

*Матеріали III Міжнародної науково-технічної конференції молодих учених та студентів.
Актуальні задачі сучасних технологій – Тернопіль 19-20 листопада 2014.*

УДК 378:001

С.Б. Семенюк, канд. економ. наук, доцент

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

СТАРТАПИ – ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ

S.B. Semenjuk, Ph.D., Assoc., Prof.

STARTUPS - INNOVATIVE TECHNOLOGY BUSINESS

Сьогодні визначення стартапу пов'язують з комплексом таких понять, як нова ідея, обмежені ресурси, ефективна стратегія просування ідеї на ринок, швидкий розвиток компанії.

Стартап - нова, тільки що створена компанія, яка знаходиться на стадії розвитку, і буде свій бізнес або на основі нових інноваційних ідей, або на основі інноваційних технологій, які тільки що з'явилися. Характерні особливості стартапів – це нестача виробничих, фінансових і трудових можливостей, що зумовлює нестійке становище компанії на ринку. Спочатку термін застосовувався для ІТ-компаній, але пізніше поширився і на інші сфери діяльності. Сучасне трактування стартапа – це венчурний проект.

Вперше термін «стартап» з'явився в США в 1939 році. Тоді поблизу міста Сан – Франциско сконцентрувалися майже всі підприємства та фірми, що займалися розробками в сфері інноваційних технологій. У ті часи студенти Стенфордського університету Девід Паккард та Вільям Хьюлетт, створюючи тут свій невеликий проект, назвали цю справу стартапом (від англ. Start - up - стартувати, запускати). З часом цей стартап переріс в таку величезну і успішну компанію, як Хьюлетт -Паккард.

Однією з основних причин створення, успішного розвитку та подальшого існування стартапів вважають неповороткість і повільність великих корпорацій, які успішно використовують вже наявні продукти, а розробкою і створенням нових майже не займаються. Тому стартапи, завдяки своїй мобільності в плані втілення нових ідей, складають конкуренцію великим корпораціям.

Основним ресурсом для створення нового стартапу служить хороша новаторська ідея. Власне за новими і незвичними ідеями полюють компанії, і часто для їх реалізації не шкодують великих вкладень. Сама ідея, яка не має ніякого матеріального втілення, а існує тільки на папері або на словах (план стартапу), може коштувати дуже дорого. Іншим фактором успішності цієї ідеї є її затребуваність (ступінь необхідності для споживача), адже ідея може бути незвичайною і новою, але користі від неї буде мінімум.

Також успіх стартапів залежить від віку людей, що беруть участь у стартапі (їх середній вік за статистикою - двадцять п'ять років), від їхньої захопленості ідеєю і справою, ну і звичайно від наполегливої праці (так як їм потрібен тільки успіх, вони працюють за принципом: або все - або нічого).

Таким чином, для стартапу важлива хороша команда. Звичайно, починати бізнес можна і одному, але це досить важко. І питання тут не тільки і не скільки в коштах (для цього існують інвестори), як в розробці стратегії, в управлінні і виході на всілякі ринки. При цьому важливо, щоб в стартапі один ефективно доповнював іншого, тобто, мав ті необхідні якості та навички, яких немає у компаньйона. Ідеальне партнерство: один добре планує - другий налагоджує зв'язки, один розробляє продукт - другий його реалізує і т.п.

Ну і звичайно важливу роль у розвитку стартапу відіграє фінансування, тобто потрібно знайти ефективного інвестора для реалізації стартапу.

Одним з найбільш продуктивних методів пошуку інвесторів для свого проекту є «Networking» - участь у галузевих форумах і конференціях, в конкурсах стартапів та заходах щодо венчурного інвестування, в яких беруть участь і потенційні інвестори.

Такі конференції та заходи надають прекрасну можливість отримати експертизу і аналіз проекту від лідерів ринку, як то кажуть з «перших рук». Багато учасників зможуть побачити презентацію проекту, учасники стартапу отримають зворотний зв'язок, знайдуть партнерів, хтось навіть може стане їх першим клієнтом або тестером.

Залучити інвестора для стартап компанії може допомогти публікація оголошень на відповідних форумах і сайтах. Також існують біржі стартапів і організації, які фінансують стартапи.

Виділяють такі основні стадії розвитку стартапу:

- Стадія стартапу - Pre-startup: часовий період, що триває від моменту зародження ідеї до виходу товару на ринок.
- Стадія стартапу - Pre-seed: стадія, коли вже є ідея і чітке розуміння що саме треба покупцям, проте ще немає чіткого уявлення про те, як цю ідею краще реалізувати технічно і як її слід просувати, щоб вона приносила гроші.
- Стадія стартапу - Seed: посівна стадія, на цьому етапі вивчається ринок, складається план стартапу, складається і виконується технічне завдання, створюється і тестується прототип, йде пошук перших інвесторів та підготовка до запуску проекту.

В Україні стартап-центри стають молодіжним бізнес-інкубатором, місцем народження нових робочих місць, стартом ідей, ініціатив та інновацій, що досить часто відкриваються при вищих навчальних закладах. Проте повноцінно зможуть вони функціонувати тільки після внесення змін до Господарського і Адміністративного кодексів. Адже комерціалізацію наукової діяльності необхідно завжди юридично відокремлювати від безпосереднього наукового процесу. В ідеалі університет має передавати ліцензію на технологію, а комерційна фірма, зі своїми законами та правилами, — виводити ці технології на ринки у вигляді готових продуктів чи послуг. За новим законом про трансфер технологій, розробник може передати у статутний фонд право на використання своєї технології, одержати свою частку в загальному бізнесі й, отже, недержавне фінансування за рахунок стартапу. У свою чергу інвестований університетом стартап одержує можливість узяти грант або кредит, наприклад, у Фонді підтримки малого інноваційного бізнесу, або ж знайти приватні венчурні компанії, котрі його профінансують, і таким чином розвинути свій бізнес. Саме в такій структурі може реалізуватися ланцюжок «наука — інновація — технологія — продукт». У цьому зацікавлені всі — наукові установи, розробники і високотехнологічний бізнес.

Щоб університет створив стартап і передав йому свою інтелектуальну власність, потрібне окреме розпорядження Кабінету Міністрів для кожного конкретного випадку. А якщо, наприклад, стартап розробив проривну ідею, яку якнайшвидше необхідно комерціалізувати, то розпорядження може готуватися мало не півроку. За подібних умов не можна говорити про швидке та гнучке впровадження інновацій. Таким чином, більшість стартапів в університетах не доходять до практичної реалізації.

Проте в бізнесі стартапи отримують все більш масштабне впровадження. Обсяг венчурного інвестування в Україні зростає. Так, за оцінками E & Y в 2013 році світовий ринок венчурних інвестицій просів на 20% до \$ 41,5 млрд. Окремо в Європі обсяг інвестицій скоротився на 15% - до \$ 5,7 млрд. В Україні поки спостерігається зворотна тенденція - при зростанні IT-сектора на 30-50% на рік, обсяг інвестицій в стартапи зростає на 50-80% щорічно.