

Економічні науки

УДК 658.586

Ярема Олег Романович

кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри цифрової та міжнародної економіки

Навчально-науковий інститут економічних і соціальних відносин

Університету банківської справи

Ярема Олег Романович

кандидат экономических наук, доцент,

доцент кафедры цифровой и международной экономики

Учебно-научный институт экономических и социальных отношений

Университета банковского дела

Yarema Oleg

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,

Associate Professor of Digital and International Economics

Educational and Scientific Institute of Economic and Social Relations

Banking University

Тарасенко Павло Володимирович

студент

Навчально-наукового інституту банківських технологій та бізнесу

Університету банківської справи

Тарасенко Павел Владимирович

студент

Учебно-научного института банковских технологий и бизнеса

Университета банковского дела

Tarasenko Pavlo

Student of the

Educational and Scientific Institute of Banking Technologies and Business

Banking University

**СТАРТАПИ В ІТ-СФЕРІ. ЇХНІ ОЗНАКИ ТА СТАДІЇ,
УКРАЇНСЬКИЙ ТА ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД
СТАРТАПЫ В ІТ-СФЕРЕ. ИХ ПРИЗНАКИ И СТАДИИ,
УКРАИНСКИЙ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ
STARTUPS IN THE IT FIELD. THEIR SIGNS AND STAGES,
UKRAINIAN AND FOREIGN EXPERIENCE**

Анотація. Уперше термін «стартап» був використаний у журналах «Forbes» у серпні 1976 року і «Business Week» у вересні 1977-го для позначення компаній з короткою історією діяльності. Поняття закріпилось в 1990-ті роки і поширилось під час буму доткомів. Термін «стартап» останнім часом набув популярності, але часто його розуміють і тлумачать неправильно. По всьому світу щорічно відкриваються тисячі підприємств, і тільки частина з них є стартапами.

Ключові слова: стартап, венчурний капітал, посівні інвестиції, ангельські інвестиції, ІТ-індустрія, FFF, бутстреппінг, IPO.

Аннотация. Впервые термин «стартап» был использован в журналах «Forbes» в августе 1976 года и «Business Week» в сентябре 1977-го для обозначения компаний с короткой историей деятельности. Понятие закрепилось в 1990-е годы и распространилось во время бума доткомов. Термин «стартап» в последнее время приобрел популярность, но часто его понимают и толкуют неправильно. По всему миру ежегодно открываются тысячи предприятий, и только часть из них стартапами.

Ключевые слова: стартап, венчурный капитал, посевные инвестиции, ангельские инвестиции, IT-индустрия, FFF, бутстреппінг, IPO.

Summary. The term "startup" was first used in Forbes magazines in August 1976 and Business Week in September 1977 to refer to companies with a

brief history. The concept took hold in the 1990s and spread during the dot-com boom. The term "startup" has recently gained popularity, but it is often misunderstood and misinterpreted. Thousands of businesses are opened every year around the world, and only some of them are startups.

Key words: *starpap, venture capital, seed investment, angel investment, IT industry, FFF, bootstrapping, IPO.*

Виклад основного матеріалу. Серед бізнес-експертів немає єдиної думки, що таке стартап. Проте існує низка ознак, за якими його можна вирізнити.

Термін «стартап» («startup»), що в перекладі означає «початок процесу» або «старт», ввів американський підприємець Стів Бланк, який сам створив 8 успішних стартапів. Він визначив стартапи як тимчасові структури, що існують для пошуку бізнес-моделі.

Стартап – це інноваційний бізнес, продукт, який раніше не існував. «Facebook» був стартапом. До нього не існувало настільки масштабних соціальних мереж. Ніхто з його власників не міг припустити, яким буде успіх, адже вони не могли спиратися на статистику в цьому бізнесі, тому що були першими [9].

Нік Блюменталь, один із засновників «Warby Parker», вважає, що стартап – це компанія, яка працює, щоб розв’язати проблему, коли рішення не є очевидним і успіх не гарантований. Звичайні підприємства вибудовуються на визначеності і передбачуваності. Майбутнє нового стартапу невизначене, адже нова ідея має знайти правильний шлях і свою цільову аудиторію [10].

Пол Грем, один із засновників венчурного фонду «Y Combinator», дав коротке формулювання: «Стартап = зростання» [2]. Такої ж думки дотримується співзасновник «PayPal», перший інвестор «Facebook» Пітер

Тіль. Більшість стартапів у світі представлені у сфері ІТ, оскільки в ній постійно щось винаходиться і з'являється нове (рис. 1).

Саме здатність до зростання без географічних обмежень відрізняє стартап від малого бізнесу. Кафе або щойно відкритий магазинчик не призначені для швидкого зростання. Успішні стартапи, наприклад, «Uber», «Airbnb» або «Facebook», розвиваються настільки стрімко, що за кілька років досягають фінансових показників таких «ветеранів», як «Toyota» або «Siemens» [11].

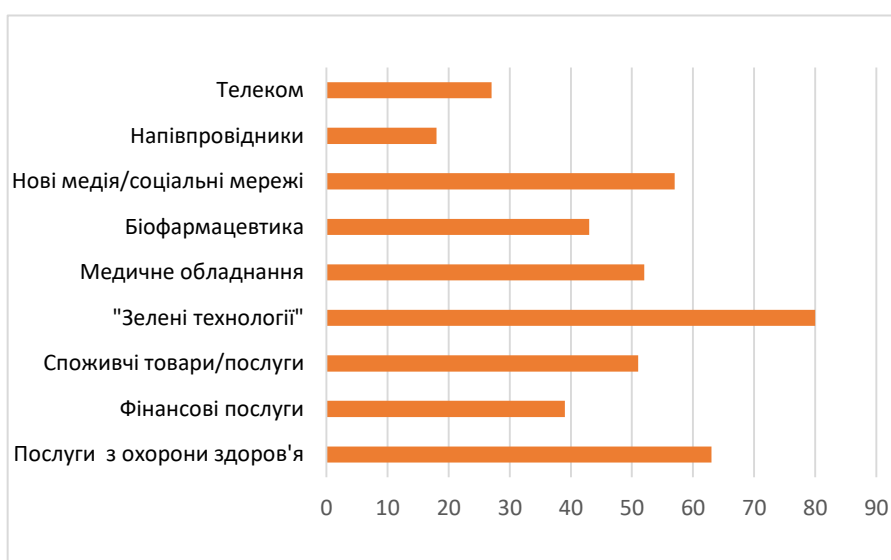


Рис. 1. Найбільш перспективні галузі для створення стартап-проектів у найближчі 5 років [11]

Приклади стартапів. Найуспішнішими стартапами у світі є «Вікіпедія», «YouTube», «Instagram», «Twitter», «Microsoft». Історію їх виникнення та функціонал знають більшість людей у світі, водночас існують менш відомі, але не менш цікаві проекти, до яких належать:

1. Стартап «Напис на піску» (sandsign.ru). Кожен бажаючий може замовити напис на піску будь-якого пляжу світу. Реалізація цього проекту не потребувала великих часових витрат (сайт був створений за 4 дні) і фінансових вкладень (стартовий капітал становив 100 доларів США).

Ідея належить 23-річному Антону Великанову, який при переїзді в Коста-Ріку надихнувся неймовірною красою місцевих пляжів. Цей проєкт одним із перших отримав грант «StartFellows».

Вартість послуг починається з 25 доларів США і залежить від обраних опцій. Оплатити їх можна онлайн прямо на сайті, який пропонує послугу.

2. Стартап «Кнопка життя» (knopka24.ru). Це мобільна система допомоги дітям і літнім людям. Ще до запуску проєкт переміг у конкурсах «Бізнес-успіх», «БІТ» і «Телеком-ідея».

Суть проєкту Дмитра Юрченка та Ірини Линник у тому, щоб людина, яка потрапила в ситуацію, що загрожує її життю та здоров'ю, могла цілодобово отримати необхідну допомогу. Кнопка життя виконує шість функцій:

- 1) психологічний супровід (бесіди з кваліфікованими психологами при виникненні важкої життєвої ситуації);
- 2) регулярна перевірка самопочуття клієнта;
- 3) доступ до соціальних сервісів (виклик соціального таксі, юридична консультація, виклик працівника соціальної служби, допомога при зверненні до спецслужби);
- 4) екстрений виклик спецслужб, а також оповіщення рідних і близьких;
- 5) позиціонування;
- 6) допомога у сфері медичних послуг (виклик лікаря, запис до лікаря, консультація фахівця, надання долікарської допомоги).

Для запуску проєкту знадобився стартовий капітал у розмірі 10 тис. доларів США.

Сервіс успішно функціонує в Росії. Його використовують більше 15 тис. громадян. Вартість обслуговування залежить від обраного тарифу і становить від 3 до 20 доларів США на місяць.[6]

3. Стартап «Соціальний будильник» (budist.ru), або «Будист».

Ідея створення цього проєкту належить Грачик Аджамяну, якому ще студентом було важко вставати вранці, але при дзвінках незнайомих людей пробудження відбувалося набагато швидше. Пізніше до нього приєдналися ще чотири друга.

Як стартовий капітал були використані фінанси авторів проєкту, але після участі в конкурсі стартапів приватний інвестор виділив їм 500 тис. доларів США [8].

Нині цією послугою, яка надається безкоштовно, користуються люди з 80 різних країн. Загальна кількість зареєстрованих користувачів перевищує 2 млн.

В Україні працюють стартапи, що були відзначені на міжнародних конкурсах. Серед них:

- «Photofact» – розробка, яка захищає фотографії від підробки;
- «Luckfind.me» («Online Lost & Found Luckfind.me») – сервіс пошуку втрачених речей;
- «InCust» – безкарткова програма лояльності для бізнесу;
- «Solargaps» – розумні жалюзі, що автоматично відстежують положення сонця і генерують електроенергію;
- «Technovator» – пристрій для дистанційної зарядки смартфонів [3].

Ознаки стартапів. Аналіз наявних на ринку стартапів дає змогу виокремити кілька основних характеристик, які їм притаманні.

Швидке зростання. Стартап створюється, щоб зростати, і, як правило, має зростаючу бізнес-модель.

Так, «Snapchat» «вистрілив» від нуля до 100 млн користувачів менше ніж за 5 років.

Контрольні показники швидкості зростання успішного стартапу за класифікацією фахівців Кремнієвої Долини такі:

виняткові: 10% на тиждень і вище; високі: 5–7%; низькі: менше 2% на тиждень.

Фактичні темпи зростання можуть варіюватися в широких межах, поки стартап шукає бізнес-модель. Потім фаза зростання закінчується, що свідчить про вихід на новий рівень – зрілого бізнесу.

Інноваційний підхід до розв'язання проблеми. Стартап не обов'язково має винайти нову галузь або напрям, але має запропонувати підхід, який радикально відрізняється від традиційної моделі бізнесу.

Наприклад, пошукові системи існували і до появи «Google». Алгоритм, який заклали в основу свого дітища Ларрі Пейдж і Сергій Брін, заснований не тільки на змісті сторінки, а й на її авторитеті. Простий інтерфейс і релевантні результати «перемогли» конкурентів. Хтось ще пам'ятає пошуковики «AltaVista» або «Lycos»?

Гнучкість. Ідея стартапу має вирішальне значення, але може змінюватися з плином часу. Стартап здатний різко змінити курс, якщо перша думка виявилася не найкращою. Ця готовність змінити напрям на 180 градусів відрізняє стартап від інших підприємств великого та малого бізнесу.

Засновники «Twitter» спочатку розробляли каталог подкастів «Odeo», а твіттер – лише побічний продукт. Вчасно помітивши потенціал, вони виділили його в окрему компанію, а «Odeo» виставили на продаж.

Фінансування для зростання. Стартапи часто шукають великі обсяги інвестицій на ранніх стадіях, обіцяючи швидке зростання і високі прибутки в перспективі. У пошуках інвестора, готового прийняти високі ризики, вони пропонують нові ідеї венчурним фондам, бізнес-ангелам та виставляють на біржах стартапів. Основний принцип фінансування: кожного разу, коли стартапер отримує гроші на розвиток, він віддає частину своєї компанії і інвестор стає співвласником.

Майданчиками для пошуку інвесторів є спеціалізовані конференції та конкурси. Наприклад, конференції «Startup Village» (Російська Федерація), «ClickZ Live New York» (США) та «Pioneers 500 Festival» (Австрія).

Талановита команда. Стартапи залучають талановитих людей не тільки можливостями зростання і фінансовими результатами, а й завдяки відсутності жорстких корпоративних правил. Це ще один прояв гнучкості. Етапи розвитку стартапу. Усі стартапи, успішні і провальні, проходять через певні етапи розвитку. Проєкт «Startup Genome» розшифровує ланцюжок, який приводить інноваційні стартапи до успіху. Аналіз даних більше ніж 3200 стартапів дав змогу зробити висновки, які слугують орієнтирами для нових компаній:

- стартапи проходять через дискретні стадії, які можуть бути виміряні;
- різні типи стартапів розвиваються по-різному;
- навчання та вивчення передового досвіду підвищує шанси на успіх стартапу [5].

Розвиток стартапів у більшості випадків відбувається за такими етапами:

1. Pre-seed. Це найперший етап, коли у творців проєкту є чітко сформована ідея, але ще немає уявлення, як її реалізувати і розвивати, щоб вона приносила дохід.

2. Seed. На цьому етапі вивчається ринок, складається докладний план дій і починається підготовка до запуску. Також можна шукати інвесторів, якщо вони необхідні.

3. Прототип. Створюється робоча модель, наділена тільки основними функціями.

4. Альфа-версія продукту / проєкту. Відбувається тестування продукту для виявлення недоліків та їх усунення. Також можливе внесення доповнень.

5. Закрита бета-версія. Продукт (або проєкт) вже має той вигляд, в якому його хотіли б бачити творці, але потрібне додаткове тестування. З цією метою запрошується невелика група користувачів, які тестують, а потім висловлюють свої думки і побажання.

6. Відкрита бета-версія. Після виходу стартапу починається розкрутка проєкту і залучення користувачів (укладаються договори, продаються товари тощо).

Деякі творці проєктів пропускають одну або кілька з перерахованих стадій, але через це можна припуститися помилок, які згодом призводять до фінансових втрат.

Підприємці та дослідники в ІТ-сфері Бйорн Геррманн і Макс Мармер вважають, що життєвий цикл стартапу складається з чотирьох етапів розвитку:

1. Відкриття. Ідея для стартапу, яка народилася в ентузіастів, вимагає уточнень, як і будь-який бізнес. Яку проблему покликаний розв’язати стартап? Хто потенційні клієнти? На цій стадії формується команда, своїми силами проводяться дослідження й опитування. Стартапери можуть залучати допомогу бізнес-інкубаторів, приватних інвесторів і консультантів.

2. Перевірка. Попереднє підтвердження зацікавленості людей в продукті, уточнення основних характеристик бізнес-моделі і початкове зростання тривають від 3 до 5 місяців.

3. Ефективність. Цінність пропозиції визначена, вірусне зростання компанії досягнуто, масштабовані канали залучення клієнтів знайдені.

4. Масштабування. Етап агресивної стимуляції зростання. Часто стають потрібні додаткові інвестиції, збільшується кількість співробітників, експоненційно зростають продажі [4].

Існує ще один етап, на який вказують дослідники, але не акцентують увагу: спосіб виходу стартапу. Венчурним фондам потрібна стратегія виходу, оскільки вони мають максимізувати рентабельність інвестицій. Чи перейде стартап в категорію традиційного бізнесу, чи буде проданий або запущений на фондовому ринку – стартапер повинен вирішити це на стадії запуску проєкту.

Інвестиції в стартапи. Ще кілька років тому основними інвесторами в стартапи були FFF – «Friends, Family, Fools» (англ. «друзі, родина, дурні»). Такий вид фінансування стартапу називається бутстреппінгом і передбачає залучення тільки власних коштів для розвитку. Наприклад, П’єр Омідьяр, засновник «eBay», запустив інтернет-аукціон як хобі. Тільки після повідомлення провайдера, що обсяг трафіку занадто виріс, Омідьяр почав стягувати з користувачів плату.

Дійти до четвертого етапу, масштабування, лише за рахунок власного капіталу вдається не багатьом компаніям. Які ж варіанти інвестицій доступні новим стартапам?

Брайан Ческі, Джо Гебб і Нейтан Блеарчік, засновники «Airbnb», випробували практично всі можливі способи залучення капіталу. Спробуємо на їх прикладі розібратися з опціями, доступними новим стартапам.

Посівні інвестиції (pre-seed). Ідея, яка здається блискучою новоспеченим стартаперам, рідко приваблює інвесторів. Троє друзів розробляли сервіс і вклали власні кошти в його просування з 2007 року. На цій стадії повної невизначеності можлива допомога родичів, друзів і приватних інвесторів.

«Ангельські» інвестиції (angel round). У 2009 році на молодих підприємців звернув увагу Пол Грем, який запросив їх у бізнес-інкубатор. Три місяці навчання під керівництвом досвідчених фахівців дали змогу вдосконалити свій продукт.

Бізнес-інкубатори і «прискорювачі» (акселератори) надають стартаперам готівку (в США – приблизно 25 тис. доларів), виробничі приміщення та консультантів. Це обходиться від 5 до 10% частки в їхній компанії.

Бізнес-ангели – приватні особи, які часто залишаються в тіні і не афішують свого імені. Реальний шанс знайти такого інвестора надають біржі стартапів. Сума, яку може запропонувати «ангел», варіюється, але йдеться про сотні тисяч доларів.

Жоден бізнес-ангел не зацікавився ідеєю сервісу, яку пропонували Ческі, Гебб і Блеарчік. На той момент вже існували аналогічні майданчики, і ніхто не побачив потенціалу в їхній ідеї. Компаньйони облаштували під офіс спальню в орендованій квартирі і продовжили допрацьовувати і просувати майданчик самотужки.

Венчурний капітал (seed stage). «Airbnb» отримав 600 тис. доларів США від «Sequoia Capital» у 2009 році і зробив якісний ривок. До 2011 року сервіс з'явився у 89 країнах і подолав поріг в 1 млн ночей, заброньованих з його допомогою. У тому ж 2011 році декілька найбільших венчурних фондів Кремнієвої Долини вклали приблизно 112 млн доларів США в стартап, оцінивши його більш ніж в 1 млрд.

За два роки, з 2009 по 2011-й, сервіс пройшов дві стадії фінансування:

- 1) раунд А – інвестиції у сформований бізнес, який має офіс і співробітників;
- 2) раунд В – вкладення в швидко зростаючий стартап.

Особливості вкладення грошей в стартап полягають у тому, що частка власності в компанії постійно зменшується в процентному відношенні, але зростає в грошовому (рис. 2).

Венчурні інвестиції США, Європи, України та Росії



Рис. 2. Венчурні інвестиції США, Європи, України та Росії

Джерело: складено автором на основі [2; 4; 6]

Публічна пропозиція (Initial Public Offering, IPO). Організація, якій належать акції, пропонує їх громадськості, отже, акціонером товариства може стати кожен бажаючий. Вихід компанії на IPO призводить до того, що вимоги до неї з боку регулюючих інстанцій принципово змінюються. Процедура IPO починається з первинного розміщення акцій і триває від декількох місяців до року.

Головна мета проведення IPO – це залучення сторонніх коштів, які можна ефективно використовувати як інвестиції. Акції покривають частину витрат при укладанні угод. Крім того, вихід на IPO дає змогу залучити в штат компанії висококваліфікованих фахівців. І, нарешті, компанія отримує можливість потрапити до списків найбільших світових бірж, що істотно підвищує її престиж. Тобто завдяки IPO компанія починає продавати акції на фондовій біржі, де купити їх може будь-хто. Спочатку вона працює на первинному ринку, де сама продає свої акції. В момент IPO акції дуже швидко розкуповуються, а коли вони закінчуються, їх продавцями стають інвестори. Це називається вторинним ринком.

Вийти на стадію IPO прагнуть всі нові стартапи, але не всі її досягають. Загалом IPO – це спосіб зібрати гроші. Однак є ще одна причина для виходу на фондовий ринок. Ті, хто вкладав гроші в стартап, рано чи пізно зажадають повернення інвестицій. Венчурні фонди встановлюють фіксований термін інвестиційних циклів, які тривають від 3 до 5 років. Після цього вони шукають вихід на IPO.

Співвласники «Airbnb» теж планують провести IPO, і це буде грандіозна подія, адже компанія оцінюється в 30 млрд доларів США і посідає 2-ге місце серед найдорожчих стартапів США.

Що шукають інвестори? Бізнес-ангели і венчурні фонди – не благодійні організації. Інвестори допомагають стартапам з єдиною метою: заробити гроші. Критерії, за якими приймається рішення, у кожного інвестора свої, але всі вони зводяться до чотирьох факторів:

- 1) команда;
- 2) продукт;
- 3) розмір ринку;
- 4) стадія, на якій перебуває стартап [7].

Американський інвестор та підприємець Марк Састер вважає, що основним ресурсом стартапу є люди, які приймають рішення і рухають компанію в певному напрямі, адже багато стартапів зазнали невдачі, незважаючи на якісний продукт.

Розмір ринку і стадія розвитку стартапу – дві важливих речі, від яких залежить розмір інвестицій. Тільки високі темпи зростання і масштабованість бізнесу дають змогу досягнути необхідної планки віддачі від фінансування.

Чому стартапи вмирають? До «зрілого віку» – стадії виходу на IPO або продажу компанії – доживає лише один стартап із десяти. Продукт, який нікому не потрібен, – очевидна і найпоширеніша причина невдачі.

Внутрішні, приховані проблеми, які виявляються в процесі діяльності, – більш тонка матерія.

За твердженням засновника компанії «GrowthUP Group» Дениса Довгополого, більше 99,7% стартапів банкрутують. Всі люди, які просувають нові ідеї, стикаються зі спротивом, це головна властивість інновації [1].

Партнер венчурної фірми «Accel Partners» Фред Дестін виокремив кілька факторів провалу стартапів:

1. Неправильний вибір співзасновників. Люди – це обличчя фірми, тому потрібен серйозний підхід до підбору компаньйонів на початкових етапах. Невміння і небажання домовлятися – часте явище в нових компаніях. Без юридичних важелів, щоб «продавити» своє рішення, співзасновник може втратити частину компанії ще до того, як розпочнеться пошук фінансування.

2. Нестача грошей. Головний «убивця» стартапів – гроші. Зростання в 5–7% на тиждень вимагає достатніх обігових коштів. Брак фінансування – проблема засновника, а не інвестора. Вчасно знайти додаткові джерела грошових коштів – першочергове завдання, яке, один раз отримавши інвестиції, стартапери не беруть до уваги.

3. Ненадійні партнери. Терпіння, віра в результат і сила волі – обмежені ресурси. Більшість прикладів успішних стартапів доводять, що засновники розпочинають цю складну справу не заради грошей. Точніше, не тільки заради грошей. Якщо основна причина запуску стартапу – прибуток, то тільки питання часу, коли він набридне засновникам. І як тільки це станеться, бізнес зруйнується.

Література

1. Барабаш М. Р. Як збільшити потік інвестицій у стартап? URL: http://forbes.net.ua/explain/startup_and_business

2. E-news. Новости Украины и мира. URL: <http://e-news.com.ua>
3. Економічні новини України та світу. URL: <https://mind.ua>
4. Ковальова А. Ю. Підходи до створення успішного стартапу: світовий досвід. URL: <http://confcontact.com/node/633>
5. Львівський ІТ-кластер. URL: <https://itcluster.lviv.ua>
6. Новини світу та України. 112. URL: <https://ua.112.ua>
7. Корнух О. В., Маханько Л. В. Стартап як прогресивна форма інноваційного підприємництва // ДВНЗ «Криворізький національний університет». Економічна наука: Інвестиції: практика та досвід. Кривий Ріг. № 23/201. С. 23–30.
8. Пікуль В. С. Що таке стартап? URL: http://3222.ua/article/scho_take_startap.htm
9. Сьогодні. Останні новини 2019. URL: <https://ukr.segodnya.ua>
10. Фонд BrainBasket. URL: <https://brainbasket.org>
11. Что такое стартап (реальные примеры) – отличия и инвестиции. URL: <https://pammtoday.com/chto-takoe-startap.html>