



АГЕНТСТВО
ИННОВАЦИЙ
МОСКВЫ

ПОРТРЕТ СТАРТАПОВ МОСКВЫ:

СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ
В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА 2022

Июль 2022

ГБУ "Агентство инноваций города Москвы" ©



Новые экономические условия, возникшие после февраля 2022 года, переформатировали все привычные бизнес-процессы и взаимоотношения, в том числе в сфере технологического предпринимательства. Пандемия, санкции – стартапы второй раз за последние два года оказались в ситуации тотальной неопределенности и были вынуждены кардинально пересмотреть стратегии развития.

С какими основными сложностями столкнулись компании? Какие решения приняли, чтобы их преодолеть? С этих вопросов исследование началось. Мы хотели понять, какие именно стратегии развития формулируют инновационные компании в новых непростых условиях.

Однако пандемия наглядно продемонстрировала, что любой кризис может дать неожиданные возможности. Какие это возможности и воспользовались ли ими стартапы – на эти вопросы мы также постарались ответить.

Данное исследование – это способ зафиксировать происходящие с инновационными компаниями изменения в условиях кризисной реальности.

МЕТОДОЛОГИЯ

Цель исследования

- Описать портрет московских стартапов по основным характеристикам;
- Определить, как московские стартапы оценивают перспективы и какие стратегии развития формируют в условиях кризиса 2022 года.

Источники

- База стартапов Startup Guide (более 4 500 компаний)
- Онлайн-опрос стартапов Москвы: (co)-основателей стартапов и руководителей направлений, которые принимают стратегические решения. Проводился 28 апреля – 19 мая 2022 года, **263 респондента**.

ПОРТРЕТ СТАРТАПОВ МОСКВЫ

В Москве работает более 4,5 тысяч стартапов. Большая часть – это компании ранней стадии (только начали продажи), которые разрабатывают B2B-продукты.

Среди московских стартапов выделяется более 200 быстрорастущих компаний (выручка растет не менее чем на 20% в год в течение последних трех лет), способных в перспективе занять значимые позиции на мировом рынке.

ВЛИЯНИЕ КРИЗИСА 2022 ГОДА

Новая экономическая реальность неоднозначно повлияла на развитие технологических предпринимателей.

Предсказуемо многие пострадали от кризиса, сильнее, чем традиционный бизнес. 19% опрошенных фаундеров отметили, что их бизнес оказался на грани закрытия. Наиболее пессимистично настроены основатели, у которых есть предыдущий предпринимательский опыт.

Дефицит средств на операционные расходы и снижение продаж – основные сложности основателей после февраля 2022 года. «Старые» проблемы тоже никуда не исчезли (например, сложности взаимодействия с госзаказчиками, бюрократия и т.п.).

Тем не менее, треть опрошенных не заметили никаких изменений, а 17% удалось вырасти за последние три месяца, увеличив продажи, количество пользователей или штат сотрудников. Но основатели связывают это не с текущими событиями, например, снижением конкуренции, а с доработкой и развитием продукта.

СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

Основной инструмент преодоления кризиса – это сокращение расходов: 76% стартапов сократили хотя бы одну категорию, чаще всего на команду, а также маркетинг и рекламу.

Более половины компаний изменили бизнес-модель. При этом успешные компании делали это чаще и в первую очередь за счет расширения географии продаж, смены целевой аудитории или поставщиков. Компании, чьи дела ухудшились, ограничивались преимущественно «простыми» изменениями (например, использованием новых маркетинговых инструментов).

3% респондентов перевезли свой бизнес в другой город или страну, еще 14% стартапов планируют это сделать, а подавляющее большинство не собирается менять локацию.

ПРОГНОЗЫ

Компании, которые пострадали в период кризиса, дезориентированы – почти половина не готова прогнозировать возврат к прежним показателям. Остальные более оптимистичны – 60% тех, на кого кризис не повлиял, и 89% тех, чей бизнес пошел в гору, считают, что их компании вырастут в ближайшие полгода.

ГОРИЗОНТЫ ПЛАНИРОВАНИЯ

Компании, пострадавшие от кризиса, планируют на более короткую перспективу – от 1 до 6 месяцев. Для остальных стартапов основной горизонт планирования – более полугодия. Более 70% компаний рассчитывают, что основная часть их продаж в ближайший год будет приходиться на российский рынок.

Портрет стартапов Москвы

Стр. 5

- Количество и средние характеристики стартапов
- Сравнение Москвы с другими городами мира
- Отраслевая структура стартапов
- Портрет стартапов по стадиям развития
- Быстроразвивающиеся компании и «восходящие звезды»

Сложности и стратегии развития в условиях кризиса 2022

Стр. 12

- Оценка изменения положения дел в компании по сравнению с январем 2022 года
- Основные сложности, с которыми столкнулись компании в последние 3 месяца
- Основные успехи, которых удалось достичь за последние 3 месяца
- Инструменты, которые используют компании для выхода из кризиса
- Планы и цели

Приложение

Стр. 25

- Критерии выделения стартапов
- Описание выборки и портрета респондентов опроса
- Более детальные ответы стартапов по отдельным вопросам



ПОРТРЕТ СТАРТАПОВ МОСКВЫ



СТАРТАПЫ МОСКВЫ: КРАТКИЙ ОБЗОР

Стартап - технологическая компания не старше 10 лет, занимающаяся созданием и внедрением новых или усовершенствованных продуктов (товаров, услуг) или бизнес-процессов, с масштабируемой бизнес-моделью и высоким потенциалом роста.*

4 500+

стартапов в Москве

4 года

средний возраст

97%

микropредприятия

14 чел.

среднее число сотрудников
компании (2021)



74%

стартапов занимаются научными исследованиями
и разработками, ИТ и разработкой ПО (по ОКВЭД2)

75%

B2B-стартапов

61%

средние ежегодные темпы роста выручки
стартапов за 2018 - 2021 гг.

* Подробнее критерии стартапов см. в Приложении. Здесь и далее дата обращения: июнь 2022 года.

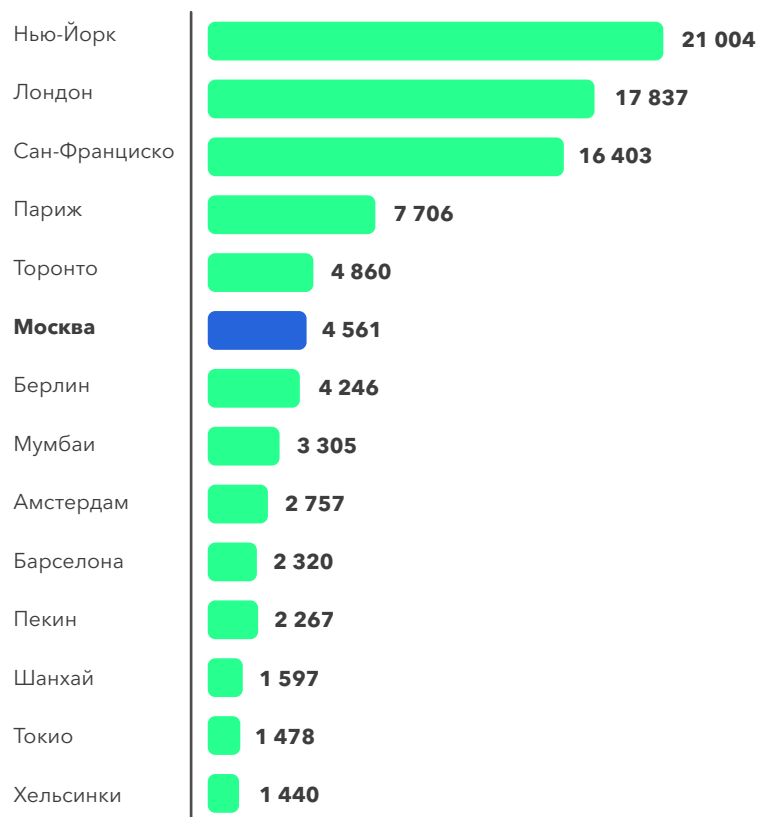
Источник: Startup Guide

СРАВНЕНИЕ МОСКВЫ С КЛЮЧЕВЫМИ МЕГАПОЛИСАМИ МИРА

Москва опережает многие города по числу стартапов, но среди стартапов Москвы отсутствуют компании-единороги.

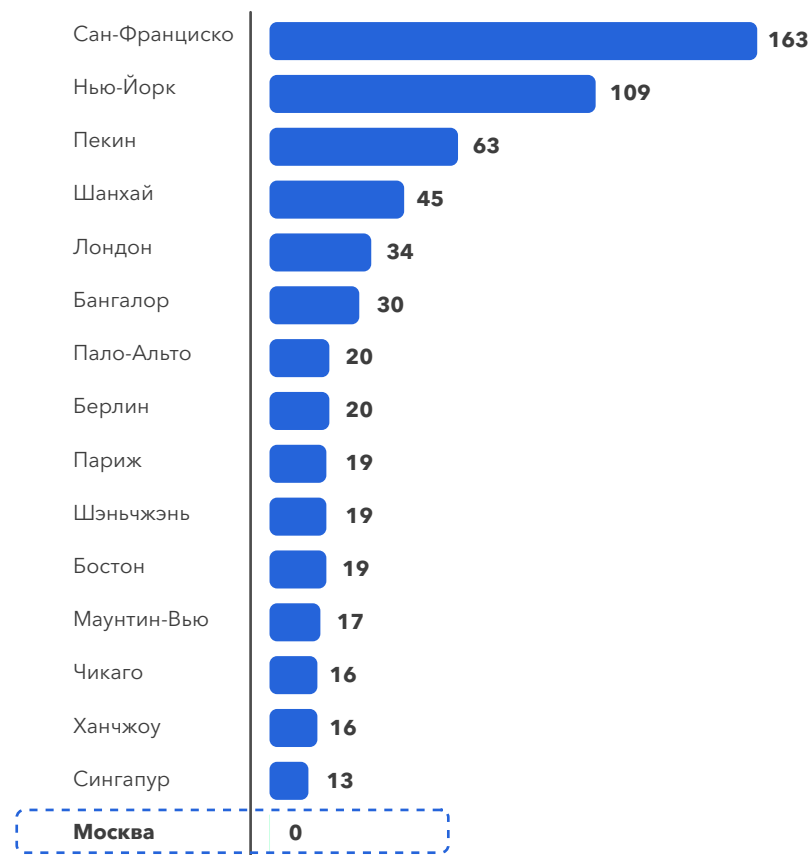
Количество стартапов

Dealroom, данные на 1.03.2022



Количество единорогов

CBInsights, данные на 05.06.2022



* Компания-единорог (unicorn) - это быстрорастущая технологическая компания, достигшая капитализации более \$1 млрд в течение 10 лет и при этом оставшаяся непубличной (не размещала свои акции на бирже).

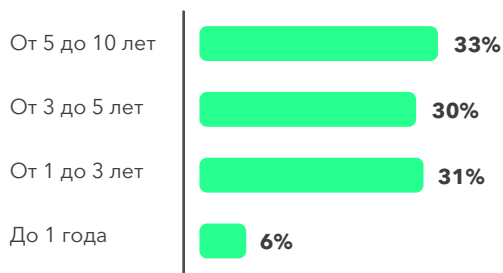
Источники: <https://app.dealroom.co/> (дата обращения: март 2022); <https://www.cbinsights.com/> (дата обращения: июнь 2022)

ВОЗРАСТ И РАЗМЕР СТАРТАПОВ

ВОЗРАСТ

В Москве работают стартапы разного возраста, более 60% компаний – младше пяти лет

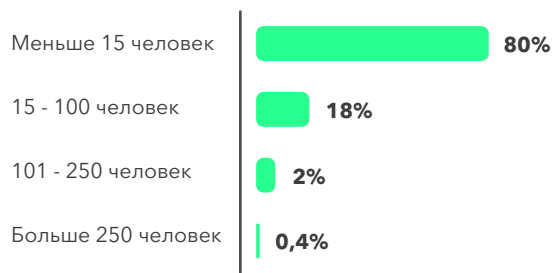
Возраст стартапов 2022,
% от общего количества



РАЗМЕР

Большая часть стартапов небольшого размера – численность сотрудников не превышает 15 чел.

Численность сотрудников стартапов
2021, % от общего количества



СРЕДНЯЯ ВЫРУЧКА

317 млрд руб.

Совокупная выручка московских стартапов в 2021 году*

Средняя и медианная выручка стартапов,
млн руб.



* Данные по выручке за 2021 г. есть только у 63% компаний

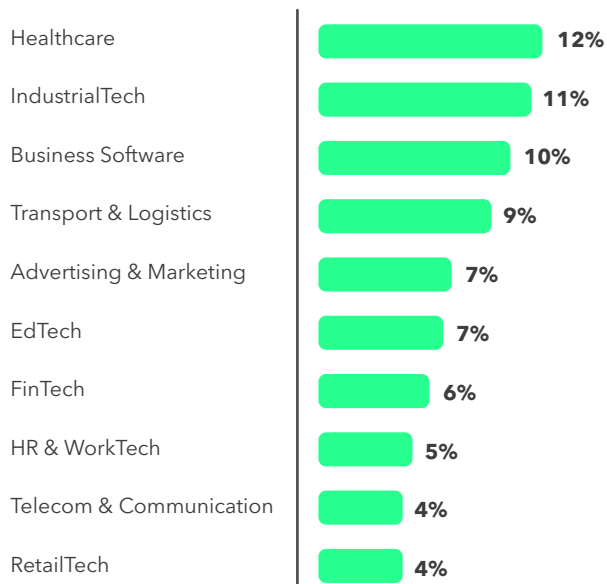
** Медиана нивелирует выбивающиеся значения выручки отдельных компаний, показывая срединное значение набора чисел

Источник: Startup Guide

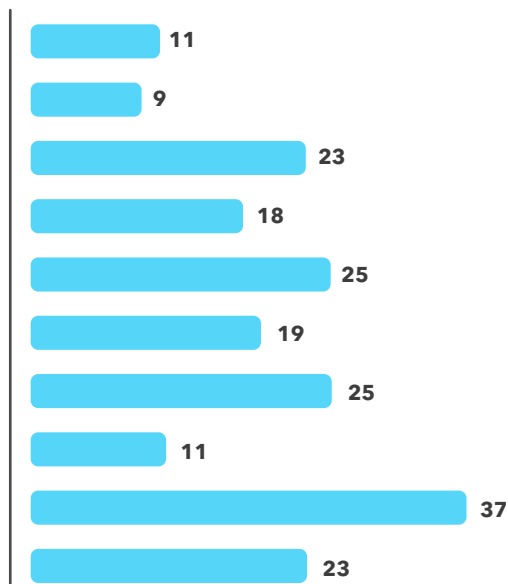
ОТРАСЛЕВАЯ СТРУКТУРА СТАРТАПОВ

Согласно классификатору видов деятельности ОКВЭД2, 74% стартапов Москвы занимаются научными исследованиями и разработками, IT и разработкой ПО. Чтобы лучше понять отраслевую специфику, мы проанализировали рынки, на которых работают московские стартапы, выделив более 30 рыночных ниш.

Топ-10 рыночных ниш 2022 г.,
% от общего количества стартапов*



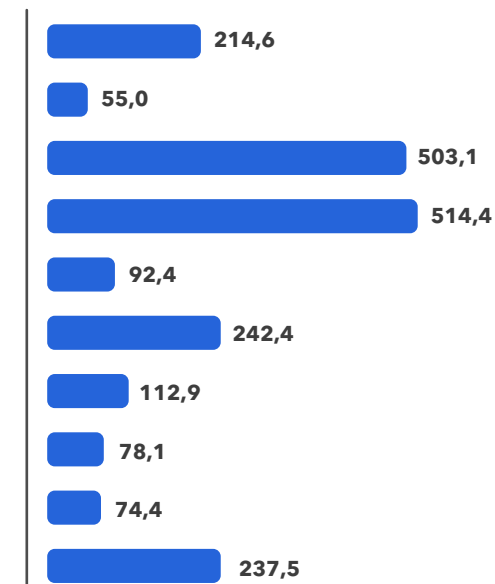
Медианная выручка компаний 2021 г.,
млн руб.



Топ-3 отрасли

Gaming	39 млн руб.
Telecom & Communication	37 млн руб.
Cybersecurity	31 млн руб.

Суммарный объем привлеченных инвестиций
2017-2021гг. млн долл.



Топ-3 отрасли

E-commerce	\$544 млн
Transport & Logistics	\$514 млн
Business Software	\$503 млн

* Не равно 100%, т.к. одна компания может работать на нескольких рынках

Источник: Startup Guide, Venture Guide

ПОРТРЕТ СТАРТАПОВ ПО СТАДИЯМ РАЗВИТИЯ

Больше половины московских стартапов находятся на стадии раннего роста, т.е. имеют готовый продукт и продажи, хотя пока не очень большого объема.

Жизненный цикл инновационной компании

Стартапы

	Идея*	Посевная	Ранний рост	Расширение	Технологическая компания	
Стадия зрелости продукта	Есть идея, проект бизнес-плана, прототип продукта	Есть MVP, идет проверка жизнеспособности и спроса на продукт, продажи отсутствуют или единичны	Есть готовый продукт, постоянная коммерческая деятельность (продажи)	Расширение функционала продукта или продуктовой линейки, рост бизнеса, расширение географии, поиск новых рынков	Зрелость, замедление темпов роста, продажа стратегическому инвестору/ выход на IPO	
Раунд инвестиций	Собственные средства	Pre-seed	Seed	Раунд А	Раунд В	Раунд С+
Доля в общем количестве стартапов, %		27%	61%	12%		
Средний возраст		2 года 10 мес.	4 года	7 лет		
Медианная выручка 2021		4,3 млн руб.	13 млн руб.	85,5 млн руб.		
Среднегодовые темпы роста выручки 2018-2021		13%	67%	61%		
Среднее количество сотрудников 2021		5 чел.	11 чел.	42 чел.		

* Чаще всего на этом этапе еще нет юридического лица, поэтому такие стартапы сложно отслеживать статистически.

У Москвы практически в любой отрасли есть перспективные стартапы с высоким потенциалом роста.

200+

быстрорастущих стартапов (выручка растет не менее чем на 20% в год последние три года)

130+

стартапов привлекли более \$1 млн инвестиций за последние три года

Transport & Logistics



Международная курьерская служба срочной доставки. Работает в 10 странах.

EdTech



Международная школа математики и программирования. Школы компании представлены в 250 городах 31 страны мира.

Healthcare



Разработчик современных умных средств реабилитации. Компания с клиентами в 12 странах мира.

Gaming



Киберспортивная организация. В 2021 г. получила эксклюзивные медиаправа на вещание турниров по CS:GO от международной киберспортивной лиги BLAST.

Business Software



Разработчик ИТ-решений для оптимизации бизнес-процессов на основе анализа данных и ИИ. Среди клиентов - лидеры отраслей, в том числе из Европы, Канады, Сингапура.

RetailTech



Разработчик системы управления информацией о продукте. В первый год клиентами стали 10 корпораций из Fortune500. В 2021 г. компания вошла в список The Gartner Digital Commerce Vendor Guide «Решения для E-Commerce».

IndustrialTech



Разработчик технологии радиального бурения скважины. Компания заключила контракты с российскими лидерами отрасли («Роснефть», ЛУКОЙЛ, «Татнефть» и др.), а также с компаниями из США, Узбекистана и Казахстана.

Artificial Intelligence



Разработчик систем искусственного интеллекта для беспилотников. В 2019 г. получила награду AVT ACES Award от американского издания за лучшую технологию беспилотного управления сельхозтехникой.

FashionTech



Разработчик 3D-сканеров для получения 3D-моделей людей и крупногабаритных объектов. Технология позволяет снимать мерки с человека и создавать его цифровой аватар. 3D-сканеры Texel используют компании в 15 странах мира.

SafetyTech



Компания разрабатывает алгоритмы по распознаванию и идентификации лиц на основе AI для систем видеонаблюдения. Компания работает в 15 странах мира.

**СЛОЖНОСТИ
И СТРАТЕГИИ
РАЗВИТИЯ В УСЛОВИЯХ
КРИЗИСА 2022**

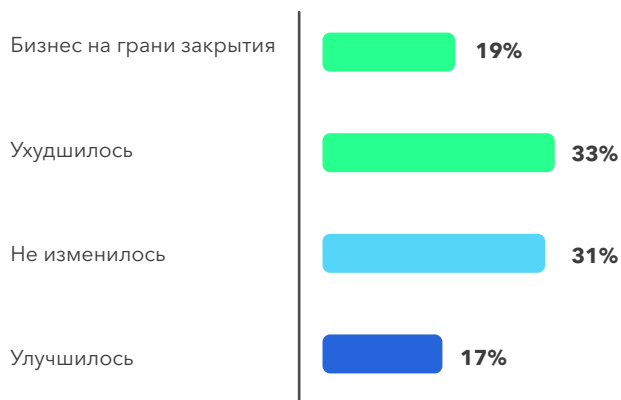


52%

респондентов отметило, что положение дел в их компании ухудшилось по сравнению с январем 2022 года

Как изменилось положение дел в вашей компании по сравнению с январем 2022 года?

% от всех респондентов

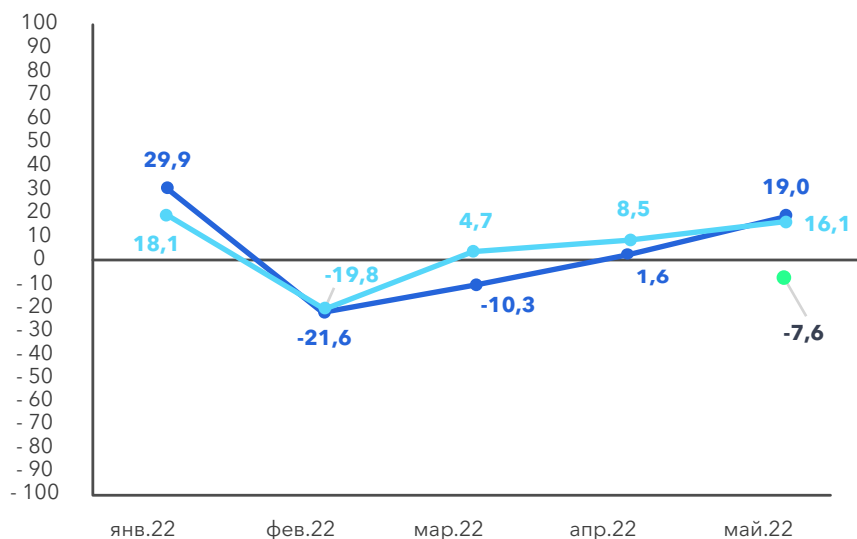


Отдельные характеристики, свойственные компаниям, на которые по-разному повлиял кризис

- Опытные основатели дают более негативные оценки**
Основатели, у которых есть предыдущий предпринимательский опыт, чаще отмечают, что дела в компании ухудшились – 56% по сравнению с 40% основателями-новичками. Это может объясняться тем, что фаундеры, которые уже создавали бизнес, видят больше рисков и потенциальных сложностей.
- Кризис меньше повлиял на компании ранних стадий**
50% представителей проектов на стадии идеи ответили, что дела в компании не изменились, тогда как среди проектов на стадии MVP и первых продаж таких 37%, а среди стартапов на стадии масштабирования – всего 22%. Это закономерно – если бизнес-процессы еще не настроены, то они меньше подвержены негативному влиянию и их быстрее и с меньшими потерями можно адаптировать к новой реальности.
- Изначальный международный фокус компании позволил лучше перенести кризис**
Компании, которые работают только на международном рынке, чаще отмечали, что дела пошли лучше – 27% по сравнению с 17% в среднем по выборке. Вероятно, это объясняется тем, что, во-первых, компании, не связанные с российским рынком, меньше чувствуют влияние санкций, а, во-вторых, уже имея опыт построения бизнеса за рубежом, компании легче выходить в новые юрисдикции (например, на Ближний Восток).

Настроения российских предпринимателей после февральского шока постепенно улучшаются, при этом у компаний из Москвы чуть медленнее, чем в среднем по стране. Стартапы, по сравнению другими группами бизнеса, настроены более негативно, т.к., вероятно, санкции повлияли на них сильнее, чем на традиционный бизнес.

Динамика индекса делового климата (NBСI) различных групп предпринимателей*



- Российские предприниматели
- Московские предприниматели
- Технологические стартапы Москвы

* Данные по московским стартапам начали собираться только в мае

Оценка текущего состояния предприятия, % группы предпринимателей



Как изменится финансовое состояние предприятия в ближайшие три месяца, % группы предпринимателей



ПОСТРАДАВШИЕ СТАРТАПЫ (положение дел ухудшилось)

Не все стартапы смогли приспособиться к новой реальности. Пока оценить масштаб изменений не представляется возможным, т.к. компании часто публично не анонсируют свои планы или официально не закрывают юридические лица. Можно выделить несколько типовых сценариев негативного влияния кризиса на стартапы.

Заккрытие международного направления компании



Американский стартап по экспресс-доставке продуктов с российскими корнями **Buuk** (от основателей Самоката) [обанкротился](#) и **закроет бизнес**. Бизнесмены обратились в суд с просьбой начать процедуру банкротства «ввиду невозможности инвесторов дальше финансировать текущие операции».

Приостановка деятельности в России



Сервис онлайн-покупки автомобилей CARL [приостановил работу в России](#). «Запуск на другом рынке и поиск инвестиций с российским паспортом сейчас – тот еще квест».

Уход с российского рынка и релокация



Стартап **Miro** с основателями из Перми и оценкой в \$17,5 млрд [ушел из России](#). Компания закрыла свой офис в стране и прекратила новые продажи российским и белорусским клиентам.

РАСТУЩИЕ СТАРТАПЫ (положение дел улучшилось)

Часто экономический кризис может способствовать появлению новых компаний или дать толчок к развитию существующих бизнесов. Так, например, во время пандемии спрос на инновационные решения [вырос в несколько раз](#). Сейчас также есть компании, которые смогли выиграть в новых условиях.

Рост спроса на определенные типы продуктов



TenChat – разработчик российского корпоративного мессенджера. За март-апрель компания [зафиксировала](#) рост на 45% количества зарегистрированных компаний.

Появление новых компаний (аналогов ушедших западных решений)



В марте 2022 г. в России [запустилась](#) новая стриминговая платформа **Talkme** для проведения лайв-трансляций (альтернатива Instagram, Facebook и TikTok). Платформа уже привлекла 100 млн руб. инвестиций от российского бизнесмена Фархада Ахмедова.

Дефицит денег и снижение продаж – основные сложности основателей после февраля 2022 года. Однако «старые» проблемы никуда не исчезли (например, сложности взаимодействия с госзаказчиками, бюрократия и т.п.).

Сложности, с которыми столкнулись основатели после февраля 2022 года,
% от тех, у кого положение дел ухудшилось или не изменилось (N = 219); не равно 100% т.к. компании могли выбрать несколько вариантов ответа



Другие сложности, отмеченные стартапами:

- Продукт оказался невостребованным в новой реальности
- Увеличение закупочных цен на сырье и комплектующие
- Сложно находить новых клиентов в B2B / B2G
- Бюрократия и проверки
- Отсутствие государственной поддержки

«Из-за ухода крупных международных компаний сильно упали рекламные бюджеты, это напрямую влияет на использование нашего сервиса клиентами»

«Организации финансового сектора, являющиеся потенциальными клиентами, в 2022 г. пересмотрели свои приоритеты и отложили внедрение нашего продукта»

«Сотрудники релоцировались (но пока не уволились). Что создает неудобства и риски увольнения»

«Проблемы не связаны с текущим моментом. Наш клиент - крайне стартапо-недружественные крупные металлургические предприятия»



У небольшой доли стартапов после февраля 2022 года выросли продажи и число пользователей, также удалось расширить команду. Но основатели связывают это не с текущими событиями, например, снижением конкуренции, а с доработкой и развитием продукта.

17%

респондентов отметили, что положение дел в их компании **улучшилось** по сравнению с январем 2022 года

Как именно улучшилось положение дел в вашей компании,
% от тех, у кого положение дел улучшилось (N = 44)



«Мы продвинулись в разработке алгоритмов»

«Улучшения не связаны с текущими событиями. Текущие события негативно сказались на бизнесе»



76% опрошенных стартапов сократили хотя бы одну категорию расходов весной 2022 года. Однако если среди пострадавших в кризис компаний сэкономили практически все, то среди остальных - только каждая вторая. В первую очередь сократились расходы на команду, маркетинг и рекламу. Только 9% опрошенных стартапов взяли кредит.

76%

респондентов сократили хотя бы одну категорию расходов в марте - мае 2022 года

Категории, по которым компании сократили расходы, % от сокративших хотя бы одну статью расходов (N = 199)



Как изменилось положение дел после фев. 2022 года?	% тех, кто сократил расходы*	Как сокращали расходы на офис и команду**	Взяли кредит в банке
Ухудшилось	93%	<ul style="list-style-type: none"> Чаще всего сокращали часть команды или уменьшали зарплаты 	12%
Не изменилось	58%	<ul style="list-style-type: none"> Переезжали в более дешевый офис или уменьшали арендуемую площадь 	4%
Улучшилось	52%	<ul style="list-style-type: none"> Чаще других оставались в том же офисе, но сокращали арендуемую площадь Самая маленькая доля тех, кто начал экономить на команде Трое увеличили зарплаты сотрудникам, привлекли новых фаундеров 	11%

* Хотя бы одну категорию

** Подробнее см. в Приложении

КАК СПРАВЛЯЛИСЬ. ИЗМЕНИЛИ БИЗНЕС-МОДЕЛЬ

Компании, которые смогли вырасти за последние три месяца, успешно поменяли бизнес-модель, преимущественно за счет расширения продаж и оптимизации цепочки создания добавленной стоимости. Компании, чьи дела ухудшились, трансформировали бизнес-модель менее кардинально, фокусируясь в основном на изменении маркетинговых инструментов. Компании, которые не почувствовали влияние кризиса, только задумываются об изменениях бизнес-модели.

Доля тех, кто изменил бизнес-модель
после февраля 2022 года,
% респондентов в каждой группе

Изменение положения дел в компании

Всего
62%

Улучшилось
70%

Не изменилось
48%

Ухудшилось
67%

«Запустили новые продукты и бизнес-модели».



«Возможно поменяем на другой рынок. Но будет трудно».



«Ищем варианты трансформации бизнеса, пока изменений не было».
«Начали развивать B2B, пока без значимых результатов».



Как изменили бизнес-модель,

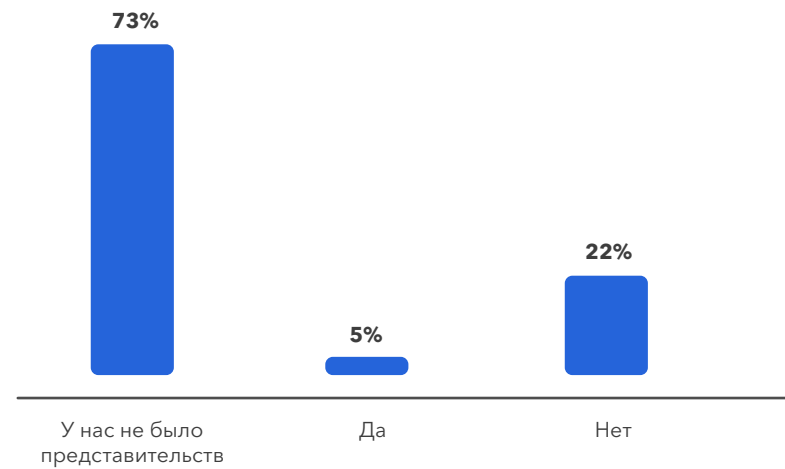
% от тех, кто менял бизнес-модель в каждой группе, не равно 100% т.к. компании могли выбрать несколько вариантов ответа



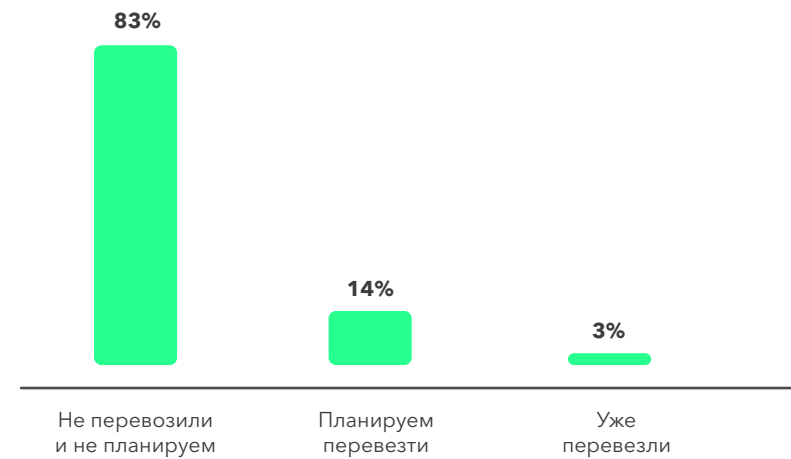
- Инструменты, которые более часто используют компании, выросшие в период кризиса

В основном стартапы не планируют релоцировать свой бизнес в другие страны. У большинства также не было представительств в других странах. Из тех, у кого были, только единицы решили их закрыть.

Вы закрыли представительства в других странах или городах,
% от всех респондентов

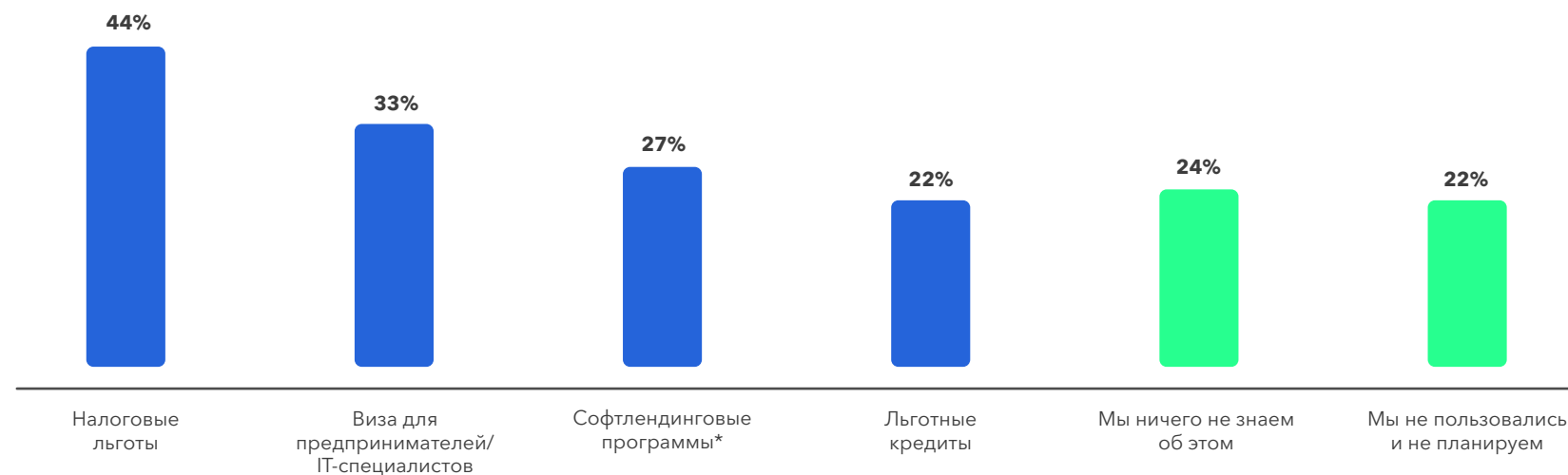


Планируете ли перевозить головной офис в другую страну,
% от всех респондентов



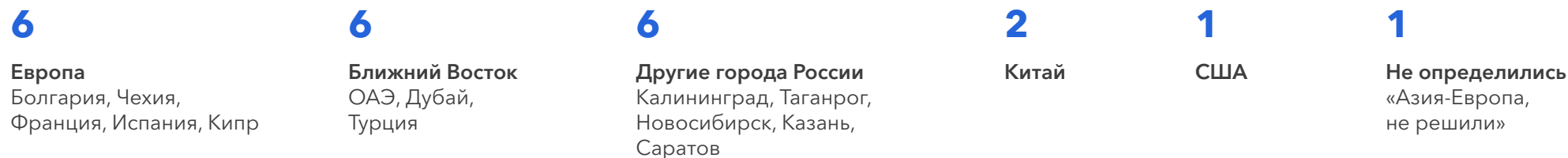
Компании, нацеленные на переезд, рассчитывают на налоговые льготы и специальные визовые программы принимающих стран. Европа, Ближний Восток и другие города России - основные направления для переезда.

Какими государственными мерами поддержки вы пользовались или планируете в новой стране,
% от тех, кто переехал или планирует переехать (N = 45)



*Комплексные программы для привлечения иностранных стартапов, упрощают процесс переезда и адаптации бизнеса и сотрудников.

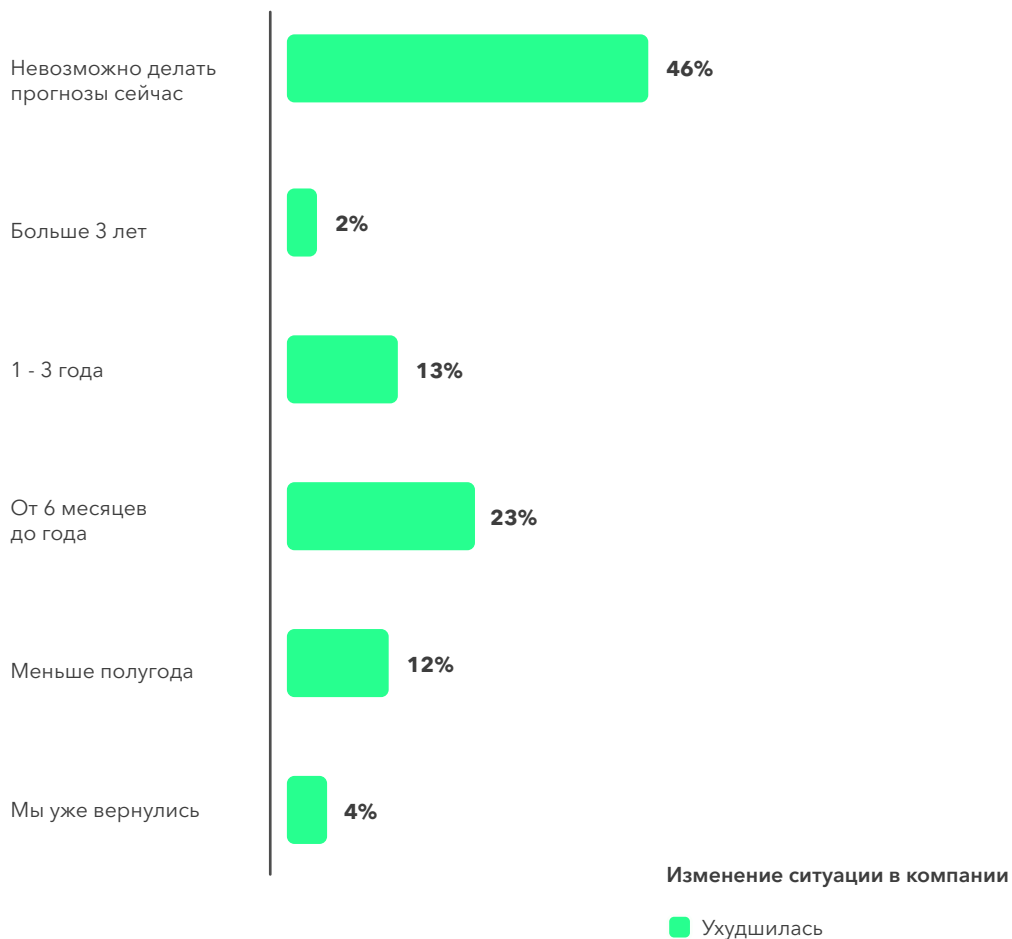
Основные направления для (возможной) релокации,
количество респондентов (из тех, кто переехал или планирует переехать)



Компании, которые пострадали в период кризиса, дезориентированы - почти половина не готова прогнозировать возврат к прежним показателям. Остальные более оптимистичны - 60% тех, на кого кризис не повлиял, и 89% тех, чей бизнес пошел в гору, считают, что их бизнес-показатели вырастут в ближайшие полгода.

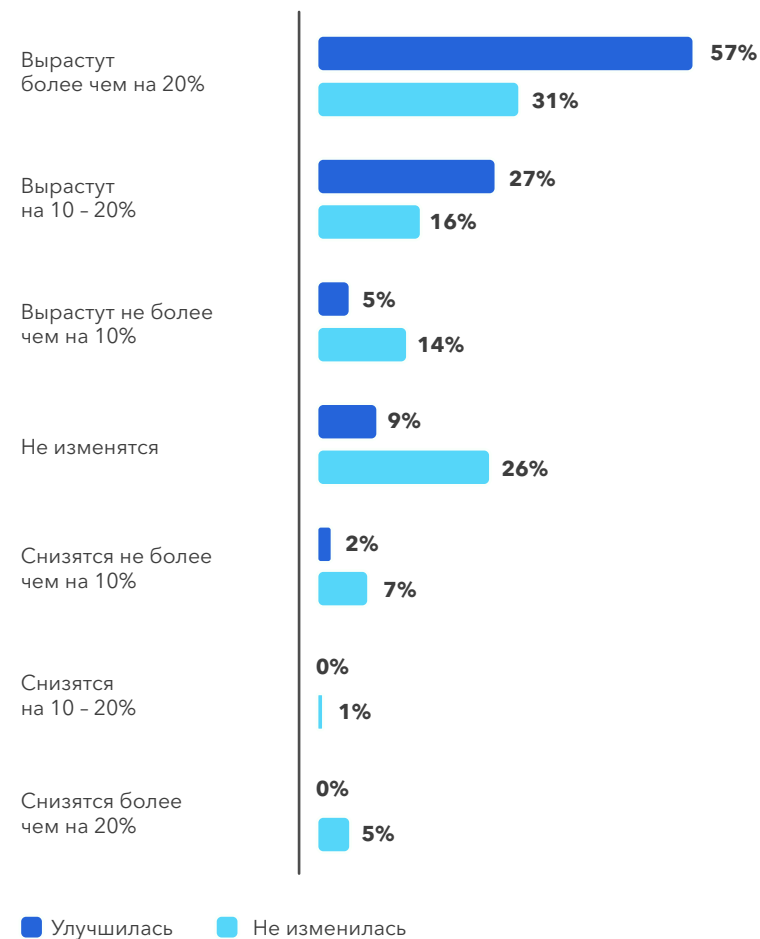
Сколько времени потребуется вашей компании, чтобы вернуться к бизнес-показателям января 2022 года,

% от тех, у кого положение дел ухудшилось



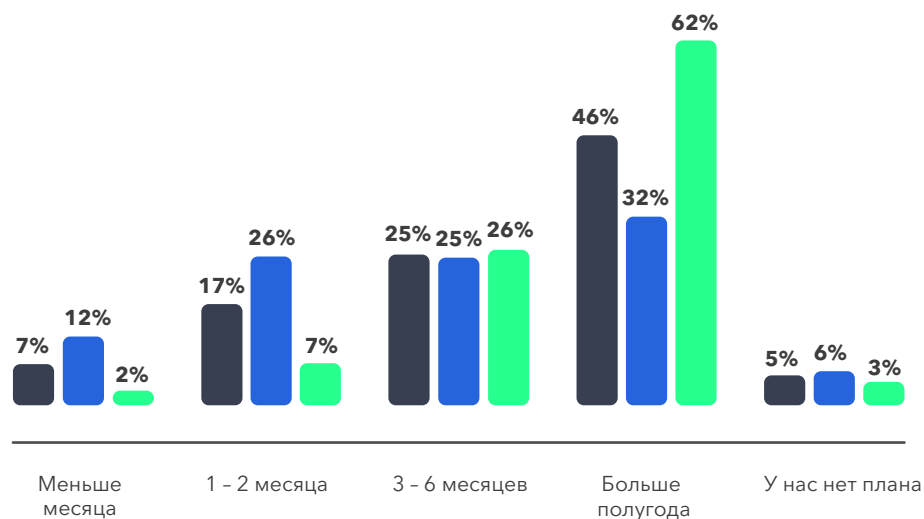
Как изменятся ключевые бизнес-показатели в ближайшие полгода,

% от каждой группы

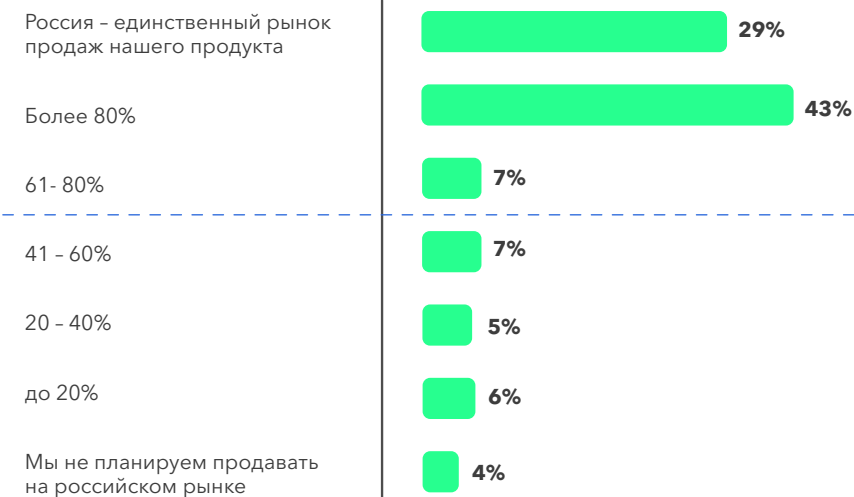


Компании, пострадавшие от кризиса, значительно чаще планируют на короткую перспективу - менее двух месяцев. У большинства оставшихся есть план на более, длительный срок. Почти 80% компаний рассчитывают, что основная часть их продаж в ближайший год будет приходиться на российский рынок.

На какой период у вашей компании есть план действий,
% от каждой группы



Какая доля среди всех ваших продаж будет приходиться
на российский рынок в ближайший год,
% от всех респондентов



Изменение ситуации в компании

- Всего по выборке
- Не пострадали от кризиса (улучшились + не изменились)
- Пострадали от кризиса

Треть опрошенных фаундеров планирует в перспективе кратно увеличить бизнес-показатели, причем в два раза больше таких среди тех, кто и так вырос весной 2022 года. Компании, пострадавшие в кризис, также планируют расти, но менее амбициозны по темпам роста. Значительная часть из них хочет только сохранить бизнес и не закрыться.

Какую цель вы планируете достичь за период, на который у вас есть план действий, % от всех опрошенных*



Топ-3 целей для каждой группы (по изменению положения дел в компании)

Улучшилось

62% - Кратный рост

9% - Разработать продукт / создать MVP

4% - Развить производство, провести пилот, первые продажи

«Увеличить выручку в 10 раз»

«Увеличить клиентскую базу в 5 раз»

«Старт части проектов. Исследования по другим»

«Разработать и запатентовать новый товар»

«Подготовить проекты к строительству производств»



Не изменилось

24% - Кратный рост

15% - Выйти на новый рынок / создать новую бизнес-модель

15% - Разработать продукт / создать MVP

«Масштабирование в РФ и дружественных странах»

«Рост клиентской базы, выручки и прибыли. Инвестиционная привлекательность. Привлечение стратегического партнёра или покупателя»

«Запуск прототипа мобильного приложения»



Ухудшилось

28% - Кратный рост

21% - Сохранить и восстановить бизнес

15% - Привлечь финансирование

«Вырастить выручку на 30%»

«Существенный рост выручки по ключевому продукту, выход в операционную прибыль по итогам года»

«Покрыть продажами операционные издержки»

«Не закрыться и заработать»

«Дайте денег !!! Гранты !! А не кредиты !!!»



* Анализ ответов на открытый вопрос

ПРИЛОЖЕНИЕ



Юридический статус:

- ЮЛ или ИП (за исключением компаний, созданных путем реорганизации – слияния, присоединения, разделения, выделения, преобразования)
- Независимый статус (компания не приобретена другой компанией, не выходила на IPO)
- Организационно-правовая форма – коммерческая корпоративная организация (без учета НКО и госкомпаний)

Соответствие критериям МСП

(численность сотрудников – до 250 человек и/или выручка – до 2 млрд руб.)

Возраст

- не старше 10 лет

Соответствие минимум одному из следующих признаков

- Основной вид деятельности (ОКВЭД2) входит в перечень из Приложения 2 к Приказу Росстата от 15.12.2017 № 832
- Наличие оформленных на организацию или ее учредителей прав на интеллектуальную собственность
- Использование в деятельности компании инновационной технологии (блокчейн, искусственный интеллект и т.п.)
- Получение поддержки одного из институтов развития (Фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере, Фонд «Сколково», Фонд развития интернет-инициатив, Агентство инноваций Москвы и др.)
- Наличие венчурных инвестиций за последние 5 лет (до раунда В включительно)

Не учитываются:

- Представительства зарубежных инновационных компаний, за исключением компаний, у которых есть производство или разработка продуктов на территории РФ, и системные интеграторы, у которых нет собственных разработок.



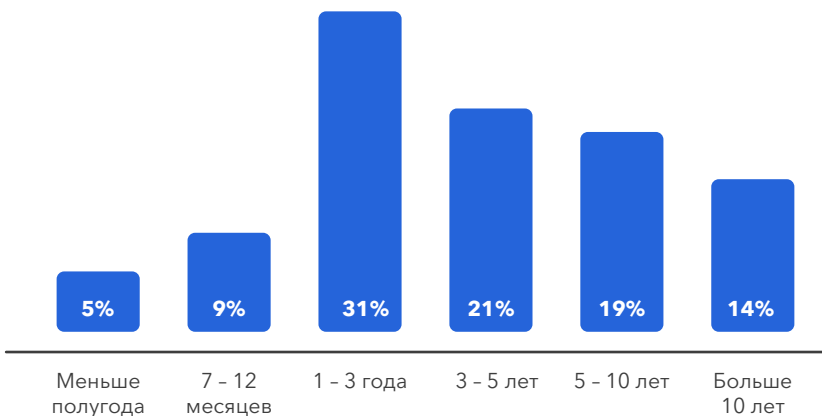
Startup Guide

Больше информации о технологических компаниях и стартапах Москвы

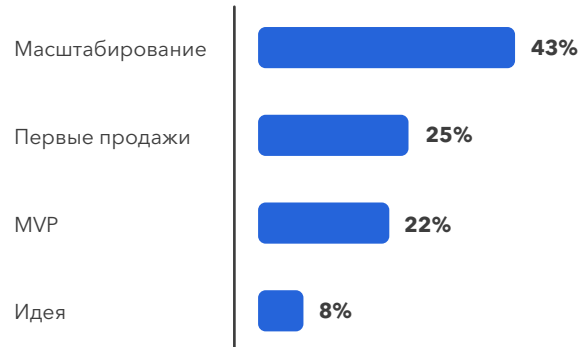
НАВИГАТОР ПО СТАРТАП-ЭКОСИСТЕМЕ
МОСКВЫ

ПОРТРЕТ РЕСПОНДЕНТОВ

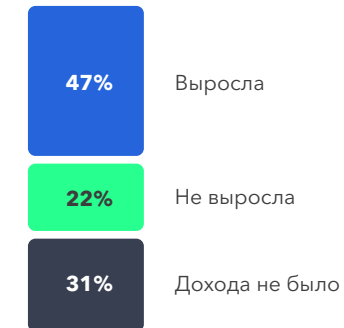
Возраст



Стадия развития



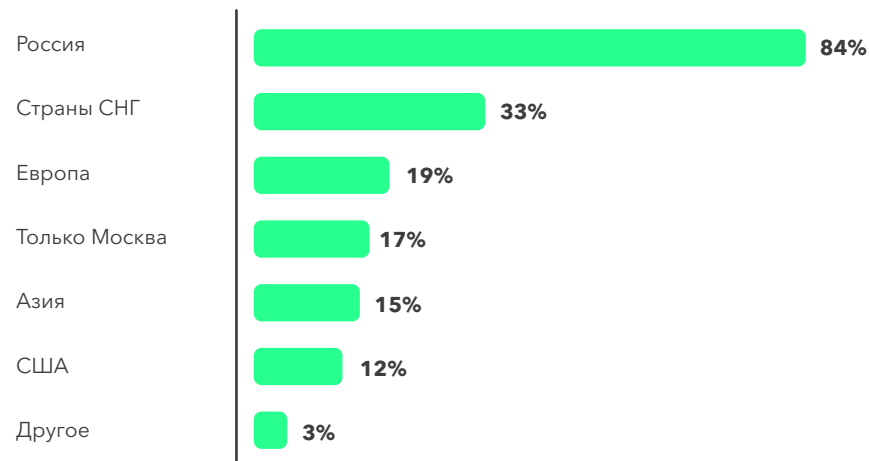
Выручка за последний год



Продукт*

	Цифровой	Смешанный	Не-цифровой	Всего по выборке
B2B	38%	19%	10%	67%
B2C	10%	8%	5%	23%
B2G	2%	3%	0%	5%
Несколько	1%	1%	2%	5%
Всего по выборке	51%	18%	32%	

География продаж

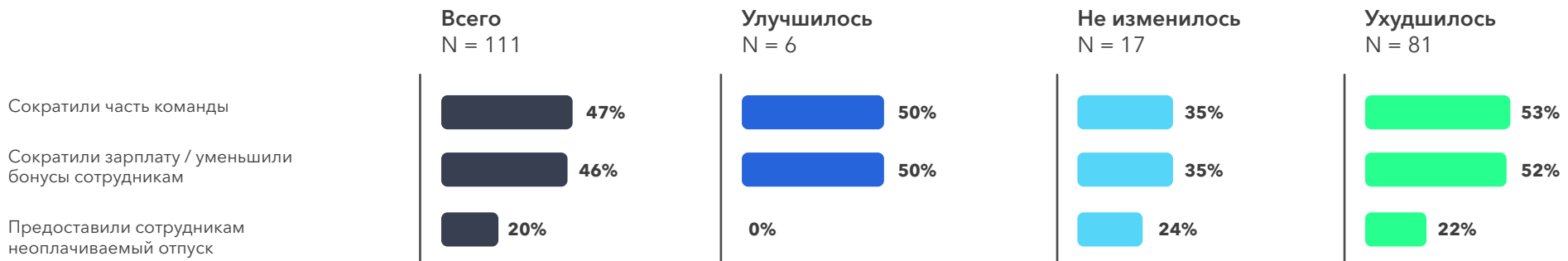


* Продукты и услуги делились на три группы: полностью цифровые (например, платформы, приложения, ПО), полностью не-цифровые (например, строительные материалы, биоудобрения) и смешанные, в которых есть и цифровая и аналоговая составляющие.

СОКРАЩЕНИЕ РАСХОДОВ НА КОМАНДУ И ОФИС

Способы сократить расходы на команду, % от тех, кто сократил расходы на команду в каждой группе

Изменение положения дел в компании



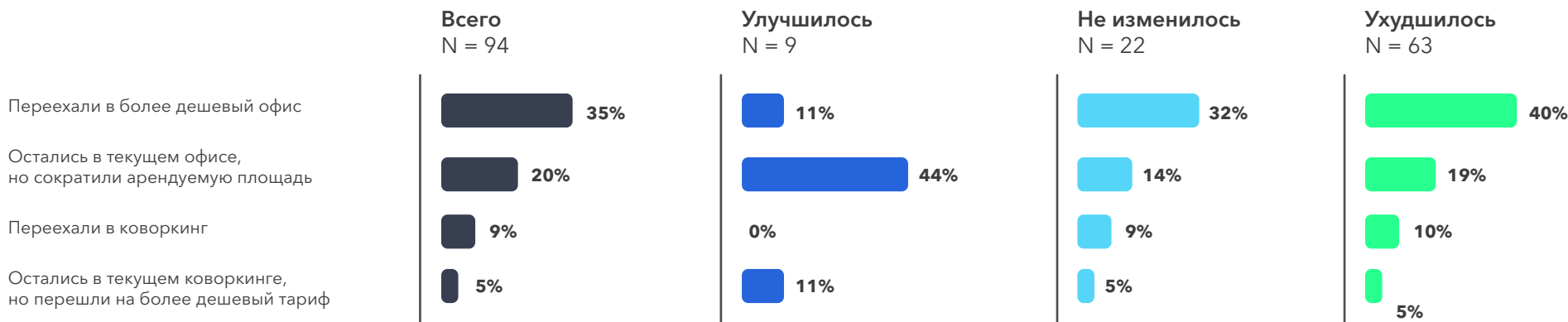
«Команда живет проектом, люди работают в долг»

«Пока были деньги на счету выплатили сотрудникам премию в размере ЗП, чтоб была возможность подготовиться к трудным временам»

«Увеличили расходы на команду из-за текущих событий, для удержания команды и сохранения мотивации»

Способы сократить расходы на офис, % от тех, кто сократил расходы на офис в каждой группе

Изменение положения дел в компании



По всем вопросам, связанным с данным исследованием, обращайтесь по адресу research@develop.mos.ru



Агентство инноваций Москвы
<https://innoagency.ru/analytics/list>

Все интеллектуальные права на данный результат интеллектуальной деятельности в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации (часть четвертая) принадлежат ГБУ «Агентство инноваций города Москвы» (далее - Агентство) (©). Не допускается без согласия Агентства внесение изменений, сокращений и дополнений, извращение, искажение результата, порочащих деловую репутацию правообладателя, копирование и использование в составе иных результатов интеллектуальной деятельности или самостоятельно, а также тиражирование, воспроизведение, показ без согласия правообладателя, совершение иных неправомерных действий. Допускается без согласия Агентства и без выплаты вознаграждения, но с обязательным указанием имени правообладателя и источника заимствования совершать действия, предусмотренные статьями 1274, 1276, 1278 Гражданского кодекса Российской Федерации.