УДК 338

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И РАЗВИТИЕ СТАРТАПОВ

Безрукова Т.Л., Степанова Ю.Н., Шанин И.И., Дуракова Ю.В.

ФГБОУ ВПО «Воронежская государственная лесотехническая академия», Воронеж, e-mail: kingoao@mail.ru

В последнее время понятие «Стартап» стало очень популярным (настолько, что кем-то воспринимается уже как ругательство) и одними применяется для обозначения практически любого бизнеса, а другими исключительно как описание интернет проектов. В данной статье раскрывается понятие стартапа и процесс трансформации стартапа в полноценную успешную компанию.

Ключевые слова: Стартап, венчурное финансирование, инновации, бизнес-план, инвестиции.

CURRENT STATE AND DEVELOPMENT OF STARTUPS

Bezrukova T.L., Stepanova Yu.N., Shanin I.I., Durakova Yu.V.

Voronezh State Academy of Forestry and Technologies (VSAFT), Voronezh, e-mail: kingoao@mail.ru

Recently the concept “Startup” became very popular (so that is already perceived by someone as a curse) and by one is applied to designation practically of any business, and others is exclusive as the description the Internet of projects. In this article the concept of a startup and process of transformation of a startup in the full-fledged successful company reveals.

Keywords: Startup, venture financing, innovations, business plan, investments.

Стартап – это только что созданная компания (возможно даже не являющаяся еще юр. лицом) находящаяся на стадии развития и строящая свой бизнес либо на основе новых инновационных идей, либо на основе только что появившихся технологий [1].

Для стартапа характерны:

- Инновационность. Его основой может стать открытие нового рынка в масштабах мира или определенного региона.

- Ограниченность начальных инвестиций. В большинстве случаев начальными инвестициями являются личные средства основателей проекта.

- Быстрое развитие. Среднестатистический срок развития стартапа составляет 3-4 месяца.Исключениями могут стать высокотехнологичные стартапы, запуск которых может длиться до года.

- Низкие шансы на успех.

По статистике 70% стартапов прекращают свою деятельность ещё в первый год существования, а из оставшихся тридцати процентов еще сорок не «доживают» до двухлетия.

Процесс трансформации стартапа в полноценную успешную компанию предполагает прохождение проектом нескольких этапов.

Первый – этап зарождения. На этой стадии обычно в числе активов предпринимателя значатся только идеи, а в лучшем случае еще и патенты или единичные образцы продукции. У проекта есть инициаторы, но управленческое звено и бизнес-процессы еще не сформированы.

Второй этап – становление компании. В этот период у стартапа обычно уже налажен выпуск продукции, но его деятельность еще убыточна. Это объясняется неполной отработанностью бизнес-процессов и отсутствием окончательно сформировавшейся команды менеджеров. На этой стадии стартапу необходимо привести в порядок финансовую и юридическую документацию, касающуюся компании [2].

Третий этап – стадия раннего роста. Это период набирания компаний производственных оборотов. Она занимает на рынке определенную нишу и уже может выйти из статуса убыточного предприятия, начиная приносить первую незначительную прибыль.

За стадией раннего роста следует этап расширения бизнеса. Стартап увеличивает объемы операций и уже получает стабильную прибыль. На этом этапе положение компании на рынке приобретает устойчивые позиции, ее бизнес-процессы отлажены, и вполне возможен их перенос на новые рынки или проекты.

Четвертый этап – Важнейший пункт подготовки и открытия бизнеса. На этом этапе определяется, имеется ли смысл планируемого проекта, устанавливаются сроки окупаемости, суммы необходимых инвестиций и другие немаловажные моменты [3].

Здесь основным моментом выступает «Бизнес-план» – обязательный письменный документ, определяющий деловые возможности и перспективы дальнейшего развития разъясняющий, как эти возможности могут быть реализованы имеющейся командой.

Основные аспекты, которые должны быть учтены в бизнес-плане:

- Анализ возможных конкрентов и выпускаемой продукции;
- Анализ расходов начинающих стартаперов, расчет бюджета стартапа и анализ-расчет сроков окупаемости;
- План привлечения заинтересованных клиентов.

Грамотно составленный бизнес-план рассматривается кА основной документ для инвесторов, план развития компания и способ оценки стартапа в одном лице. Поэтому так важно уделить ему достаточно количество внимания.

Пятый этап – Набор персонала – сложная и ответственная задача, требующая серьезного и осознанного подхода. Для найма наиболее подходящих кандидатов требуется четко обрисовать себе требования к будущему работнику – не зная, что именно вы хотите, вы это не найдете. Кроме профессиональных требований нужно учитывать следующее [4]:

- отсутствие вредных привычек;
- доброжелательное отношение к людям;
- желание быть лидером;
- активность;
- наличие позитивных отзывов.

Также начинающему стартапу к этому также требуется знать методы набора персонала:

- Внутриорганизационный метод – самый распространенный среди компаний, но нереальный к применению в стартап компанию, так как компания только создается, и персонала в принципе еще нет;
- Метод отзывов и рекомендаций. Набор сотрудников производится из уже знакомых людей, с известным набором качеств или по рекомендациям близких друзей;
- Средства массовой информации. Использование медийного пространства обеспечивает максимальный «охват» возможных претендентов. В этом случае следует приготовиться к большому количеству заявлений о приеме на работу и к большим затратам на оплату СМИ [1];
- Помощь кадрового агентства. Вся работа по подбору персонала ложиться в данном случае на плечи сотрудников кадрового агентства. Успех «кампании» зависит от четко и правильно сформулированных требований к кандидату на должность, а также от профессионализма сотрудников агентства. Недостаток – как правило, услуги кадровых агентств оцениваются недешево.
- «Самоинициативные» соискатели. Сотрудники отделов кадров нередко сталкиваются с такой ситуацией и такими претендентами. Чаще всего это кандидаты, которые, предлагают себя, не претендуя на какую-то конкретную должность. Вероятность выбрать сотрудника таким методом очень низка – вряд ли желание претендента по времени совпадет с необходимостью организации в новом сотруднике. Еще более мала вероятность таким образом «заполучить» ценного сотрудника [5].
- Поиск в учебных заведениях. Обеспечивает приток в компанию «свежих» кадров. Издержки метода – «новичку» необходимо время для овладения практическим опытом на данной должности.

Стадия зрелости – последний этап развития стартапа. В дальнейшем это название к проекту применяться не будет, поскольку в этот период он уже представляет собой хорошо управляемую, прибыльную и быстрорастущую бизнес-структуру. Вполне возможно, что к этому времени кампания уже является одним из лидеров отрасли. В ее активе высококвалифицированные менеджеры и отработанные бизнес-процессы. Компания надежно закрепилась в своей нише и занимает серьезную долю рынка. На этой стадии стартап может приступить к публичному размещению своих акций [6,9].

Каждый этап развития стартапа сопряжен с необходимостью в привлечении инвестиций. При этом для каждой из стадий характерны свои источники.

Инвесторам зарождающегося бизнеса, то есть стартапа, находящегося на первом этапе развития, в 90% случаев становятся родственники, друзья начинающего предпринимателя или бизнес-ангелы.

На стадии становления компании список возможных источников финансирования пополняется венчурными фондами.

Стартапы, «дожившие» до третьего этапа, представляют достаточно серьезный интерес не только для вышеперечисленных инвесторов, но также для фондов прямых инвестиций.

Еще более широкие возможности в плане привлечения финансирования открываются для компаний, достигших четвертой стадии развития. Теперь они вполне могут обратиться за материальной поддержкой к более серьезным инвесторам – к государственным и коммерческим банкам, фондам и прочим юридическим лицам.

Стадия зрелости стартапа еще называется стадией выхода. Под этим понятием подразумевается полный или частичный «выход» из бизнеса инвесторов, ранее при-

нимавших участие в его развитии. Он может быть реализован посредством продажи фирмы другим стратегическим инвесторам или размещения акций компании на бирже.

Приведенная выше схема развития стартапов является классическим вариантом. Естественно, могут иметь место и другие «сценарии», обусловленные огромным количеством различных нюансов. Это относится и к вопросу привлечения стартапом инвестиций. К примеру, если проект на начальной стадии развития принадлежит компании, уже имеющей другие успешные бизнесы, то ее финансирование может осуществляться не только «родственниками» и бизнес-ангелами. В этом случае инвесторами могут стать также венчурные фонды, а в некоторых случаях и юридические лица.

Воронежский венчурный фонд – один из ключевых инструментов в формировании венчурной экосистемы, фактор развития инновационного бизнеса в Черноземье.

Некоммерческая организация «Фонд содействия развития венчурных инвестиций в научно-технической сфере Воронежской области». Этот фонд создан правительством Воронежской области при участии Министерства Экономического Развития РФ, в лице ОАО «Российская Венчурная компания»[2].

Стратегий Воронежского Венчурного Фонда является обеспечение роста высокотехнологичных проектов в области за счет увеличения количества, качества венчурного инвестирования, развития венчурной экосистемы в целом.

На сегодняшний день определено два основных направления деятельности фонда – это привлечение венчурного капитала и содействие развитию необходимой инфраструктуры и условий, способствующих появлению в Черноземье полноценной индустрии малого и среднего интернет – бизнеса.

Список литературы

1. Bezrukova T.L., Morkovkina S.S., Russia B.B., Shanin I.I., Popkova E.G. Methodological approach to the identification of predictive models of socio-economic processes for investment and innovative development of enterprises // World Applied Sciences Journal. – 2013. – Т. 27, № 11. – С. 1443-1449.

2. Степанова Ю.Н., Бусарина Ю.В. Инновационное развитие мебельного Ритейла в Российской Федерации // Инновационная экономика Казахстана: устойчивое развитие в условиях глобализации сборник трудов Международной научной конференции молодых ученых под эгидой VII Астанинского экономического форума / под ред. С.Б. Макыш. – 2014. – С. 313-317.

3. Степанова Ю.Н., Бусарина Ю.В. Реклама, как маркетинговый инструмент взаимоотношений с потребителями на рынке мебели // ФЭС: Финансы. Экономика. Стратегия. – 2011. – № 11. – С. 69-72.

4. Безрукова Т.Л., Борисов А.Н., Шанин И.И. Инвестиционная привлекательность современных инновационных проектов как механизм повышения эффективности экономической деятельности на промышленном предприятии // Финансы и кредит. – 2012. – № 20. – С. 16-26.

5. Безрукова Т.Л., Борисов А.Н., Шанин И.И. Основные показатели системы управления инновационной деятельности мебельных предприятий // Вопросы инновационной экономики. – 2012. – № 3. – С. 13-26.

6. Безрукова Т.Л., Шанин И.И. Обеспечение инвестиций в инновационную деятельность мебельных предприятий // Лесотехнический журнал. – 2013. – № 1 (9). – С. 188-195.

7. Борис О.А., Шанин И.И. Научно-методический подход к классификации предприятий по признаку финансовой обеспеченности инновационной деятельности // Финансовая аналитика: проблемы и решения. – 2013. – № 13. – С. 16-22.

8. Безрукова Т.Л., Борисов А.Н., Шанин И.И. Совершенствование подходов по управлению инновационным развитием на предприятиях отраслей промышленности // Актуальные направления научных исследований XXI века: теория и практика. – 2013. – № 3. – С. 262-267.

9. Parahina V.N., Boris O.A., Bezrukova T.L., Shanin I.I. State support for creation and development of socially-oriented innovative enterprises // Asian Social Science. – 2014. – Т. 10, № 23. – С. 215-222.

10. Безрукова Т.Л., Борисов А.Н., Шанин И.И., Кудаева Е.Ю. Информационное сопровождение системы управления финансовыми рисками // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2014. – № 10-1. – С. 59-61.

11. Безрукова Т.Л., Шанин И.И., Якунина А.П., Зиборова Я.С. Управление системой риск-менеджмента // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2014. – № 9-3. – С. 99-102.