

Наша задача – развивать технологическое предпринимательство

АЛЕНА КИЖАПОВА

За три года региональный стартап-акселератор StartupSamara вырос до организации, которая сегодня известна по всей России. Команда выступает в качестве партнеров и операторов в ведущих акселераторах страны. В апреле StartupSamara произвел ребрендинг и теперь носит название YellowRockets. Сейчас команда запускает новый проект - корпоративные акселераторы. В планах - выстроить бизнес на корпоративных венчурных фондах, которые будут финансировать проекты, интересные крупным корпорациям. Насколько привлекательны самарские стартапы? Кто мешает им выйти в свет? Что представляет собой корпоративный акселератор? На эти и другие вопросы «СО» ответил руководитель YellowRockets Сергей Богданов.

- С чем связано изменение названия?

- Проекты команды StartupSamara давно вышли за пределы Самарской области, но в других регионах нам было сложно продавать себя под этим брендом. Поэтому решили позиционировать себя как YellowRockets, оставив хорошо узнаваемый в сообществе логотип в виде желтой ракеты. StartupSamara остается одним из проектов YellowRockets. Теперь все, что мы делаем в Самарской области, происходит под брендом StartupSamara, а по всей России и СНГ - YellowRockets.

- Насколько активно региональным стартапам удастся привлечь средства для дальнейшего развития?

- Я бы разделил привлекаемые средства на два вида - государственные и частные. Количество



Есть такой термин «spray and pray», то есть «распыляй и молись». В таком ключе у нас работает грантовая система в институтах развития.

привлеченных государственных денег - это плохая метрика. Есть такой термин «spray and pray», то есть «распыляй и молись». В таком ключе у нас работает грантовая система в институтах развития.

Для нас же основная метрика - это то, как мы работаем с частными инвесторами, которые вкладывают в проекты собственные деньги. Если смотреть среди других регионов, то мы в числе лидеров. Неслучайно первый международный слет бизнес-ангелов прошел в прошлом году именно у нас в губернии. В слете приняли участие более 200 инвесторов. Приезжал, например, инвестор Сергей Дмитриев, в его портфеле из десятка стартапов два самарских. У Александра Бородача, одного из ведущих бизнес-ангелов России, в портфеле есть несколько стартапов из Самары. С учетом того, что всего в России в прошлом году совершены 94 бизнес-ангельские сделки, по нашему региону мы имеем хорошие показатели.

- Какие наиболее острые проблемы сейчас есть в инновационной инфраструктуре?

- Еще в прошлом году мы ощутили острую нехватку про-



ектов. Практически все существовавшие проекты мы «пропылесосили», пропустили через наши акселераторы, помогли привлечь инвестиции. Мы поняли, что у нас есть пробка наверху «воронки проектов» под названием «университеты». Во всем мире именно они являются генераторами инновационных проектов. К сожалению, в Самаре они сфокусированы лишь на подготовке кадров для промышленности и отчасти на научных исследованиях. Когда мы идем в университеты и говорим про технологический бизнес, это, как правило, встречается негативно. Университеты не верят в то, что на этом можно заработать как на бизнесе. В основном все заканчивается получением грантов, и для отдельных коллег это своеобразный нечестный метод заработка, с которым мы боремся всеми силами.

Понятно, что университеты очень консервативны по определению, это такие машины-пароходы, и пока их развернешь, пройдет вечность. В вузах якобы есть инновационная инфраструктура, бизнес-инкубаторы, технопарки. На самом деле - это некие подразделения, которые

имитируют инфраструктуру. Есть какие-то люди, они что-то делают, но результаты отсутствуют. Но сейчас ситуация меняется - мы видим, что некоторые университеты проявляют активность в развитии технологического предпринимательства.

Возвращаясь к нашей «воронке проектов»: в ней есть еще одна пробка снизу - это крупные предприятия и корпорации. Есть интересные стартапы, они запускаются, но любой инвестор, который вкладывается в проект, думает о том, как он будет продавать свою долю и кому. Большинство инвестиционных выходов для инвесторов - это поглощение стартапа крупными корпорациями. Крупные американские корпорации поглощают по несколько стартапов в месяц. У нас этого нет. Опять же проблема всей России.

Большинство крупных корпораций по сути государственные, их, как правило, мало заботит капитализация и выход на глобальные конкурентные рынки с новыми продуктами. А ведь компаниями покупают стартапы, как правило, для этих целей. Для наших госкорпораций работа со стартапами - это больше

для отчетности, ради галочки. Кроме того, у большинства из них центр принятия решений находится не в регионе, например, стратегические решения на АвтоВАЗе, РКЦ «Прогресс», АО «Кузнецов» принимаются не в Самаре. В случае двух последних их нужно согласовывать с Роскосмосом и АО «ОДК» в Москве. Но сейчас движение есть, и тренд организации корпоративных акселераторов в России все же прослеживается. Например, на недавнем экономическом форуме в Санкт-Петербурге руководство страны впервые напрямую поставило задачу перед корпорациями участвовать в создании венчурных фондов.

- В чем особенность корпоративного акселератора?

- В обычном акселераторе мы основное внимание уделяем именно рынку и не лезем в технологию. Большинство стартапов умирает, потому что сделали то, что никому не нужно. В корпоративном акселераторе технологии уделяется гораздо больше внимания. На первом этапе отбираем команды, показываем корпорациям, и они уже говорят, в какую сторону технически нужно развивать проект, чтобы он мог быть включен в технологические цепочки компании. И только на втором этапе мы говорим про бизнес-модели, брендинг, финансовый план, управление проектами, инвестиционную презентацию, привлечение денег в проект и т.д. Весь цикл корпоративного акселератора занимает шесть месяцев.

Сейчас мы позиционируем YellowRockets как корпоративный акселератор, как команду развития специального назначения. Это своеобразный спецназ, который помогает тем, кто делает стартапы. ■

НАЗНАЧЕНИЕ

Колесник вновь поработает с Самарой

АЛЕНА КИЖАПОВА

Андрей Колесник, ранее возглавлявший макрорегион «Сибирь» АО «Компания «ТрансТелеКом» («ТТК»), назначен директором макрорегиона «Верхневолжский» в «ТТК», в зону ответственности которого входит, в том числе, Самарская область. На новом посту он сменил Антона Пучкова, который покинул компанию. С региональным телекоммуникационным рынком Андрей Колесник уже знаком. Ранее, с 2007-го по 2012 год, он возглавлял «ТТК-Самара» (на тот момент региональное предприятие компании «ТТК» в Среднем Поволжье). С 2013-го по 2016 год



занимал ключевые посты в АО «Росжелдорпроект» (Москва) и макрорегионе «Волга-2» ФГУП «Почта России» (Самара). На посту директора макрорегиона «Верхневолжский» Андрей Колесник будет отвечать за развитие бизнеса «ТрансТелеКома»

на территории Нижегородской, Астраханской, Владимирской, Волгоградской, Кировской, Пензенской, Самарской, Саратовской, Ульяновской областей, республик Башкортостан, Марий Эл, Мордовия, Татарстан, Удмуртия и Чувашия. Среди основных задач, стоящих перед ним, - развитие и продвижение услуг и дополнительных сервисов для клиентов государственного, корпоративного сектора и розничного сегмента, увеличение проникновения услуги широкополосного доступа в Интернет в зоне существующего технического охвата, повышение качества предоставляемого сервиса и обслуживания абонентов, развитие межоператорского бизнеса.

СЕТЬ

Ускорятся в пять раз

ЮЛИЯ МИШИНА

Телеком-оператор «МегаФон» подвел итоги пятилетней работы сети 4G в Самарской области. Сегодня среднее время пребывания в городах региона составляет 97%, т.е. при перемещениях по улицам абоненты практически не покидают зону приема 4G с показателями скорости до 100-150 Мбит/с. В начале недели оператор продемонстрировал новые скорости мобильного Интернета - более 700 Мбит/с - с помощью технологии Massive MIMO (МММО). Технология работает в действующем стандарте LTE, ее применение не требует дополнительных частот. По оценке

специалистов «МегаФона», сеть уже сейчас готова к внедрению технологии MIMO, а имеющиеся частоты позволят при необходимости разогнать ее по максимуму. «Значительная часть наших клиентов - это так называемые цифровые абоненты, то есть люди, которые активно используют мобильный Интернет для общения, скачивания видео, музыки или совершения платежей. Сегодня такие клиенты составляют треть нашей абонентской базы, на них приходится более 60% всех новых подключений. А со временем их станет еще больше. Таким абонентам требуются новые скорости», - комментирует директор Поволжского филиала ПАО «МегаФон» Владимир Карпушкин.