

Підсекція «Економіка підприємства»

УДК 658.5

ЗАПУСК УСПІШНИХ СТАРТАПІВ: ЗАКОРДОННИЙ ТА ВІТЧИЗНЯНИЙ ДОСВІД

Студ. Л.Д. Губенко, гр. БЕ-14

Студ. А.В. Сінілкіна, гр. БЕ-14

Науковий керівник доц. Т.М. Янковець

Київський національний університет технологій та дизайну

Мета і завдання: основною метою є висвітлення особливостей різних стартапів, розгляд їх слабких та сильних сторін, аналіз успішних стартапів та обґрунтування ключових правил успішних проектів.

Об'єкт дослідження: вітчизняний та зарубіжний досвід запуску успішних стартапів, а також аналіз розповсюджених помилок, що допускають засновники.

Методи та засоби дослідження: у роботі були використані методи індукції і дедукції, статистичний та аналітичний, а також логічного узагальнення результатів.

Наукова новизна та практичне значення отриманих результатів: набула подальшого розвитку систематизація основних помилок під час запуску стартапів з урахуванням досвіду зарубіжних компаній.

Результати дослідження: на сучасному етапі становлення економіки України важливе значення у підвищенні привабливості її інвестиційного клімату, розвитку інноваційної діяльності, а також підтримці малого та середнього бізнесу відіграють стартапи (start-up) – нещодавно створені компанії, які втілюють власні ідеї на основі інноваційних технологій та ще не вийшли на ринок або лише починають на нього виходити. Найчастіше такі проекти обмежені у фінансових ресурсах.

Основними критеріями оцінювання стартапів слугують такі параметри: технологія, ринок, команда, інвестиції, патенти, медіа-активність тощо. Складність впровадження технологічних стартапів полягає в тому, що кінцевий продукт їхньої діяльності працюватиме в інноваційному полі, що зумовлює високі ризики стосовно сприйняття нових продуктів потенційними споживачами. Сьогодні переважна більшість стартапів належить до ІТ-сфери.

Водночас простежується і специфічна тенденція розвитку вітчизняних стартапів: хоч потенційно успішні ІТ-проекти і створюються в Україні, подальше інвестування та їх розвиток здійснюються у США. Проте, на думку експертів, ймовірність створення високотехнологічного стартапу, який потенційно здатен стати глобальною українською компанією – можливий. Ґрунтуючись на останніх маркетингових дослідженнях, українці можуть досягти успіхів у декількох галузях. До них відносять: нерухомість, туризм, ігри, здоров'я та медицину. Окрім складних технологічних стартапів, успіх матимуть складні вузьконішеві продукти. Статистика свідчить, що тільки 1 з 10 стартапів, які на перших порах мають однакові шанси, досягає успіху і виправдовує очікування своїх засновників.

Дослідивши причини, про які пишуть ментори і засновники успішних стартапів, визначимо найпоширеніші причини невдач.

1. **Не та ідея.** Як правило, нові проекти зазнають фіаско через те, що їх задум не досконалий або не до кінця сформований. Підприємці-початківці хапаються за першу-ліпшу, на їх погляд, ідею і починають її реалізацію без попереднього вивчення ринку. Перш ніж стартувати, варто визначити цільову аудиторію, вибрати з неї кілька людей, готових випробувати вашу продукцію або послуги в тестовому режимі, проаналізувати їх думки, внести корективи і тільки потім робити крок назустріч



реаліям ринку.

2. **Довга підготовка.** Ментори радять не випускати зовсім «сирий» продукт, але й затягувати з цим теж не варто. Роботу стартапу потрібно починати за умов наявності MVP – мінімальної версії з обмеженим функціоналом, яка, в той же час, зможе продемонструвати аудиторії, який проект планується в майбутньому. Підготовка MVP, як правило, не вимагає великих витрат сил, ресурсів і часу, але допоможе визначити, чи є реальний попит і ймовірність отримання прибутку.

3. **Відсутність команди.** Інвестори та інноваційні бізнес-інкубатори насторожено ставляться до проектів, якими займається лише одна людина. Найчастіше, такі стартапи просто відсіваються і навряд чи будуть розглянуті у відборах.

4. **Непрофесійна команда.** Існує думка, що стартап краще розпочинати з друзями і в партнери брати тільки перевірених людей. Частково, це правда, і в світі на сьогоднішній день можна зустріти компанії, засновані близькими друзями або одногрупниками. Проте таким командам часто не вистачає неупередженої думки, що призводить до втрати як гарної можливості, так і партнера. Ідеальний варіант – брати у стартап перевірених людей, проте вони повинні бути професіоналами своєї справи.

5. **Відсутність ментора.** Ідея стартапу може бути оригінальною і вдалою, але вона нічого не варта без грамотної реалізації. А в цих питаннях не обійтися без ментора, який підкаже, допоможе і познайомить з потрібними людьми. До речі, без останнього пункту в світі бізнесу і стартапів домогтися чогось дуже важко.

6. **Недооцінювання конкуртів.** Слід завжди пам'ятати, що компанії-конкуренти теж не «дрімають». Тому не можна зупинятися на досягнутому і потрібно постійно розвиватися, впроваджуючи нові послуги.

7. **Нестача фінансування.** Хоча й кажуть, що компанію краще будувати без залучення зовнішнього фінансування, але у випадку з технологічними стартапами, які вимагають власних розробок, це майже неможливо. Саме тому кожен засновник повинен точно знати, яка сума йому потрібна для того, щоб рухатися вперед.

Причин, за якими стартап може провалитися або зірвати куш, може бути набагато більше. Тим не менш, на думку американського фінансиста Білла Гросса, існує тільки один вагомий чинник, який визначає успіх або скорочує шанси до мінімуму. Як виявилось, вся справа не в ідеї і навіть не в команді професіоналів. **Стартап може бути бездоганим, але якщо він запущений у невідповідний час, то, швидше за все, він провалиться.**

Найяскравішим прикладом є **досвід компанії Airbnb**. Сьогодні ідея здавати житло незнайомцям вже не виглядає чимось незвичайним, а на старті багато інвесторів відмовили засновникам, оскільки були впевнені, що жодна розсудлива людина не пустить до себе переночувати першого зустрічного. Можливо, цей задум і не став би настільки успішним, якби не з'явився в період, коли одній половині аудиторії (орендодавцям) дуже потрібні були гроші, а іншій половині (туристам) не вистачало коштів для проживання в готелях і хостелах.

Протилежний приклад – частка компанії онлайн-розваг **Z.com**. Вона була добре профінансована і продумана, але не досягла успіху, оскільки інтернет-мережа, така необхідна для її функціонування, ще не була розвинута на належному рівні.

Висновки. У ході роботи було встановлено, що основними проблемами розвитку стартапів в Україні є недостатня підтримка з боку держави, відсутність сприятливого інвестиційного клімату, вузька спеціалізація стартапів, відтік нового бізнесу закордон, а також слабка інфраструктура між стартапами та інвесторами. Однак, проаналізована інформація доводить, що в Україні вже є чимало стартапів і з кожним роком їх кількість зростає, залишаючись привабливими для іноземних і вітчизняних інвесторів.

Ключові слова. Стартап, розвиток, проблеми невдач, досвід компанії Airbnb, основні проблеми розвитку стартапів в Україні.