ТРЕНДЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ СОЗДАНИЯ СТАРТАП-ЕДИНОРОГОВ

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

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

В статье рассмотрены наиболее яркие примеры быстрого роста бизнеса от стартап-проектов до компаний-единорогов, проанализированы причины их стремительного успеха, а также представлены главные тренды стартапов ближайшего будущего. Авторами определены направления реализации бизнес-стартапов будущих компаний-единорогов, среди которых технологические стартапы, финтех-стартапы, стартапы в сфере транспорта, EdTech, медицинские стартапы, e-commerce. Авторами проведен обзор наиболее успешных компаний-единорогов ближайшего десятилетия XXI в. Проанализированы различные направления развития бизнеса от электронных онлайн-платформ для создания онлайн-игр, обучающих сервисов, оценки эффективности рекламных кампаний и маркетинговой аналитики до производства графеновых нанотрубок, обладающих повышенной электропроводностью и прочностью. В статье определены векторы эволюции компаний-единорогов с позиции востребованности цифровых продуктов (сервисов, приложений) рынком интернет-пространства и информационных технологий, а также потребностей рынка новых технологий и инноваций, где основным трендом является разработка уникальных материалов (производства). Определена роль предпринимательства современной формации (для рынка B2C) с целью повышения комфорта, доступности, эргономичности продуктов/услуг, но в то же время увеличения их базовой функциональности для удобства и относительной простоты применения пользователями. Представлены примеры отечественных компаний-единорогов, выросших из стартап-проектов до крупных компаний с капитализацией более 1 млрд долларов. Авторами рассмотрены наиболее популярные рынки, где сосредоточено значительное количество компаний-единорогов, показана статистика успешных стартап-проектов 2020–2021 гг., а также охарактеризованы тренды стартапов и требования к ним для достижения статуса успешной компании с высокой капитализацией.

Ключевые слова: предпринимательство, маркетинг, клиентоориентированность, тренды.

TRENDS AND PROSPECTS OF FOUNDING START-UP-UNICORNS

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

Plekhanov Russian University of Economics,
Moscow, Russia

The article studies the most evident examples of fast growing business from start-ups to companies – unicorns, analyzes causes of their quick success and shows key trends of future start-ups. The authors identify trends of realizing business start-ups of future companies – unicorns, among which technological start-ups, fintech start-ups, start-ups in the field of transport, EdTech, medical start-ups, e-commerce. The authors review the most successful companies-unicorns of the new decade of the 21st century. They analyze different lines in business development from electronic on-line platforms for designing on-line games, education services, estimating the efficiency of ad campaigns and marketing analysis to production of grapheme nano-tubes with higher electro-conductivity and strength. The article identifies vectors of companies – unicorn evolution in view of demand for digital products (services, applications) on the part of internet- space market and information technologies, as well as needs of new technology and innovation market, where the major trend is development of unique materials (production). The role of entrepreneurship of new formation (for B2C market) is demonstrated in order to raise comfort, accessibility and ergonomic characteristics of products/services and at the same time to increase their basic functionality for convenience and relative simplicity for users. The article gives examples of home companies – unicorns that grew up from start-ups, whose capitalization exceeds \$1bn. The authors study the most popular markets, where a considerable number of companies – unicorns are located and show statistics of successful start-ups of 2020–2021.

Start-up trends and requirements to them aimed at attaining the status of successful company with high capitalization were characterized.

Keywords: entrepreneurship, marketing, client-orientation, trends.

Введение

Сегодня предпринимательство не выглядит чем-то странным и загадочным. Наоборот, все больше людей разных поколений приходят к своему делу – новому стартапу. Однако масштабы бизнесов могут отличаться колоссально. Существует термин, обозначающий сверхрост компании в короткий промежуток времени, так называемые единороги, которые достигли оценки в миллиард долларов меньше чем за 10 лет.

Единорог – это трансформация отрасли, уникальные инновационные предложения, это то, что полностью изменяет повседневную жизнь человека.

Компанией-единорогом может стать не каждая компания с оборотом выше 1 млрд долларов, а только та, которая обладает социальной популярностью и значимостью для своих клиентов. Компания, которая ориентируется на клиента и закрывает ключевые их потребности, ставит клиента на первое место, используя маркетинговый подход.

Направления для реализации стартапов-единорогов

Наиболее актуальные направления стартапов-единорогов реализуются в следующих отраслях:

1. *Технологические стартапы.* Большинство китайских проектов ориентированы именно на новейшие технологии: AI, робототехнику и VR.

2. *Финтех-стартапы.* Деньги делают деньги – именно этим правилом руководствуются разработчики проектов в сфере FinTech.

3. *Стартапы в сфере транспорта.* В производителях заинтересованы правительство и частные корпорации, а автономные средства вождения привлекают большое количество потенциальных клиентов, в

том числе и из-за проблем, связанных с пандемией и общим состоянием экологии.

4. *EdTech.* Проблема пандемии послужила причиной резкого роста спроса на онлайн-образование. Естественно, разработки в этой области стали вызывать интерес у крупных инвесторов. В результате целый ряд стартапов сферы EdTech взлетел в кратчайшие сроки.

5. *Медицинские стартапы.* Взлет разработок в области здравоохранения пришелся на начало пандемии коронавируса. Пример актуальной проблемы – длинные очереди в учреждениях здравоохранения и трудности с получением лекарств.

6. *E-commerce.* Несмотря на то, что эта отрасль из-за пандемии частично пострадала, сервисы онлайн-продаж смогли удержаться на плаву и даже выйти на дополнительное финансирование.

Обзор успешных компаний-единорогов

Ярким примером стартапа-единорога в 2020 г. является американский сервис Quizlet, позволяющий учителям создавать материал для запоминания, а ученикам и студентам – в интерактивной форме его запоминать. Каждый второй учитель пользуется ежедневно данной программой. Кроме того, сервис запоминает загруженный материал и формирует некую единую базу тестов/задач/вопросов, которые каждый желающий может посмотреть.

Следующий пример является самым неожиданным – Kim Kardashian West (KKW). Известная американская актриса и модель создала свою линию косметики, которую рекламирует и продает на своей странице в социальной сети «Инстаграм». В 2021 г. Ким Кардашьян продала часть KKW за 200 млн долларов. За счет регулярности рекламы и 180 млн подписчиков данная компания стала единорогом. По нашему мнению, успеху способствовал

личный бренд Ким Кардашьян и ее известность по всему миру.

Нельзя не упомянуть компанию Google, которая также является единорогом. Сегодня сервисами Google пользуются миллионы человек и компаний (поисковая система, Google-диск, Google-документы, таблицы, презентации, сайты, аналитика, календарь, карты и многое другое, чем мы пользуемся ежедневно). Компании удалось собрать воедино большинство сервисов XXI века.

Составляя подборку основных стартапов-единорогов 2020 и 2021 г., невозможно не включить в нее китайскую технологическую компанию ByteDance, прославившуюся в 2020 г. на весь мир своей социальной сетью TikTok, которая уже считается одной из самых перспективных площадок для маркетинга и продвижения брендов. Помимо приложения, компания имеет еще 5 сервисов в разных странах. Так, ByteDance с общей оценкой в 140 млрд долларов за короткое время смогла стать самым дорогим единорогом в 2020 г.

Компания Coursera также относится к числу стартапов-единорогов, но более молодых – на 2021 г. капитализация компании составляет свыше 1 млрд долларов. Coursera помогает продавать и бесплатно распространять образовательные курсы. При этом учебные заведения и компании получают полную аналитику о потенциальных студентах, работниках и курсах.

Нашему соотечественнику Арсению Вершинину удалось создать стартап-единорог Personio – сервис, помогающий компаниям регулировать различные HR-процессы. По последним оценкам, в январе 2021 г. капитализация компании составляла 1,7 млрд долларов.

Система UiPath занимается автоматизацией рутинных бизнес-процессов. Имитируя действия пользователя, она способна самостоятельно заполнять документы, нажимать на кнопки и распознавать информацию с помощью компьютерного зрения.

Продукты UiPath совместимы с Windows, web- и Java-приложениями, а также различными виртуальными средами, поэтому они позволяют передать решение задач роботам без вмешательства уже задействованных клиентом систем. Стоимость программного обеспечения от UiPath не указана на сайте, но, по данным сайта Capterra, начальная цена составляет 3 999 долларов в год за одного пользователя.

Компания Circle выпускает и поддерживает инструменты для операций с криптовалютами: мессенджер Circle Pay, где в формате чата можно переводить деньги друзьям в трех валютах (долларах, евро и фунтах стерлингов), площадку для торгов Circle Trade с оборотом в 2 млрд долларов и Circle Invest – приложение для инвестирования. Важной особенностью Circle Invest является функция Buy the Market: пользователь обозначает сумму, на которую хотел бы купить доступные на платформе валюты, а она самостоятельно диверсифицирует портфель.

Roblox – онлайн-платформа для создания игр. По информации Comscore, пользователи в возрасте от 6 до 12 лет проводят на Roblox больше времени, чем на любом другом сайте в Интернете. Forbes указывает, что аудитория платформы – более 70 млн уникальных посетителей в месяц. Пользователи также могут играть в игры, которые создали другие люди. Кроме того, в Roblox действует внутриигровая валюта Robux, за которую можно купить игровые аксессуары и услуги. 100 монет стоят 1 доллар, обратный курс – 35 центов. В 2017 г. игроки заработали около 40 млн долларов. Помимо этого, компания выпускает игрушки в виде персонажей из популярных игр, выплачивая их создателям роялти.

Основные направления американской компании-стартапа AppsFlyer – оценка эффективности рекламных кампаний и маркетинговая аналитика. AppsFlyer предоставляет решения по маркетинговой аналитике приложений более чем 12 тыс.

клиентов, включая такие крупные компании, как AliExpress, Ebay, McDonald's и HBO.

Российская компания OCSiAI – производитель графеновых нанотрубок, обладающих повышенной электропроводностью и прочностью, а также выдерживающих высокие температуры. Их добавляют в другие материалы, чтобы придать им новые свойства и увеличить срок эксплуатации электрических приборов. Данные нанотрубки называют материалом будущего, поэтому рынок, по оценкам экспертов, будет стремительно развиваться.

С одной стороны, востребован рынок интернет-пространства, рынок ИТ-технологий (проведение аналитики, вычисления данных и т. д.), а с другой – все более востребованным и перспективным становится рынок новых технологий и инноваций, где основное направление – разработка уникальных материалов.

Предпринимателям необходимо создавать бизнес, направленный на то, чтобы сделать сервис для клиентов проще и доступнее, иными словами, на решение проблем клиентов, что должно переориентировать текущий рынок на совершенно новый уровень (для B2C).

Нельзя не отметить и возможности в сфере технологий. Как упомянуто выше, привлекательны для входа технологические рынки, где имеет место открытие новых технологий, полезных и упрощающих производство продуктов и, следовательно, сокращающих издержки в следующих циклах производства.

Один из самых популярных рынков, где сосредоточено значительное количество единорогов в последние годы, – рынок ретейла и электронной коммерции. Поэтому 87% единорогов – технологические стартапы. В то же время в ближайшее время актуальными и прибыльными могут стать рынки здравоохранения, сельского хозяйства, автомобилестроения, где активно

разрабатывают технологии, которые позволили бы построить новые бизнес-модели.

Отличительная особенность компании-единорога – наличие уникального предложения, идеи, способной изменить привычки и поведение людей. Единороги знают, как стимулировать спрос на свои продукты и услуги и формировать пространство, где пользователи постоянно испытывают в них необходимость.

В настоящее время, согласно данным CB Insights, в мире насчитывается 631 стартап-единорог, чья капитализация за короткий период превысила 1 млрд долларов.

Опираясь на данные, полученные при изучении единорогов, можно с уверенностью предположить, что создание проекта в области цифрового образования – это ниша с безграничным потенциалом, которая сможет быть реализованной по всему миру. Если говорить о проблемах, которые нужно решать проектом в сфере образования, то следует заметить, что действующие проекты в этой сфере, которые добились успеха, став единорогами, используют новые инструменты для решения старых задач. То есть чтобы получить всемирное признание и стать компанией-единорогом, необходимо обратить внимание на проблемы образования, которые решаются неэффективно.

В таблице представлены топ-10 самых дорогих стартапов.

Количество компаний-единорогов растет невероятными темпами. Например, в 2019 г. к мировому клубу единорогов присоединилось еще 127 новых компаний (из 19 стран). Большая доля новых единорогов представлена двумя странами: США (72 компании) и Китаем (15 компаний). Сейчас на США и Китай в совокупности приходится почти 70% пополнения мирового клуба единорогов новыми компаниями.

Топ-10 самых дорогих стартапов

Компания	Оценка, млрд долл.	Страна	Рынок
ByteDance (Toutiao)	75	Китай	Artificial intelligence
Didi Chuxing	56	Китай	Auto & transportation
JUUL Labs	50	США	Consumer & retail
Stripe	35,25	США	Fintech
Airbnb	35	США	Travel
SpaceX	33,3	США	Other
Kuaishou	18	Китай	Mobile & telecommunications
One97 Communications	16	Индия	Fintech
Epic Games	15	США	Other
DJI Innovations	15	Китай	Hardware

Оценка единорогов, как правило, основана на том, насколько инвесторы и венчурные капиталисты предполагают, что эти стартапы будут активно расти и развиваться в будущем. По сути, здесь все сводится к среднесрочному и долгосрочному прогнозированию. Это означает, что их оценка не имеет ничего общего с тем, какие текущие финансовые результаты они демонстрируют. На самом деле многие из этих компаний довольно редко генерируют прибыль на раннем этапе, а некоторые из них остаются убыточными вплоть до выхода на IPO.

Ситуация же с российскими стартапами достаточно грустная, да и к тому же Yandex и Mail.Ru Group уже такими и не назовешь. Если в Китае все основано на потенциале внутреннего рынка, где 1,5 млрд потребителей с регулярно растущим доходом и вовлеченностью в потребление, а в США рынок характеризуется неограниченными финансовыми ресурсами венчурных и инвестиционных фондов, которые способны за короткий срок разгонять любые идеи, то в России все далеко не так. Несмотря на большинство созданных акселераторов и инкубаторов, развитую инфраструктуру для технологического предпринимательства, инвестиционный климат явно проседает, а наши стартапы в большинстве нацелены на решение локальных задач, а не на выход на глобальный рынок.

Главные тренды стартапов 2021–2022 гг.

Говоря о тенденциях бизнеса, невозможно не упомянуть пандемию, которая буквально перевернула спрос людей во всем мире. Сейчас все большей популярностью пользуются удаленная работа и онлайн-образование, видеоконференции, бесконтактная доставка, виртуальная реальность. Конечно же, это коснулось и медицины. Коронавирус произвел бум в фармацевтических технологиях, принуждая оперативнее создавать новые лекарства и вакцины. Все, в чем нуждаются люди, непременно становится популярным (например, масочно-перчаточный бизнес). Предприниматели должны следить за активным развитием событий в мире, чтобы успеть занять свое место в нишах.

Таким образом, мы можем сделать вывод, что данные компании-единороги задают высокие стандарты сервиса/качества/удобства и показывают остальному рынку, как это может быть.

Нельзя также забывать и про главные требования к стартапу:

1. Отличная команда.
2. Крутая идея.
3. Огромный и перспективный рынок.

Если реально соблюдать эти требования, то можно получить инвестиции и стать компанией-единорогом в скором будущем.

Рассмотрим основные тренды стартапов:

1. *Цифровизация.* В современном мире практически любой стартап необходимо делать в онлайн-либо на стыке офлайн- и онлайн-бизнеса.

2. *B2B разработки.* Сегмент сервисов B2B разработан специально для корпоративного пользования (к примеру, сервис обучения для сотрудников компании), поскольку усиливается власть корпораций.

3. *ЗОЖ.* Тренд на здоровый образ жизни и заботу о физическом и ментальном здоровье продолжает развиваться, будут актуальны стартапы на стыке спорта, фитнеса и онлайн.

4. *Экология набирает обороты.* Тренд на экологию вне зависимости от специфики стартапа экологичности набирает обороты в силу ряда законодательных мер на российском и международном уровнях, ограничивающих оборот пластмассовой тары и т. д. Важно быть экологичным, это влияет на имидж и лояльность.

5. *Самообразование и онлайн-образование.* Продолжает сохраняться тренд на саморазвитие и образование, в частности в онлайн.

6. *VR.* VR-технологии интегрируются во многие сферы, такие как образование и сфера развлечений.

7. *Кибернетизация и медицина.* Наблюдается пристальное внимание стартапов и бизнес-ангелов к сегменту научно-технических разработок в таких сферах, как киберпротезирование, медицина и т. п.

8. *Чипирование и госзаказы.* Крайне актуальное и важное дополнение к предыдущему пункту:

- впереди неизбежное усиление мер контроля за санитарно-эпидемиологической обстановкой на государственном уровне, обязательная вакцинация;

- население постепенно начнут чипировать; важно подчеркнуть, что это реальность XXI века.

На этой волне появится большое количество стартапов, соединяющих в себе принципы научно-технических разработок, государственные заказы на разработку, производство, обслуживание про-

граммного обеспечения для чипов и всевозможных родственных разработок.

Эти проекты с высокой вероятностью будут инициированы либо поддержаны мировым правительством.

Создание ценности для клиента

Компания в первую очередь должна создавать ценность для клиента, т. е. стараться закрыть существующую проблему или упростить уже имеющиеся процессы. При этом стоит ориентироваться на более широкую целевую аудиторию, чтобы продуктом пользовались как можно больше людей. Предпринимателям стоит видеть четкую картину будущего, понимать, к чему они идут, что конкретно хотят получить и каким способом. Однако, по нашему мнению, отрасль не столько имеет значение как качественный и актуальный стартап. Необходимо быть стратегом, наблюдать за ситуацией сверху, продумывать шаги наперед. Но самое главное – гореть своей идеей, быть на 100 процентов уверенным, что ты делаешь большое и важное для людей дело. Тогда все складывается и бизнес «выстреливает».

Выводы

Анализируя успешные стартапы-единороги в 2020–2021 гг., можно сделать вывод, что огромный интерес у потенциальных покупателей, компаний и государства вызывают и будут вызывать новейшие технологии во всех сферах: технологии VR и AR, онлайн-образование, искусственный интеллект, беспилотный транспорт, здравоохранение. Это лишь несколько областей, в которых будут совершаться прорывы. Мир изменился за последние два года кардинально и никогда не станет прежним. Устойчивое движение вперед будет непрерывно, поэтому для того, чтобы стать единорогом, компаниям придется всегда знать мировые тренды и тенденции развития общества, уметь создавать и прогнозировать их.

В настоящее время актуальными направлениями являются здравоохранение, сельское хозяйство и ретейл. Для это-

го нужны технологии, которые помогут снизить затраты и построить новые бизнес-модели. Также успешными могут стать компании, которые помогают (создают вспомогательные компоненты) уже лидирующим компаниям в модернизации и улучшении процесса.

Компании-единороги, оценочная стоимость которых превышает 1 млрд долларов, занимают первое место в индустрии венчурного капитала. Говоря о рейтингах, можно заметить, что по количеству единорогов безусловно лидируют такие страны, как США и Китай. За ними следуют Великобритания, Индия, Южная Корея и др.

Сегодня единый список компаний-единорогов отсутствует: их количество отличается из-за методики подсчета, разнообразия оценок и других факторов. Так,

аналитический ресурс cbinsights.com приводит данные о 635 единорогах с суммарной стоимостью 2,1 трлн долларов. Согласно онлайн-платформе crunchbase.com, их число составляет 780 компаний. А по статистике Dealroom к апрелю 2021 г. в мире насчитывалось 1 437 компаний-единорогов. Более половины из них – американские.

Для оценки перспектив появления новых единорогов достаточно сказать, что в I квартале 2021 г. только в Северной Америке инвесторы вложили в стартапы 72,7 млрд долларов. Такая динамика подстегивается сверхнизкой стоимостью кредитов и огромными вливаниями денег со стороны правительства. Часть средств идет на венчурный рынок.

Список литературы

1. 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.
2. Кулакова Е. Ю. Особенности формирования и реализации маркетинговой стратегии образовательных услуг высшими учебными заведениями // Вестник Академии. – 2019. – № 3. – С. 90–100.
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. 1. – Пенза, 2017. – С. 451–453.
4. 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. Kirpicheva M. A., Gasymova G. M. Lid-menedzhment kak effektivnyy instrument sinkhronizatsii marketinga i prodazh [Lead-Marketing as Effective Tool for Synchronizing Marketing and Sales]. *Sovremennaya ekonomika: ontseptsii i modeli innovatsionnogo razvitiya, materialy VIII Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii* [Current 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.).
2. Kulakova E. Yu. Osobennosti formirovaniya i realizatsii marketingovoy strategii obrazovatelnykh uslug vysshimi uchebnymi zavedeniyami [Specific Features of Developing and Implementing Marketing Strategy of Education Services by Higher Education Institutions]. *Vestnik Akademii* [Bulletin of the Academy], 2019, No. 3, pp. 90–100. (In Russ.).

3. Kulakova E. Yu., Danilina M. V. Razvitie predprinimatelstva v Rossii [The Development of Entrepreneurship in Russia]. *Nauchnye dostizheniya i otkrytiya sovremennoy molodezhi, sbornik statey pobediteley Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii* [Scientific Achievements and Discoveries by Present Day Youth: collection of articles by winners of the International Conference], in 2 parts, part 1. Penza, 2017, pp. 451–453. (In Russ.).

4. Ternovskov V. B., Blagova S. O., Danilina M. V., Ivanov A. A., Gridneva T. M., Novikova V. S. Institutsionalnye ogranicheniya innovatsionnykh protsessov v rossiyskikh kompaniyakh [Institutional Restrictions of Innovation Processes in Russian Companies]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today, Tomorrow], 2020, Vol. 10, No. 8-1, pp. 432–439. (In Russ.).

Сведения об авторах

Андрей Анатольевич Иванов

кандидат экономических наук, доцент,
доцент базовой кафедры Благотворительного
фонда поддержки образовательных программ
«КАПИТАНЫ» «Инновационный менеджмент
и социальное предпринимательство»
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

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, доцент
базовой кафедры Благотворительного фонда
поддержки образовательных программ
«КАПИТАНЫ» «Инновационный менеджмент
и социальное предпринимательство»
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

Information about the authors

Andrey A. Ivanov

PhD, Assistant Professor,
Assistant Professor of the Basic Department
of Charity fund for support of educational
programs "Capitains"
"Innovative Management and Social
Entrepreneurship" of the PRUE.
Address: Plekhanov Russian University
of Economics, 36 Stremyanny Lane, Moscow,
117997, Russian Federation.
E-mail: Ivanov.AA@rea.ru

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, Assistant Professor
of the Basic Department
of Charity fund for support of educational
programs "Capitains"
"Innovative Management and Social
Entrepreneurship" of the PRUE.
Address: Plekhanov Russian University
of Economics, 36 Stremyanny Lane, Moscow,
117997, Russian Federation.
E-mail: Magomedova.GM@rea.ru