

УДК 338.2

СТАРТАПЯК НОВИЙ НАПРЯМОК У БІЗНЕСІ

Студ. Д.Д. Меркулова, гр. БМР1-14

Науковий керівник доц. В.В. Подольна

Київський національний університет технологій та дизайну

Мета і завдання. Метою дослідження є, перш за все, розкриття аспектів розвитку стартап-індустрії в Україні. Окрім цього, доцільним було б також торкнутися проблем, з якими найчастіше зіштовхуються винахідники стартапів у умовах нестійкого економічного становища, а відповідно і дослідити методи запобігання таким помилкам. Серед завдань дослідження слід виділити такі як: моніторинг основних гравців на українському ринку стартапів - як бізнес-акселераторів, так і безпосередньо винахідників; виділення лідерів галузі, а також дослідження тенденцій розвитку даного напрямку в бізнесі.

Об'єкт та предмет дослідження. Об'єктом є стартап і ринок інноваційного бізнесу в цілому. Предметом – усі процеси і закономірності, які визначають унікальність даного ринку, його учасники та інструменти впливу.

Наукова новизна та практичне значення отриманих результатів. Поняття «стартап» з'явилося ще у кінці 20 століття. Наразі майже усі дослідження щодо даного ринку направлені на розкриття проблеми організації та розвитку інноваційної діяльності. І хоча багато вітчизняних науковців, таких як О.І. Амош, О.Білорус, Д.Кузьменко та ін., досить повно висвітлили цю тему, ринок стартапів лишається новим і не до кінця дослідженим явищем.

Результати дослідження. У ході дослідження було виявлено основні тенденції розвитку стартап-індустрії як наслідку від посилення науково-технічного прогресу.

Досвід останніх років показав, що в умовах сучасного соціально-економічного становища в Україні саме інноваційні, принципово нові проекти, які майже не мають аналогів, зараз є найпривабливішим видом діяльності, у якому можна досягти великих успіхів. Наразі в українському бізнес-середовищі немає чіткого розуміння поняття «стартап». Багато хто вважає, що його можна застосувати до будь-якого тільки-но розпочатого бізнесу, в той час, як стартап - це нова технологія, послуга, концепція, яка створюється для покращення життя людей, підвищення ефективності праці чи полегшення будь-яких виробничих, соціальних, економічних процесів. Як правило, аналогів такої продукції не існує, але бувають випадки, коли конкуренція таки присутня, але поки що є незначною. Ринок стартапів України на даний момент не є повністю розвиненим, і в основному орієнтований на закордонні інвестиції. Тому владі необхідно створити сприятливі умови для розвитку стартапів у нашій країні. Це дасть поштовх людям, які генерують ідеї, брати активну участь у розвитку інноваційної діяльності і реалізації свого потенціалу. Найпопулярнішими зараз напрямками діяльності, у яких може розвиватися стартап, є: ІТ-технології, охорона здоров'я, фармацевтика, харчування, освіта, інженерна справа.

Під час дослідження вітчизняного ринку стартапів було виявлено, що найбільша частка вдалих проектів приналежна до сфери інтернету та мобільних додатків – понад 80%. Серед найуспішніших стартапів можна виділити, наприклад, «Looksergy» 2014 року. Це мобільний додаток, який у 2015 році американська компанія Snapchat купила за 150 мільйонів доларів. Ця сума стала рекордом для українських стартапів, а сама угода стала проривом українського ІТ-ринку. Також прикладом вдалого виходу



стартапу на ринок може слугувати найбільша незалежна мобільна маркетингова платформа в Східній Європі - Clicky. До 2017 року планує вийти на річний обіг у 50 мільйонів доларів. За статистикою, яку приводить Університет Теннесі, в перші три роки закривається 44% стартапів. Однією з основних причин цього стає те, що, частіше за все, у командах розробників відсутні менеджери і маркетингологи. Стартапери не до кінця розуміють, як будувати маркетингову політику, організувати процес продажу. Деякі винахідники навіть нездатні презентувати свій стартап і виставляти його у вигідному світлі для інвестора, в той час, коли у будь-якому бізнесі важливою є не лише ідея, а вміння її просувати на ринку. Це створило ґрунт для появи бізнес-акселеративів та інкубаторів, які допомагають стартапам вивести продукт на ринок і знайти для нього інвестиції. Але є оборотна сторона такої співпраці. Не всі фірми, які займаються розвитком стартапів, здатні досягати усіх обіцяних цілей, і дуже часто винахідники лишаються ні з чим.

Ще однією розповсюдженою помилкою власників інноваційних проектів є неправильно побудована маркетингова стратегія підприємства, а в деяких випадках її повна відсутність. Без чітко виражених основних цілей та завдань стартапу, розуміння актуальності його серед покупців на момент випуску, правильної сегментації ринку шанси на успішне виведення товару на ринок стають дуже низькими. Маркетингову стратегію можна назвати путівником, який вказує вірний шлях компанії на різних етапах її розвитку. Серед найбільш важливих методів просування стартапів є участь у форумах і конференціях. На даний момент проводиться велика кількість івент-заходів, форумів, на яких винахідники стартапів зустрічаються з інвесторами, знаходять бізнес-партнерів, виносять у маси свої послуги чи продукцію.

Слід також визначити такий метод просування стартапу, як контент-маркетинг. Він містить у собі велику кількість інструментів, які допомагають залучити нових клієнтів. В умовах високої ризикованості і нестабільного ринку контент-маркетинг є універсальним підходом, і, до того ж, досить економічним.

Висновки. В ході дослідження був проведений моніторинг українського ринку інноваційних проектів з метою аналізу основних пріоритетних напрямків, у яких може розвиватися стартап; виявлено проблеми, з якими зіштовхуються винахідники під час відкриття свого бізнесу, та уточнене поняття стартапу задля знищення упереджень щодо його сутності.

На даний момент майже всі вітчизняні стартапи орієнтовані на отримання іноземних інвестицій, чи на відкриття свого бізнесу за кордоном. Оскільки інновації в наш час є рушієм прогресу, держава має прикладати всі можливі зусилля для створення сприятливих умов, у яких стартапери могли б розвивати свої проекти, наповнювати вітчизняний ринок новими товарами. Коло стартапів завжди обертається значний капітал, завдяки чому утворюється перспективний напрямок економічної діяльності з сильними гравцями. Отже, стартап є дуже перспективною формою ведення бізнесу, оскільки цей вид діяльності може бути як вигідним джерелом доходу, так і методом позитивного впливу на розвиток соціально-економічної сфери країни, здатним покращувати ефективність праці і полегшувати життя людей.

Ключові слова: стартап, інновації, ІТ-технології, бізнес-акселератори

ЛІТЕРАТУРА:

1. <http://ena.lp.edu.ua>
2. <https://ru.wikipedia.org>
3. <https://startup.ua/>
4. [file:///C:/Users/User/Downloads/ape_2015_9_29%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/ape_2015_9_29%20(1).pdf)
5. <http://startupukraine.com/blog/kak-prodvigat-startap-i-ne-tratit-na-eto-kuchu-deneg>