

ЮРИДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СОЗДАНИЯ СТАРТАПОВ
РЕГИСТРАЦИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ
ПОДГОТОВКА ПРЕЗЕНТАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЕ
ПЕРЕГОВОРОВ С ИНВЕСТОРОМ

ПРОГРАММА ТРЕНИНГА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ КОМПЕТЕНЦИЙ

Сроки реализации программы:

общая продолжительность образовательного процесса — 6 астрономических часов.

Форма обучения:

очная, групповая — занятия проводятся в разновозрастной группе, численный состав до 60 человек. Предусматривается возможность проведения в онлайн-формате при помощи инструментов Zoom, доска Miro.

Требования к помещению для учебных занятий:

в соответствии с Санитарно-эпидемиологическими правилами и нормами СанПиН 2.4.4.3172-14 для организации учебного процесса необходим кабинет из расчета 2 квадратных метра на каждого обучающегося с возможностью проветривания и зонирование пространства как для индивидуальной, так и для групповой работы.

Требования к мебели:

в кабинете располагаются стулья, количество соответствует количеству обучающихся, мобильные парты, которые обеспечивают возможность как индивидуальной работы, так и работы в микрогруппах и коллективной работы.

Требования к оборудованию:

проектор, экран, ноутбук, звуковое оборудование для педагога и компьютер или ноутбук для каждого обучающегося.

Требования к оснащению учебного процесса:

флипчарт, маркеры, раздаточный материал — канцелярские принадлежности для творческих работ.

Прогнозируемые результаты программы

По результатам теоретической подготовки обучающиеся должны знать:

- основные понятия современного лидерства;
- основы ведения переговоров;
- основы организационной деятельности;
- основы интеллектуальной деятельности;
- основы коммуникативной деятельности;
- основы мотивационно-волевой деятельности.

По результатам практической подготовки обучающиеся должны уметь:

- самостоятельно организовать и провести переговоры;
- комбинировать информацию из различных источников;
- координировать усилия каждого члена команды;
- четко и кратко формулировать свои мысли;
- аргументировать и отстаивать свою профессиональную позицию.

Личностные результаты:

- позитивное отношение обучающихся к себе и другим участникам программы;
- любознательность и умение видеть актуальные идеи;
- стремление к преодолению препятствий в достижении поставленной производственной задачи;
- преобладание мотива достижения успеха над мотивом избегания неудач.

Метапредметные результаты:

- формирование здоровой конкуренции;
- воспитание высокой личной ответственности;
- умение самостоятельно организовать эффективное групповое обсуждение.

Механизм выявления образовательных результатов программы

Формы и режимы контроля:

- входной контроль проходит в форме коллоквиума с участниками группы во время вводной части;
- текущий контроль проводится в форме обсуждения в мини-группах результатов практических заданий;
- итоговый контроль проходит в форме публичной самопрезентации с акцентом на свои сильные стороны и те достижения, которых удалось достичь благодаря данной программе.

Активность на практических занятиях оценивается по следующим критериям:

- ответы на вопросы, предлагаемые тренером;
- участие в дискуссиях;
- выполнение проектных и иных заданий.

Выступления и оппонирование выступлениям проверяют степень владения теоретическим материалом, а также корректность и строгость рассуждений.

Критерии оценки учебных результатов программы

Качественные критерии:

- организация групповой деятельности обучающихся, умение и желание самостоятельно искать и находить необходимую информацию и оформлять ее в проект.

Количественные критерии оценки эффективности:

- численность слушателей, успешно завершивших обучение;
- количество представленных итоговых презентаций;
- количество реально реализованных проектных идей из представленных в презентациях (при возможности проведения лонгитюдного исследования).

Способы фиксации учебных результатов программы

Результаты фиксируются в протоколе. По итогам освоения программы каждый обучающийся получает карточку личного роста, в которой фиксируются сильные стороны, а также его точки роста, что обеспечивает индивидуальную оценку тренером (организатором тренинга) каждого обучающегося по итогам тренинга.

Методы выявления результатов воспитания: наблюдение за коллективной деятельностью в процессе обучения и после ее окончания в проектной деятельности. Методы выявления результатов развития: наблюдение в процессе обучения и оценка количества обучающихся, применивших полученные знания на практике.

Формы проведения итогов реализации программы

По итогам реализации программы каждый обучающийся представляет самопрезентацию с акцентом на полученных знаниях и выявленных сильных сторонах, а также заполненный шаблон инвестиционной презентации, в которой содержится описание идеи технологического предпринимательского проекта или его части, разработанное отдельным участником тренинга или командой (при наличии).

ХАРАКТЕРИСТИКА АКТИВНЫХ/ ИНТЕРАКТИВНЫХ МЕТОДОВ И ФОРМ ОРГАНИЗАЦИИ ЗАНЯТИЙ

В учебном процессе предусмотрено широкое применение активных и интерактивных методов и форм проведения занятий, включая проектно-игровые подходы.

Методы и формы организации занятий	Характеристика активных/ интерактивных методов и форм организации занятий	Формируемые компетенции
Проблемная лекция	<p>Преподаватель заранее определяет проблему, решение которой опирается на ту базу знаний, которую должны иметь обучающиеся.</p> <p>Поставленные преподавателем вопросы должны вызывать интеллектуальные трудности студентов и потребовать целенаправленного мыслительного поиска</p>	<ul style="list-style-type: none"> Умение быстро осваивать новые предметные области, выявлять противоречия, проблемы и выработать альтернативные варианты их решения; способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу; способность обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями
Дискуссия	Метод обучения, опирающийся на групповое мышление, отличительная черта которого — активизация коллективной мыслительной деятельности в рассматриваемой области, нахождение неожиданных решений сложных научных вопросов и проблем	<ul style="list-style-type: none"> Готовность проявлять качества лидера и организовать работу коллектива, владеть эффективными технологиями решения профессиональных проблем;

		<ul style="list-style-type: none"> способность генерировать идеи в научной и профессиональной деятельности; способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу; готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения; готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала; готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности
Кейс-стади	Техника обучения, использующая описание реальных экономических, социальных и бизнес-ситуаций. Обучающиеся должны исследовать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы основываются на реальном фактическом материале или же приближены к реальной ситуации	<ul style="list-style-type: none"> Умение быстро осваивать новые предметные области, выявлять противоречия, проблемы и выработать альтернативные варианты их решения; готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия; способность анализировать и формировать предпринимательскую ориентацию организации;

		<ul style="list-style-type: none"> ● способность определения перспектив развития организации на основе оценки положения компании на рынке и тенденции влияния факторов внешней среды; ● способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения; ● владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде
Профессиональный тренинг	Тренинг — метод активного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении, передача знаний, развитие профессиональных умений и навыков	<ul style="list-style-type: none"> ● Способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями; ● способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию; ● способность использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач; ● способность анализировать и формировать предпринимательскую ориентацию организации;

		<ul style="list-style-type: none"> ● способность определения перспектив развития организации на основе оценки положения компании на рынке и тенденции влияния факторов внешней среды; ● способность действовать проективно на основе разработки инновационных решений в различных областях управления; ● способность комплексного использования инструментов проектного и процессного менеджмента для решения стратегических и тактических задач управления организации
Метод проектов	Решение той или иной проблемы в результате самостоятельных действий с обязательной презентацией этих результатов	<ul style="list-style-type: none"> ● Умение быстро осваивать новые предметные области, выявлять противоречия, проблемы и выработать альтернативные варианты их решения; ● способность генерировать идеи в научной и профессиональной деятельности; ● способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу; ● готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала; ● способность комплексного использования инструментов проектного и процессного менеджмента для решения стратегических и тактических задач управления организации

<p>Групповые проекты</p>	<p>Совокупность приемов, действий в их определенной последовательности для достижения поставленной задачи — решения проблемы, лично значимой для обучающихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующих интеграции знаний из различных предметных областей</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Способность творчески адаптировать достижения зарубежной науки, техники и образования к отечественной практике, высокая степень профессиональной мобильности; ● готовность проявлять качества лидера и организовать работу коллектива, владеть эффективными технологиями решения профессиональных проблем; ● умение работать в проектных междисциплинарных командах, в том числе в качестве руководителя; ● умение быстро осваивать новые предметные области, выявлять противоречия, проблемы и выработать альтернативные варианты их решения; ● способность генерировать идеи в научной и профессиональной деятельности; ● способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу; ● готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения; ● готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала; 			<ul style="list-style-type: none"> ● готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности; ● готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия; ● способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями
--------------------------	---	--	--	--	--

УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Вид учебной работы	Количество часов
Контактная работа обучающихся с преподавателем	6
Аудиторные занятия:	6
лекции	2
практические занятия	4
Всего часов	6

Программа может быть реализована в двух вариантах: перемежающемся или потоковом.

Перемежающийся вариант программы подразумевает чередование теоретических и практических тактов работы с завершающей итоговой презентацией. Движение по тактам программы соответствует описанию, изложенному в разделах «Краткое описание программы тренинга» и «Опорный конспект».

При потоковом способе реализации программы группируются все теоретические и все практические блоки соответственно. В этом случае тренер/ведущий программы тренинга сначала реализует теоретическую часть, а затем учащиеся приступают к выполнению практических заданий 1–4, завершая программу подготовкой итоговой презентации.

Содержание каждого этапа и формат работы изложены в разделах «Краткое описание программы тренинга» и «Опорный конспект».

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий			Формат работы
		Аудиторные занятия		Занятия в интерактивной форме	
		лекции	практические занятия		
Введение	0,5	0,5	0	0,5	Беседа, дискуссия, опрос
Юридические аспекты создания стартапов	1,5	0,5	1	1	Лекция, дискуссия
Регистрация интеллектуальной собственности	1,5	0,5	1	1	Лекция, дискуссия, кейс-стади
Переговоры с инвестором	1,5	0,5	0,5	0,5	Лекция, кейс-стади, метод проектов
Итоговая презентация	1	0	1	1	Презентация, дискуссия

КРАТКАЯ ПРОГРАММА ТРЕНИНГА

Введение. Тема курса, структура курса, краткое описание курса. Представление ведущего. Цели и задачи курса. Описание практики. Описание правил прохождения курса.

Тема 1. Юридические аспекты создания стартапов (предметная компетенция «Юридические аспекты создания стартапов»).

- Теория: важность юридических аспектов. Критерии выбора правовой формы. ИП/ООО/АО. Преимущества и недостатки различных правовых форм. Структура устава ООО. Привлекательность той или иной правовой формы для инвесторов.
- Практическое задание 1: ИП или ООО.
- Практическое задание 2: ИП против ООО.

Тема 2. Регистрация интеллектуальной собственности (предметная компетенция «Регистрация интеллектуальной собственности»).

- Теория: основные понятия в области ИС. Основные объекты ИС и их охрана. Нематериальные активы и охрана интеллектуальной собственности. Авторское право, патентное право и ноу-хау. Системы и процедуры патентования.
- Практическое задание 3: выбор товарного знака / названия для бренда игрушек.

Тема 3. Подготовка презентации и проведение переговоров с инвестором (предметная компетенция «Подготовка презентации и проведение переговоров с инвестором»).

- Теория: подготовка документов для привлечения инвестиций. Инвестиционные преимущества. Проработка рисков и инвестиционных гарантий. Упаковка проекта для инвесторов. Виды финансирования в зависимости от стадии проекта. Чек-лист готовности проекта к финансированию. Переговоры с инвестором.
- Практическое задание 4: методы оценки стартапа.
- Итоговое практическое задание 5: заполнение шаблона инвестиционной презентации.

ОПОРНЫЙ КОНСПЕКТ ПРОГРАММЫ И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАДАНИЙ

Тема 1. Юридические аспекты создания стартапов

Существует предубеждение, что юридические вопросы для стартапа второстепенны и не требуют первоначального внимания. Тем не менее юридическое сопровождение решает одну из основных задач — свести к минимуму возможные финансовые и юридические риски.

Какие могут возникнуть проблемы по мере развития стартап-проекта? Это прежде всего проблемы, связанные с защитой прав на результаты интеллектуальной деятельности, с регистрацией юридического лица и учредительными документами, заключением и содержанием договоров с контрагентами (партнерами, клиентами и др. лицами) и т. д.

Регистрация стартапа начинается с подбора наиболее подходящей формы собственности. Согласно нормам действующего законодательства, любая деятельность должна быть зарегистрирована.

Кроме того, правильный выбор правовой формы будет влиять на налогообложение, на возможности и способы привлечения инвесторов и партнеров, на пределы ответственности владельцев стартапа.

Индивидуальный предприниматель

На первый взгляд может показаться, что ИП — самая удобная форма для стартапа. Индивидуальный предприниматель не всегда обязан вести бухгалтерский учет, не надо выводить деньги из компании, легче зарегистрировать и закрыть бизнес.

Но привлечь инвестора предпринимателю достаточно сложно: в ИП нельзя выделить долю, организовать корпоративное управление, когда бизнес контролируется основателями и инвесторами.

Если открыть стартап в форме ИП, то при экзите — то есть продаже бизнеса — придется делать процедуру asset deal — полностью переоформить компанию на покупателя.

Это вид продажи бизнеса, когда проводится инвентаризация и каждый актив передается отдельно. Права требования и долги переводятся на покупателя бизнеса, в том числе переоформляются сотрудники и т. д. Например, в рамках этой процедуры нужно перевести договор с арендодателем на покупателя бизнеса. Это долгий и сложный процесс, и если на одном этапе что-то отвалится, то продажа бизнеса может затянуться.

Если стартап открывается в форме юридического лица, то для экзита требуется одно действие — продажа доли в компании.

Общество с ограниченной ответственностью

В стартапе, зарегистрированном как ООО, можно выделить доли инвесторам и основателям, консолидировать имущество и обязательства в одном месте — на юридическом лице, а также сформировать несколько органов управления. Например, создать совет директоров, который будет рассматривать стратегические вопросы.

В ООО можно привлечь инвестора, причем разными способами. Например, можно продать существующую долю основателя или увеличить уставный капитал, создав новую долю для инвестора.

ОПОРНЫЙ КОНСПЕКТ ПРОГРАММЫ И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАДАНИЙ

Акционерное общество

АО обладает теми же преимуществами, что и ООО.
Есть и дополнительные преимущества, и недостатки для стартапов.

В отличие от ООО в акционерном обществе могут выпускаться привилегированные акции, причем разных типов и с разным объемом прав.

Привилегированные акции, как правило, не дают права голоса при голосовании на общем собрании акционеров, но дают право на фиксированный размер дивиденда и стоимость, выплачиваемую при ликвидации. Они предоставляются инвестору, чтобы дать основателю больше свободы при ведении деятельности — если выплачиваются дивиденды, то инвестор не принимает решения по большинству вопросов в стартапе.

В случае если стартап планирует IPO — то есть публично размещать акции компании, то не будет необходимости преобразовываться из ООО в АО, чтобы затем стать публичным акционерным обществом.

Если стартап создается в форме ООО или АО, ему обязательно нужен устав. Устав обязательно содержит:

- наименование компании;
- место ее нахождения;
- в случае АО — количество, номинальную стоимость, категории и типы акций, права акционеров;

- права и обязанности участников;
- размер уставного капитала, который в ООО и непубличном АО должен быть не менее 10 000 рублей;
- органы управления компании и вопросы, по которым они принимают решения;
- порядок подготовки и проведения общего собрания акционеров или участников;
- иные положения, которые обязательны для включения в устав в силу законодательства. Например, если акционерное общество становится публичным, то в его уставе должно быть указание на наличие в структуре органов управления совета директоров.

Создать ООО достаточно просто: для этого потребуется подготовить необходимые документы и подать их в Федеральную налоговую службу РФ.

Коротко: ИП подходит тем, кто будет работать самостоятельно, а ООО — тем, кто собирается заниматься бизнесом вместе с партнерами. Дальше нужно разбираться.

Практическое задание 1: ИП или ООО

Обсудите в группе опорные вопросы:

1. С кем начнете строить бизнес?
 - С небольшим количеством партнеров.
 - Самостоятельно.
 - Хочу перевести уставной капитал в акции и строить с теми, с кем смогу разделить долю.
 - Мечтаю о крупном бизнесе, чтобы любой мог стать акционером.
2. Сколько вы готовы отдать денег на уставной капитал?
 - Не готов.
 - Вкладчину с партнерами 10 000 рублей.
 - Более 10 000 рублей.
3. Готовы ли вы вкладывать время в бюрократические вопросы?
 - Как можно меньше; желательно вначале вариант проще: легко открыть, легко закрыть.
 - Готов, но важно иметь возможность легко выйти из бизнеса.
 - Готов с помощью бухгалтера.
4. Что планируете делать с прибылью компании?
 - Распределять пропорционально долям в уставном капитале.
 - Забирать себе.
 - Выплачивать дивиденды.
5. Важен ли вам юридический статус вашего предприятия?
 - Нет, главное работа и прибыль.
 - Вначале нет, затем расширимся.
 - Важен сразу.

Какие варианты больше подходят для ИП, а какие — для ООО/АО?
Какой вариант правовой формы вы выбираете?

Практическое задание 2: ИП против ООО

В двух командах обсудите преимущества каждой правовой формы (одна команда «защищает» ИП, вторая — ООО).

Представьте в краткой форме свои выводы: в каких ситуациях ваша правовая форма выигрышнее?

ОПОРНЫЙ КОНСПЕКТ ПРОГРАММЫ И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАДАНИЙ

Тема 2. Регистрация интеллектуальной собственности

Следующий, очень важный этап связан с оформлением команды в Компанию и передачей прав на объекты интеллектуальной собственности. На этом этапе необходимо разработать должностные инструкции разработчикам, дизайнерам и другим сотрудникам, заключить трудовые договоры (контракты) с указанными лицами, утвердить положение о коммерческой тайне и заключить соглашения о неразглашении с работниками. В обязательном порядке следует заключить договоры о передаче (уступке) на Компанию прав на объекты интеллектуальной собственности учредителей и работников, созданные до учреждения Компании.

Софт, логотип или приложение — такие же активы, как грузовик или станок на заводе, только нематериальные. Их тоже можно поставить на баланс компании — тогда ее стоимость вырастет, и это может привлечь инвесторов.

Терминология:

Запатентовать — значит получить охрану интеллектуальной собственности. В это понятие могут входить разные процедуры, например получение патента, регистрация программ и товарных знаков.

Нематериальные активы — это результат интеллектуальной деятельности без материальной формы. Например, сайт — его нельзя потрогать руками, но на нем можно зарабатывать.

Правообладатель — тот, кто раньше всех отнес разработку в Роспатент. Часто правообладатель и автор — разные лица. Например, автором может быть работник, а правообладателем — компания.

Интеллектуальная собственность — это результат мыслительной деятельности. Например, программный код.

Роспатент — ведомство, которое регистрирует интеллектуальную собственность. Правообладателям выдают патенты и свидетельства. Эти документы доказывают исключительные права на разработку и охраняют ее от копирования.

Зачем стартапу патентовать разработки?

Для привлечения инвесторов. Интеллектуальная собственность, вероятно, самый важный актив ИТ-стартапа. Его можно оценить, поставить на баланс и отразить в бухгалтерской отчетности. У компании появится имущество, и это может сделать бизнес привлекательнее для инвесторов.

Для получения дохода. Как и материальные активы, например офисы или машины, НМА продают или сдают в аренду. Можно распространять софт по подписке или передавать товарный знак по франшизе. Другие компании будут пользоваться разработками стартапа и платить за это.

Важный момент: если не зарегистрировать разработки в Роспатенте, а сразу начать ими торговать, то можно получить иск от клиентов — они пойдут в суд расторгать договор и возвращать деньги — и будут правы.

Для юридической защиты идеи. Если запатентовать свою разработку в Роспатенте, на нее возникнет исключительное право — право разрешать или запрещать другим пользоваться этой идеей.

Представьте, вы построили дом, обнесли забором и никого не пускаете на территорию. Это ваша собственность, и вы ею распоряжаетесь. С запатентованной интеллектуальной собственностью будет то же самое — вы станете владельцем и будете делать с ней все, что захотите.

При этом есть разница: похожих домов может быть много, а разработки уникальны, у них не должно быть копий — так работает закон об авторском праве. Если кто-то использует ваши разработки без разрешения, то нарушит закон. С ним можно поступить так:

- Предложить заключить договор передачи исключительных прав, по которому пользователь заплатит правообладателю.
- Привлечь к гражданско-правовой, административной или уголовной ответственности, если из-за незаконного пользования разработкой вы понесли ущерб.

Для борьбы с конкурентами. Представьте, вы разработали софт, а другой стартап скопировал ваш код, зарегистрировал его в Роспатенте, запустил свой продукт и теперь на этом зарабатывает. Вы ничего не сможете сделать — конкурент первым запатентовал идею, значит, он — правообладатель.

Даже если вы не планируете запускать свой продукт в ближайшее время, можно запатентовать разработку и как бы застолбить ее за собой. Вернуться к ней можно через пару-тройку лет. Либо вообще не использовать разработку, но закрыть выход на рынок с таким решением для конкурентов. Такие ИТ-патенты называют блокирующими.

Для переговоров и тендеров. Патенты можно показывать партнерам, акционерам или участникам фирмы. Первые могут решить, что ваша компания — надежный и равный игрок. Возможно, патент поможет договориться о выгодных условиях сотрудничества. Для вторых интеллектуальная собственность — это набор активов, которые повышают рыночную стоимость бизнеса.

Иногда наличие свидетельства — условие для участия в госзакупках и тендерах. Если вы хотите продать госкомпании свой софт, его нужно внести в реестр российского ПО Минцифры и зарегистрировать как программу ЭВМ — электронно-вычислительной машины, то есть компьютера, — в Роспатенте.

Что может стать нематериальным активом?

К нематериальным активам относится интеллектуальная собственность, которую принимают к бухгалтерскому учету:

- код компьютерной программы;

- алгоритмы;
- устройство с программой — программно-аппаратный комплекс;
- дизайн и интерфейс;
- сайт и его содержимое;
- название, логотип или слоган;
- ноу-хау.

Ноу-хау — это секрет производства.

Им может быть любая интеллектуальная собственность, которая имеет коммерческую ценность, пока она неизвестна другим лицам. Например, база данных о клиентах, практические указания по дизайну приложений или инструкция по сборке опытного образца. Любую такую информацию можно оформить как секрет производства. Если эти данные разведывают конкуренты, коммерческая ценность информации утратится.

Ноу-хау подойдет для идей, которые нельзя запатентовать, но хочется защитить от конкурентов. Допустим, вы написали скрипт, который собирает данные о пользователях приложения. Идея не новая — таких скриптов сотни. Но вы не хотите, чтобы софт попал в руки конкурентов. Оформить его как ноу-хау — подходящее решение.

Ноу-хау не нужно нигде регистрировать или патентовать. Любую разработку, идею или информацию при желании можно оформить как секрет производства.

Как превратить идеи в активы?

- Найти, что может стать нематериальным активом: собственная ИТ-разработка, технология, алгоритм, интерфейс программы, сайт, логотип или название.
- Оформить актив как результат интеллектуального труда: задепонировать в авторском обществе, запатентовать или зарегистрировать в Роспатенте, оформить как ноу-хау.
- Подтвердить стоимость: пригласить эксперта и заказать рыночную оценку, доказать расходы договорами и чеками.
- Поставить на баланс: поручить бухгалтеру принять активы к учету и отразить их в отчетности.

Практическое задание 3: выбираем и регистрируем название для программы

Реальный кейс: предприниматель открыл ресторан, а зарегистрировать название не стал: не до того, надо строить ресторанный империя. Через пару лет у него дошли руки и до товарного знака. И тут оказалось, что за два года конкуренты из разных городов уже подали на регистрацию очень похожие знаки. Если они узнают о рестораторе и подадут в суд, ему придется заплатить компенсацию — до пяти миллионов рублей за каждый знак. Столько суды обычно не взыскивают, но 500–700 тысяч — нормальная практика. А еще на кону полтора миллиона рублей, вложенных в рекламу, дизайн интерьеров и сайт. Если название заставят поменять, все это придется переделывать.

Предпринимателю не стоило тянуть с регистрацией знака. Но более серьезная и менее очевидная ошибка — в неудачном названии. Чтобы не раскрывать название ресторана, назовем его «Дуэльпицца». Роспатент сказал, что «пицца» — не охраняемый элемент, «дуэль» уже зарегистрирован. Слитное написание сути не меняет: всем понятно, что это два разных слова. Кроме того, дуэль — это схватка со смертельным исходом, поэтому такое название для ресторана аморально и портит аппетит.

Попробуем придумать для вашего проекта название, которое понравится и вам, и Роспатенту. Для этого поделим все названия на категории.

Запрещенные названия

В эту категорию входят названия, которые лучше не использовать. Их точно не получится зарегистрировать и защитить.

Сюда входят названия, которые обманчиво намекают на связь с государством: включают в себя слова «российский», «федеральный», «государственный» или их части. По нормам морали не пройдут названия, которые ассоциируются с ругательствами, даже с самыми мягкими. Названия произведений, имена персонажей и цитаты защищает авторское право.

Даже если как-то получится зарегистрировать название с отсылкой к производству, правообладатель может не оценить это и взыскать

компенсацию через суд. Еще опаснее использовать в названиях прилагательные в превосходной степени: лучший, первый, номер один.

Указательные названия

Указательные названия прямо указывают на товары или услуги: например, «Сапоги» для магазина сапог. Монополизировать и защитить такие названия не получится. Роспатент считает их не охраняемыми элементами и не регистрирует как товарные знаки.

Владелец магазина «Сапоги» не может продать франшизу или запретить кому-то открыть на соседней улице магазин с похожим названием. Но у таких названий есть и плюсы: покупатели сразу понимают, что внутри, и никто не сможет обвинить предпринимателя в том, что он использует чужой товарный знак.

Указательные названия подходят тем бизнесам, которые не планируют расширяться или выделяться за счет брендинга. Если не планируете регистрировать товарный знак, используйте эту категорию.

Описательные названия

Описательные названия указывают на свойства товара: красивый, хороший, вкусный, дешевый. Они не обладают различительной способностью: кто угодно может называть свою одежду красивой, а еду вкусной. По такому названию покупатель не отличит одного производителя от другого. Поэтому зарегистрировать их как товарные знаки тоже не выйдет.

В лучшем случае описательное название можно зарегистрировать в составе логотипа, при этом само название выделят не охраняемым элементом. Логотип будет защищен, но название с другой графикой сможет использовать кто угодно.

Ассоциативные названия

Ассоциативное название намекает на суть продукта, но напрямую его не называет и не описывает свойства. Если получается придумать такое название, то оно здорово помогает выделиться среди конкурентов (например, бренд «Три корочки»).

Семантически нейтральные названия

Еще сильнее семантически нейтральные названия. Они никак не указывают на товары или их свойства, поэтому охраняются сами по себе, вне зависимости от графического исполнения. У нейтральных названий нет рисков отказа, которые есть у описательных, указательных и ассоциативных. Например, кафе «Квадрат».

Фантазийные названия

Выдуманные названия — самый надежный вариант. Среди юристов и экспертов их еще называют фантазийными. Выдуманного слова нет в словарях, поэтому маловероятно, что кто-то уже защитил его товарным знаком. Оно не указывает на товары и свойства продукта, поэтому зарегистрировать его проще других. С точки зрения бизнеса такое название хорошо выделяет компанию среди конкурентов. Сюда же относятся фамилии и их производные.

Итак, задание: мы делаем софт для создания бизнес-таблиц и презентаций. Нам нужно придумать название для программы. Мы хотим, чтобы название отличало нас от конкурентов, в дальнейшем планируем масштабироваться.

Разберите предложенные названия и подумайте, могут ли они теоретически подойти?

Название	Комментарий для проверки
Лучшие таблицы № 1	Не подходит; нарушает закон о рекламе
«Красивые таблицы»	Не подходит; название описывает свойства товара. Если кто-то захочет стать нашим конкурентом, название не поможет с ним бороться
«Бизнес-таблицы и презентации»	Не подходит; название описывает свойства товара. Если кто-то захочет стать нашим конкурентом, название не поможет с ним бороться

Business Table	Не подходит; название описывает свойства товара. Если кто-то захочет стать нашим конкурентом, название не поможет с ним бороться. Английский язык сути не меняет
Гостаблицы	Не подходит: регистрируют только с логотипом, отдельно от него охраняться не будет. А логотипа у нас еще нет
«Софт Братьев Чичкановых»	ОК. Название выглядит нейтральным или выдуманным. С ним можно работать, но нужно проверить, не опередили ли нас, — а уже потом выбирать из оставшихся вариантов
«Рабочие таблицы»	ОК. Название выглядит нейтральным или выдуманным. С ним можно работать, но нужно проверить, не опередили ли нас, — а уже потом выбирать из оставшихся вариантов
«Презентабл»	ОК. Название выглядит нейтральным или выдуманным. С ним можно работать, но нужно проверить, не опередили ли нас, — а уже потом выбирать из оставшихся вариантов

Чтобы узнать, свободен ли товарный знак, можно воспользоваться сайтом [«Линкмарк»](#).

ОПОРНЫЙ КОНСПЕКТ ПРОГРАММЫ И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАДАНИЙ

Тема 3. Подготовка презентации и проведение переговоров с инвестором

Оформление финансирования стартапа инвестором является одним из основных, ключевых моментов, от которого зависит существование стартапа. Он заключается в оформлении пакета внутрикорпоративных документов в связи с принятием инвестора в состав участников. Это может быть договор купли-продажи доли (или части доли), договор займа (в случае предоставления венчурного финансирования в виде займа), договор поручительства участника Компании (например, для целей предоставления инвестором займа), договор залога доли или части доли (для указанных выше целей).

После того как у основателей есть понимание, что за стартап они собираются делать, начинается поиск инвесторов. Перед этим стоит подготовить документы для привлечения инвестиций. Минимальный набор — инвестиционная презентация и финансовая модель или бизнес-план.

Дополнительно можно подготовить оценку стоимости, систему KPI, матрицу ответственности и другие документы. Чем тщательнее проработаны документы для инвестора, тем больше вероятность привлечения инвестиций и нормальных отношений.

Формулировка инвестиционных конкурентных преимуществ

В инвестиционной презентации проекта отражают сильные стороны проекта. Инвесторам важно показать, в чем преимущество команды и продукта стартапа. Ими могут быть: экспоненциальный рост выручки, экспертиза команды, продукт с положительным пользовательским опытом и другие вещи.

Проработка рисков и инвестиционных гарантий

Одна из задач стартапа — закрыть возможные риски, чтобы проект мог расти и ничто не препятствовало его деятельности. Проработка рисков, то есть анализ возможных рисков и способов их снизить, важна и инвестору, поскольку, вкладывая деньги в стартап, он ожидает определенного результата, пусть и с риском провала.

Основные риски для стартапа:

- Рыночные. Например, есть ли спрос на продукт стартапа и есть ли предпосылки для того, что этот спрос может резко измениться.
- Продуктовые. Стартап может не попасть в рынок, если неправильно выберет целевую аудиторию или продукт не будет отвечать требованиям клиентов.
- Командные. Для инвесторов это один из самых весомых рисков, поскольку стартап — не система, генерирующая выручку. На ранних этапах стартап очень зависим от основателей и команды.
- Финансовые, которые связаны с обеспечением денежного потока, привлечением финансирования.
- Операционные. Риски, что что-то сломается, сайт не будет работать, сломается CRM или основное дорогостоящее оборудование.
- Правовые. Есть ли предпосылки для того, что бизнес стартапа будет запрещен или сильно затруднен? Например, если все согласия на обработку персональных данных будет необходимо получать в письменной форме, конверсия стартапа может снизиться.

- **Налоговые.** Важно понимать, каковы шансы, что налогообложение может измениться, и как это повлияет на бизнес. Какие налоги и в каком размере нужно платить, где нужно быть налоговым агентом.

Инвестиционные гарантии создают ценность и определенность для инвестора, поскольку увеличивают вероятность заработать деньги. В качестве инвестиционной гарантии можно предложить инвестору, например, увеличить его долю в компании без дополнительных инвестиций, если из-за какого-то риска выручка снизится или будет расти меньшими темпами. На практике часто к риску не привязываются, а говорят только о фактическом снижении выручки.

Упаковка проекта для инвесторов

Перед тем как привлечь инвестиции, нужно собрать разрозненную информацию о стартапе и сжато представить ее инвестору.

Упаковка проекта — это не просто инвестиционная презентация, бизнес-план и финмодель, но и последовательное выстраивание системы бизнеса. Система бизнеса — это правила, по которым работает бизнес: что делают сотрудники, как принимаются и осуществляются платежи, как происходит исполнение по договорам и так далее. Инвесторам важно увидеть, что в компании есть выстроенные рабочие процессы и что команда стартапа работает именно так, как заявляет. Если системы нет, то инвестор будет смотреть на способность команды ее выстроить.

Если стартап не на стадии идеи, а получает первую выручку на ООО, то консолидация всех актуальных активов сократит время при подготовке к инвестиционной сделке. Упаковка проекта — это в том числе то, как будут организованы отношения между инвестором и основателями.

Донесение информации до ЦА

Целевая аудитория стартапа при привлечении инвестиций — инвесторы. Существуют разные варианты поиска инвесторов: обращение к бизнес-ангелам, фондам, профильным компаниям-потребителям, прохождение акселератора или стартап-школы.

В зависимости от стадии развития стартапа обращаются к разного уровня инвесторам. На ранней стадии инвесторами могут выступить родственники и друзья, бизнес-ангелы и некоторые фонды, инвесторы акселератора или краудинвестинга. Чем взрослее стартап, тем крупнее инвесторы.

Если у стартапа есть устойчивый рост выручки, работающая бизнес-модель и продукт, то инвесторами могут выступить крупные венчурные фонды, стратегические инвесторы, профильные компании-потребители. Важно определить, на какой стадии находится стартап, и обратиться к тем инвесторам, которые предоставляют финансирование на этой стадии.

	Этап	Цели стадии	Основные признаки стадии	Цели привлечения финансирования
Посевная (seed stage)	Ранняя стадия	Разработка и тестирование идеи	Продукта нет, денежный поток отсутствует или отрицательный	Создание прототипа, научные разработки, тестирование бизнес-модели, команда
Стартап (startup stage)	Ранняя стадия	Выпуск продукта на рынок	Тест продукта, первые продажи, денежный поток отрицательный	Создание коммерческого продукта, выпуск пробной партии, поиск клиентов
Расширение (expansion stage)	Ранняя стадия	Формирование и укрепление позиции на рынке	Доля продукта на рынке начинает расти, денежный поток может стать положительным	Запуск производства, маркетинг и продвижение, расширение команды
Рост (growth stage)	Стадия роста	Активный рост доли на рынке	Выручка от продаж растет высокими темпами, денежный поток положительный	Маркетинг, выход на зарубежные рынки, модификация продукта
Зрелый рост (mature growth stage)	Зрелая стадия	Удержание доли на рынке	Выручка от продаж стабильна, рост незначителен, денежный поток стабилен	Слияния и поглощения, поиск новых точек роста

	Доступность финансирования	Потребность во внешнем финансировании	Источники финансирования	Риск потери
Посевная	Низкая	Высокая	Собственные средства, родственники, друзья, бизнес-ангелы, краудфандинг, гранты, акселераторы	Высокий
Стартап	Низкая	Высокая	Венчурные фонды, родственники, друзья, стратегические инвесторы, бизнес-ангелы, краудфандинг, гранты, акселераторы	Высокий
Расширение	Средняя	Высокая	Венчурные фонды, стратегические инвесторы, фонды прямых инвестиций	Средний
Рост	Средняя	Средняя	Стратегические инвесторы, фонды прямых инвестиций, банки	Средний
Зрелый рост	Высокая	Низкая	Фонды прямых инвестиций, банки, фондовый рынок	Низкий

Переговоры с инвестором

Переговоры с инвестором — это не одна встреча, а серия нескольких. Чем больше инвестиций хочет привлечь стартап, тем дольше и сложнее будут переговоры. Это переговоры не только с инвестором, но и с финансистами, юристами и другими специалистами.

На всех этапах не стоит занимать позицию «Только дайте деньги» — такое отношение настораживает инвестора и ставит основателей в крайне невыгодное положение.

Лучше заранее определиться с диапазоном условий и уступок, на которые готов пойти основатель. На переговорах надо понимать, в чем будет состоять выгода для стартапа и для инвестора.

Например, выгода инвестора — заработать деньги на росте стоимости его доли, а стартапа — увеличить показатели бизнеса и долю рынка. Исходя из этих выгод и стоит вести переговоры.

Что нужно для привлечения инвестора

Вот краткий чек-лист готовности стартапа к привлечению инвестиций:

1. Сформирована команда проекта, в которой «закрыты» все ключевые компетенции: стратегия, общее руководство, ИТ-разработка (особенно если проект в сфере ИТ), продажи и маркетинг.
2. Наличие продукта или его минимально жизнеспособной версии — *minimum viable product*, или MVP.
3. В идеале — запущенные продажи, которые подтверждают платежеспособный спрос на ваш продукт, или хотя бы заявки на его покупку, полученные, например, по итогу тестовых рекламных кампаний.
4. Понимание рынка, его перспектив и трендов, а также ключевых преимуществ вашего продукта по сравнению с конкурентами. Вы должны ориентироваться в своем рынке как рыба в воде и быть готовым ответить на любой вопрос инвестора.
5. План работы над проектом, или дорожная карта, в том числе в цифрах. У вас должно быть четкое понимание, куда вы идете и какие ресурсы вам нужны для достижения результата, на какие именно цели будут направлены инвестиции и какой результат в продажах и прибыли вы ожидаете получить.

Практическое задание 4: оцениваем стартап методом мультипликаторов

Методы оценки стартапа зависят от того, на какой стадии он находится.

	Метод фиксированной стоимости	Метод венчурного капитала	Метод дисконтированных денежных потоков (DCF)	Метод мультипликаторов
Посевная	Да	—	—	—
Стартап	Да	Да	Да	—
Расширение	—	Да	Да	Да
Рост	—	—	Да	Да
Зрелый рост	—	—	Да	Да

Метод фиксированной стоимости

Его обычно применяют акселераторы и бизнес-ангелы, финансирующие стартапы на самых ранних стадиях. Так как уровень неопределенности в этот период максимально высок, инвестор применяет единую оценку для всех прошедших его отбор стартапов.

Например, знаменитый американский акселератор Y Combinator обычно инвестирует в стартапы 125 000 долларов в обмен на долю бизнеса 7%.

Метод венчурного капитала. Суть этого метода состоит в расчете текущей оценки стартапа исходя из прогнозной оценки через несколько лет и той доходности, которую хочет получить инвестор. Такую оценку еще называют post-money.

Например, согласно своему финансовому плану, стартап планирует, что через три года его рыночная оценка составит 100 млн долларов. Инвестор готов вложиться, если с учетом всех рисков он сможет увеличить свои вложения как минимум в 20 раз.

Тогда текущая оценка стартапа с учетом привлекаемых инвестиций составит: $100\,000\,000\ \$ / 20 = 5\,000\,000\ \$$.

Если стартап привлекает инвестиции на сумму 500 000 \$, его оценка до привлечения инвестиций (она называется pre-money) будет $5\,000\,000\ \$ - 500\,000\ \$ = 4\,500\,000\ \$$. И доля инвестора, соответственно: $500\,000\ \$ / 4\,500\,000\ \$ = 11\%$.

Метод дисконтированных денежных потоков

Это оценка на основе финансовой модели, которая представляет собой детальный финансовый прогноз на 3–4 года. Иногда срок может быть и больше, в зависимости от стадии развития компании и отрасли.

В финансовом моделировании есть правило, согласно которому срок планирования в модели должен быть не меньше, чем окупаемость инвестиций в проект. Поэтому для капиталоемких проектов, которые требуют многомиллионных инвестиций в строительство или запуск производства, модель будет рассчитываться на 5–7 лет и более. А для небольшого магазина или онлайн-школы будет достаточно прогноза на 3 года.

Суть метода такова: прогнозируемый денежный поток компании дисконтируется, то есть уменьшается, на стоимость привлечения в проект инвестиций — так называемая ставка дисконтирования. Ставка дисконтирования — это минимальный уровень доходности, на который рассчитывает инвестор при вложении капитала в стартап с учетом всех рисков и инфляции. Для стартапов это обычно 30% и выше.

Метод мультипликаторов

Метод мультипликаторов называют еще сравнительным, что отражает его суть. Мультипликатор — это коэффициент соотношения оценки компании и ее финансовой метрики.

За последнюю чаще всего берется годовая выручка, или EBITDA, — операционная прибыль до уплаты налогов, банковских процентов и вычета амортизации.

Для того, чтобы оценить ваш проект этим методом, нужно подобрать информацию об инвестиционных сделках с компаниями-аналогами — конкурентами по отрасли или компаниями с похожей бизнес-моделью.

Например, компания-конкурент с годовой выручкой в 50 000 000 \$ привлекла инвестиции на сумму 10 000 000 \$, отдав за это инвестору долю бизнеса 10%. Это значит, что инвестор оценил компанию в $10\,000\,000\ \$ / 10\% = 100\,000\,000\ \$$ и мультипликатор к выручке будет $100\,000\,000\ \$ / 50\,000\,000\ \$ = 2$. То есть инвестор оценил компанию в две годовые выручки.

Теперь вы можете отталкиваться от этого значения мультипликатора и получить справедливую оценку своего стартапа.

Задание: найдите открытую информацию как минимум по одной сделке с технологическим стартапом за прошедший календарный год и определите мультипликатор в сделке.

**Итоговое практическое задание:
заполнение шаблона инвестиционной презентации**

Инвестиционная презентация как минимум включает такие разделы:

1. Информация о проекте и о продукте проекта.
2. Команда проекта.
3. Анализ рынка и конкурентов.
4. Целевая аудитория.
5. Описание существующей проблемы потребителей.
6. Решение боли потребителей.
7. Бизнес-модель проекта.
8. Маркетинг.

9. Финансовый план.

10. Запрос на инвестиции.

Специально для стартапов Фонд развития интернет-инициатив подготовил шаблон презентации. Шаблон инвестиционной презентации разработан на основе мировых практик, а также требований к материалам, которые применяют во ФРИИ.

Для заполнения презентации вы можете выбрать свой существующий проект или воспользоваться одним из предложенных кейсов.

МОДЕЛЬНЫЕ КЕЙСЫ КОМПАНИЙ ДЛЯ РАЗРАБОТКИ ПРЕЗЕНТАЦИИ

Tilli — игровой инструмент социально-эмоционального обучения на базе искусственного интеллекта, который обучает детей в возрасте 5–10 лет навыкам, необходимым для обеспечения безопасности и здоровья.

Основан в 2020 году. В течение инвестиционного периода представит три учебных модуля, связанных с навыками безопасности детей в интернете, включая доверие, тела и границы, а также безопасность в интернете. Улучшит модель машинного обучения, достигнув точности 90%, и охватит более 10 000 пользователей. Также сделает платформу доступной на тамильском и турецком языках.

[ЮНИСЕФ инвестирует в цифровые решения для безопасности детей в интернете](#)

OnMyGrad связывает студентов университета с потенциальными работодателями.

Основан в 2019 году. SaaS-платформа для рекрутеров университетских городков от ведущих работодателей-выпускников, чтобы поднять свой бренд работодателя и создать кадровый резерв. Предоставляет компаниям программы виртуального опыта работы, которые привлекают студентов, готовых войти в состав рабочей силы.

Студенты университетов могут пользоваться эксклюзивным контентом для карьерного и отраслевого обучения от престижных работодателей. По завершении курсов студенты не только готовятся к получению знаний, но как соискатели, они также могут получить ускоренный пропуск для своих заявлений о приеме на работу к работодателю, предоставляющему курс.

[Гонконгская платформа профессионального обучения OnMyGrad привлекает предпосевное финансирование](#)

Propelld — финансирование образования для разумного выбора достойных учащихся.

Основан в 2017 году. Финтех-платформа, ориентированная на образование. Планирует быстро увеличить кредитный портфель в сегменте с низким проникновением кредита и предложить новые продукты для различных вертикалей в сфере образования, создать более качественные финансовые продукты для образовательной экосистемы.

[Финтех-стартап Propelld, ориентированный на образование, привлекает 35 миллионов долларов в раунде серии B под руководством WestBridge Capital](#)

Memfer — платформа для управления различными сообществами, такими как спортивные и университетские клубы, родительские чаты.

Основана в 2021 году, Россия. Сервис будет полезен тем, кому нужна удобная платформа для связи, планирования совместных действий и сбора денег для мероприятий, проектов. Одной из ключевых аудиторий будут университетские сообщества. Запустить платформу Memfer планируют в ноябре текущего года.

[Соцсеть для управления сообществами Memfer экс-менеджера «Сибур» привлекла 10 млн рублей](#)

МОДЕЛЬНЫЕ КЕЙСЫ КОМПАНИЙ ДЛЯ РАЗРАБОТКИ ПРЕЗЕНТАЦИИ

Erasmus Play — поисковая система студенческого жилья для поиска жилья по всей Европе.

Основана в 2020 году, Испания. Метапоисковая система студенческого жилья, работающая с университетами. Студенты могут сравнить тысячи вариантов размещения (комнат, квартир, общежитий и совместного проживания) на множестве онлайн-платформ для размещения. Помогает легко сравнивать широкий выбор студенческого жилья и выбирать наиболее подходящее жилье, проживание рядом со своими учебными центрами и своими одноклассниками, наличие необходимых условий для жизни и возможности обучения. Цель — помочь учащимся в их новой среде.

[Испанская Erasmus Play собирает 200 тысяч евро, чтобы сделать жилье для иностранных студентов без стресса](#)

Astound — маркетплейс, позволяющий исследовательским институтам и университетам легко находить корпоративных спонсоров для важных научных исследований.

Основан в 2022 году, США. Помогает сопоставить исследовательский опыт университетов с корпоративными потребностями в исследованиях и разработках в широком спектре дисциплин, от наук о жизни и инженерии до компьютерных наук и сельского хозяйства. Представляет собой первый продукт в своем роде и ориентирован на ускорение сотрудничества в области исследований и разработок между промышленностью и академическими кругами. Планирует провести ограниченный запуск для первых бета-клиентов в конце этого года, а полный запуск своей платформы — в начале 2023 года.

[Стартап из Бирмингема привлекает посевной раунд в размере 1 млн долларов, чтобы улучшить доступ университетов к финансированию исследований, спонсируемых корпорациями](#)

Globus.ai предоставляет облачную программную платформу для управления персоналом, используемую организациями в сфере здравоохранения и социального обеспечения, а также в сфере образования.

Основана в 2018 году, Норвегия. Облачное программное обеспечение, ориентированное на человека, позволяет кадровым агентствам и рекрутерам размещать больше кандидатов. От запросов до поиска, сопоставления и бронирования — весь процесс может быть сокращен до нескольких секунд и позволяет клиентам работать в большем количестве смен.

[Кадровая компания \(в том числе для образования\) Globus.ai закрывает посевное финансирование в размере 4,8 млн долларов](#)

Spriggy помогает родителям научить своих детей, как управлять финансами в безопасной, контролируемой среде.

Основан в 2015 году, Австралия. Приложение для карманных денег разработано, чтобы помочь родителям и детям управлять своими деньгами вместе. Дети получают собственную предоплаченную карту VISA, а родители могут отслеживать расходы своего ребенка, ставить цели сбережений и организовывать регулярные выплаты карманных денег в приложении. Дает детям возможность делать более разумный выбор расходов и возможность делать это в абсолютно безопасной среде.

[Приложение, обучающее детей карманным деньгам, Spriggy привлекает дополнительные 10 миллионов долларов после привлечения 35 миллионов долларов в серии B](#)

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Основная:

- Короткова, Т. Л. Маркетинг инноваций : учебник и практикум для академического бакалавриата / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 272 с.
- Перерва, О. Л. Экономика, организация и управление инновационными процессами : учебное пособие / О. Л. Перерва. — М. : Издательство МГТУ им. Н. Э. Баумана, 2011. — 180 с.
- Спиридонова, Е. А. Управление инновациями : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. А. Спиридонова. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 298 с.
- Хайруллина, М. В. Управление инновациями: организационно-экономические и маркетинговые аспекты / М. В. Хайруллина, — Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2015. — 308 с.
- Основы инновационной деятельности. Учебное пособие под общ. ред. проф. Б. И. Бедного, ISBN 978-5-91326-277-6 (главы 4, 5).
ГОСТ Р 15.011-96 Патентные исследования.
- Дайджест iPChain «Сводный отчет об основных событиях в сфере интеллектуальной собственности в 2019 году».
- Чек-лист «Подготовка товарного знака к регистрации 2020». Компания «Патентограф».

Дополнительная:

- Баранчеев, В. П. Управление инновациями в 2 т. : учебник для академического бакалавриата / В. П. Баранчеев, Н. П. Масленникова, В. М. Мишин. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 783 с.
- Искяндерова, Т. А. Управление инновационной деятельностью : учебник / Т. А. Искяндерова, Н. А. Каменских, Д. В. Кузнецов, Ш. З. Мехдиев, И. Н. Новокупова, И. Б. Тесленко. — М. : Прометей, 2018. — 354 с.
- Поляков, Н. А. Управление инновационными проектами : учебник и практикум для академического бакалавриата / Н. А. Поляков, О. В. Мотовилов, Н. В. Лукашов. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 330 с.
- Стерхова, С. А. Инновационный продукт: инструменты маркетинга : учеб. пособие./ С. А. Стерхова. — М.: Дело, 2010. — 296 с.
- Стремление к совершенству. Введение в тему «Промышленные образцы для малых и средних предприятий». Серия «Интеллектуальная собственность для бизнеса» Номер 2. WIPO Всемирная организация интеллектуальной собственности.
- Изобретая будущее. Введение в тему «Промышленные образцы для малых и средних предприятий». Серия «Интеллектуальная собственность для бизнеса» Номер 3. WIPO Всемирная организация интеллектуальной собственности.

