

ОТ ИДЕИ СТАРТАПА К СОЗДАНИЮ КОМПАНИИ-ЕДИНОРОГА

Е. Ю. Кулакова, Г. М. Магомедова, А. А. Иванов

Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова,
Москва, Россия

В статье рассмотрена история возникновения, а также становления стартап-компаний единорогов с капитализацией от 1 млрд долларов. Авторами проанализированы основные виды компаний-единорогов (юникорны, декакорны, куинквагинтакорны, гектокорны), выявлены их ключевые характеристики, обозначены критерии и факторы успешности таких компаний. Определена роль венчурных фондов, которые являются главными инвесторами в перспективные бизнес-проекты. Также рассмотрены тренды первой половины 2020 г. в эпоху государственных ограничений и пандемии, такие как удаленная работа, IT-развлечения, облачные сервисы, онлайн-доставка, маркетплейсы, снижение активности отраслей бизнеса, требующих физического присутствия клиентов. В статье представлен процесс перехода бизнес-проектов от стадии стартапов к компаниям с высокой капитализацией. Авторы отмечают, что для создания успешной компании с оценкой в 1 млрд долларов не существует специальных условий, но есть определенная логика, как стартап может стать компанией-единорогом. Приведены базовые направления данной логики. Обоснована необходимость активного продвижения идеи венчурных фондов среди предпринимателей и инвесторов с целью быстрого старта стартапов и стремительного развития бизнес-проектов до уровня крупных компаний.

Ключевые слова: компании-лидеры, предпринимательство, успешные проекты, тренды.

FROM THE IDEA OF START-UP TO SETTING-UP UNICORN-COMPANY

Ekaterina Yu. Kulakova, Gyulnara M. Magomedova, Andrey A. Ivanov

Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia

The article investigates history of establishment and development of start-up unicorn-companies with capitalization over \$ 1bn. The authors analyzed key types of unicorn-companies (unicorns, decacorns quinquagintacorns, gectacorns), identified their principle characteristics, showed criteria and factors of their success. The role of venture funds was studied, as they are major investors into promising business-projects. The article described trends of the 1-st half of 2020, the time of state restrictions and pandemic, such as distant work, IT entertainments, could services, on-line delivery, marketplaces, drop in business activity, which require clients' presence. It also showed the process of business-projects' passing from start-ups to companies with high capitalization. The authors pointed out that to create a successful company with capitalization of \$ 1bn you do not need any special conditions, but there is certain logic concerning how the start-up can become unicorn-company. Basic points of this logic were provided. The authors substantiated the necessity of venture fund promotion among entrepreneurs and investors in order to speed up the start of start-ups and development of business-projects to the level of big companies.

Keywords: leading companies, entrepreneurship, successful projects, trends.

История компаний-единорогов

Впервые компании-единороги появились 18 лет назад. Еще недавно ни один владелец бизнеса не стремился увеличить свой стартап до миллиарда. Главной задачей было реализовать проект, ждать стремительного успеха и, как следствие, на каком-то этапе роста продать по-

ловину портфеля другому управляющему. Такая тактика более разумная и более выгодная, чем ожидание, когда стартап начнет наступать на крупные корпорации.

После очередного громкого коррупционного скандала с компанией Enron правительство США решило ввести ряд мер, связанных с контролем стартапов. Отме-

тим, что ранее денежные средства из стартапов можно было выводить только через IPO, но в связи с новыми ограничениями это стало трудоемким и проблематичным делом. Альтернативным решением является расширение компании до огромных масштабов и ее продажа какому-нибудь хорошему управляющему в обход IPO.

На текущий момент в мире насчитывается более 634 компаний-единорогов (данные CB Insights). Их число с каждым месяцем растет. Данная тенденция характерна для технологических компаний, которые захватывают старые рынки и создают новые. Для предпринимателей это означает лишь одно: есть нераскрытые возможности, которые нельзя упускать.

Для начала определим, что представляют собой компании-единороги. Итак, компании-единороги – это компании, капитализация которых за короткий срок достигла 1 млрд долларов, т. е. это те компании, которые смогли зарекомендовать себя большими продажами и привлечь внимание не только инвесторов, но и обычных пользователей. Важно отметить, что главными инвесторами в перспективные проекты являются венчурные фонды, которые вкладываются в стартапы, ожидая, что они могут стать новыми единорогами, но лишь небольшое количество компаний ими становятся.

Впервые термин «компании-единороги» был придуман в 2013 г. экспертом в венчурном бизнесе, владельцем Cowboy Ventures Эйлин Ли. Данное животное было выбрано неспроста. Это мифическое животное символизирует необычный образ и олицетворяет редкость таких успешных компаний.

В 2013 г. в списке Эйлин Ли было всего 39 компаний, на первом месте был Facebook. Кроме этого, в списке были LinkedIn, Twitter, Instagram, Pinterest, YouTube, Uber, Airbnb, Dropbox, Groupon и др. Сейчас, по данным Crunchbase, их более 629¹.

¹ URL: <https://www.crunchbase.com/lists/crunchbase-private-unicorn-company-list/f406c855-fff9-419b-9b44-324e1bfe3081/organization.companies>

Все компании-единороги используют что-то инновационное в создании своего продукта/услуги или же в совсем другом, не привычном всем людям подходе к чему-то уже существующему.

С 2019 г. США удерживают стабильное лидерство по количеству компаний-единорогов. Именно на США приходится 49% всех компаний. Китай по количеству компаний-единорогов занимает второе место – 24%, на третьем месте расположились Великобритания и Индия – 5% (около 25 компаний). Следует отметить существенный разрыв между странами, занявшими первое и третье места (рисунок).

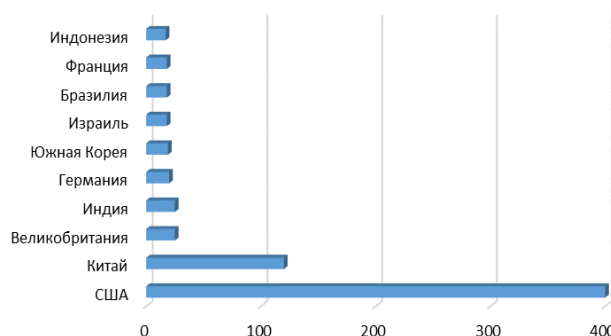


Рис. Топ-10 стран по количеству зарегистрированных компаний-единорогов по состоянию на ноябрь 2019 г. (по данным CB Insights)

Для многих 2020 год стал весьма убыточным в результате государственных ограничений. В условиях пандемии на фондовом рынке акции многих компаний значительно просели в цене. Но эти неблагоприятные факторы не помешали зарождению компаний-единорогов. Трендами первой половины 2020 г. стали удаленная работа, IT-развлечения, облачные сервисы, онлайн-доставка, снижение активности отраслей бизнеса, требующих физического присутствия клиентов.

Следует обратить внимание на основные стартапы, которые получили бурное развитие в 2020 г., – Zoom и TikTok. Такого взлета и точного попадания в тренд не ожидали даже их основатели. В России компаниями-единорогами стали Ozon и Тинькофф Банк. Ozon благодаря панде-

мии и развитию сервисов доставки продуктов и товаров первой необходимости стал популярным и смог завоевать топовое внимание пользователей России, став крупнейшим маркетплейсом.

Интересные факты о компаниях-единорогах

Согласно исследованию Sage, компании-единороги имеют ряд особенностей. Рассмотрим несколько интересных фактов.

В 94% компаний-единорогов владельцами являются представители мужского пола и только в 6% случаев – это женщины.

По принципу совместной организации работают 67% единорогов, и только 37% – основаны одним владельцем. Для 60% создателей компаний – это первый бизнес, для 23% – это уже второе открытие своего бизнеса. Компанию, которая была основана управляющим с опытом организации бизнеса, оценивают значительно выше, в отличие от той, которая была создана новичком в бизнесе. 35% компаний стали компаниями-единорогами на четвертом году своей деятельности.

Основные виды единорогов: юникорны, декакорны, куинквагентакорны, гектокорны

Принято выделять четыре основных вида стартапов, оцениваемых в 1 млрд долларов и выше. Самые популярные из них – это компании с оценкой от 1 до 10 млрд долларов. Примерно 33% компаний, включенных в список Эйлин Ли, имеют стоимость около 1 млрд долларов, – это *юникорны* (Unicorn). Остальные виды компаний-единорогов в бизнесе встречаются очень редко. Рассмотрим их более подробно.

Декакорн (Decacorn) представляет собой частную компанию. Такой стартап оценивается в 10 млрд долларов и выше (до 50 млрд долларов). По версии CB Insights 20 частных компаний, или 24 по версии TechCrunch, т. е. около 4–5% всех компаний-единорогов, оцениваются более чем в 10 млрд долларов каждая. Такой вид компаний встречается редко, однако их круг постоянно растет.

Куинквагентакорн (Quinquagintacorn) – это частная компания, стартап которой оценивается в 50 млрд долларов и выше (до 100 млрд долларов). По версии CB Insights к ним можно отнести три компании: ByteDance, Didi Chuxing и JUUL Labs. По версии TechCrunch к числу куинквагентакорнов относятся Didi Chuxing, Infor и ByteDance.

Гектокорн (Hectocorn) представляет собой частную компанию, стартап которой оценивают выше 100 млрд долларов. По версии TechCrunch только компания ANT Financial оценивается более чем в 100 млрд долларов, являясь единственным в мире гектокорном.

Характеристики компаний-единорогов

Особую социальную значимость и любовь компании-единороги завоевали по двум причинам: во-первых, они создают уникальные новые технологические решения, которые большие корпорации никогда бы не создали; во-вторых, они вытесняют монополии.

Рассмотрим основные характеристики компаний-единорогов:

1. *На первом месте у компаний стоят пользователи (клиенты), а затем уже – прибыль.* Потеря денег – обычное дело для единорогов. Все компании теряют деньги, пока не оставят конкурентные компании позади, и в этом их главная особенность. Данный принцип может сработать в любой стране. Наибольших высот удалось добиться стартапам в Сан-Франциско.

Отсутствие прибыли может быть одним из решающих конкурентных преимуществ: в тот момент, когда конкуренты сомневаются, стоит ли выходить на рынок, компания успевает увеличить свое присутствие на рынке. В свою очередь, когда все конкуренты остались в стороне, она может повысить цены и начать генерировать прибыль.

2. *Компании-единороги заимствуют денежные средства у инвесторов, которые ранее вкладывались в другие компании.* Для создания успешной компании нужно терять деньги одного

из авторитетных инвесторов, которые уже спонсировали дорогие и убыточные калифорнийские стартапы.

Терять средства авторитетных инвесторов лучше по причине того, что у них есть сложившаяся репутация, готовность других инвесторов следовать их примеру, возможность получить более высокую оценку.

3. *У них простая бизнес-модель.* Как правило, чтобы объяснить, чем занимаются единороги, не требуется глубокое знание их деятельности. Описание их деятельности можно уместить в одной короткой фразе: «это приложение ищет людей, которые могут тебя подвезти» или «этот сервис помогает снять квартиру в чужом городе». Для них характерна понятная бизнес-модель.

Критерии для создания компаний-единорогов

Выделяют несколько критериев для создания компаний-единорогов:

1. *Разрушительная инновация.* Почти все компании-единороги основательно разрушили отрасль, к которой принадлежали. К примеру, компания Uber изменила способ, с помощью которого люди ранее заказывали такси; Airbnb извлекла выгоду из экономики совместного использования; Snapchat перевернула сферу социальных медиа.

2. *Преимущество первопроходца.* Разрушение отрасли и преимущество первопроходца – два критерия, которые, как правило, рассматривают вместе. Единороги не только извлекают выгоду из преимуществ быть первыми, но и сохраняют свое положение, постоянно вводя новшества и совершенствуясь.

3. *Ориентация на клиента.* 62% единорогов – это представители B2C-сектора, бизнес которых направлен на то, чтобы сделать вещи проще и доступнее для потребителей. Компания Spotify облегчает прослушивание музыки мира, Instacart позволяет заказывать продукты в один клик.

4. *Сдвиг сферы взаимодействия.* 87% продуктов единорога приходятся на программное обеспечение, 7% – на оборудование, а остальные 6% – на прочие продук-

ты и услуги. Почти все единороги до сих пор извлекали выгоду из рынка, претерпевающего изменение технологической парадигмы. Uber обеспечила бронирование такси в один клик, Airbnb сделала возможным обмен через интернет-сеть, Dropbox – с использованием облачных технологий.

5. *Частные компании.* Большая часть единорогов – частные компании, которые получают оценку, когда крупные компании приобретают или инвестируют в них.

Из стартапов в компании-единороги

Для того чтобы стартап смог попасть в число компаний-единорогов, изначально нужно изучить тенденции развития мирового рынка и его потребности. В настоящее время наиболее популярными сферами, в которых чаще всего появляются стартапы-единороги, это:

- программное обеспечение и онлайн-сервисы;
- электронная коммерция;
- финтех;
- здравоохранение;
- услуги по требованию.

Вместе с тем даже выбрав удачную сферу деятельности, вероятность попасть в топ очень низка. Для этого следует понимать ориентиры, на которые стоит обращать внимание во время ведения своего стартапа:

- клиент должен пользоваться продуктом почти ежедневно, продукт должен решать его насущную проблему здесь и сейчас;
- продукт нужен большому числу пользователей;
- несмотря на возможные неудачи, компания должна совершенствоваться и идти вперед;
- компания должна быть прибыльной, т. е. доходы должны покрывать затраты на персонал, техническую часть и т. д.

Иными словами, компания, имеющая желание попасть в список единорогов, должна упрощать жизнь большому количеству людей.

Специальных условий для того, чтобы создать компанию с оценкой в 1 млрд долларов и более, нет, но есть определенная логика, как стартап может стать компанией-единорогом:

- стартап должен решать проблемы и потребности людей;
- стартап должен зародиться на большом рынке, где аудитория многочисленная и платежеспособная;
- стартап должен оперировать в большой индустрии.

Выводы

Всего в мире насчитывается 634 компании-единорога. Большинство из них находятся в США (до 70 компаний). Чтобы в России формировалось больше компаний-единорогов, нужно активно продвигать идею венчурных фондов среди предпринимателей и инвесторов.

Активный рост стартапов, как правило, основан на венчурном капитале, а их дальнейшие перспективы могут быть связаны со слияниями и поглощениями (как, например, компания WhatsApp, которую в 2014 г. купил Facebook за 19,3 млрд долларов) или с выходом на IPO (как это в 2017 г.

сделала Snap, став публичной компанией, акции которой теперь торгуются на бирже).

Новыми перспективными сферами появления компаний-единорогов являются отрасли, связанные с экологией и космосом. Компания SpaceX показала, что запускать ракеты в космос может не только государство, но и коммерческие компании. Перспективным стартапом является Virgin Galactic (компания, специализирующаяся на космическом туризме). Совсем недавно компания Virgin Galactic провела первый и удачный запуск своего аппарата в космос, после чего акции компании сразу взлетели. Компания планирует повторные запуски, в одном из которых примет участие ее основатель. Если все пройдет удачно, Virgin Galactic может стать новым единорогом.

После пандемии вырос спрос на онлайн-обучение. Люди поняли, что можно учиться дома, не тратя время на дорогу. Наиболее популярной компанией в этой области является Coursera.

Обобщая все вышесказанное, можно сделать вывод, что компанией-единорогом станет та, которая сможет решить важные проблемы и потребности.

Список литературы

1. Бармашов К. С., Ляндау Ю. В. Эффективные бизнес-модели предпринимательства. – М. : КноРус, 2019.
2. Кирпичева М. А., Гасимова Г. М. Лид-менеджмент как эффективный инструмент синхронизации маркетинга и продаж // Современная экономика: концепции и модели инновационного развития : материалы VIII Международной научно-практической конференции : в 3 кн. – Кн. 1. – М. : ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова», 2016. – С. 17–20.
3. Кулакова Е. Ю., Данилина М. В. Развитие предпринимательства в России // Научные достижения и открытия современной молодежи : сборник статей победителей Международной научно-практической конференции : в 2 ч. – Ч. 2. – Пенза : Наука и Просвещение (ИП Гуляев Г. Ю.), 2017. – С. 451–453.
4. Кулакова Е. Ю. Особенности формирования и реализации маркетинговой стратегии образовательных услуг высшими учебными заведениями // Вестник Академии. – 2019. – № 3. – С. 90–100.
5. Терновсков В. Б., Благова С. О., Данилина М. В., Иванов А. А., Гриднева Т. М., Новикова В. С. Институциональные ограничения инновационных процессов в российских компаниях // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2020. – Т. 10. – № 8-1. – С. 432–439.

References

1. Barmashov K. S., Lyandau Yu. V. *Effektivnye biznes-modeli predprinimatelstva* [Effective Business-Models of Entrepreneurship]. Moscow, KnoRus, 2019. (In Russ.).
2. Kirpicheva M. A., Gasymova G. M. *Lid-menedzhment kak effektivnyy instrument sinkhronizatsii marketinga i prodazh* [Lead-Management as Effective Tool of Synchronizing Marketing and Sales]. *Sovremennaya ekonomika: kontseptsii i modeli innovatsionnogo razvitiya, materialy VIII Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii* [Today's Economics: Concepts and Models of Innovation Development, materials of the 8th International Conference], in 3 books, book 1. Moscow, FGBOU VO «REU im. G. V. Plekhanova», 2016, pp. 17–20. (In Russ.).
3. Kulakova E. Yu., Danilina M. V. *Razvitie predprinimatelstva v Rossii* [Entrepreneurship Development in Russia]. *Nauchnye dostizheniya i otkrytiya sovremennoy molodezhi, sbornik statey pobediteley Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii* [Scientific Achievements and Discoveries by Today's Youth. Collection of articles by winners of the International Conference], in 2 parts, part 2. Penza, Nauka i Prosveshchenie (IP Gulyaev G. Yu.), 2017, pp. 451–453. (In Russ.).
4. Kulakova E. Yu. *Osobennosti formirovaniya i realizatsii marketingovoy strategii obrazovatelnykh uslug vysshimi uchebnymi zavedeniyami* [Specific Features of Shaping and Realizing marketing Strategy of Education Services by Universities]. *Vestnik Akademii* [Bulletin of the Academy], 2019, No. 3, pp. 90–100. (In Russ.).
5. Ternovskov V. B., Blagova S. O., Danilina M. V., Ivanov A. A., Gridneva T. M., Novikova V. S. *Institutsionalnye ograniicheniya innovatsionnykh protsessov v rossiyskikh kompaniyakh* [Institutional Restrictions of Innovation Processes in Russian Companies]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 2020, Vol. 10, No. 8-1, pp. 432–439. (In Russ.).

Сведения об авторах

Екатерина Юрьевна Кулакова

соискатель кафедры маркетинга
РЭУ им. Г. В. Плеханова.

Адрес: ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова», 117997, Москва, Стремянный пер., д. 36.

E-mail: Kulakova.EY@rea.ru

Гюльнара Мурадовна Магомедова

кандидат экономических наук, главный специалист бизнес-школы маркетинга и предпринимательства РЭУ им. Г. В. Плеханова.

Адрес: ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова», 117997, Москва, Стремянный пер., д. 36.

E-mail: Magomedova.GM@rea.ru

Андрей Анатольевич Иванов

кандидат экономических наук, доцент, директор бизнес-школы маркетинга и предпринимательства РЭУ им. Г. В. Плеханова.

Адрес: ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова», 117997, Москва, Стремянный пер., д. 36.

E-mail: Ivanov.AA@rea.ru

Information about the authors

Ekaterina Yu. Kulakova

Candidate of the Department
for marketing of the PRUE.

Address: Plekhanov Russian University of Economics, 36 Stremyanny Lane, Moscow, 117997, Russian Federation.

E-mail: Kulakova.EY@rea.ru

Gyulnara M. Magomedova

PhD, Chief Specialist of the Business School of Marketing and Entrepreneurship of the PRUE.

Address: Plekhanov Russian University of Economics, 36 Stremyanny Lane, Moscow, 117997, Russian Federation.

E-mail: Magomedova.GM@rea.ru

Andrey A. Ivanov

PhD, Assistant Professor, Director of the Business School of Marketing and Entrepreneurship of the PRUE.

Address: Plekhanov Russian University of Economics, 36 Stremyanny Lane, Moscow, 117997, Russian Federation.

E-mail: Ivanov.AA@rea.ru