

УДК 338.124

Хацер М.В.
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів,
банківської справи та страхування
Запорізької державної інженерної академії

Хацер Г.О.
кандидат філологічних наук, доцент,
Запорізький національний університет

РЕГЛАМЕНТАЦІЯ ПРОЦЕСІВ УТВОРЕННЯ СТАРТАПІВ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЇ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

THE REGULATION OF STARTUPS CREATION PROCESS IN TERMS OF NATIONAL ECONOMY TRANSFORMATION

АНОТАЦІЯ

У статті визначено, що головною проблемою створення малих підприємств або започаткування свого бізнесу в Україні є не стільки економічні, фінансові або адміністративні негаразди, а організаційний аспект, тобто молоді бізнесмени не знають, як започаткувати свій бізнес, утворити нове підприємство (стартап). При цьому головними факторами, що стримують відкриття власного бізнесу (нового підприємства), є: неготовність ризикувати та понести фінансові, часові та кар'єрні втрати; незнання з чого і як розпочати власний бізнес та як продвинути нову успішну справу. Для вирішення виявлених проблем у дослідженні визначено термін «стартап» та проведено регламентацію процесів утворення стартапів з урахуванням розвитку кризи в економіці країни і акцентом на залучення інвестицій у бізнес-проект. Процес утворення стартапу розділений на три етапи: усвідомлення фундатором нового бізнес-проекту проблематики такої діяльності, пошук ідеї для бізнес-проекту, детальне опрацювання бізнес-ідеї.

Ключові слова: економічна криза, ідея, інвестиції, мале підприємство, стартап.

АННОТАЦИЯ

В статье определено, что главной проблемой образования малых предприятий и организации своего бизнеса в Украине являются не столько экономические, финансовые или административные неурядицы, а организационный аспект такой деятельности, то есть молодые бизнесмены не знают, как начать свой бизнес, создать новое предприятие (стартап). При этом главными факторами, которые сдерживают открытие собственного бизнеса (нового предприятия), являются: неготовность рисковать и понести финансовые, временные и карьерные потери; незнание с чего и как начать собственный бизнес, а также как продолжить ведение нового, успешного дела. Для решения выявленных проблем было дано определение термина «стартап» и проведена регламентация процессов создания стартапов с учетом развития кризиса в экономике страны и акцентом на привлечение инвестиций в бизнес-проект. При этом процесс создания стартапа разделен на три этапа: осознание основателем нового бизнес-проекта проблематики такой деятельности, поиск идеи для бизнес-проекта, детальная проработка реализации бизнес-идеи.

Ключевые слова: идея, инвестиции, малое предприятие, стартап, экономический кризис.

ANNOTATION

It is determined that the main problem of small business creation or starting own business in Ukraine is not so much economic, financial or administrative disorders as organizational aspect, that is young businessmen don't know how to start their business and create a new enterprise (a startup). At the same time, the main factors that restrain the process of own business (a new enterprise) opening are following: unreadiness to risk and suffer financial, time and career loses; not knowing how to start own business and how to

continue new successful undertaking. To solve the problems detected, the definition of «startup» term is given as well as the regulation of startups creation process taking into account crisis development in the country and stressing the necessity of investments attraction to the business-project is provided. At the same time, the process of startup creation is divided into three stages: new business-project funder's conscience of such activity subject matter, the idea search for a business-project, detailed study of a business-idea.

Keywords: economic crisis, idea, investments, small business, startup.

Постановка проблеми. Економічна криза та глобальні трансформаційні процеси, що супроводжують процеси євроінтеграції України, вимагають внесення суттєвих змін у структуру національного господарства.

Докорінна зміна векторів виробництва товарів (робіт, послуг) та географії експортного постачання національними виробниками призвела до необхідності реєстрації нових суб'єктів господарювання та відкриття нових бізнес-напрямоків.

Сьогодні в умовах появи нових ринків збуту, суттєвих змін у структурі виробництва продукції, зростання кількості безробітних українців особлива увага науковців, державних службовців, менеджерів-практиків повинна бути приділена проблематиці збільшення кількості малих та середніх підприємств в Україні.

Саме малий бізнес з його швидкою адаптивністю до змін оточуючого середовища, великим потенціалом у рамках боротьби з безробіттям і збільшення доходів домашніх господарств є ключовим елементом виходу економіки України з затяжної соціально-економічної кризи.

Згідно з даними Державної служби статистики, у 2010–2015 рр.:

- загальна кількість малих підприємств зменшилась на 32 643 одиниці, або на 9,14%;
- кількість малих суб'єктів господарювання на 10 тис. осіб наявного населення зменшилась на 2 одиниці і склала у 2014 р. 76 одиниць;
- кількість працівників, зайнятих у малих підприємствах, зменшилась на 477,7 тис., або на 22,07% і склала у 2014 р. 19,18% від усього зайнятого населення України [1].

Спираючись на наведені вище дані, Україна має значний потенціал зі збільшення кількості малих підприємств та значимості їх для національної економіки.

При цьому головною проблемою створення малих підприємств або започаткування свого бізнесу в Україні є не стільки економічні, фінансові або адміністративні негаразди, а організаційний аспект, тобто молоді бізнесмени не знають, як започаткувати свій бізнес, утворити нове підприємство (стартап).

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематику утворення стартапів досліджували у своїх наукових працях наступні вітчизняні та закордонні вчені: К. Бигай, С. Бланк, П. Грем, О.А. Можаяєва, Е. Ріс, О.В. Селіверстова, Дж. Симпсон та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Необхідно зазначити, що, незважаючи на наявність певної кількості наукових праць з проблематики утворення та функціонування стартапів, можемо відмітити недостатність вітчизняних наукових розробок з точки зору наукової регламентації процесів саме утворення нових підприємств (стартапів) в умовах вітчизняних економічних реалій.

Мета статті полягає у регламентації процесів утворення нових підприємств (стартапів) в умовах трансформаційних процесів, що відбуваються у національній економіці.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасна економічна модель розвитку суспільства дозволяє розвивати свій бізнес-потенціал у двох базових напрямках:

1. Робота в команді та розвиток чужого бізнесу, що супроводжується мінімальними ризиками, регламентацією діяльності та розвитку, а також досить незначними фінансовими перспективами. Даний напрямок обирає більшість активних членів суспільства, які орієнтовані на побудову власної кар'єри.

2. Праця на себе, що включає організацію та розвиток власного бізнесу (приватне підприємництво). Даний напрямок супроводжується високими ризиками, відсутністю чіткого плану діяльності (відсутність жорсткої регламентації економічної діяльності), стресами, але при цьому передбачає великі можливості для розвитку та реалізації власного потенціалу і у перспективі дозволяє отримувати більшу фінансову винагороду за власну працю. Таким чином, відбувається реалізація базової концепції бізнесу «Плата за ризик». Даний напрямок обирає значно менша кількість активних членів суспільства.

Головними факторами, що стримують відкриття власного бізнесу (нового підприємства), є:

1. Неготовність ризикувати та понести фінансові, часові та кар'єрні втрати. Тому багато бізнесменів-початківців є або вже готовими професіоналами, що мають організаційні, фінансові та інші можливості для започаткування власної справи, або початківці (студенти, молодь, безро-

бітні та ін.), для яких співвідношення втрати/можливі результати є прийнятним.

2. Незнання з чого і як розпочати власний бізнес та як продовжити нову успішну справу. Базовий постулат – «Хочу, але не знаю як».

Наведена ситуація повністю відповідає вітчизняним реаліям, коли в умовах економічної кризи є велика кількість потенційних фундаторів нових підприємств або навіть бізнес-напрямків, але вони не знають, як розпочати цей процес. Необхідна чітка регламентація процесів утворення нових підприємств (далі – стартапів).

На початку дослідження визначимось зі значенням терміну «стартап». Відмічаємо наявність дискусії стосовно визначення терміну. Нижче наведемо ряд визначень.

С. Бланк визначив стартапи як тимчасові структури, що існують для пошуку бізнес-моделі, яка буде відтворюватись та масштабуватись [2].

Е. Ріс відмічає, що стартапом може бути названа організація, що утворює новий продукт або послугу в умовах великої невизначеності [3, с. 7].

Н. Робехмед стверджує, що стартапи – це культурний феномен, загальні цінності всіх членів команди та відчуття значення внеску кожного співробітника організації [4].

Автори дослідження вважають, що, говорячи про стартапи, необхідно розуміти ряд їх особливостей, а саме:

– вони утворюються для отримання прибутку в майбутньому, тобто організацією їх назвати не можна, це підприємства або суб'єкти господарювання;

– це нові суб'єкти господарювання, тобто вони мають незначний вік функціонування на ринку;

– власник (власники) стартапу працюють у ньому як топ-менеджери (керівники);

– у стартапі присутня інноваційна складова;

– стартап створюється для виробництва товарів (робіт, послуг).

Отже, стартап – це новий суб'єкт господарювання, що створюється для виробництва товарів (робіт, послуг), який функціонує з використанням інноваційних елементів та має у складі топ-менеджменту власників.

Надалі торкнемось регламентації процесів утворення стартапів.

Перше (перший етап), що повинен зрозуміти бізнесмен-початківець, організатор стартапу, – реалізація власного бізнес-проекту потребує багато зусиль, та при цьому ймовірність успішного відкриття та розвитку власного бізнесу буде залежати від його наполегливості, бажання йти до кінця (тобто до отримання значних розмірів прибутку), уміння подолати труднощі та невдачі, креативно (інноваційно) реагувати на виклики конкурентів та покупців.

Другою умовою (другий етап), успішної організації стартапу повинна бути бізнес-ідея. Тобто те, що нове підприємство може запропонувати

для ринку и чого або немає, або не вистачає, або покушці незадоволені тим, що є у даний час.

При цьому можливо виділити ряд напрямків пошуку такої бізнес-ідеї:

1. Напрямок, коли організатор стартапу відштовхується від того, чого не вистачає йому, і пропонує це на ринок.

2. Монетаризація хобі, тобто комерціалізація власних уподобань та навичок.

3. Находження ніш на ринку, які не помічають існуючі компанії (цей напрямок є характерним для професіоналів, що вже склались, які розвивають чужий бізнес).

4. Розвиток напрямку у новій галузі, що швидко зростає. Фірми у такій галузі не встигають задовольняти попит, і з'являється багато ніш, які не зайняті (прикладом такої галузі у сучасних умовах розвитку світової економіки і для економіки України є галузь утворення програмних продуктів).

Необхідно зазначити, що в рамках знаходження бізнес-ідеї можливо поєднати декілька з наведених вище напрямків.

Третім етапом побудови стартапу є детальне опрацювання бізнес-ідеї, що виникла, по ряду питань:

1. Ринок. Необхідно оцінити перспективи розвитку ринку та його вид (монополія, олігополія, монополістична конкуренція). Для майбутнього бізнесу найбільш прийнятним є швидко зростаючий ринок монополістичної конкуренції (багато продавців, багато покупців, при цьому покупці готові змінювати власні вподобання та купувати нові товари (роботи, послуги)).

2. Покупці. Тут необхідно буде вивчити кількість покупців та її динаміку (потенційні та реальні), платоспроможний попит, уподобання, національні та культурні традиції та ін.

3. Конкуренти. Наявність, кількість та динаміка, позиції на ринку, плани по просуванню на ринок власних товарів (робіт, послуг), сильні та слабкі сторони, фінансові можливості, маркетинг та ін.

4. Держава. Оцінка впливу на свій новий бізнес державних регуляторів, оподаткування, законодавство та ін.

5. Стратегія та тактика. Майбутній бізнесмен повинен розуміти, що він хоче отримати у найближчій та віддаленій перспективах. Важливо розуміти, що у найближчій перспективі він не зможе отримувати великі прибутки або навіть деякий час буде працювати зовсім без прибутків.

6. Гроші. Найважливіше питання. Гроші є одним з головних факторів, який стримує відкриття та розвиток власного бізнесу (стартапу).

Більшість підходів до опису етапів фінансування стартапів, з певними змінами, є аналогічними тому, що представлений у есе П. Грема «Як профінансувати стартап». Наведемо їх нижче.

Посівні інвестиції – перший етап залучення коштів, на якому інвесторами досить часто виступають засновники стартапу, їх родичі

або друзі. Дані кошти йдуть на покриття перших витрат по відкриттю стартапа (розробка бізнес-плану, розробка прототипу майбутнього продукту, адміністративні витрати та ін.). У виключних випадках посівним інвестором може бути венчурний фонд, тоді сума інвестицій суттєво зростає.

Янгольські інвестиції (другий етап залучення коштів) надають приватні інвестори, що зацікавлені в участі у розвитку стартапу. На цьому етапі стартап отримує можливість розширити штат працівників, підготувати товар (роботу, послугу) для виходу на ринок та залучити перших клієнтів (покупців).

Раунд «А» (третій етап залучення коштів) – залучення коштів венчурного фонду або іншого зацікавленого інвестора у компанію з відомим на ринку продуктом, клієнтами та планами розвитку. Сума інвестицій значно перевищує кошти, що були інвестовані до цього, і стартап починає будувати формальну організаційну структуру та розширюватись.

За раундом «А» можуть йти раунди «В», «С» і т. ін. [5].

При цьому, досліджуючи питання залучення коштів для власного бізнесу, фундатор стартапу повинен виходити з ряду постулатів:

1) Необхідно обирати переважно бізнес з невеликими початковими витратами (сфера послуг, виконання робіт, торгівля, виробництво продуктів харчування та ін.).

2) Точний розрахунок витрат, у тому числі у часі та наявність «фінансового резерву».

3) Жорстка економія (все власними руками або за невеликі грошові кошти).

4) Креативність та залучення не звичайних джерел фінансування стартапу.

5) По можливості на початковому етапі організації стартапу ніяких компаньонів.

7. Маркетинг. При організації маркетингової діяльності необхідно отримувати максимальну віддачу від укладення незначних грошових коштів, необхідно шукати ефективні, креативні та недорогі шляхи просування власного продукту на ринок.

8. Персонал. На початковому етапі розвитку стартапу бізнесмен не зможе залучити «дорогих» професіоналів. Тому головним аспектом при відборі персоналу будуть: бажання отримати досвід, бажання навчатись, бажання розвивати новий бізнес. Відмічаємо унікальну ситуацію на ринку праці України з точки зору залучення персоналу для стартапу, а саме: збільшення кількості безробітних дозволяє залучити персонал з високим рівнем професіоналізму при низьких значеннях оплати його праці.

9. Організація бізнесу. Ключове питання побудови стартапу. Суттєва частина нових бізнес-проектів не змогла бути реалізована через прорахунки в організації.

Базовими питаннями тут є:

9.1. Реєстрація бізнесу.

9.2. Юридична та бухгалтерська підтримка.

9.3. Банківське обслуговування та побудова ефективної фінансової моделі.

9.4. Побудова формальної моделі функціонування бізнесу.

Наведена вище регламентація процесів утворення стартапів дозволить збільшити ефективність утворення нових бізнес-проектів в Україні та розвивати національний малий та середній бізнес.

Висновки. Проведене дослідження дозволило оцінити необхідність розвитку малого та середнього підприємництва в Україні за допомогою заснування нових підприємств з інноваційною складовою (стартапів).

Окремо було досліджено дефініції терміну «стартап» та надано його визначення. Також було проведено регламентацію процесів утворення стартапів з урахуванням розвитку кризи в економіці країни і акцентом на залучення інвестицій у бізнес-проект.

Необхідно зазначити, що проведене дослідження потребує доповнення в контексті дета-

лізації складових безпосередньої реалізації стартапу на ринку та перших шагів функціонування нового бізнес-проекту в оточуючому середовищі.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Показники структурної статистики по суб'єктах господарювання з розподілом за їх розмірами / Державна служба статистики України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Steve Blank. What's A Startup? First Principles [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.thecrimson.com/article/2011/11/17/startup-language-idea>.
3. Рис Э. Бизнес с нуля. Метод Lean Startup для быстрого тестирования идей и выбора бизнес-модели / Э. Рис. – М.: Альпина Паблишер, 2014. – 256 с.
4. Natalie Robehmed What Is A Startup? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.forbes.com>.
5. Paul Graham. Startup Equals Growth [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.paulgraham.com/startupfunding.html>.