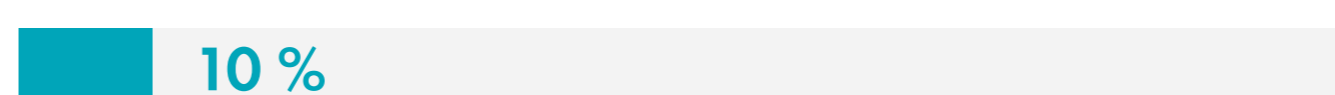
Computer Vision



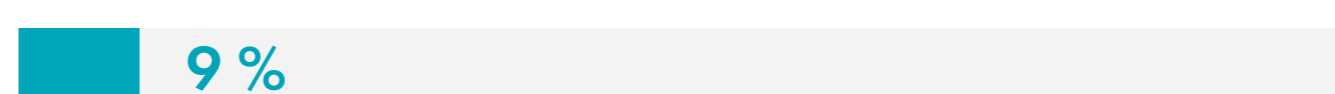
Другое



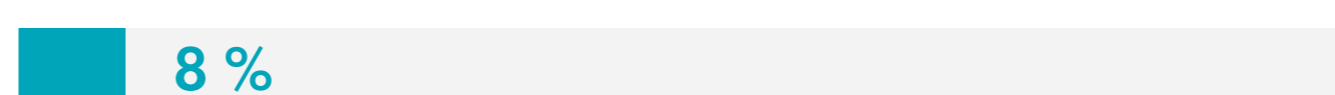
Robotics



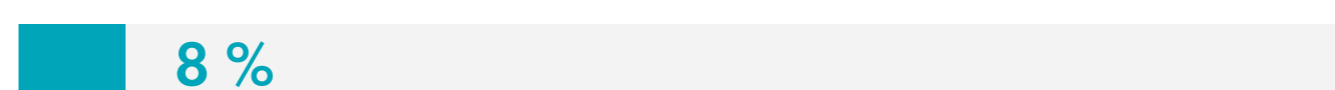
Neural Network



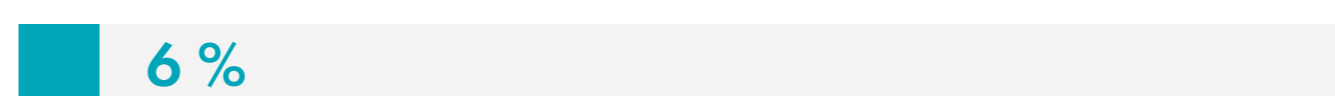
New Materials



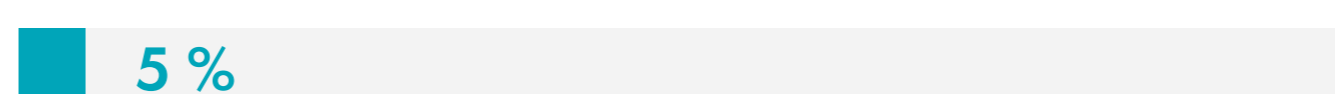
AR/VR



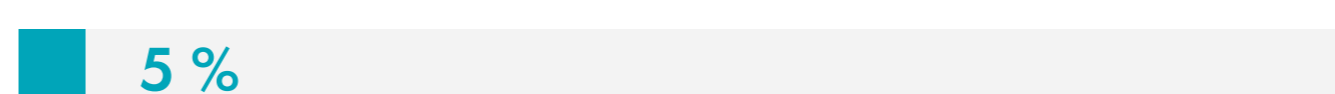
New Energy



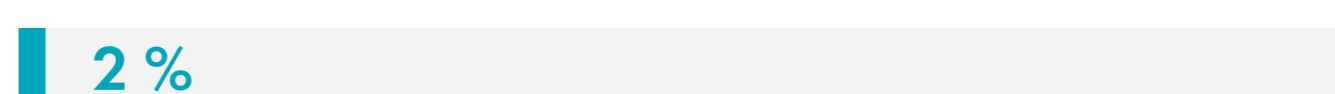
BioTech



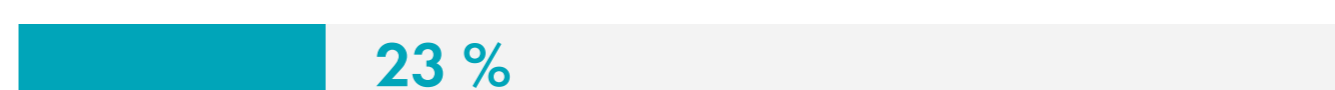
Blockchain



5G



Ничего из вышеперечисленного

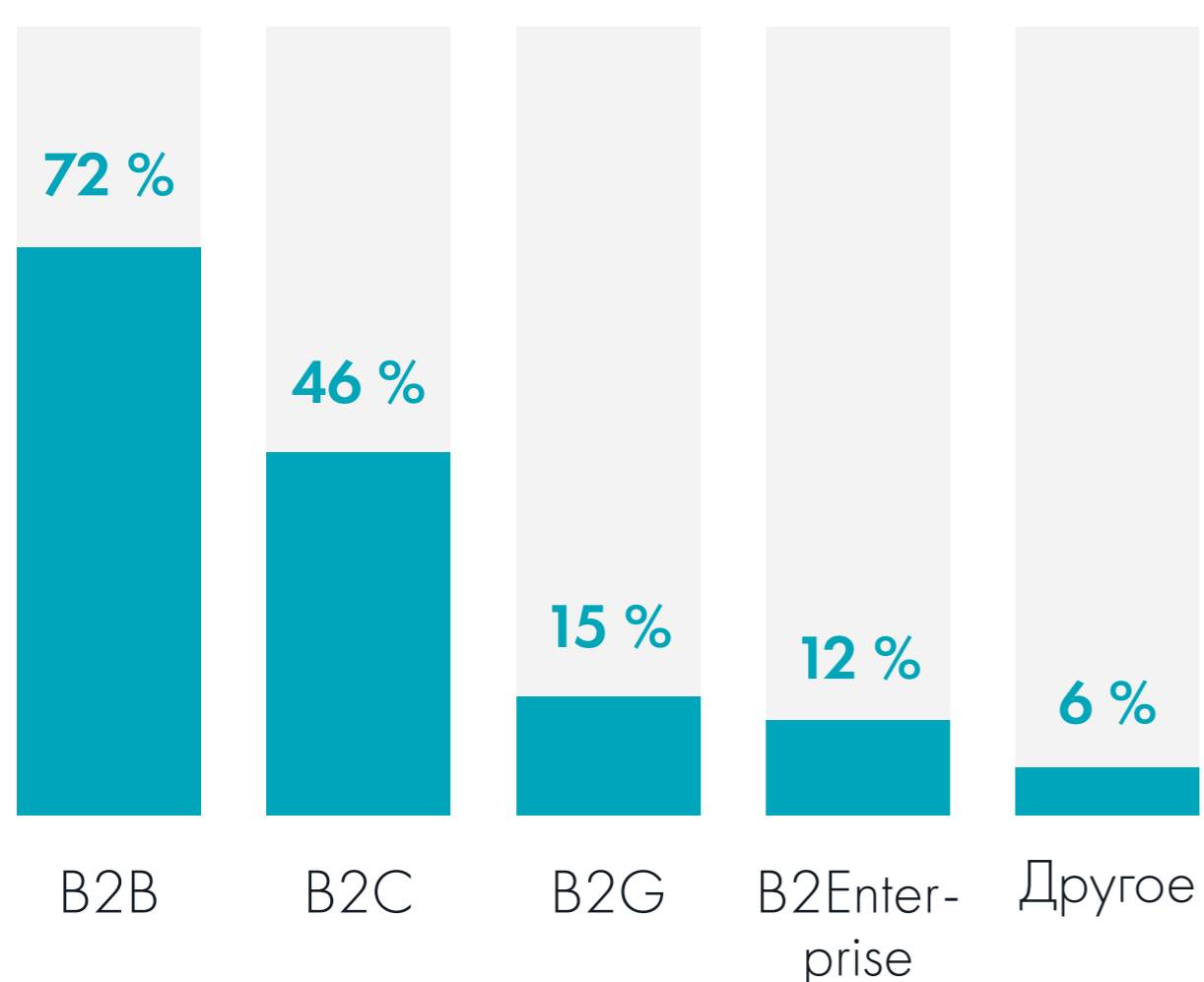


\* Допускался выбор нескольких вариантов ответа

Более трети стартапов (34%) разрабатывают решения на базе искусственного интеллекта и интегрируют машинное обучение. С BigData работают 26% стартапов, облачные технологии используют 14%. Пока еще мало проектов в сфере 5G.

В открытых ответах предприниматели писали о разработке нейротехнологий и когнитивных технологий, агротехнологий, нанотехнологий.

## Специализация вашего стартапа

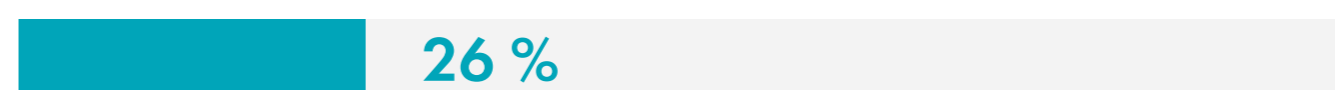


\* Допускался выбор нескольких вариантов ответа

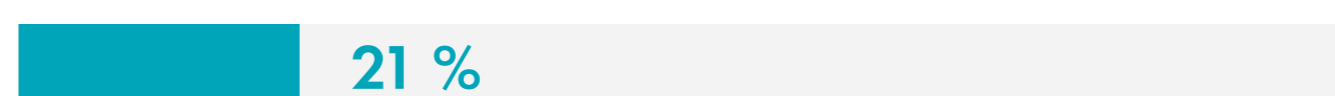
71% стартапов создают кросс-индустриальный продукт – решение может быть использовано в разных отраслях, 72% стартапов специализируются на B2B, 46% создают продукт для конечных потребителей. Для государства создают продукты 15% стартапов. Интересно, что в 2020 году решения для государства разрабатывали 25% компаний – это был существенный рост, а сейчас таких компаний стало почти вдвое меньше.

## Какая у вас бизнес-модель?

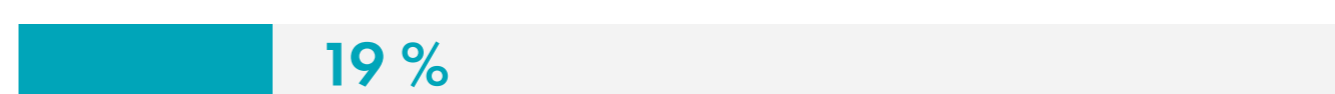
SaaS



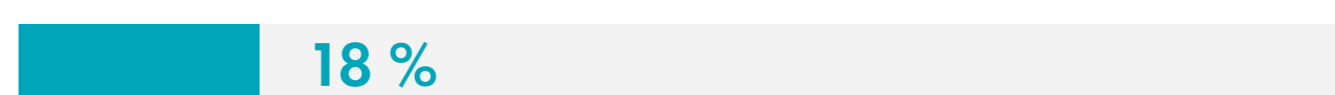
Application



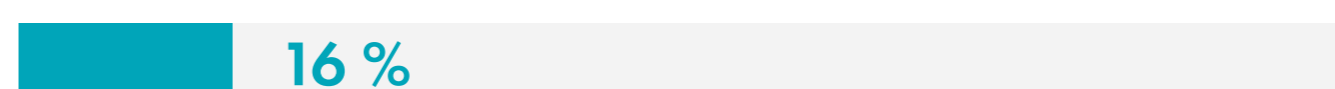
IT-platform



Другое



Marketplace



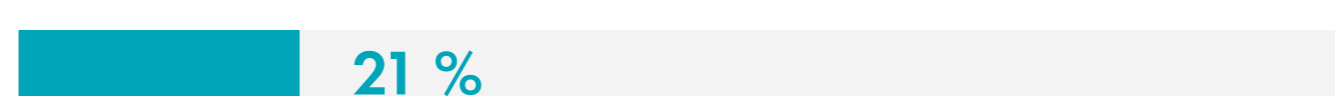
Самая популярная бизнес-модель – SaaS (26%). В ответах другая часть респондентов написали про прямые продажи, модель подписки, модель роялти от патентов.

## Определите степень инновационности вашего продукта

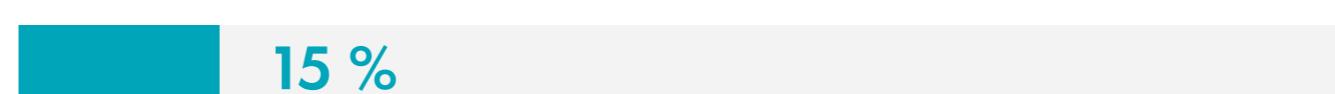
Наше решение – усовершенствованный продукт, который выгодно отличается от существующих



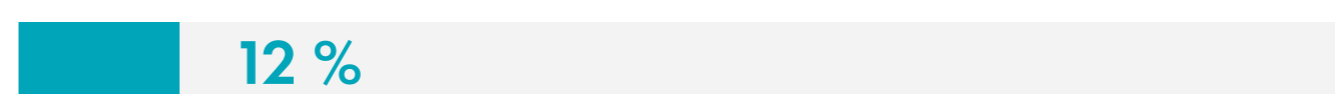
Наш продукт уникален и у него нет аналогов на международном рынке



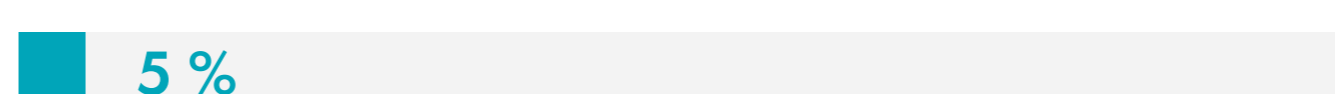
Наш продукт не имеет аналогов на российском рынке



Наш продукт – существующая технология, которую мы применили на новом рынке



Продукт не является инновационным, мы умеем хорошо его продавать



# Бизнес в условиях постпандемии

Пандемия – неожиданная сложная ситуация, затронувшая весь мир: высокая степень неопределенности, много пострадавших отраслей не только из-за факта появления нового вируса и человеческого страха, но и из-за последствий управленческих решений: самоизоляция, карантин, ограничения, закрытие границ. Для многих предпринимателей этот период стал испытанием на прочность.

И вот год спустя новая весна. Мир изменился, мы приспособились к наличию вируса и новым привычкам. Но все же пандемия оставила свой след, обнажив необходимость технологической трансформации ряда отраслей и ускорив цифровизацию и развитие дистанционных сервисов.

Казалось бы, пока владельцы традиционного малого и среднего бизнеса терпели убытки, технологические предприниматели могли быстрее адаптироваться и предлагать нужные инновационные разработки в ответ на вызовы. Какие выводы по истечению года жизни в новой реальности можно сделать об инновационном предпринимательстве в России?



Мы попросили предпринимателей оценить влияние конкретно ситуации с COVID-19 на их бизнес в России. Почти треть (30%) предпринимателей заявляют, что пандемия никак не повлияла на их бизнес. 32% предпринимателей отметили негативное влияние пандемии, но максимально негативное влияние коронакризис оказал на бизнес 6% стартапов. 38% отметили, что пандемия положительно сказалась на их бизнесе, и 13% предпринимателей рассказали о максимально позитивном влиянии.

## Оцените, как повлияла на ваш бизнес ситуация с COVID по итогам 2020 года в России?

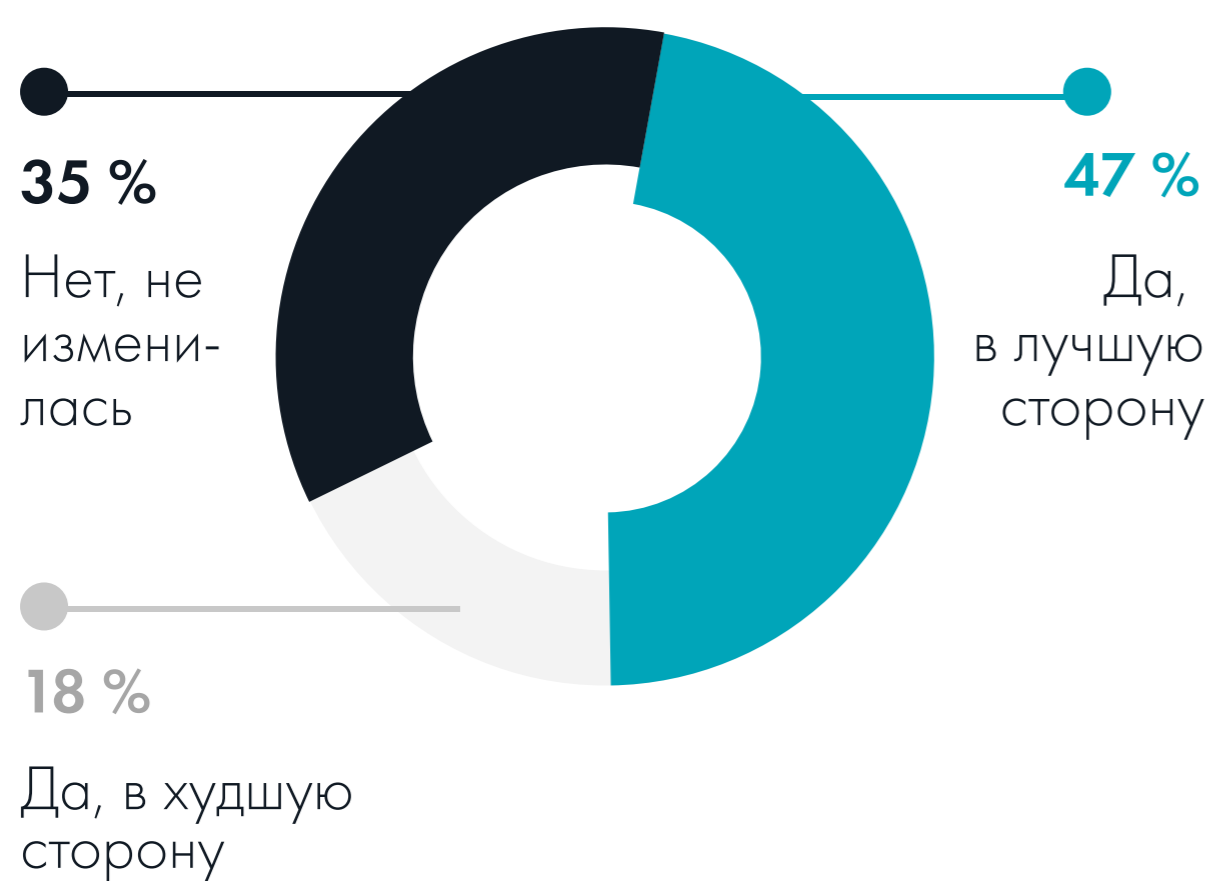


Пандемия - явление мирового масштаба, последствия которого должны были драматически трансформировать все отрасли экономики. Однако, этот фактор не повлиял глобально на инновационную отрасль. Произошло структурное изменение по нишам, но о резком спаде или росте всего рынка речь не идет.

Среди тех, кто ответил о максимально позитивном влиянии пандемии на их бизнес, 25% стартапов - в сфере EdTech, 11% стартапов в сфере FinTech, 5% проектов Ecommerce и столько же HRTech.

Максимально отрицательно пандемия сказалась на стартапах в сфере робототехники (13%), в сфере развлечений (8%) и ритейла (8%).

## Изменилась ли глобально ситуация в вашем бизнесе за 2020 год?



## Ниши до пандемии



## Ниши после пандемии



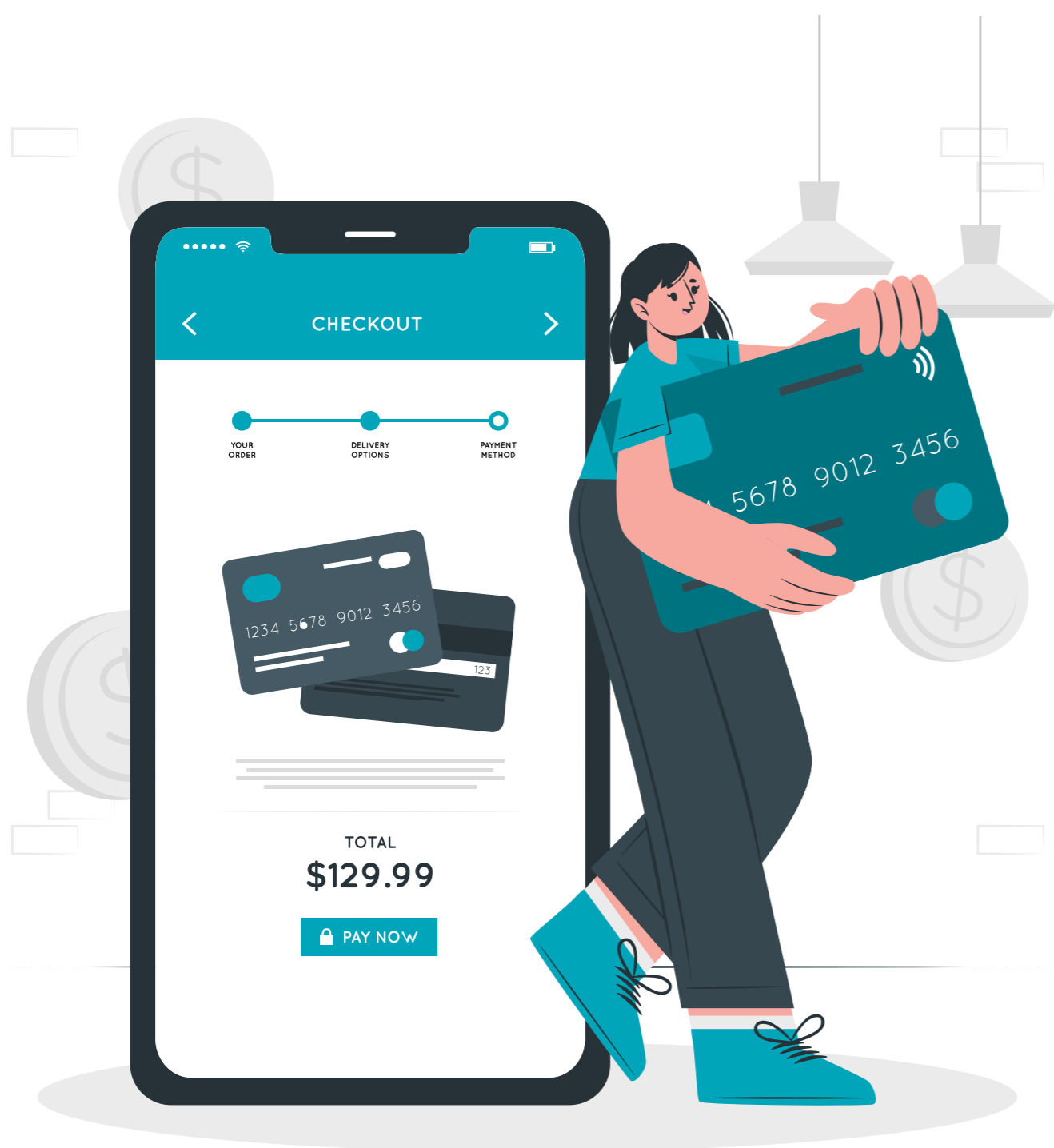
$$S_1 = S_2$$

Около половины предпринимателей (47%) заявляют о том, что в целом ситуация в их бизнесе за прошедший год изменилась в лучшую сторону. 35% респондентов сказали, что ситуация в бизнесе глобально не поменялась, а в худшем положении оказался проект у 17% основателей. О том, что вероятности закрытия их бизнеса не было, заявили 69% всех респондентов.

## Была ли вероятность, что ваш бизнес разорится и закроется в 2020 году?



# Продажи

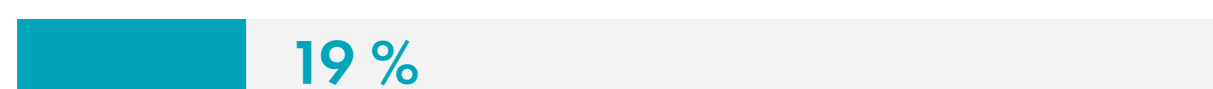


## Выручка стартапа за последние 12 месяцев

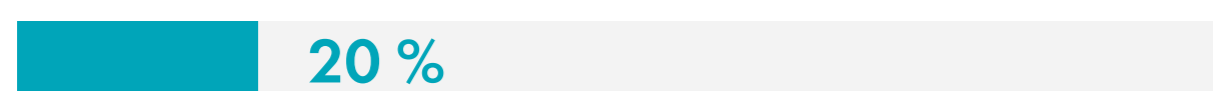
Пока нет дохода



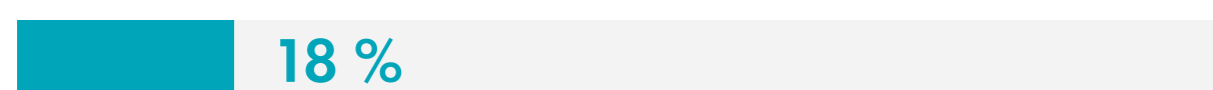
До 1 млн. рублей



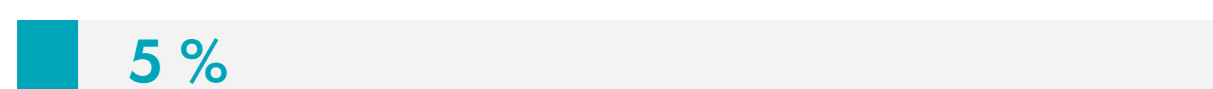
От 1 до 10 млн. рублей



Более 10 млн. рублей



Не могу раскрыть информацию



Несмотря на то, что на самой ранней стадии находится 22% стартапов, не получают прибыли еще 38% компаний. До 10 млн рублей заработали 39% компаний. Более 10 млн рублей за последний год заработали 18% стартапов.

15% стартапов продают свой продукт только в Москве и Санкт-Петербурге. На отечественном рынке реализуют свои решения 73% компаний, в странах СНГ 33%. На Азиатский рынок вышли только 12% проектов, в США и Европе чуть больше (18% и 25%).

В разделе «Другое» мы получили ответы от компаний ранних стадий, которые еще не имеют продаж, но большинство из них видят присутствие своего продукта во всем мире.

## Регион продаж

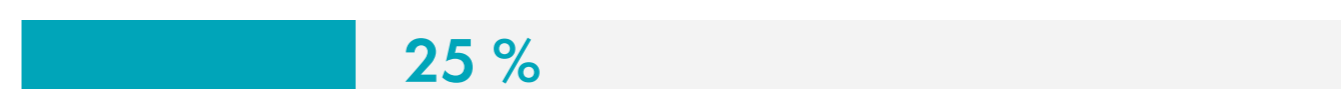
РФ



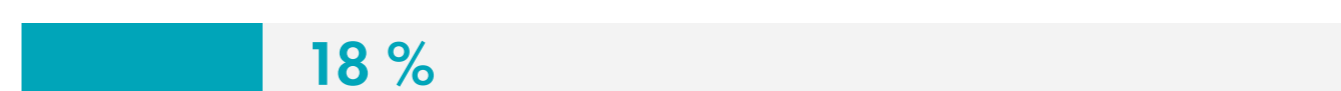
Страны СНГ



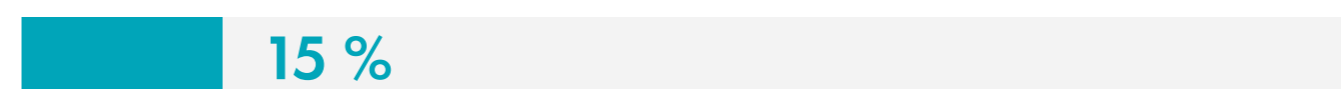
Европа



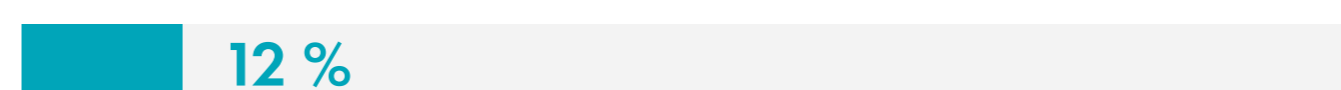
США



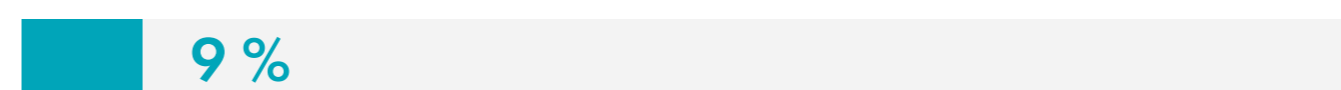
Только Москва и/или Петербург



Азия



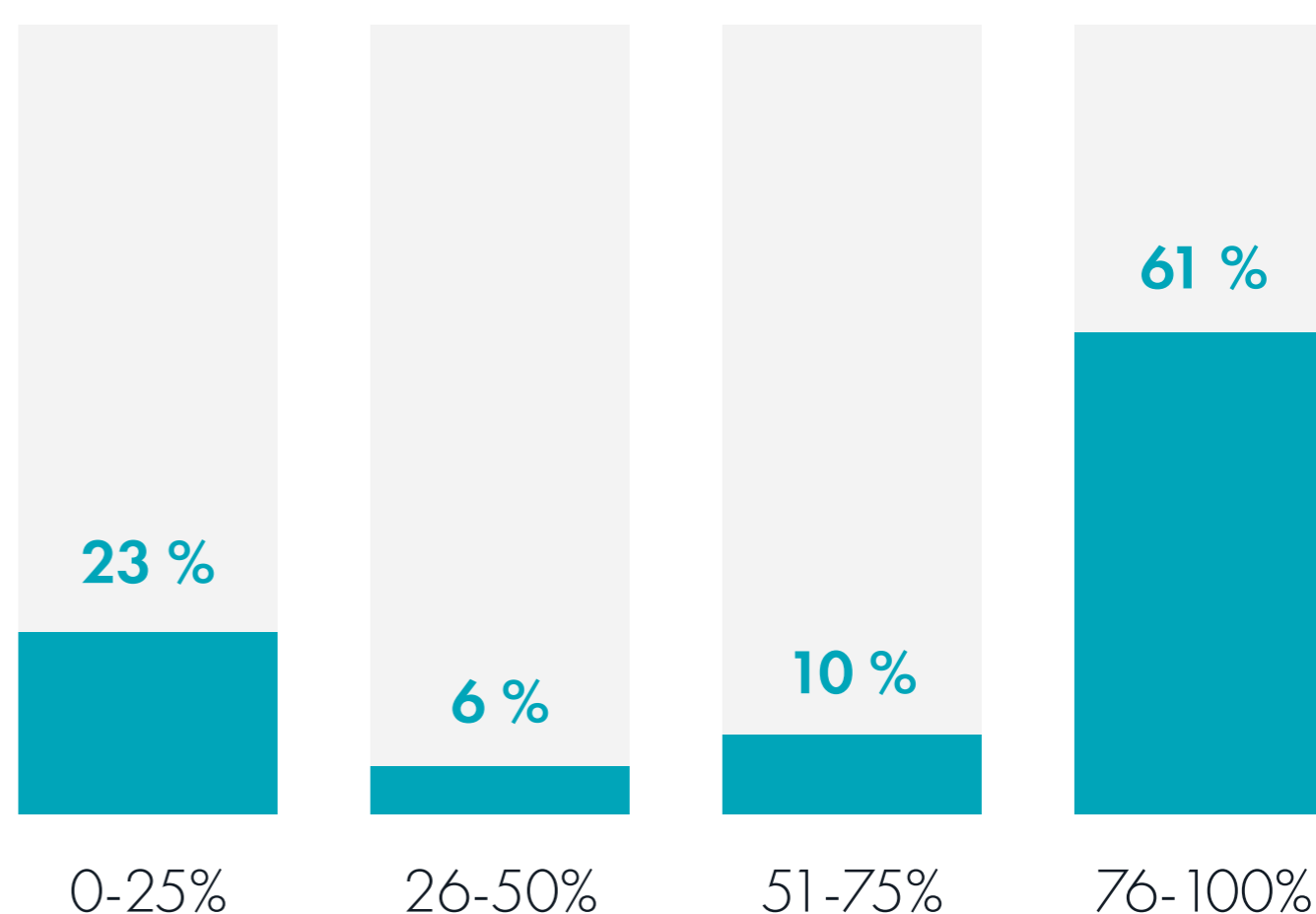
Другое



\* Допускался выбор нескольких вариантов ответа

У большинства стартапов (61%) основной процент выручки приходится на Россию. Интересно, что 23% компаний наоборот, имеют на отечественном рынке 0-25% выручки от продаж. Получается, что около четверти компаний работают или собираются работать глобально.

## Какой процент выручки приходится на продажи в РФ?



## Что помогло вам выйти на международный рынок?

Нашли локального партнера (организацию, ассоциацию, дистрибьютора)

39 %

Сразу создавали глобальный продукт / инфраструктуру / сразу начали продавать за рубежом

23 %

Международный маркетинг / PR

14 %

Наняли специального человека, который отвечает за продвижение на другом рынке

9 %

Открыли представительство в другой стране

7 %

Заключили несколько крупных контрактов за рубежом

5 %

Привлекли инвестиции от зарубежного инвестора

3 %

В этом году предпринимателям с опытом продаж за рубежом был задан вопрос о том, что помогло их проектам выйти на международный рынок: 39% нашли локального партнера, 23% создали изначально глобальный продукт, 14% задействовали международный маркетинг и PR.

## Какие компании имеют меньшую долю выручки в России?

Около половины из этих компаний связаны с инженерными технологиями: разработкой двигателей, обработкой нефтепродуктов, решений для промышленности, новыми материалами, DeepTech. Те компании, у кого уже есть продажи, в том числе за рубежом, работают с Европой (61%), СНГ (44%), США (22%). Выйти на международный рынок этим компаниям помогло наличие локального партнера (31%) и изначальная ориентация на глобальный рынок (31%). В меньшей степени помогли представительство в другой стране (19%) и международный маркетинг/PR.

Почему стартапы не идут на международный рынок? Пробовали продавать за рубежом, но не получилось только у 1% респондентов. Из-за пандемии прекратили продавать 3% респондентов.

Предприниматели не решаются запускать свой продукт на международный рынок, так как считают свой продукт не готовым для этого (19%), хотя протестировать продукт сначала на российском рынке 18%, и еще 15% считают, что не имеют ресурсов на продвижение за границей.

## Планируете ли вы выходить на зарубежный рынок в текущем году?



## Если у вас нет продаж за рубежом, то почему?

У нас еще нет продаж

24 %

Наш продукт пока не готов для этого

19 %

Хотим сначала протестировать бизнес внутри РФ

18 %

У нас нет ресурсов на продвижение за границей (средств, сотрудников, понимания специфики рынка)

15 %

Недостаточно нужных контактов / нет локальных партнеров

7 %

У нас локальный продукт

5 %

Прекратили продавать за рубежом из-за COVID

3 %

Пробовали, но не получилось

1 %

Ничего из вышеперечисленного

8 %

Однако, в 2021 году выйти на международный рынок планируют 57% предпринимателей, а 10% от такого плана отказались из-за пандемии и экономической ситуации.

# Финансирование. Инвестиционный портрет стартапа

Прошедший год выглядит достаточно противоречив с точки зрения намерений инвесторов вкладываться в новые технологические стартапы. Многие заняли выжидательную позицию, другие – напротив, старались нащупать новые тенденции и первыми оседлать волну в поиске будущих лидеров.

Сами российские предприниматели склоняются к тому, что инвесторы стали более осторожными – так думают 49% респондентов. Четверть опрошенных не заметили изменений в поведении инвесторов, а еще четверть отметили возросший интерес к стартапам.

## Как вы считаете, изменилась ли ситуация на рынке инвестиций за последний год?

Да, инвесторы стали более осторожными

49 %

Да, возрос интерес инвесторов (стало больше переговоров, инвесторы стали более отзывчивыми)

26 %

Нет, изменений не произошло

25 %



В вопросе финансирования стартапов на старте мы видим драматические изменения по сравнению с прошлым годом: если в 2020 запускали компании на собственные средства 61% основателей, то в этом году этот показатель увеличился до 75%.

Грант на старте помог 8% стартаперам (в 2020 24% компаний заявили, что запустились с помощью гранта), а частный непрофильный инвестор как источник финансирования для запуска компании занял третье место (6%).

Печально и то, что продолжают развиваться стартапы также на собственный капитал (41%). Выручка от продаж как источник текущего финансирования, заняла второе место (35%).

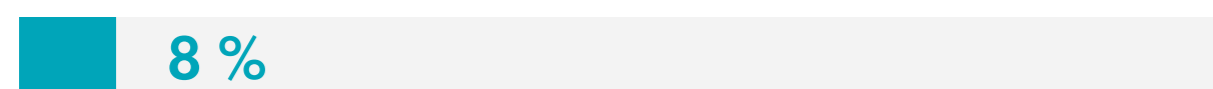


## Основной источник средств на момент запуска стартапа

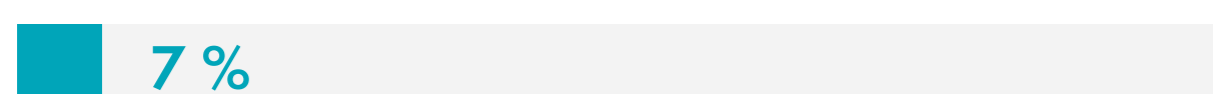
Собственный капитал



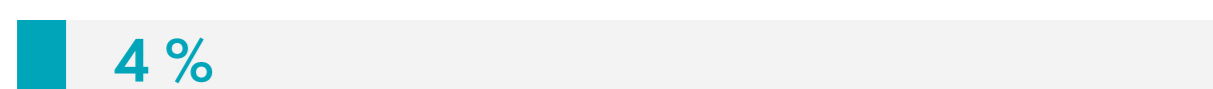
Грант



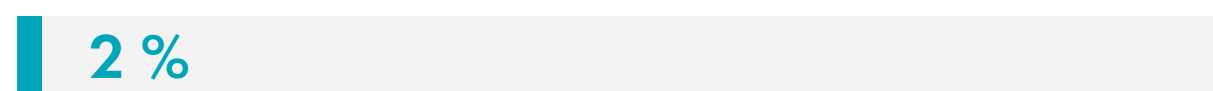
Частный непрофильный инвестор и / или friends&family



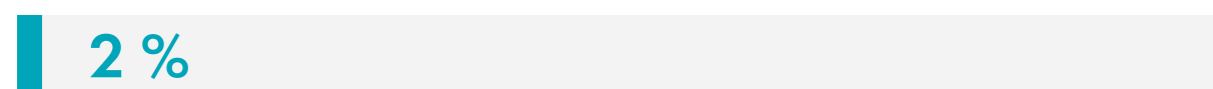
Стратегический инвестор



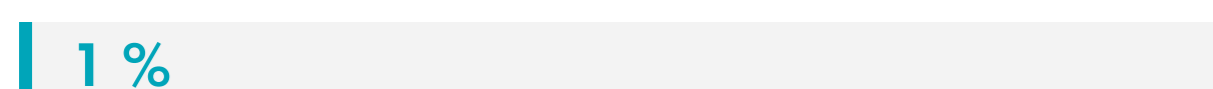
Акселератор



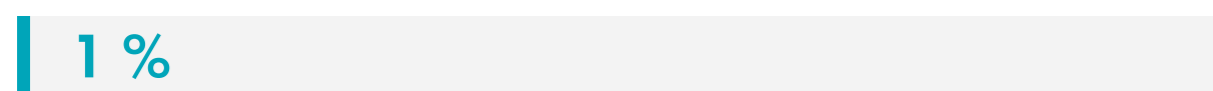
Венчурный фонд



Профессиональный бизнес-ангел (инвестор с более чем 10 инвестициями в портфеле)



Другое (краудфандинг и т.д.)



## Основной источник средств на текущий момент

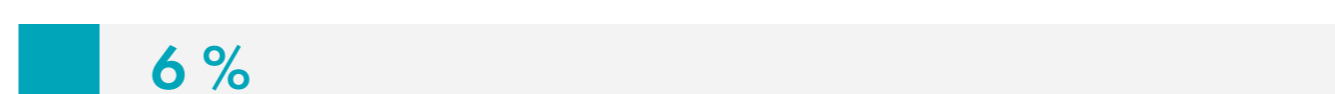
Собственный капитал



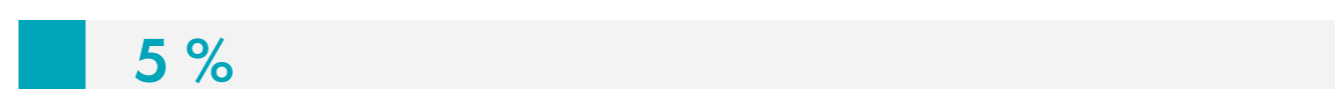
Выручка от продаж



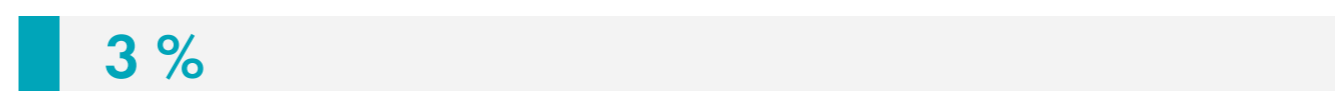
Частный непрофильный инвестор и / или friends&family



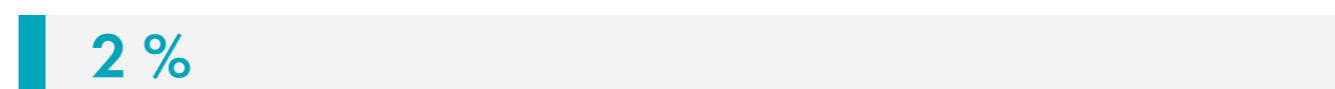
Грант



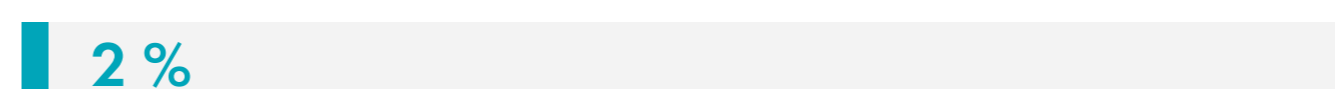
Стратегический инвестор



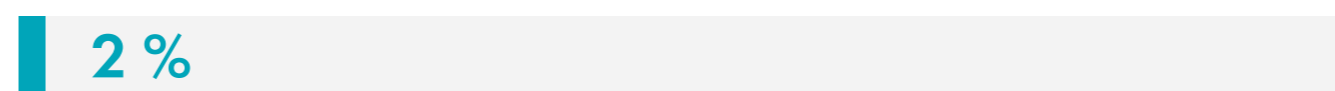
Акселератор



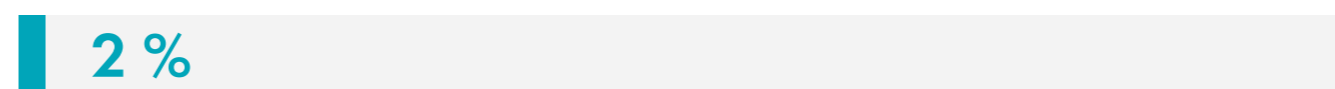
Профессиональный бизнес-ангел (инвестор с более чем 10 инвестициями в портфеле)



Венчурный фонд



Другое



### Андрей Микитась

Заместитель генерального директора Фонда содействия инновациям

#### ? С чем связано такое резкое падение запусков стартапов на грант?

Прошедший год был очень непростым: он приостановил традиционные бизнес-процессы (хотя при этом запустил множество новых) и повлиял на наше восприятие окружающей действительности. Собранная Фондом статистика говорит о том, что малым предприятиям удалось оперативнее всех отреагировать на изменения, многим – даже переориентировать производство. Количество заявок на конкурсы Фонда от компаний в 2020 году не изменилось. Получив стартовое финансирование от Фонда, компании дальше или развиваются самостоятельно, или принимают участие в других программах Фонда – механизмы поддержки охватывают весь цикл от зарождения идеи до масштабирования производства и выхода на зарубежные рынки. Здесь могу сказать, что пандемия внесла свои коррективы в темпы развития компаний, но это скорее затишье перед стремительным рывком вперед.

Финансирование на текущий момент	Выручка от продаж	Собственный капитал	Грант	Акселератор	Частный непрофильный инвестор	Профессиональный бизнес-ангел	Венчурный фонд	Стратегический инвестор
<b>При запуске</b>								
Собственный капитал	38 %	48 %	3 %	1 %	4 %	1 %	2 %	1 %
Частный непрофильный инвестор	39 %	9 %	13 %	0 %	35 %	4 %	0 %	0 %
Грант	27 %	43 %	27 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %
Акселератор	25 %	12 %	0 %	62 %	0 %	0 %	0 %	0 %
Профессиональный бизнес-ангел	57 %	0 %	0 %	0 %	0 %	14 %	14 %	14 %
Венчурный фонд	50 %	0 %	0 %	0 %	12 %	12 %	25 %	0 %
Стратегический инвестор	19 %	19 %	0 %	0 %	0 %	6 %	0 %	56 %
Другое (краудфандинг и т.д.)	33 %	33 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %

\* Матрица иллюстрирует попроцентно распределение финансирования проектов на текущий момент в зависимости от финансирования на старте

Стартапы, основанные на собственном капитале, в большинстве своем или продолжают жить на свои деньги (48%) или обеспечивают себя за счет выручки от продаж (37%).

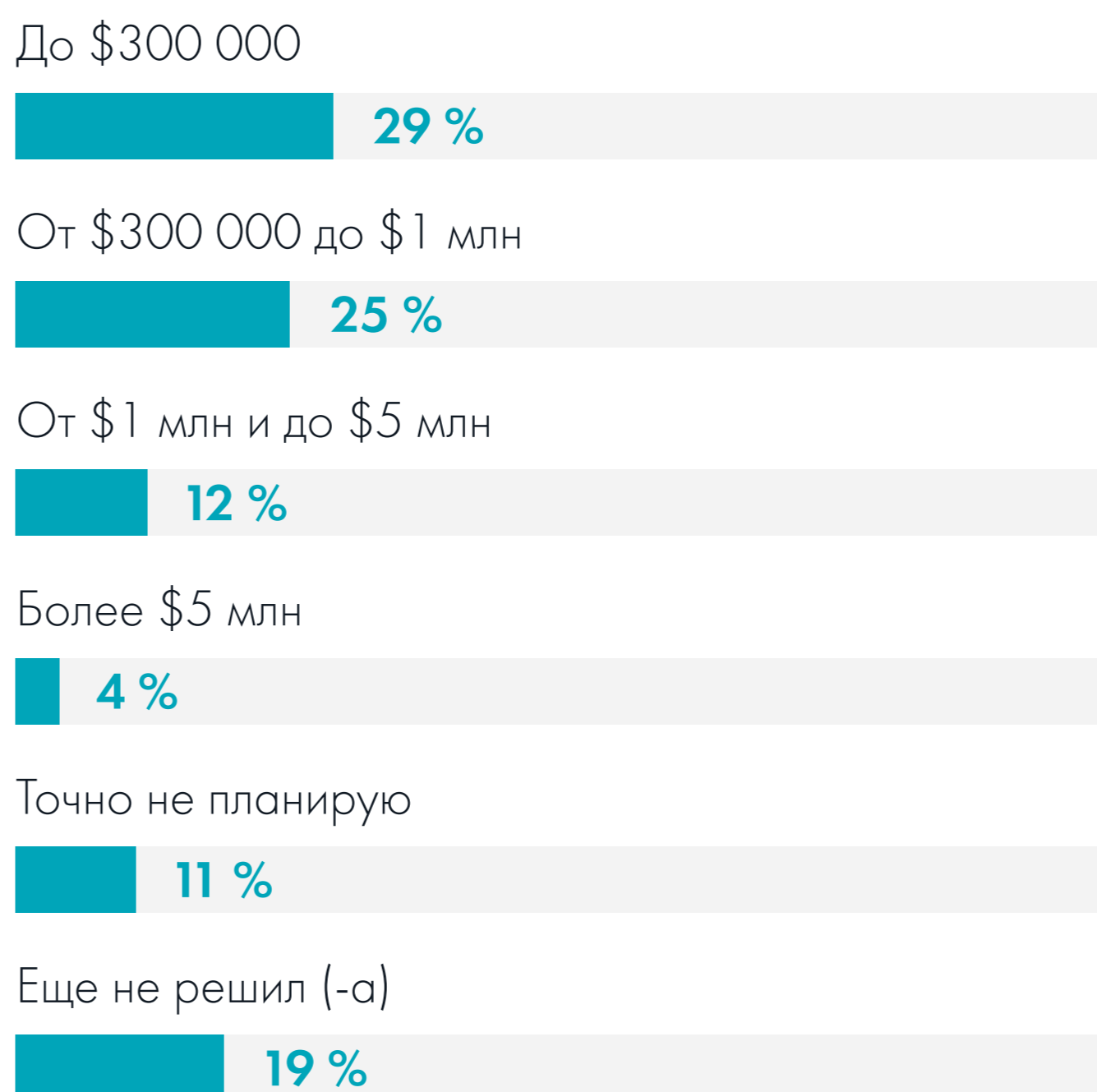
Стартапы, основанные на деньгах частного инвестора, продолжают финансироваться или за счет выручки с продаж или снова привлекая средства частного инвестора.

Внешние инвесторы есть у 21% стартапов, поучаствовавших в исследовании. Однако, 70% компаний планируют поднимать раунд в 2021 году.

## Есть ли у вас внешние инвесторы (не основатели)?



## Если вы планируете поднимать раунд до конца 2021 года, на какой объем инвестиций рассчитываете?



38% стартапов нашли текущих инвесторов по рекомендации общих знакомых, 15% - благодаря участию в конкурсе стартапов. холодные заявки на привлечение инвестиций сработали у 12% основателей, и к 11% проектов инвесторы пришли сами.

## Кто ваш (-и) инвестор (-ы)?

Частный непрофильный инвестор

48 %

Российский венчурный фонд

26 %

Стратегический инвестор

18 %

Российский бизнес-ангел

15 %

Российский или западный акселератор

13 %

Иностранный венчурный фонд

10 %

Иностранный бизнес-ангел

5 %

\* Допускался выбор нескольких вариантов ответа

## Как вы нашли действующего (-их) инвестора (-ов)?

По рекомендации общих знакомых

38 %

Участвовали в публичном конкурсе стартапов

15 %

Рассылали письма по базе инвесторов

12 %

Инвестор нашел меня сам

11 %

Другое

10 %

Познакомились на мероприятии

9 %

При помощи посредника

5 %

Уже третий год подряд распределение по типам инвесторам остается прежним: в тройке лидеров частные непрофильные инвесторы, российские венчурные фонды и стратегические инвесторы. На четвертую в том году строчку поднялись российские бизнес-ангелы, обогнав российские и западные акселераторы.

## Клубы бизнес-ангелов как источник инвестиций

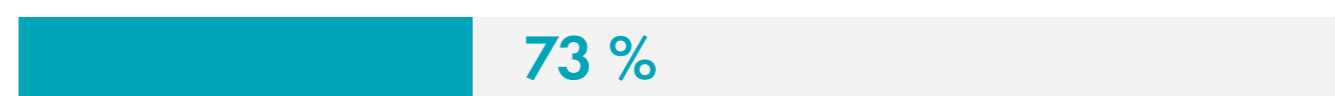
В этом году заметным явлением на российском рынке стали коллективные инвестиции бизнес-ангелов в стартапы ранних стадий. В частности, год назад был основан клуб бизнес-ангелов Angelsdeck, в котором состоят уже **более 400 частных инвесторов** и было **проинвестировано \$20 миллионов**. Обращение к таким клубам бизнес-ангелов может быть одним из способов найти инвестора для стартапов.

Большинство компаний, имеющих внешних инвесторов, подняли один раунд инвестиций (64%), четверть компаний подняли два раунда инвестиций (25%), и три и более раунда привлекли 10% стартапов.

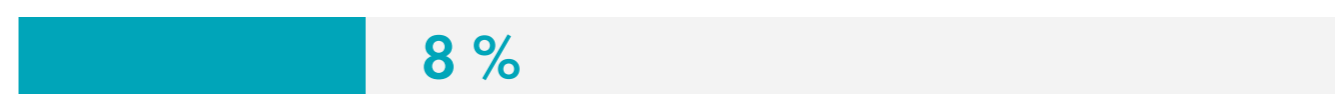
73% полученных инвестиций можно классифицировать как посевные, в качестве гранта средства получили 18% компаний, полученный раунд как Series A классифицируют – 8% компаний.

## Как бы вы классифицировали последний раунд?

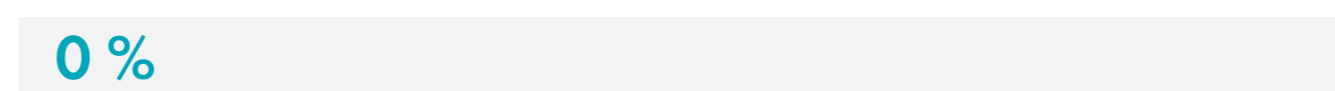
Посевная стадия



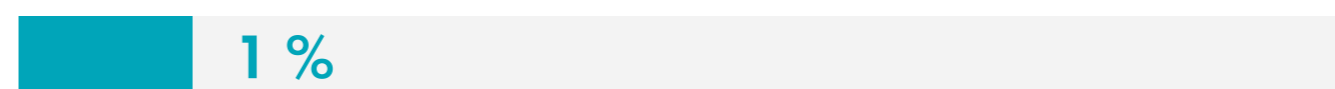
Раунд А



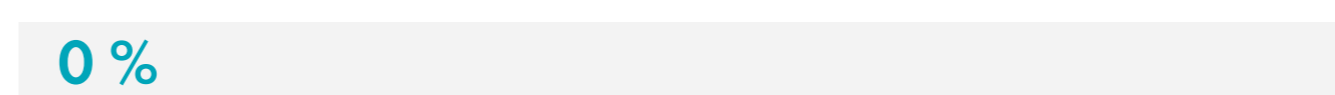
Раунд В



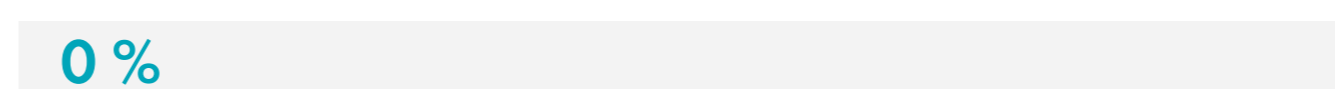
Раунд С и более поздние раунды



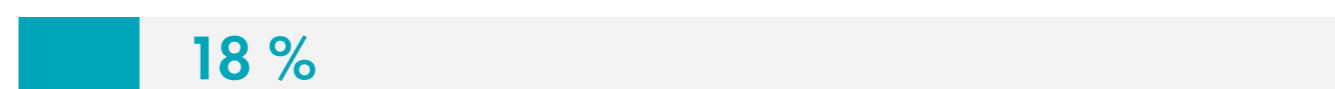
Выход



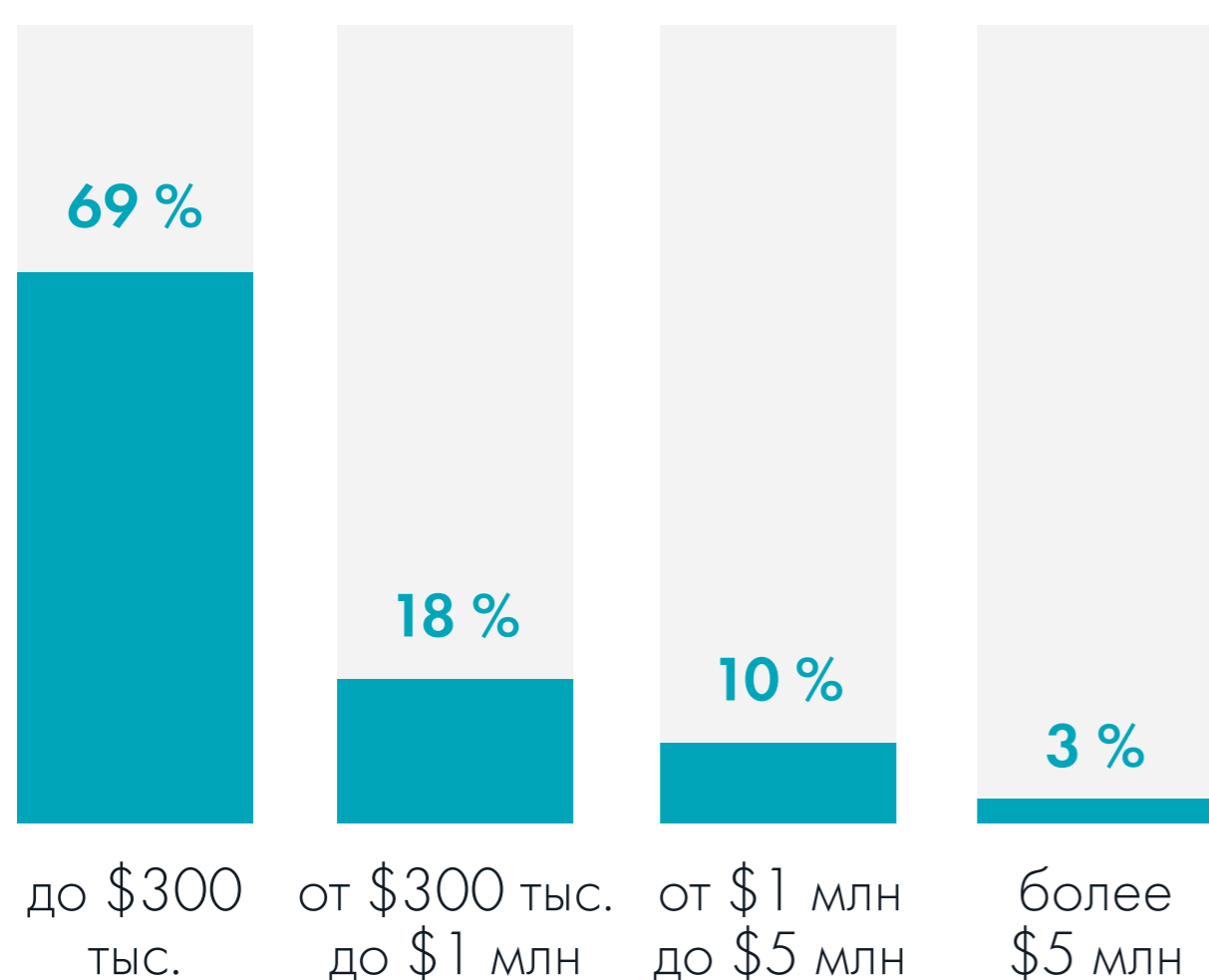
IPO



Получение гранта



## Объем привлеченных средств



Большинство опрошенных стартапов подняли до 300 тысяч долларов (69%), до \$1 миллиона внешних инвестиций привлекли 18% компаний. От \$1 млн до \$5 млн инвестиции привлекли 10% стартапов, которые имеют внешних инвесторов.

Суммарную долю от 70% в проекте сохранили 67% основателей стартапов. Контроль над половиной активов остается у 18% предпринимателей, а доля меньше 50% - у 14% основателей.

# Тренды 2021



Инновационные технологии, даже если они пока не являются массовыми продуктами, уже сейчас меняют мир ближайшего будущего в горизонте 3-5 лет. В новом десятилетии 2020х должны произойти изменения моделей нашей повседневной жизни не менее заметные, чем в 2010е годы.

Так как технологические предприниматели одни из тех, кто находится на передовой разработки инновационных технологий, мы спросили их об ожиданиях, тенденциях и важных событиях рынка.

## Как изменил наш мир 2020 год и какие тренды получили стремительное ускорение? Как они повлияют на рождение новых продуктов и решений?

Изменения на рынке технологического предпринимательства больше всего основателей ожидают вследствие **роста общей цифровой грамотности** – за этот тренд проголосовали 53%. В пандемию большое количество людей вынуждено переступили порог минимальной цифровой грамотности из-за самоизоляции – стало больше пользователей доставок, банковских сервисов, госуслуг, стриминговых платформ.

На втором месте – **резкое возрастание людей, работающих на удаленке**. Этот фактор спровоцировал рост интереса к сервисам командной работы, видеоконференцсвязи, облачным хранениям и кибербезопасности.

Почти такое же влияние окажет опыт **перехода учащихся на дистанционное образование**. В 2020 году буквально в принудительном порядке школьники и студенты по всему миру были отправлены на дистанционное обучение, к которому не вся инфраструктура была готова. Это оказалось болезненным опытом и для обучающихся, и для родителей. Также многие взрослые люди проводили свободное время дома, обучаясь чему-то новому. Возможно, на рынке образования теперь появится ряд новых решений для дистанционного обучения, так как на практике формат обучения как в школе, только онлайн, не работает так, как хотелось бы всем участникам процесса.

Четвертое место заняло **импортозамещение**. Почти треть предпринимателей отметили этот фактор, в следствие которого появятся новые технологические решения и ниши на рынке.

## Тренды – драйверы технологий по мнению предпринимателей

Рост цифровой грамотности населения

53 %

Перевод всех на удаленку

37 %

Дистанционное образование

35 %

Импортозамещение

31 %

Уроки пандемии (изменения в следствии эпидемиологической ситуации всех сфер)

29 %

Закрытые границы

23 %

Рост числа фрилансеров

21 %

Страх новых пандемий / катаклизмов

18 %

Другое

7 %

\* Допускался выбор нескольких вариантов ответа

Топ ожидаемых событий, которые могут оказать существенное влияние на рынок, возглавляют все же последствия пандемии, хоть и многие предприниматели считают, что эта ситуация не повлияла на их бизнес отрицательно. Внутри- и внешнеполитические факторы хоть и не имеют прямого влияния на инновационное предпринимательство, но тоже оказываются в первой пятёрке событий, за которыми следят основатели технологического бизнеса.

Что касается событий внутри рынка – то предприниматели ждут проведения оффлайн мероприятий, государственных мер поддержки таких как налоговые льготы, изменение законодательства в сфере венчурного инвестирования, а также следят за реформой институтов развития. Политика импортозамещения также вошла в топ явлений. Которые повлияют на рынок.

## Топ ожидаемых событий 2021

- 1 Окончание пандемии / коллективный иммунитет
- 2 Открытие границ
- 3 Санкции и международная политика
- 4 Политические события в России
- 6 Проведение отраслевых оффлайн мероприятий, в т. ч. международных
- 7 Поддержка от государства (гранты, налоги, кредитование, нормы и т.п.)
- 8 3 волна пандемии и локдаун
- 9 Законодательство в сфере инвестиций
- 10 Реформа институтов развития
- 11 Политика импортозамещения

# ГосТех +

Во всем мире современное государство претерпевает серьезную трансформацию. Волна новых технологий меняет то, как правительства предоставляют услуги, обеспечивают безопасность, взаимодействуют с гражданами и бизнесом. Движущей силой этих изменений становится рост отрасли ГосТех - технологических решений, специально разработанных для государственных целей.

Правительства многих стран активизировались, сделав сферу ГосТех одной из самых прибыльных на горизонте 3-5 лет. Согласно отчету Accenture, мировой рынок ГосТех уже в 2018 году оценивался в \$400 млрд, а до 2025 может достигнуть \$1 трлн.

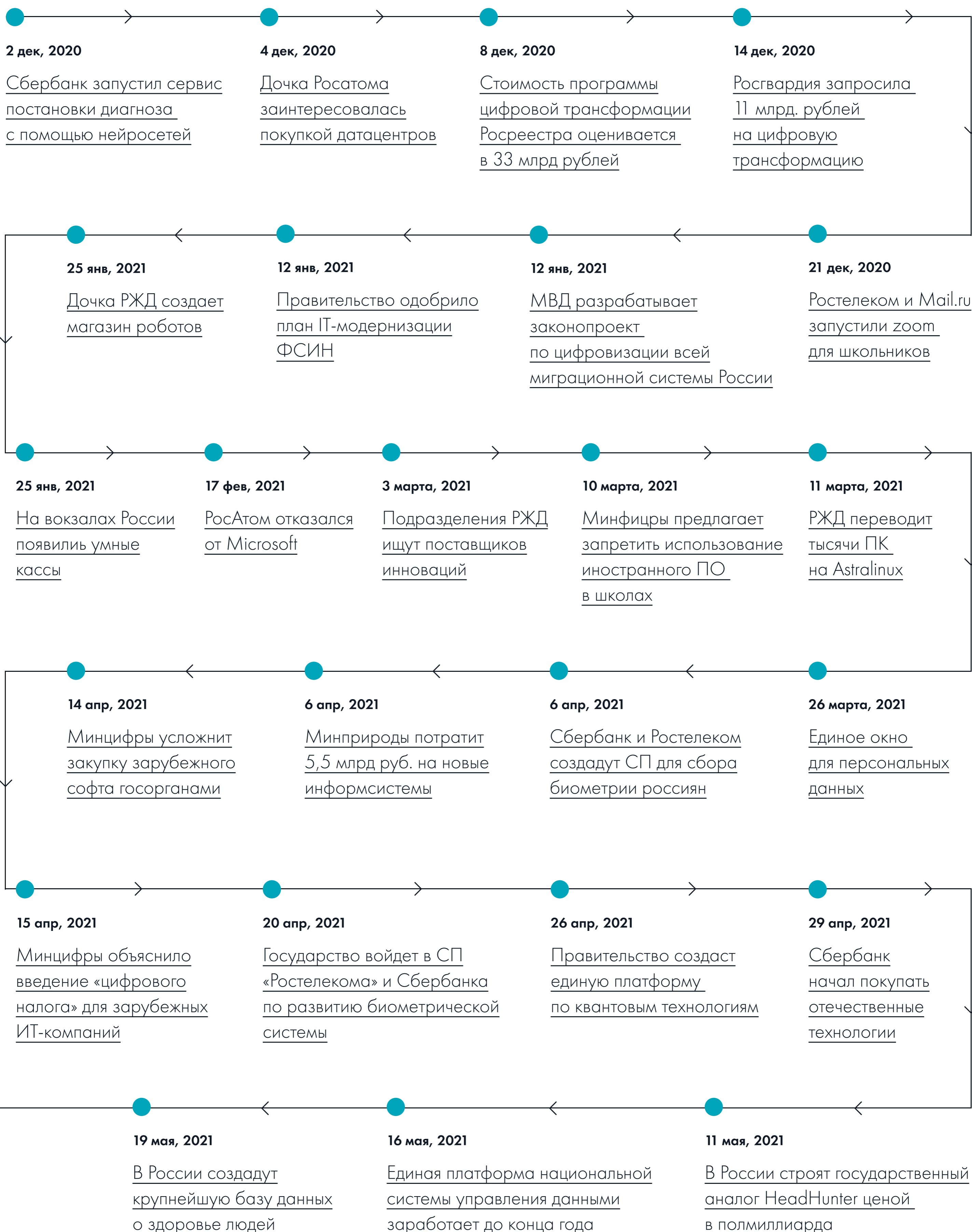
На зарубежных рынках ГосТех - стартапы появляются ежегодно, и уже есть ряд кейсов, когда частные компании успешно развиваются на венчурные деньги и становятся поставщиками технологических решений для государства.



С точки зрения цифровизации государственных услуг Россия точно не является отстающей - сейчас наша страна занимает 32 место по показателю индекса электронных государств EGD1 от ООН и входит в число стран-лидеров. Однако, вызовы случившейся пандемии обличили необходимость массовой цифровизации взаимодействия государства и гражданина, а также оцифровки сфер здравоохранения, государственной безопасности, транспорта, логистики, налогообложения, отношений с бизнесом в масштабе страны.

Но пандемия не является единственной предпосылкой развития отрасли ГосТех в России - политика импортозамещения отразится не только на работе государственных институтов, но и крупнейших корпораций, которые имеют государственное участие. Наличие таких госкомпаний в разных секторах экономики как часть специфики российского рынка делает потенциал отрасли российского ГосТех даже крупнее, чем в других странах.

## Таймлайн инфоповодов





# Заключение

---

Заканчивается первое полугодие 2021 как некий восстановительный период после потрясений прошлого года. В это же время год назад мы боялись предсказывать последствия коронакризиса для предпринимателей в России. Теперь же однозначно можно сказать, что пандемия встряхнула рынок, открыв новые пути для технологий и инноваций в нашей стране - двери, в которые предприниматели бы еще долго стучались.

Молодые технологические компании не только в меньшей степени пострадали, но и смогли на лету адаптироваться, искали другие бизнес-модели, открывали новые направления бизнеса, оказались стабильными работодателями. Рынок инвестиций в стартапы не только не заморозился, но и продолжил свой стабильный рост. В подведении итогов хотелось подчеркнуть несколько выводов.

Наиболее важным последствием пандемии стал **рост цифровой грамотности** - этот порог переступили многие социальные группы людей и вынужденно обучились пользоваться цифровыми сервисами - видеоконференцсвязи, онлайн-банкингом, маркетплейсами, стриминговыми платформами. Это значит, что потенциальный рынок стал больше - и проникновение технологий во все сферы нашей жизни скоро станет шире.

**Некоторые рыночные ниши определенно дождались своего часа и благодаря карантину раскрыли заложенный в них потенциал.** Например, росли ниши в следствие изменений паттерна потребления еды в самых разных форматах: доставка продуктов, доставка из ресторанов, продуктовые наборы, конструкторы блюд, а в следствие и сервисы второго порядка - логистика, инфраструктура. Выросли решения для удаленной коллективной работы как ответ на перевод сотрудников на удаленку и рост фрилансеров.

**Количество игроков со стороны крупных компаний и форм, в которых корпорации присутствуют на рынке технологий, увеличивается.** Не только крупнейшие ИТ-компании в разных форматах стремятся работать с предпринимателями, но и корпорации с государственным участием, промышленные и производственные компании, отраслевые лидеры различных отраслей заявляют о себе как об игроках рынка открытых инноваций. В этом году стартапы созрели и готовы двигаться навстречу к сотрудничеству и совместным проектам.

**Импортозамещение** выделили многие предприниматели как явление, которое окажет серьезное влияние на рынок технологического предпринимательства. Теперь российские корпорации и гос. организации будут вынуждены привлекать российских разработчиков к проектам цифровизации, закупать отечественное ПО и оборудование.

Но при этом в 2021 году стал заметен **экспорт российских технологий и бизнес-моделей**, когда за рубежом появилась гиперлокальная доставка продуктов по модели Самокат и Яндекс.Лавка, созданные основателями из России. Создаются с нуля или выходят на новые рынки уже существующие российские EdTech-компании, применяя работающую у нас бизнес-модель в похожих экономиках. К тому же, нарастает количество русскоговорящих выпускников топовых мировых акселераторов Y Combinator и Alchemist. Глобальная "удаленка" сегодня, несомненно, открыла новые возможности.