

## КРИТЕРИИ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ НАЧИНАЮЩИХ ИНТЕРНЕТ-ПРЕДПРИЯТИЙ

М.А. АМЕЛИН

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники  
ул. П. Бровки, 6, г. Минск, 220013, Республика Беларусь  
Michael.Amelin@gmail.com*

Начинающие предпринимательскую активность Интернет-предприятия являются одним из важнейших направлений стимулирования развития предпринимательской активности в виртуальном секторе белорусской экономики. В этой связи большой интерес вызывает успешный мировой опыт начинающих Интернет-предприятий, представляющий собой уникальную возможность для быстрого роста бизнес проекта при минимальных капиталовложениях, возникающих за счет замещения их интеллектуальными инвестициями и другими методиками привлечения инвестиций.

*Ключевые слова:* начинающие Интернет-предприятия, мировой опыт начинающих Интернет-предприятий, эволюция начинающих Интернет-предприятий, привлечение инвестиций в начинающие Интернет предприятия.

Почему начинающие Интернет-предприятия (Интернет-стартапы) могут привлекать капиталовложения? Каким образом? И каковы критерии эффективности привлечения инвестиций в данные предприятия? Это три центральных вопроса, которые принимаются во внимание при принятии финансовых и технологических решений при запуске такого рода предприятий. Несмотря на сложности, связанные с этими вопросами, ответы на них могут быть заключены в начальном предположении: предприниматель счел, что его бизнес будет быстро расти, увеличивая прибыль и смог убедить в этом свою команду. При этом, зачастую, четких критериев эффективности привлечения инвестиций предприниматели не приводят и не учитывают. Однако, международная практика показывает, что важно учитывать те критерии, которые предоставляются потенциальным инвесторам. Это – четкий бизнес план, финансовый план, план технологического развития предприятия и проработанная стратегия взаимодействия с целевыми потребителями.

Начинающая компания (стартап) является компанией, партнерством или временной организацией, предназначенной для поиска повторяемой и расширяющейся бизнес-модели. Эти компании, как правило, недавно созданные, находятся в стадии развития и исследования рынков. Термин «стартап» стал широко распространенным во время изначального формирования отрасли Интернет-бизнеса. Тогда было основано большое количество интернет-компаний (1995–1999 гг.). При этом некоторые из них сохранились до наших дней (amazon.com), а некоторые (pets.com) - исчезли.

Взглянув на следующие примеры Интернет-стартапов можно сделать вывод что, не смотря на высокие риски, стартап в глобальной сети может быть очень прибыльным бизнес-проектом. Рассмотрим несколько примеров крупных Интернет-стартапов, сформировавшихся за последние 5 лет.

1. Groupon.com (Группон - система групповых скидок на товары и услуги массового потребления). Группон предлагает ежедневные скидки на товары и услуги местных предприятий. Купоны начинают действовать только при достижении определенного количества подписчиков на данный вид скидки. Как правило, речь идет о снижении цены на 50 %. Аналогом в Республике Беларусь является веб-сервис slivki.by (сливки бай).

2. Zynga.com (Зинга - игровой сервис на базе социальной сети Фейсбук). Зинга - это создатель популярных бесплатных игр, в том числе FarmVille и Mafia Wars. Он работает по модели получения прибыли на основе мелких сделок при покупке виртуальной валюты конечными пользователями за реальные деньги. Зинга доказал, что микро-транзакции в масштабе платформы социальной сети Фейсбук - это большой бизнес, достойный серьезных инвестиций. Зинга предоставляет стартовую возможность бесплатной игры со своими друзьями из сети, а за дополнительную плату – премиум условия. Аналогом в нашей стране является предприятие Viaden Media.

3. Twitter (Твиттер – популярный сервис микроблогов). Твиттер представляет собой сетевой сервис микроблогов, позволяющий пользователям отправлять и читать «твиты» других пользователей, которые представляют собой текстовые сообщения, ограниченные 140 символами. Примечательно, что значительный стартовый капитал был собран Твиттером еще до того, как он нашел какой-либо значительный источник прибыли. При этом основной чертой, характеризующей Твиттер, стал не только экспоненциальный рост сервиса, но и ежедневное использование его знаменитостями шоу-бизнеса и других сфер деятельности. Ключевым событием, определившим позитивный перелом в становлении Твиттера, стал приход Опры Винфри, привлечший значительное количество общественного внимания и части собственной аудитории на данный сервис. Аналогом в Республике Беларусь является inconnect.by (на связи бай).

Итак, эволюция начинающих компаний может происходить во всех формах. Одной из важнейших задач в создании бизнеса является проведение исследования с целью подтверждения, оценки и развития бизнес-идеи, бизнес-концепции и коммерческого потенциала начинающего предприятия. Компания может перестать быть начинающей по прохождению различных этапов таких как, например, первичное публичное размещение акций и переход на самоокупаемость. Или она перестает существовать в результате слияния или приобретения. Компании, также, могут дать сбой и перестать работать вообще (это случается в 90–95 % случаев).

Инвесторов, как правило, больше всего привлекают те начинающие компании, которые отличаются хорошим соотношением риска к прибыли и потенциалом роста. Таким образом, начинающие Интернет-предприятия имеют более низкие затраты по начальным инвестициям, повышенный риск и потенциальную отдачу от инвестиций. Успешные стартапы, как правило, могут быстро расти.

В заключении нужно сказать, что особую важность имеет мысль о том, что практически для всех видов традиционных товаров и услуг появляется его IT аналог. Перечисленный международный опыт во многом уже применен в Республике Беларусь. Самые яркие примеры этого – удачное использование идеи Yahoo.com в создании национального портала Tut.by. А также использование идеи «Кремниевой долины» (США) для создания белорусского Технопарка (park.by). В целом, важно понимание того, что основными критериями привлечения инвестиций в начинающие Интернет-предприятия являются: наличие хорошей бизнес-идеи, большое количество потенциальных потребителей и проработанная стратегия технологического развития.

#### Список литературы

1. Информационный портал "Русский стартап" [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://russian-startup.ru/>
2. Информационный портал "Корпоративный менеджмент" [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cfin.ru/>
3. Информационный портал «The Economist» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.economist.com/>
4. Chesbrough H. W. Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology. — Cambridge, MA: Harvard Business School Publishing, 2003.