

Міністерство освіти і науки України

**Державний заклад
«Південноукраїнський національний педагогічний університет
імені К. Д. Ушинського»**

**Проект «Норвегія-Україна.
Професійна адаптація. Інтеграція в державну систему» (NAPUSS)
Професійна перепідготовка військовослужбовців,
ветеранів та членів їхніх сімей в Україні**

МЕНЕДЖМЕНТ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Навчальний посібник

Випуск 10

Одеса 2021

УДК 378+373.61+33
М 50

Укладачі:

Музиченко Г. В., Доброва Т. Г., Полуяктова О. В., Личковська М. Р., Дуковська І. М.,
Філатова Н. В., Бобро О. В., Тронько С. П., Корабльов В. А., Мазурок Т. Л

Головний укладач:

Полуяктова О. В.

Рецензенти:

Коляда Т. А. – кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів імені Л. Л. Тарангул Університету Державної фіскальної служби України;

Матюк Т. В. – кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки та підприємництва ОНУ імені І. І. Мечникова

Рекомендовано до друку рішенням Вченої ради
ДВНЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет
імені К. Д. Ушинського»
(протокол № 11 від 29.04.2021 р.)

М 50 **Менеджмент підприємницької діяльності** : навч. посіб. для професійної підготовки військовослужбовців ЗС України звільнених у запас. Проєкт «Норвегія-Україна». – Вип. 10 , 2021. – Одеса : Видавничий дім «Гельветика» – 2021. – 240 с.

ISBN 978-966-992-467-4

ISBN 978-966-992-467-4

© ДВНЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського», 2021
© Проєкт «Норвегія-Україна», 2021

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА	6
<i>Музиченко Г. В.</i> СТАРТАП: СУЧАСНЕ ВИЗНАЧЕННЯ ТА РОЛЬ В РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ	7
<i>Доброва Т. Г., Полуяктова О. В.</i> БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ ЯК ПЕРЕДУМОВА УСПІШНОЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	29
<i>Личковська М. Р.</i> МЕНЕДЖМЕНТ СТВОРЕННЯ ТА РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМСТВА	59
<i>Дуковська І. М.</i> ВІДОКРЕМЛЕНІ ПІДРОЗДІЛИ В ДІЯЛЬНОСТІ ЮРИДИЧНОЇ ОСОБИ	184
<i>Філатова Н. В.</i> РЕСУРС, ЩО ЗАВЖДИ З ТОБОЮ, ЦЕ – ТИ САМ!	188
<i>Філатова Н. В.</i> УКРАЇНСЬКІ ПОЕЗІЇ ЯК ПСИХОЛОГІЧНИЙ РЕСУРС ОСОБИСТОСТІ	213
<i>Бобро О. В., Тронько С. П.</i> ВИЗНАЧЕННЯ ПРЕВЕНТИВНИХ ДІЙ У СТРЕСОВИХ СИТУАЦІЯХ	227
<i>Корабльов В. А., Мазурок Т. Л</i> ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ І ТЕХНОЛОГІЇ В КОМЕРЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ	234



Музиченко Г. В.
 доктор політичних наук,
 професор кафедри політичних наук і права

СТАРТАП: СУЧАСНЕ ВИЗНАЧЕННЯ ТА РОЛЬ В РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ

1. Історія появи поняття

Слово «стартап» з'явилося в 1939 році і спочатку згадувалося тільки в області інформаційних технологій. Його пов'язували з появою молодих компаній, кожна з яких прагнула представити аудиторії те, що конкуренти ще не встигли або просто не здогадалися створити. Тоді поблизу міста Сан-Франциско, в долині Санта-Кларі (Каліфорнія), сконцентрувалися майже всі підприємства і фірми, що займаються розробками в сфері високотехнологій. У ті часи студенти Стенфордського університету Девід Паккард і Вільям Хьюлетт, створюючи тут свій невеликий проект, назвали цю справу стартапом. Згодом цей стартап переріс в таку величезну і успішну компанію, як Хьюлетт-Паккард.

Пік активного зростання всіляких організацій як комерційних, так і некомерційних, припав на період з кінця 1990-х по середину 2000-х років. Це час отримав назву «пузир доткомів», так як була створена величезна кількість інтернет-компаній. Тому багато хто помилково називають стартапом усі проекти, створені в Мережі.

Сьогодні стартапами помилково характеризують всі інтернет-проекти (сайти), що відрізняються від інших якоюсь «родзинкою». Ця думка з'явилася за підсумками спостереження за найбільш вдалими, як зарубіжними, так і вітчизняними стартапами всесвітньої павутини. Такими як:

– Соціальні мережі Facebook, «ВКонтакте», «Однокласники.ру». Однак якщо ґрунтуватися на класичному понятті стартапу (де основними характерними рисами є наявність оригінальної ідеї і вільна, ні ким не зайнята ніша), то тільки перший (Facebook) може вважатися таким. Два інших сайту – це вдалі копії, що мають успіх лише в Рунеті.

– Найбільша інтернет-енциклопедія – Вікіпедія. Число статей на цьому ресурсі неможливо підрахувати, так як їх кількість щодня зростає.

– YouTube – найбільша база відеороликів.

– Flickr – один з найпопулярніших сервісів для зберігання фотографій.

– Twitter – платформа створена Джеком Дорсі для обміну короткими повідомленнями.

В подальшому це поняття перекочувало і в інші області: наукових і соціальних досліджень, культури, підприємництва, економіки. Рамки розширилися, і стартапами стали називати не тільки інформаційні проекти, а й будь-які недавно створені організації. Що стосується новаторства і енергійного просування, тут поняття зберегло сутність.

Щорічно збільшується число державних програм, за якими фонди роблять інвестиції в стартапи і забезпечують підтримку молодим організаціям. Завдяки такій підтримці сучасні стартапери більш впевнені в своїх силах, ніж раніше. Але не варто недооцінювати важливість стартового капіталу. Без належної фінансової бази, навіть за наявності новаторської ідеї і ентузіазму команди, домогтися успіху вкрай важко.

2. Сучасне визначення поняття «стартап»

Сьогодні про стартап як форму ведення бізнесу не говорить хіба що ледачий, і кожен вкладає в це поняття різний зміст, проте очікує від самого стартапу швидкого комерційного ефекту. І якщо раніше стартапи переважно застосовувалися у сфері IT-технологій, то сьогодні вони стали універсальною організаційною формою ведення підприємницької діяльності в будь-якій сфері бізнесу.

Загальновизнане визначення терміну «стартап» дав Стів Бланк:

Стартап – це компанія, створена для пошуку відтворювальної і масштабованої бізнес-моделі.

Відтворюваність – це можливість багаторазово продати отримане рішення;

Масштабованість – можливість істотного зростання проекту.

Крім цього, важливою відмінною особливістю стартапів є їх *технологічність*. В основі більшості з них лежать якісні технологічні ноу-хау.

Іноді стартапами називають компанії, які збираються запропонувати споживачам інноваційні товари і послуги, але в даний час знаходяться в процесі пошуку відповідних бізнес-технологій та фінансової підтримки. Майбутнє таких компаній виглядає невизначеним.

Стартап (start-up – стартувати, запускати) – це тільки що створена компанія (можливо навіть ще не є юридичною особою), яка знаходиться на стадії розвитку і буде свій бізнес або на основі нових інноваційних ідей, або на основі технологій, які щойно з'явилися.

Чіткого часового проміжку, протягом якого фірму можна назвати стартапом, немає. Рамки варіюються від кількох тижнів до кількох місяців. Надалі, незалежно від долі проекту, він перестає бути стартапом.

Найбільш сучасне значення і поняття стартапу – венчурний проект.

Однією з основних причин створення, успішного розвитку та подальшого існування стартапів вважають неповороткість і повільність великих корпорацій, які успішно використовують уже наявні продукти, а розробкою і створенням нових майже не займаються. Тому стартапи, завдяки своїй мобільності в плані втілення нових ідей, становлять конкуренцію великим корпораціям.

Основним ресурсом для створення нового стартапу служить хороша новаторська ідея. Власне за свіжими і незвичайними ідеями женуться багато хто і часто на придбання їх не шкодують великих грошей. Сама ідея, яка не має ніякого матеріального втілення, а існує тільки на папері або на словах (план стартапу), може коштувати дуже багато. Іншим фактором успішності цієї ідеї є її затребуваність (ступінь необхідності для споживача), адже ідея може бути незвичайною і новою, але користі від неї буде мінімум.

3. Відмінні риси стартапів

1. Коротка історія існування. Про стартапі мало хто чув, про них практично не згадується в ЗМІ. Тому скласти якісь прогнози, пов'язані з подальшим розвитком, вкрай важко.

2. Всі процеси перебувають на стадії формування. Це той період, коли компанія тільки займає свою нішу на ринку і освоює аудиторію.

3. Стартапери нерідко використовують нововведення в управлінських і організаційних процесах. Крайні світові компанії на початкових етапах були першопрохідцями в своїй області.

4. Часто проект тримається на ентузіазмі творців і новаторській ідеї. Багатьох на створення надихає важлива проблема: комерційна, наукова, соціальна. Вона ж виступає і його основою.

5. Засновники використовують всілякі способи просування власного проекту: професійні форуми, тематичні конференції, ЗМІ. Незважаючи на те що стартап рідко

отримує якісь нагороди, інвесторам його представляють як «молодого, але перспективного».

6. Комерційна основа не є обов'язковою умовою для створення стартапу. Він може бути соціальним, гуманітарним, інформаційним, науковим. Важливо відзначити, що до стартапу не відносять дослідження, що зачіпають інтереси лише малої частини соціуму.

Термін «стартапер» є, в деякому роді, синонімом слова «підприємець», адже справжній стартап є повноцінним бізнесом.

За родом занять і професією стартапер може бути не тільки бізнесменом, але займатися розробкою, дизайном, бути інженером або економістом.

Найчастіше, співзасновниками одного стартапу стають двоє людей: підприємець і технар. Але іноді стартап створюється і одним фаундером, який займається як розробкою, так і просуванням свого продукту.

Щороку на українському ринку з'являються від 300 до 600 нових стартапів. З них близько 150 – це досить серйозні проекти. Проте, з них виживають тільки кілька десятків (близько 20-40). Дана статистика досить яскраво описує реальний стан справ на вітчизняному ринку стартапів і показує, що далеко не всі починання приходять до успіху.

Однак варто зауважити, що подібна ситуація характерна і для інших країн. Доказом цього є періодичні рейтинги неуспішних стартап-проектів, які так і не змогли перерости в повноцінні компанії, навіть не дивлячись на наявність непоганої ідеї або інвестицій. Практично хрестоматійним прикладом, описаним у багатьох бізнес-виданнях, можна вважати банкрутство великої американської торговельної інтернет-майданчику Boo.com в 2000 році. Причин закриття стартапу було багато, починаючи від некоректної роботи сайту до марнотратства засновників проекту. Компанія повинна була і мала всі передумови стати одним із провідних торгових сайтів, але зазнала фіаско.

4. Стадії розвитку стартапів

У своєму розвитку стартап проходить кілька етапів (стадій). Існують різні точки зору щодо того, скільки етапів проходить стартап за своє життя.

При цьому не обов'язково, що кожен успішний стартап проходить всі перераховані нижче стадії, буває, що деякі з них він просто «перескакує», але докладний опис дає краще розуміння того, як розвивається стартап-компанія:

1. Стадія *startup* – Pre-startup: часовий період, що триває від моменту зародження ідеї до виходу товару на ринок.

На цьому етапі підбирається команда, генеруються ідеї, здійснюються півоти (зміни курсу, коли може помінятися бізнес-модель, модель просування, або алгоритм).

2. Стадія *startup* – Pre-seed: стадія, коли вже є ідея і чітке розуміння, що саме треба покупцям, проте ще немає чіткого уявлення про те, як цю ідею краще реалізовувати технічно і як її слід просувати, щоб вона приносила гроші, або ж є, але тільки в узагальненому вигляді.

Залучити інвестиції фондів на передпосівній стадії дуже складно. Зазвичай це власні кошти, допомога друзів і родичів. Так створювався Facebook, наприклад. Однак, інвестор, який зайшов в проект на цій стадії, може отримати хорошу частку, а використовуючи свою експертизу та досвід, дати проекту початковий поштовх і перетворити його в бізнес.

На передпосівній стадії ризики звичайно найвищі, але й витрати відносно невеликі.

3. Стадія *startup* – Seed: посівна стадія, на етапі якої вивчається ринок, складається план стартапу, складається і виконується технічне завдання, створюється і тестується прототип, йде пошук перших інвесторів і підготовка до пуску проекту.

Вартість проекту на посівній стадії, як правило, в декілька разів більше, ніж на передпосівній. Тут можна залучити інвестиції, віддаючи вже меншу частку в проекті. У той же час, ризик менше, і бажаючих вкластися відповідно більше.

4. **Прототип:** створення технічного завдання та проектування інтерфейсів.

5. **Працюючий прототип:** створення продукту або проекту з самими основними функціями.

6. **Альфа-версія продукту або проекту:** продукт (проект) вже готовий, але ще не протестований. У процесі випробувань та тестувань, в інтерфейс вносяться деякі дрібні корективи, які не були враховані при розробці та створенні технічного завдання. Починаються вестися переговори з першими клієнтами.

7. **Закрита бета-версія продукту або проекту:** продукт (проект) вже має вигляд, близький до того, яким його задумували стартапери, у проекті (продукта) з'являється невелика кількість користувачів, запрошених засновниками стартапу для того, щоб випробувати сервіс і повідомити про недоробки і можливі удосконалення.

8. **Публічна бета-версія продукту або проекту:** ведеться помірно активне залучення користувачів, які усвідомили для себе необхідність в послугах, які пропонує проект, або користувачів найцікавіших, які постійно перебувають у пошуку чогось нового. Часто публічна бета-версія відбувається шляхом поширення обмеженої кількості запрошень (інвайт). Також укладаються договори з першими клієнтами.

9. **Запуск товару (проекту) в виробництво або використання. Startup стадія:** вирішальна стадія для будь-якого проекту – стадія запуску і початковий період його роботи.

10. **Стадія зростання:** стартап займає на ринку стійке положення і впевнено рухається до завоювання ніші, яка була намічена на стадії написання бізнес-плану;

11. **Стадія розширення:** стартап вже виконав або наблизився до виконання бізнес-плану на первинному цільовому ринку, і починає збільшувати кордони за рахунок завоювання інших ринків. Розширювати бізнес компанія може як одноосібно, так і за рахунок покупки інших підприємств.

12. **Стадія виходу:** під виходом в першу чергу мається на увазі вихід з бізнесу (частково або повністю) бізнес-ангелів та венчурних інвесторів, які раніше брали участь у фінансуванні стартапу. Вихід може відбуватися через продаж фірми стратегічним інвесторам, через розміщення акцій компанії на біржі (вихід на IPO) і через приватне розміщення (продаж акцій підприємства фондам прямих інвестицій). Венчурні фонди фінансують перспективні стартапи які на початковій стадії росту, як правило, завжди демонструють стрімке зростання, а до стадії виходу зростання стартапу сповільнюється в порівнянні з попередніми стадіями, хоча сам бізнес стає більш стабільним. Також одним з варіантів «виходу» і стартаперів, і інвесторів може бути припинення бізнесу і банкрутство підприємства.

5. Види стартапів

Стартапи прийнято класифікувати за кількома ознаками. Наприклад, *щодо особливостей продукції і ринку збуту* розрізняють такі види стартапів:

1. **«Успішні копії».** У цю групу входять численні проекти, які в деякій мірі є клонами зарубіжних. В першу чергу, це соціальні мережі. Як виявилось, такі копії дуже перспективні.

2. **«Агресивні прибульці».** Ця група об'єднує стартапи, орієнтовані на захоплення будь-якого сегмента ринку і вигнання з нього конкуруючих компаній. Впровадження продукту на ринок може бути реалізовано за рахунок його виняткової цінової переваги.

3. **«Темні конячки».** Так можна назвати стартапи, перспективи яких не ясні, зважаючи на їх новаторство. З одного боку, творці цих стартапів йдуть на великий ризик, роблячи спробу просувати їх, а з іншого – в разі успіху їм гарантований значний прибуток.

Також стартапи можна розрізнити за *ступенем наукоємності*:

1. Стартапи, засновані на високих технологіях. Бізнес, побудований на новітніх наукових відкриттях, може бути дуже прибутковим. Але щоб запустити його, потрібне серйозне фінансування, яке можуть забезпечити тільки великі інвестори.

2. Традиційні стартапи. Насправді, щоб відкрити успішний бізнес, не обов'язково створювати інноваційну ідею. Деякі стартапи формувалися на базі нехитрих, легко реалізованих ідей, і в результаті зробили своїх творців заможними людьми.

На основі зіставлення маркетингової стратегії і рівня продажів виділяють наступні види стартапів:

1. Автоматизатор. Це – сервіс, який освоюється самими користувачами; сфокусований на споживчому сегменті; побудований «навколо продукту»; швидко взаємодіє і виконує завдання; часто – служить для автоматизації процесів, які раніше виконувалися вручну.

Особливості: тут процвітають команди з сильною технічною підготовкою; такий стартап активно береться за освоєння існуючих ринків і вимагає найменше капіталовкладень в порівнянні з усіма іншими типами стартапів.

Приклади: Google, Dropbox, Eventbrite, Slideshare, Mint, Pandora, Kickstarter, Hunch, Zynga, Playdom, Modcloth, Vox.net, Basecamp, Hipmunk.

2. Перетворювач суспільства. Це сервіс, який освоюють самі користувачі; відрізняється зростанням числа «покидаючи мережу» користувачів і має ефекти нетворкінг-комунікацій.

Особливості: для виходу на стадію масштабування даного типу стартапів потрібно на 50% більше часу, ніж для інших типів стартапів; команди з орієнтацією на бізнес і зі збалансованим співвідношенням бізнес– і технічної підготовки тут працюють ефективніше, ніж команди з запасом виключно технічних знань; такий стартап активно береться освоювати нові ринки і схильний до істотного нарощування команди на заключній стадії масштабування проекту в повноцінну компанію.

Приклади: Ebay, OkCupid, Skype, Airbnb, Craigslist, Etsy, IMVU, Flickr, LinkedIn, Yelp, Aardvark, Facebook, Twitter, Foursquare, Youtube, Dailybooth, Mechanical Turk, MyYearbook, Prosper, PayPal, Quora.

3. Інтегратор. Це стартап, орієнтований на генерування прибутку за рахунок прихованих платежів і побудова якого відбувається навколо продукту. У таких стартапів монетизація відбувається на ранній стадії і вони переважно орієнтовані на порівняно малі ринки, при цьому часто впроваджують інновації з призначеного для користувача сегменту і перебудовують упроваджені рішення для користувачів так, щоб вони відповідали завданням малого бізнесу.

Особливості: краще справляються з даними проектами команди з бізнес-підготовкою або збалансованим числом технічних фахівців і тих, хто розуміє сенс в бізнесі (в порівнянні з командами, що складаються виключно з «технарів»); такий стартап частіше йде на існуючий ринок з продуктом, ціна якого для споживача нижче, ніж у конкурентів; більш схильні обслуговувати проект малою командою навіть на стадії масштабування проекту в великий бізнес з стартапу.

Приклади: PBworks, Uservoice, Kissmetrics, Mixpanel, Dimdim, HubSpot, Marketo, Xignite, Zendesk, GetSatisfaction, Flowtown.

4. Челленджер. Це вид стартапів, що продають послуги та рішення підприємницькому сектору, в значній мірі залежать від користувачів і освоюють складні і негнучкі ринки (малочутливі і пасивно налаштовані по відношенню до змін та інновацій); характеризуються повторюваним процесом продажів в рамках проекту.

Особливості: команди, що складаються з людей з бізнес-мисленням і навичками, досягають успіху в даному сегменті набагато краще, ніж змішані команди або команди з «технарів»; розмір ринку в 6-7 разів більше, ніж ринок для проектів інших типів в даній класифікації. Дані стартапи схильні або атакувати існуючий ринок за допомогою більш

якісного продукту, або освоювати новий ринок; схильні нарощувати число людей в команді на стадії масштабування проекту і перетворення його з стартапу в компанію, що вимагає значно більших обсягів капіталовкладень в порівнянні з іншими типами стартапів.

Приклади: Oracle, Salesforce, MySQL, Redhat, Jive, Ariba, Rapleaf, Involver, BazaarVoice, Atlassian, BuddyMedia, Palantir, Netsuite, Passkey, WorkDay, Apptio, Zuora, Cloudera, Splunk, SuccessFactor, Yammer, Postini.

6. Фінансування стартапів

Фінансування стартапів у межах світового співтовариства вже давно поставлено на потік. Сьогодні інвестиціями в стартапи займаються так звані бізнес-ангели і венчурні фонди. До цих двох гаманців стартапів можна умовно додати друзів і родичів. І як би кому не здалося дивним, але саме ця категорія займає друге місце в Україні за обсягами вкладень в стартапи, а на світовому рівні – третє.

Існує на даний момент **п'ять способів фінансування стартапів в Україні:**

1. Бізнес-ангели – приватні особи, що інвестують в бізнес, як правило, ще на етапі становлення ідеї. В цьому криється головна складова інвест-ангелів. Переважно вони не втручаються в справи компанії і не наполягають на терміновому поверненні вкладених коштів. Їх мета – отримати прибуток в довгостроковій перспективі, адже інвестування стартап-компаній – не основне джерело їхніх доходів.

Це відносно нова для України категорія інвесторів, хоча в усьому світі вона вважається однією з найбільш результативних. Саме з підтримкою бізнес-ангелів стартували такі проекти, як Twitter, Google, PayPal, Facebook, Skype.

Українських бізнес-ангелів можна умовно розділити на три категорії:

1. Сформовані підприємці, які вже готові робити give back – щось повертати суспільству.

2. Топ-менеджери компаній, які інвестують в стартапи з метою диверсифікації джерел доходів.

3. Співробітники венчурних фондів, які знайомі з інвестуванням в стартапи за родом своєї діяльності і приймають рішення стати бізнес-ангелом.

2. Венчурні фонди, на відміну від бізнес-ангелів, інвестують в стартапи кошти своїх вкладників (гроші страхових компаній, пенсійних фондів, приватних осіб) і фінансують проекти, що мають високу або середньою ступінь ризику, але при цьому з хорошим потенціалом прибутковості. Зазвичай такі вкладення здійснюються в сфері новітніх наукових розробок, високих технологій. Як правило, 70-80% проектів не приносять віддачі, але прибуток від решти 20-30% окупає всі збитки.

Венчурні фонди як бізнес-ангели часом можуть вкласти в проекти ще на ранньому етапі (коли існує тільки бізнес-план), але частіше вони вважають за краще недавно вийшли на ринок компанії, у яких немає коштів для повноцінного старту.

Найбільш відомі венчурні фонди, що працюють на території України: TaVenture, Chernovetsky Investment Group, Dekarta Capital, AVentures Capital, Vostok Ventures. Ринок венчурного інвестування в українські проекти досить закритий. Проте, цей ринок помітно зростає з кожним роком.

В історії розвитку нашої країни були періоди, коли практично будь-яке інвестування в українську компанію вважалося венчурним (ризиковим) вкладенням. На даний момент термін окупності інвестицій в більшість галузей української економіки досить передбачуваний, якщо мова йде про вже працюючий бізнес, який планує розширення, модернізацію, диверсифікацію та інше. Винятки становлять стартапи, які як і раніше пов'язані з високим ступенем ризику для інвестора щодо втрати вкладених коштів. Венчурні компанії усвідомлено йдуть на ризик інвестування в бізнес-ідею або проект, що знаходиться в нульовій стадії, заради можливості отримання високих відсотків на відносно

невелику суму вкладень. Багато венчурних фондів закладають в схему роботи можливість повного або часткового списання вкладених коштів. В якості компенсації високих фінансових ризиків вони висувають вимоги до прибутковості інвестованих проектів від 50% до 100% річних.

Венчурні фонди відбирають стартапи за кількома ключовими критеріями:

- *Розмір цільового ринку* – чим він глобальніше, тим більше у вас шансів отримати фінансування;

- *Досвід роботи в даній сфері у автора проекту*. Для венчурного інвестора буде великим плюсом, якщо у стартапера є великий досвід практичної роботи в даній сфері, бажано, по «обидва боки барикади»;

- *Наявність постійних замовників*, зростання кількості клієнтів, збільшення прибутку або наявність якісної моделі, яка передбачає реалізацію перерахованих факторів;

- *Грамотний бізнес-план або інвестпрограма*, що обґрунтовують суму необхідних інвестицій, терміни повернення, очікуваний ефект від інвестування.

3. Стартап-інкубатор – це організація, що займається підтримкою стартап-проектів молодих підприємців на всіх етапах розвитку: від розробки ідеї до її комерціалізації. Найбільш відомі в Україні – Happy farm, WannaBiz, EastLabs, GrowthUp, Polyteco, Founder Institute.

Цей варіант добре підходить тим, хто тільки хоче створити власний бізнес і не має досвіду підприємництва. Як правило, інкубатори надають інфраструктуру (офіс, оргтехніку, зв'язок), участь в тренінгах і тематичних заходах, послуги консультантів або менторів. Вони допомагають стартаперам провести маркетингові дослідження, скласти бізнес-план, розвинути проект до рівня, коли їм можуть зацікавитися потенційні інвестори. Деякі бізнес-інкубатори пропонують закордонне стажування, допомогу в залученні інвестицій і пост-супровід проекту для отримання наступного етапу інвестування.

Умови, на яких можна взяти участь в роботі бізнес-інкубатора, відрізняються в різних структурах. Це може бути:

- Безкоштовний вхід для учасника з подальшим наданням частки бізнес-інкубатору в працюючому проекті. При цьому пакет акцій, на які претендує інкубатор, може коливатися від 5% до 25%.

- Оплата за комплекс послуг, що надаються бізнес-інкубатором (від 400 гривень до 600 доларів). В цьому випадку інкубатор не стає співвласником бізнесу.

- Плата за навчання в бізнес-інкубаторі плюс мінімальний пакет акцій в компанії після старту проекту.

4. Бізнес-акселератори. Акселератори призначені для добре опрацьованих стартапів, заснованих на бізнес-ідеї, яка з досить високою часткою ймовірності, може бути реалізована. До роботи в акселераторах допускаються проекти, які пройшли ретельний відбір експертів, які оцінюють інвестиційний потенціал.

У список послуг, що надаються бізнес-акселераторами, входять навчання, менторство, консультації, забезпечення інфраструктурою, інформаційна та фінансова (pre-seed investments) підтримка проекту на початковому етапі. Як і у випадку з інкубаторами, фінансове співробітництво пропонується за кількома схемами, індивідуальними у кожного акселератора. Це може бути платна або безкоштовна участь, якщо даним проектом зацікавилися потенційні інвестори.

Як правило, бізнес-акселератор претендує на частку в майбутньому бізнесі в розмірі від 5% до 25% або можливість придбання певного пакета акцій за пільговою вартістю.

Головне завдання бізнес-акселератора – розвинути проект до рівня створення прототипу виробу або робочої версії софту і залучити інвестиції для реалізації проекту.

5. Краудфандінг як спосіб фінансування стартапу стає все популярнішим. На тлі спадаючої популярності інкубаторів і зростаючої серйозності бізнес-ангелів, краудфандінг демонструє хороші показники.

Найпопулярніша краудфандінгова платформа в світі – це Kickstarter. Існує безліч міфів про складнощі виходу на дану платформу, але успішний досвід проектів Petchube, Pblazr і Sammy-icop розвінчують ці забобони. Так як ІТ-проекти потребують розвинуеного ринку, краще збирати на них гроші на подібній платформі світового масштабу. У той же час проекти зі сфери мистецтва (але не в дусі американізму) і регіональні соціальні інновації краще сприймаються на національних краудфандінгових платформах.

В Україні єдиною краудфандінговою платформою зараз є Big Idea. Перевага віддається соціальним інноваційним проектам і проектам у сфері мистецтва. Першим фінансованим ІТ-проектом була сама ж краудфандінгова платформа (Спільнокошт).

Краудфандінг вигідно відрізняється від інших способів фінансування відсутністю необхідності ділитися часткою стартапу. Але, в той же час, організація компанії зі збору коштів займає більше зусиль, ніж зустріч з інвестором. У краудфандінгу кожен учасник є інвестором. Але, в той же час, формуючи велике коло інвесторів, ви формуєте потужне ядро своїх майбутніх користувачів, які зацікавлені у вашому успіху.

На ранніх стадіях найбільш вдалим буде фінансування за рахунок бізнес-ангелів, краудфандінга і стартап-інкубатора. Венчурні інвестиції зручніше залучати на другому етапі фінансування. У будь-якому випадку, вибираючи схему фінансування стартапу, краще бути уважним в юридичних моментах і вибрати для себе модель фінансування, яка б не сковувала в прийнятті фінансових рішень в подальшому.

7. Етапи фінансування стартапів

Практично всі стартапи проходять три найбільш помітні етапи фінансування:

1. Швидкодоходний етап розвитку стартапу – стрімкий приріст вартості стартапу з нуля до ринкової його вартості. Це найбільш привабливий етап для інвесторів. Етап досить тривалий, від декількох місяців до декількох років. Інвестиційна прибутковість зашкалює. За деякими проектами постійно перевищує 1% в день – 35% на місяць. Це вкрай цікавий етап для фінансових гравців, бізнес-ангелів та венчурних інвесторів.

Саме на цьому етапі стартаперипотрапляють у пастку вибору. Продавати частки дорого – не купують гравці. Продавати дешево – собі в збиток. Знайти золоту середину – запорука успіху. Але продавати всі частки по одній ціні теж не правильно. Перших покупців обманюєш, останні операції приносять збиток. В цілому, звичайно, – це гра, де виграє розумний.

2. Стабілізаційний етап розвитку стартапу – слабке зростання стартапу або повна його відсутність при виході стартапу на заплановану потужність. Це малодохідний для інвесторів етап, коли бізнес стає стабільним, вартість стартапа фіксується на конкретній сумі і практично не змінюється. Інвестиційна прибутковість обмежується тільки виплатою дивідендів. Це вкрай небажаний етап для фінансових гравців, бізнес-ангелів та венчурних інвесторів.

3. Інвестиційний ривок – етап, коли стартапом зацікавилися стратегічні інвестори. Ціни стартапу в цей період злітають астрономічно, в деяких випадках в десятки разів.

Для всіх фінансових гравців, бізнес-ангелів та венчурних інвесторів важливо не потрапити своїми грошима до стабілізаційного етапу. Це означає для них кінець будь-якої фінансової гри і отримання надвисоких доходів. Тому всі вони на момент закінчення швидкодоходного етапу розвитку стартапу намагаються максимально вийти з стартапу і скинути свої частки. Іноді навіть зі збитком. Це серйозне падіння ринку.

Тому, для будь-якого стартапу вкрай важливо знайти гравцям в цей період гідну заміну. Хто ця заміна? Перш за все, це прибічники стабільності. Інвестори віддають перевагу стабільному і надійному доходу без всяких сюрпризів. Це пенсіонери, домогосподарки, фонди.

Другий не менш цікавий вихід – пробудити інтерес стратегічних інвесторів. Хто це такі? Це держава, політичні структури, великий і надвеликий бізнес, міжнародні

корпорації. І якщо стратегічні інвестори звернули на стартап увагу, вони, виходячи з практики, почнуть скупку часток, рідко звертаючи увагу на ціну. Це серйозний шанс, але це і ризик. Часто ця скупка зовсім не для розвитку стартапу.

8. Компанії-единороги

Цей термін в 2013 році популяризувала засновниця фонду Cowboy Ventures Ейлін Лі. У своїй статті «Ласкаво просимо в клуб единорогів», вона назвала ім'ям цього міфічного істоти стартапи, які досягли оцінки в \$ 1 млрд. Таким чином Лі хотіла проілюструвати наскільки рідкісні подібні випадки – 8 років тому всього 0,07% молодих компаній змогли залучити зовнішнє фінансування.

У 2020 році серед усіх світових стартапів налічувалося 500 единорогів, 70 з них – представники сфери FinTech. Найдорожчим стартапом стала платформа для прийому платежів і виведення коштів Stripe, яку оцінили в \$ 36 млрд. Серед клієнтів компанії такі технологічні гіганти як Amazon, Google і Spotify.

У ТОП-5 найдорожчих стартапів світу також увійшли індійський мобільний маркет-плейс One97 (\$ 16 млрд), американський необанк Chime (\$ 14,5 млрд), додаток для торгівлі акціями Robinhood (\$ 11,7 млрд) і шведський банк Klarna (\$ 10,65 млрд). Нагадаємо, в 2019 році Klarna стала найдорожчим Фінтех-стартапом.

У новій статті редакція PayPal Magazine розповідає про ТОП-10 стартапи з найвищою капіталізацією у 2021 році.

ByteDance – \$ 180 млрд

Китайська інтернет-компанія.

Якщо в 2017 році головним единорогом світу був сервіс таксі і доставки їжі Uber, то вже в 2018 році в лідери вибилася ByteDance. Материнська компанія сервісу для створення і перегляду коротких відео TikTok вже три роки утримує першу позицію в рейтингу стартапів-единорогів.

Незважаючи на низку скандалів через проблеми з владою TikTok залишається одним з найпопулярніших додатків в світі. За даними Wallaroo Media, в лютому 2021 року кількість користувачів TikTok перевищило 1 млрд.

Kuaishou – \$ 160 млрд

Китайська інтернет-компанія

Kuaishou – мобільний додаток для обміну відео. На початку лютого акції компанії виростили на 194% після того, як вона залучила близько \$ 5,4 млрд в ході первинного публічного розміщення акцій. Це стало другим найбільшим в техотраслі IPO після Uber, яка в 2019 році залучила понад \$ 8 млрд. У результаті оцінка Kuaishou зросла до \$ 160 млрд.

Stripe – \$ 115 млрд

Американська Фінтех-компанія

Stripe – американська техкомпанія, що розробляє рішення для бізнесу з приймання та обробки онлайн-платежів. У 2018 році компанія оцінювалася в \$ 9,2 млрд, з тим пір цей показник виріс в 12 разів. Клієнтами Stripe є більш 1 млн компаній, серед яких: Zoom, Slack, GitHub, Asos, Lyft, Deliveroo, Wix і багато інших.

У лютому 2021 року інвестори оцінили Stripe в \$ 115 млрд. За повідомленнями Forbes, оцінка заснована на угодах на вторинному ринку, де інвестори купують раніше випущені акції у існуючих акціонерів.

SpaceX – \$ 74 млрд

Американська космічна компанія

SpaceX потрапляє в списки единорогів вже кілька років поспіль. Заснована в 2002 році новатором Ілона Маском, метою компанії є скорочення витрат на польоти в космос і відкриття шляху до колонізації Марса. SpaceX бере участь в створенні мережі глобального і високошвидкісного інтернету Starlink, а також проекту вакуумного поїзда Hyperloop. У лютому після чергового раунду збору інвестицій компанія залучила на свої

рахунки \$ 850 млн. Завдяки масштабного фінансування, вартість SpaceX виросла на 60% – до \$ 74 млрд.

Didi Chuxing – \$ 62 млрд

Китайська транспортна компанія

Didi Chuxing – ще один «старожил» топа єдинорогів. Компанія надає широкий спектр послуг: замовлення таксі та шатлів, оренду велосипедів, доставку їжі та фінансові послуги (кредити, страхівка) в країнах Азіатсько-Тихоокеанському регіону, Латинській Америці і Росії. За офіційними даними, всього послугами Didi користується понад 550 млн осіб.

UiPath – \$ 35 млрд

американська техкомпанія

UiPath займається розробкою програмного забезпечення для автоматизації процесів з використанням роботів і штучного інтелекту. Компанія була заснована в 2005 році в Бухаресті і на даний момент має представництва в більш ніж 40 країнах світу зі штаб-квартирою в Нью-Йорку. Одним з численних клієнтів UiPath є відоме рейтингове агентство Fitch Ratings.

Roblox – \$ 29,5 млрд

американська техкомпанія

Roblox – онлайн-платформа, на якій користувачі можуть грати і створювати власні ігри. На тлі пандемії коронавірусу компанія значно збільшила свою аудиторію: за один тільки березень 2020 роки кількість гравців на платформі зросла на 40%. Досягнувши оцінки в \$ 29,5 млрд Roblox в даний момент готується до IPO.

Databricks – \$ 28 млрд

американська техкомпанія

Databricks – постачальник програмного забезпечення для аналізу даних. У 2017 році компанія уклала партнерство з Microsoft в рамках проекту по розробці Microsoft Azure Databricks – платформи з обробки даних для корпоративних клієнтів. У 2019 Microsoft спільно з іншими інвесторами вклала в Databricks \$ 250 млн. Крім Microsoft Azure, розробки Databricks також використовують Google, Amazon, Virgin Hyperloop і Grab.

Rivian – \$ 27,6 млрд

американський автовиробник

Компанія Rivian займається виробництвом електромобілів. У 2018 році стартап представив дві моделі: пікап R1T і семимісний позашляховик R1S. У 2019 Rivian отримав від Amazon замовлення на покупку 100 тис фургонів з електрозарядкою протягом наступного десятиліття. Пізніше онлайн-рітейлер інвестував в Rivian \$ 700 млн, а Ford Motor Company – \$ 500 млн. У лютому компанія опублікувала відео з тестдрайва R1T, продажі якого повинні стартувати в США в червні поточного року.

Nubank – \$ 25 млрд

Бразильська Фінтех-компанія

Після того, як бразильський необанк Nubank залучив \$ 400 млн інвестицій в рамках нового раунду фінансування, його оцінка зросла до \$ 25 млрд. Тепер стартап входить в п'ятірку фінустанов Латинської Америки з найбільшою капіталізацією. Серед інвесторів необанка – компанії GIC, Whale Rock, Invesco, Sequoia, Tencent, Dragoneer і Ribbit, а загальний обсяг інвестицій за сім років досяг \$ 1,2 млрд.

Український єдиноріг

У 2019 український стартап **Grammarly** залучив \$ 90 млн, в результаті чого загальна оцінка компанії перевищила \$ 1 млрд. Grammarly – це онлайн-сервіс на основі штучного інтелекту, який допомагає писати тексти англійською мовою. У 2019 він також зайняв 12 місце в ТОП-100 найдорожчих українських брендів.

9. Ринок стартапів в Україні

Стартапи вже давно стали одним з основних рушіїв сучасної економіки. За кількістю успішних компаній, розкритих з нуля, можна судити про рівень розвитку бізнес-простору країн. І хоча очевидно, що велика частина стартапів, оцінених в \$ 1 млрд, має американську прописку, деякі успішні компанії працюють в Європі і КНР.

Основним каталізатором розвитку українських стартапів стала економічна криза 2008 р., після якої частина інвесторів звернула увагу на технологічний ринок. Так, про українські стартапи дізнався світ. Наприклад, у 2008 р. український «Viewdle» визнано найінноваційнішим європейським стартапом, «Pikaba.com» визнаний «Mashable» кращим у світі проектом із соціального шопінгу, а проект «АРСТ» потрапив у топ-10 кращих світових стартап-компаній, які пов'язані з альтернативною енергетикою, енергозбереженням. Успішність інноваційних рішень українських стартапів, зумовлена тим, що компанії шукають ринкові провали, розвивають нові технології, створюють нові бізнес-моделі та оптимізують процеси. Це підтверджується й тим, що кількість стартап-компаній в останні роки стрімко зростає.

Наразі життєздатними і популярними є дві основні моделі розвитку стартапів, які по-різному визначають відносини творця і інвестора, а також відповідальність за реалізацію проекту. У першому випадку – моделі Founder – безпосередньо творець ідеї займається питаннями виведення стартапу на ринок, позиціонування, реклами і просування. Інвестор же, в свою чергу, вкладає кошти, таким чином, претендуючи не більше ніж на 30% від прибутку бізнесу. У разі якщо Creator тільки представляє свою ідею або технологію, передаючи зобов'язання по розкрутці проекту і пов'язані з цим ризики інвестору, він може претендувати на свої 30% від прибутку проекту. Все більш популярним в Україні стає варіант делегування повноважень, однак, варто зазначити, що має пройти досить часу, щоб дана модель довела свою успішність на ринку України. Однією з причин цього є невідповідність стартаперів до вирішення безлічі завдань, зокрема і базової – постановки мети і визначення аудиторії.

Якщо говорити про те, в яких проектах зацікавлені інвестори найбільше, можна виділити дві точки зору.

Перша – в будь-яких проектах, що приносять прибуток. При цьому, оцінюючи потенційну успішність проекту, варто визначити основні особливості: на який ринок розрахований проект, наскільки він конкурентоспроможний, якою може бути стратегія виходу на ринок і наскільки сильною є команда творців. Варто зауважити, що останній пункт не менш важливий, ніж попередні – багато інвесторів відмовляють у фінансуванні проекту, якщо його не представляє згуртована сильна команда.

З іншого боку – певна ієрархія затребуваності стартапів все ж існує. Якщо подивитися на проекти в яких сферах припадає більше запитів від інвесторів, можемо звернутися до найбільшої в Україні платформи, де представлені проекти творців для інвесторів – Startup.ua. Так найбільш часто зустрічаються запити на стартап-продукти в сферах:

1. ІТ: електронна комерція, ПЗ тощо;
2. Агропромисловий сектор;
3. Виробництво і торгівля;
4. Будівництво і нерухомість;
5. Сфера розваг;
6. Альтернативна енергетика.

Не можна сказати, що сьогодні пропозиція продуктів відповідає попиту – майже всі найбільш успішні проекти зосереджені в сфері ІТ-розробок. Лідером серед сучасних українських стартапів став Zakaz.ua, який був високо оцінений не тільки на ринку України, але і в США. До числа найбільш відомих також можна віднести популярний сьогодні Petcube (робот для розваги домашніх тварин) і IBlazr (спалах для Iphone).

Щороку в Україні проподиться рейтинг стартапів. Європейські технологічні стартапи залучають рекордні інвестиції за підсумками 2020 року. Згідно з даними звіту Atomico, у них вже вклали \$41млрд – на \$500 млн більше, ніж 2019 року.

Результати вітчизняних стартапів будуть «трохи» скромніше. За орієнтовними підрахунками **Mind**, на ринку зафіксовано 28 публічних угод на загальну суму близько \$130 млн. А також 14 вливань, сума залучених інвестицій за якими не розголошується. У розрахунки й рейтинг видання не ввійшли стартапи з українськими засновниками, у яких немає офісів у нашій країні. Наприклад, Revolut (зібрав рекордні \$580 млн), Classtag (отримав \$5 млн) тощо.

Mind відібрав 11 найбільших інвестиційних угод 2020 року і ранжував їх за обсягом фінансування.

10-е місце: Influ2

Обсяг залучених інвестицій 2020 року: \$3,4 млн

Рік створення: 2017

Засновники: Дмитро Лисицький, Володимир Михалко

Офіси: Київ, Саннівейл (Каліфорнія)

Це B2B-платформа для персоналізації реклами. «Ми втомилися бачити рекламу вже купленого холодильника. Були розчаровані тим, що не побачили рекламу потрібного нам застосунку. Корисна інформація, яку ми реально хотіли бачити, не може дійти до нас через весь інформаційний шум нерелевантною реклами» – так автори пояснювали ідею створення платформи, яка дає можливість рекламодавцям показувати меседжі тільки релевантній аудиторії.

Технологія заснована на алгоритмах машинного навчання, які відстежують покази, кліки та відвідування сайтів. «Cisco, Sage Intacct, Genesys і понад 50 американських компаній використовують Inlu2 як новий стандарт закупівлі B2B-реклами», – запевняють розробники. Цього року стартап отримав премію MarCom Platinum Award 2020 за зростання бізнесу на 251%, незважаючи на вплив COVID-19 на світову економіку.

Команда залучила \$3,4 млн у seed-раунді від фондів One Way Ventures, VentureFriends, а також бізнес-ангелів Мурата Абдурахаманова й Пітера Харрісона. Торік стартап зібрав \$190 000 інвестицій.

9-е місце: Rentberry

Обсяг залучених інвестицій 2020 року: \$4,5 млн

Рік створення: 2015

Засновники: Олексій Любинський, Лілія Остапчук, Денис Голубовський, Арсен Костенко

Офіси: Київ, Сан-Франциско (США)

Це платформа для оренди й покупки нерухомості на блокчейне. «Ми – перший орендний майданчик, який приймає криптовалюту. Ніяких банківських комісій, чеків або шахрайських транзакцій – токен BERRY забезпечує прямі зашифровані платежі», – запевняють розробники.

Сервіс працює в 50 країнах. На майданчику – понад 2,5 млн оголошень. Під час пандемії стартап запустив віртуальні тури по виставлених на платформі будинках і квартирах. У 2018 році Rentberry потрапив до п'ятірки найуспішніших стартапів Mind і десятку кращих real-estate проєктів Forbes.

Влітку 2020-го Rentberry залучив \$4,5 млн від WeFunder, Angel Investors Marlborough, Сріканта Інампуді та Скота Вайта. У попередні роки команда збрала \$4 млн від інвесторів з 11 країн світу: The Carlyle Group, Synergo Private Equity, IFC, Pegasus Capital, Abris Capital, Ericsson тощо. А також отримала \$30 млн на ICO.

За рахунок останніх залучених інвестицій засновники хочуть запустити VR-інструмент, який допоможе прибрати ріелторів і посередників із процесу оренди житла.

8-е місце ділять два стартапи:

Liki24

Обсяг залучених інвестицій 2020 року: \$5 млн

Рік створення: 2017

Засновник: Антон Авринський, Сергій Фадєєв, Дмитро Лятамбур, Сергій Клебанов, Володимир Зубенко

Офіси: Київ

Сервіс для пошуку й доставки ліків Liki24 за останні роки виконав понад 706 000 замовлень. Він працює в 27 599 населених пунктах і співпрацює з більш ніж 5000 аптек. Програмне забезпечення платформи аналізує ціни, наявність препаратів та знаходить мінімальну вартість ліків. Також програма підказує оптимальні маршрути для кур'єрів.

У липні 2020-го проєкт вийшов на ринок Польщі. А в серпні стало відомо про залучення \$5 млн від Horizon Capital і колишніх інвесторів: TA Ventures, Genesis Investments, iClub і Mission Tech. У 2019-му ці компанії вклали в Liki24 \$1 млн. Нинішні інвестиції стартап має намір пустити на зміцнення позицій у Польщі і просування на інші європейські ринки.

AllRight

Обсяг залучених інвестицій 2020 року: \$5 млн

Рік створення: 2017

Засновники: Олег Оксюк

Офіси: Київ, Сан-Франциско (США)

Це онлайн-платформа для вивчення англійської мови для дітей від чотирьох років. Сервіс поєднує уроки з «живими» викладачами й домашні завдання з ботом-наставником на базі штучного інтелекту. Користувачі можуть вибрати індивідуальні або групові заняття, вчителя й графік. За останні роки стартап залучив понад 10 000 учнів. Щомісяця викладачі проводять близько 50 000 уроків.

У листопаді AllRight зібрав інвестиції в раунді «А» від Genesis Investments, TMT Investments, TerraVC, Flashpoint і Михайла Ляліна. Торік Buran Venture Capital вклав у стартап \$1,5 млн.

7-е місце: Zakaz.ua

Обсяг залучених інвестицій 2020 року: 5 млн євро

Рік створення: 2010

Засновник: Єгор Анчишкин

Офіси: Київ

Це сервіс доставки продуктів із супермаркетів. Співпрацює з багатьма роздрібними мережами: METRO, «Ашан», NOVUS, «МегаМаркет», «Фуршет», «ЕкоМаркет» тощо. Працює в 15 містах України.

У лютому 2020 року Zakaz.ua підняв раунд «А». Основним інвестором виступила Chernovetskyi Investment Group. Ця ж компанія вклала в проєкт \$2,5 млн 2014 року.

СЕО Zakaz.ua Андрій Курський раніше розповідав Mind, що після введення карантину в країні кількість замовлень через сервіс зросла на 80%. «Середній чек у березні збільшився на 15% проти лютого цього року і склав 1866 грн. У 2019 році спостерігалася зворотна тенденція: середній чек у березні був менше на 4%».

6-е місце: Reface

Обсяг залучених інвестицій 2020 року: понад \$6 млн

Рік створення: 2020

Засновники: Роман Могильний, Олесь Петрів, Ярослав Бойко, Денис Дмитренко, Кирило Сигида, Дмитро Швець, Іван Алцібеєв

Офіси: Київ

Цей застосунок для розваг на основі технології Face Swap (заміни обличчя на фото або відео із збереженням міміки). Більш детально Mind писав про сервіс у добірці «Заван-

тажуй українське». Застосунок запустили на початку 2020-го. Менш ніж за рік він набрав близько 70 млн завантажень і вибився в лідери AppStore і Google Play.

Цього року команді двічі вдалося залучити інвестиції. У квітні проєкт отримав фінансування від декількох інвесторів. Загальна сума не розголошується. Відомо лише, що один із міноритарних інвесторів – Adventures Lab – вклав від \$300 000 до \$500 000. А в грудні Reface оголосив про другу угоду: стартап залучив \$5,5 млн від фонду Andreessen Horowitz і декількох бізнес-ангелів.

Надалі команда хоче запустити соціальну платформу для персоналізації контенту за допомогою машинного навчання. А також підписати контракти з музичними лейблами, кіностудіями та знаменитостями.

5-е місце: DMarket

Обсяг залучених інвестицій 2020 року: \$6,5 млн

Рік створення: 2017

Засновники: Володимир Панченко, Тамара Сланова, Олександр Кохановський

Офіси: Київ

Це блокчейн-біржа для продажу й обміну предметів із віртуальних ігор. На майданчику вже продано понад 5 млн «реліквій». За даними компанії, щоденний оборот DMarket – приблизно \$100 000. Сервіс заробляє на 5% комісії з продажів.

Стартап привернув інвестиції в фіаті. Інвесторами стали фонд Almaz Capital і компанія Xsolla. До ради директорів DMarket увійшов засновник Electronic Arts Трип Хоукінс. Залучене фінансування команда має намір вкласти в розроблення технології, що дозволить розробникам ігор, гравцям, інфлюенсерам і брендам створювати контент для відеоігор і генерувати прибуток в іграх.

У 2017 році команда здобула \$25 млн під час двох етапів ICO. Хоча спочатку мала намір зібрати тільки \$1 млн (цю суму проєкт отримав за перші 17 хвилин ICO).

4-е місце: Allset

Обсяг залучених інвестицій 2020 року: \$8,25 млн

Рік створення: 2015

Засновники: Стас Матвієнко, Анна Поліщук

Офіси: Київ, Сан-Франциско

Ця програма для бронювання столиків та замовлення страв у ресторанах. Через нього також можна оплачувати рахунок і залишати чайові. Під час пандемії команда розширила функціонал сервісу, додавши можливість замовляти їжу на винос із безконтактної доставкою. Сервіс працює з більш ніж 2000 ресторанів у 20 містах США.

Allset отримав \$8,25 млн у рамках раунду «В» від Andreessen Horowitz, Greycroft, SMRK, VC Fund і Inovo Venture Partners. Стартап почав залучати інвестиції з 2017 року. Зараз на рахунку команди понад \$16,5 млн вливань.

Засновники проєкту Стас Матвієнко, Анна Поліщук цього року увійшли в рейтинг американського Forbes «30 найуспішніших підприємців та діячів до 30 років».

3-е місце: Preply

Обсяг залучених інвестицій 2020 року: \$10 млн

Рік створення: 2012

Засновники: Кирило Бігай, Сергій Лук'янов, Дмитро Волошин

Офіси: Київ, Барселона

Це платформа для підбору репетиторів і вивчення іноземних мов. Користувачеві достатньо вибрати мову, вартість навчання, країну репетитора та зручний час для занять. За даними Preply, на платформі вже пройшло більш ніж 2 млн уроків з учителями 160 національностей. Середня ціна заняття – \$15-20 на годину. «Більшість учнів використовують Preply з професійною метою: переїзду за кордон і просування кар'єри. Також сервісом користуються батьки, які допомагають своїм дітям вивчити нову мову», – пояснюють автори проєкту.

За минулі роки Preply вже 5 разів вдалося залучити інвестиції на загальну суму \$15,5 млн. У 2020 році проєкт профінансували фонди Hoxton Ventures, Point Nine Capital, All Iron Ventures, The Family, EduCapital і Diligent Capita та ангельські інвестори Артур Костень, Гаррі Сварт, Девід Хельгасон, Даніель Хоффер.

Команда має намір посилити позиції на ринках Північної Америки, Франції, Німеччини, Іспанії, Італії, Великої Британії й відкрити американський офіс. Залучені інвестиції також підуть на розширення функціоналу платформи. Надалі Preply хоче залучати репетиторів не тільки іноземних мов, а й інших предметів (математики, хімії тощо).

2-е місце: Mobalytics

Обсяг залучених інвестицій 2020 року: \$11,25 млн

Рік створення: 2016

Засновники: Богдан Сучик, Микола Лобанов

Офіси: штаб-квартира в Лос-Анджелесі, українська команда працює у віддаленому режимі

Це онлайн-тренажер для геймерів. Зараз «ігровий компаньйон» підтримує 4 гри: League of Legends, Teamfight Tactics, Legend of Runeterra та Valorant. Надалі розробники хочуть розширити цей перелік.

«В основі платформи лежить машинне навчання, аналіз доступних даних про гравця та експертиза в предметній сфері. Вперше свою технологію ми представили на TechCrunch Disrupt 2016 у Сан-Франциско й посіли перше місце: заповітний кубок і приз у розмірі \$50 000. 2020 рік проєкт почав з 1,6 млн активних користувачів на місяць, а в травні цей показник вже перевищив 7 млн», – розповідають автори.

Команда привернула інвестиції в раунді «А» від фондів Almaz Capital, Founders Fund, General Catalyst, GGV Capital і киберспортивної компанії T1. У 2016 році ці ж фонди вклали в проєкт \$2,6 млн.

1-е місце: Restream

Обсяг залучених інвестицій 2020 року: \$50 млн

Рік створення: 2015

Засновники: Андрій Суржинський, Олександр Худа

Офіси: Київ, Остін (США)

Це сервіс для відеостримінгу. Він дозволяє одночасно транслювати відео на більш ніж 30 платформах: Youtube, Facebook, Periscope, Beam, Ustream, Twitch тощо.

Зараз у Restream понад 2 млн стримерів, які запускають близько 8 млн трансляцій на місяць. Серед користувачів сервісу і Всесвітня організація охорони здоров'я, яка провела на платформі благодійний концерт, щоб підняти настрій на початку пандемії COVID-19. Трансляцію подивилися майже 270 млн глядачів.

Команда проєкту рапортує про 300-відсоткове збільшення місячних переглядів за перше півріччя: «За останній рік у нас було колосальне зростання, оскільки ковід швидко змусив компанії й авторів перейти на пряму трансляцію».

У серпні 2020 року стартап залучив \$50 млн під час раунду «А». Інвестиції надійшли від Sapphire Ventures і Insight Partners. Керуючі партнери цих фондів – Пол Левін і Тедді Варди – увійшли в борд директорів Restream.

У 2018 році команда «підняла» \$4,5 млн від Silverton Partners, Liquid2, Anorak Ventures і Джеймса Армстронга.

10. Правовий супровід стартапів в Україні

Стартап є явищем новим в юридичній площині. На рівні закону в Україні це поняття не визначено, спеціальний механізм реєстрації та захист стартапу не передбачено. Тому, в юридичному сенсі – *це провадження підприємницької діяльності в певній організаційно-правовій формі.*

Найбільш прийнятною формою реєстрації стартапу є юридична особа – *Товариство з обмеженою відповідальністю* (Ltd), приватне підприємство (ПП) або *ФОП* – фізична особа-підприємець. Саме ці форми дозволяють в рамках стартапу обрати найбільш прийнятні форми оподаткування, процедура їх реєстрації є більш спрощеною, порівняно з іншими, та й взагалі саме ці форми дозволяють обирати більш прості шляхи вирішення питань оперативної діяльності стартаперів.

Засновники **ТОВ** несуть відповідальність за наслідки своєї стартаперської діяльності виключно майном такого підприємства, а не своїм власним. Розмір статутного капіталу може бути будь-яким, від одної копійки до мільйонів гривень. В цьому випадку закон не обмежує стартаперів у праві вибору. Крім того, статутний капітал стартап-бізнесу може формуватись протягом такого періоду часу, який засновники для себе самі визначають. Вказане є досить позитивним моментом, зокрема, коли ми говоримо про інвестиції в стартап, адже якщо в планах є вкласти в стартап велику суму, то є час для того, щоб накопичити відповідний капітал. Окремо слід зазначити, що для іноземних інвесторів функціонування стартапу саме у формі юридичної особи викликає більше довіри, аніж просто до підприємця.

В будь-якому разі, для патентування стартапу Вам необхідно обрати назву стартапу, визначитись із його власниками та їх долями в ньому, за якою адресою він буде знаходитись, хто буде керувати стартапом, скільки коштів та протягом якого часу Ви готові вкласти в стартап, яка його дохідність планується для обрання оптимальної системи оподаткування саме для Вас.

Далі вже паперова робота, адже всі ці питання необхідно належним шляхом оформити документально: протоколами, установчими документами. І це не все. Далі вже вирішення питання створення та патентування стартапу саме на державному рівні, тобто у відповідних реєстраційних органах. Але паперову роботу краще ввірити юристу, це дозволить не допустити непотрібних помилок та зекономити час, зокрема, на їх виправлення. Це як мінімум. Як максимум – уникнути штрафів та збитків від неправильно обраної системи оподаткування. Відсутність чіткої стратегії (визначення ролі кожного із власників, чіткого визначення повноважень керівника стартапу) може просто зафейлити проект.

Безумовною перевагою стартапера – підприємця у формі **ФОП** є те, що стартапер працює сам на себе, не зобов'язаний формувати статутний капітал, не зобов'язаний документально оформлювати будь-яке із своїх рішень, як, наприклад, зміна місця знаходження, а просто повідомляти про такі зміни уповноважений орган. Крім того, стартапер в такому випадку працює із підрядниками на основі договорів та не зобов'язаний зараховувати їх в штат, сплачувати додаткові податки, що нараховуються на заробітну плату.

Але суттєвим недоліком для підприємця – стартапера є те, що, якщо проект фейлиться, то стартапер відповідає за борги усім своїм майном. Хоча, якщо Ваш проект існує лише у формі ідеї, який тільки перетворюється в продукт, то краще все ж зупинитись саме на реєстрації ФОП.

Тож, для створення стартапера – підприємця необхідно визначитись лише з питанням системи оподаткування, виходячи із планованої дохідності стартап-проекту, з печаткою працювати чи без, основними напрямками стартапу. Власне, і все. Далі безпосередня реєстрація в державному органі Вашого стартапу шляхом подачі відповідної реєстраційної заяви.

Стартапери з досвідом знають, стартап – не стартап, якщо він не зареєстрований, адже саме легітимність його існування дозволить захищати Ваші ідеї та труди. Інакше стартап – це просто ні ким не визнана та не захищена творча діяльність.

11. Патентування стартапів

Захист від конкурентів має на увазі монополізацію своїх прав на технічні або графічні рішення стартапу, які є його «ядром» і забезпечують його індивідуальність і життєздатність. Тому комерціалізації передують розробка грамотної ІР-стратегії (Intellectual Property – інтелектуальна власність), де стартап розглядається як набір об'єктів інтелектуальної власності.

Отримання патентів на технологію або продукт є невід'ємною частиною комерціалізації стартапу. При цьому патенти виступають як гарантією збереження ваших прав, як і способом захисту від патентного троллінгу (патентний троль – фізична або юридична особа, що спеціалізується на пред'явленні патентних позовів), здатного погубити навіть зовні міцний і життєздатний стартап.

Патентний пошук, що проводиться на найпершому етапі патентування, може вберегти вас від порушення вже існуючих патентів, про які ви могли не знати, вважаючи свою ідею унікальною. Вчасно внесені в ваш проект незначні зміни на ранній стадії допоможуть уникнути його краху в подальшому, так як в принципі, будь-який патент можна обійти, видозмінивши захищені ознаки патентної формули.

У разі, якщо ваш стартап НЕ функціонуватиме за рахунок самофінансування, а передбачає пошук інвесторів, наявність патентів додасть ваги і серйозність вашому стартапу в очах інвестора і знизить ваші ризики і страхи щодо несумлінних дій з боку інвестора.

Перерахуємо переваги патентування стартапів:

1. Захист вашої технології або продукту від копіювання та комерційного відтворення конкурентами.

2. Зниження ризику патентного троллінгу.

3. Можливість передачі прав третім особам (ліцензії, переуступка прав).

4. Полегшує пошук інвесторів і регулює взаємини з ними.

Патентується не ідея, а продукт, процес або нове застосування відомого продукту чи процесу. Щоб прийняти рішення про необхідність патентування вашого стартапу, потрібно зважити всі «за» і «проти», прорахувати витрати на патентне супроводження протягом всього терміну дії патенту і порівняти це з потенційним доходом від ліцензій і конкурентними погрозами.

12. Методика перевірки життєздатності стартапа

Перед тим як метод бережливого стартапу (Lean startup) став популярний, існував усталений стереотип, що перше, що повинен зробити засновник, – це скласти бізнес-план – статистичний документ, що описує масштаби можливостей, проблеми, які необхідно вирішити, і рішення, яке надасть нове підприємство. Як правило, він включає в себе п'ятирічний прогноз по доходах, прибутку і грошовому потоку. По суті, бізнес-план є дослідженням, написаним на самоті за столом ще перед тим, як підприємець почав створювати свій продукт. Передбачається, що можливо обчислити більшість підводних каменів бізнесу, перш ніж зібрати гроші і фактично реалізувати цю ідею.

Після того, як підприємець з переконливим бізнес-планом отримує гроші від інвесторів, він починає розробляти продукт в аналогічному ізольованому стилі. І дуже часто, після декількох місяців або навіть років розробок, підприємці дізнаються на власному гіркому досвіді, що клієнти не мають потреби або не хочуть більшість функцій їхнього продукту.

Через десятиліття спостережень за тим, як тисячі стартапів слідуєть одному і тому ж сценарію, ми усвідомили, щонайменше, три речі, які лягли в основу **методології Lean startup**:

1. Бізнес плани рідко виживають після першої зустрічі зі споживачем. Боксер Майк Тайсон одного разу так сказав про передматчеві стратегії своїх опонентів: «У кожного є план, поки він не отримав удар в щелепу».

2. Нікому, крім венчурних компаній і Радянського Союзу не потрібні п'ятирічні плани, що пророкують повну невідомість. Ці плани, як правило, фікція, і втілення їх в життя – це майже завжди порожня трата часу.

3. Стартапи – це не зменшена версія великих компаній. Вони не розвиваються відповідно до генерального плану. Ті, хто в кінцевому підсумку досягне успіху, швидко переходять від однієї невдачі до іншої, при цьому адаптують, заново переглядають і покращують свої початкові ідеї, тому що вони постійно чогось вчаться у своїх споживачів.

Поки існуючі компанії реалізують бізнес-модель, стартапи шукають свою. Дана відмінність лежить в основі підходу бережливого стартапу (Lean startup). Воно формує термін *«ощадливий» стартап*: тимчасова організація, призначена для пошуку повторюваної і масштабованої бізнес-моделі.

Три ключові принципи Lean startup (бережливого стартапу):

По-перше, замість того, щоб витратити місяці на планування і дослідження, підприємці визнають, що все, що у них є на сьогоднішній день – це серія неперевіраних гіпотез, в основному, хороших здогадок. Тому замість написання складних бізнес-планів, підприємці узагальнюють свої гіпотези в рамках так званої канви бізнес-моделі. По суті, це схематичне зображення того, як компанія створює цінність для себе і своїх клієнтів.

По-друге, для перевірки своїх гіпотез ошадливі стартапи застосовують підхід – «вийди за межі офісу», який інколи називають підходом, спрямованим на розвиток клієнтів. Вони виходять і просять своїх потенційних користувачів, покупців і партнерів дати зворотний зв'язок щодо всіх елементів бізнес-моделі, включаючи характеристики продукту, ціни, канали збуту і доступні стратегії із залучення споживачів. Наголос робиться на кмітливість і швидкість: нові підприємства швидко створюють мінімальні життєздатні продукти і відразу ж збирають зворотний зв'язок із замовниками. Потім, враховуючи зауваження споживачів для перегляду своїх припущень, вони починають цикл заново, тестуючи змінений варіант і вносячи невеликі коректування (ітерації), або більш значущі (розворотні) коригування до тих ідей, які не працюють.

По-третє, ошадливі стартапи практикують те, що називається гнучкою розробкою, яка була вперше застосована при розробці програмного забезпечення. Гнучка розробка працює рука об руку з розвитком клієнтів. На відміну від типових річних циклів розробки продукту, які припускають наявність знань про проблеми клієнтів і потребах продукту, гнучка розробка виключає втрату часу і ресурсів шляхом повторної та покрокової розробки продукту. Це процес, при якому стартапи створюють мінімальні життєздатні продукти, які вони потім тестують.

13. Покрокова схема створення стартапу з нуля

Єдиного рецепту, за яким створюються успішні стартапи в сучасному світі, немає. Однак можна простежити певні закономірності і визначити послідовність кроків, а також ряд принципів, дотримуючись яких можна досягти успіху. Так виділяють наступні правила:

1. **Підприємці – всюди.** Необов'язково сидіти в гаражі або в кімнатці гуртожитку, щоб створити свій стартап. Це означає, що стартап застосуємо для будь-якої галузі, для компаній будь-якого розміру, в тому числі на дуже великих підприємствах. Підприємцем є будь-який, у кого є стартап – створене підприємство, що займається розробкою товарів і послуг.

2. **Підприємництво – це одна з форм менеджменту.** Стартап – це не тільки продукт. Це, перш за все, підприємство, для якого необхідно розробити менеджмент нового типу. Він повинен бути адаптований до умов невизначеності, в яких існує, власне, стартап.

3. **Підтвердження фактами свого бачення стартапу.** Виробництво товарів, отримання прибутку і обслуговування клієнтів – це далеко не всі сфери діяльності, якими

повинен обмежуватися стартап. Слід вчитися побудові життєздатного бізнесу. Використовуючи науковий підхід, постійно експериментуючи і перевіряючи на практиці будь-яку складову свого бачення бізнесу, можна купувати безцінні знання в цьому напрямку.

4. Здійснення циклу «створив – оцінив – навчився». Завдання стартапу – перетворення ідеї в продукт, оцінка реакції споживачів і, нарешті, прийняття рішення про те, чи варто рухатися наміченим курсом або зробити віраж. Отримання зворотного зв'язку від споживача, і якомога швидше – ось те, на що повинні бути спрямовані всі процеси стартапу.

5. Облік і оцінка інновацій. Показники, за якими слід оцінювати успіх, розстановка пріоритетів бізнесу і «контрольних точок». Облік цих «нудних» подробиць сприятиме поліпшенню стартапа і підтримці відповідальності розробників інновацій.

Цим ключовим правилам слідує такі компанії, як Toyota, Google, Facebook, і вони ефективні для будь-якого виду бізнесу. Адже «бізнес – занадто важлива справа, щоб покладатися на удачу» (Скотт Кук, компанія Intuit).

Кілька загальних рекомендацій, які допоможуть домогтися висот:

- професіоналізм і компетентність команди. Якщо керівництво має лише мінімальні уявлення про продукт, що просувається або не розбирається в питанні зовсім, ідея приречена на провал;

- інноваційність і привабливість для аудиторії. Стартап повинен виділятися серед тисячі тривіальних і нічим не примітних компаній;

- грамотне просування: піар, публікації в ЗМІ, розкрутка в Інтернеті. Без цього цільова аудиторія швидко забуде про компанію або зовсім про неї не дізнається;

- згуртований колектив. Постійні розбіжності і конфлікти всередині команди приведуть до швидкого закриття проекту;

- високий рівень підготовки. Перед запуском проекту необхідно врахувати кожен нюанс і пропрацювати будь-яку деталь. Всілякі прогалини заявлять про себе, що обов'язково позначиться на привабливості продукту для спонсорів і цільової аудиторії;

- залучення спонсорів та пошук інвесторів для стартапу. Без належної фінансової підтримки стартап не розвиватиметься і не зможе завоювати цільову аудиторію.

- молодість стартаперів (середній вік стартаперів за статистикою – двадцять п'ять років), їх захопленість ідеєю і справою, ну і звичайно наполеглива праця (так як їм потрібен тільки успіх, вони працюють за принципом: або все – або нічого, або пан – або пропав).

Не варто забувати про наполегливу працю, без якого просто неможливо домогтися успіху, особливо новачкам. Навіть при наявності цікавої та актуальної ідеї для стартапу, доведеться витратити чимало часу, коштів і сил на пошук оптимальних шляхів для її реалізації, розробку і планування проекту, налагодження зв'язків. Тому в якості засновника проекту часто виступає не одна людина, а кілька компаньйонів, кожен з яких виконує свою функцію.

На сьогоднішній день історія розвитку стартапів як форм організації підприємницької діяльності дозволяє, крім перерахованих вище правил, схем і принципів створення і успішного функціонування стартапов, виділити і ряд помилок, з якими часто стикаються стартаперів та знання яких може уберегти початківців від можливих провалів.

Серед інших виділяють наступні **типові помилки стартаперів:**

1. Невдала команда.

2. Занадто вузький фокус проекту.

Фундаментальна проблема стартапів – відсутність бізнес-моделі, яку можна масштабувати. Стартапи не намагаються створити компанію, вони створюють певну функцію або гаджет. Вони вирішують певну дрібну, незначну проблему.

3. Віра в виживання без інвестицій.

Багато дрібних і середніх бізнесів переконані в тому, що зможуть вижити на ринку не залучаючи інвестицій. Але якщо ви подивитеся на успішні технологічні компанії, то виявите, що не існує ніякої, в якій основна частина акцій належала б засновнику. Цукербергу належить всього 20% акцій Facebook, Біллу Гейтсу – приблизно стільки ж акцій Microsoft.

4. Проблеми презентації проекту.
5. Відсутність довгострокового планування.
6. Недооцінка конкуренції.

Стартапи не думають про конкуренцію. Але якщо у вас немає конкурентів, значить у вас немає і ринку. Недооцінка конкуренції – не тільки причина провалу багатьох бізнесів, а й пояснення, чому більшість команд не можуть залучити інвестиції. Вони не можуть чітко пояснити, що особливого вони пропонують.

7. Занадто широкий фокус.

Деякі проекти презентують себе, як панацею від усіх бід, розраховуючи захопити ринок, який буде обслуговувати всіх користувачів і співпрацювати з усіма партнерами. Суть же полягає в тому, щоб знайти дуже специфічну вузьку нішу, яка дозволить масштабувати бізнес в майбутньому.

8. Невміння працювати з інвесторами.
9. Внутрішній розбрат в команді.
10. Небажання звертатися за допомогою.
11. Неготовність довго і наполегливо працювати.
12. Перевитрата грошей.

Ще одна причина смерті стартапів – вони перестають звертати увагу на обіг готівки. Дуже великий відсоток засновників, здаються розумними людьми, після отримання грошей витрачають витрати в 2-5 разів. І бізнес вмирає як тільки у нього закінчуються гроші.

14. ТОП-10 порад успішних стартаперів початківцям

1. Не шукайте ідеї – вирішуйте проблеми!

Ідея завжди народжується з проблеми, з якою сам стикаєшся. Рішення абсолютно чужих проблем зазвичай виходить мертвонародженим і надуманим. Найчастіше це робочі проблеми, тому більшість підприємців організують свій бізнес в тій сфері, де вони вже працюють. Але іноді є особиста потреба з чимось впоратися, а відповідного рішення на ринку немає, і тоді робиш свій проект.

2. Шукайте ідеї серед своїх захоплень, під час подорожей по світу, коли спілкуєтесь з людьми, під час роботи!

Пошук ідеї не повинен обмежуватися пошуком чогось революційно нового. Це цілком може бути додаткова можливість до існуючого бізнесу, поліпшення якогось процесу бізнесу, свіжий погляд на конкретну галузь / бізнес-модель / підхід. Потрібно постійно шукати відповіді на запитання: «А чому б не ...?». А чому б не відкрити гіпермаркет у невеликому містечку, як це зробив Wall Mart, і не перевернути світ рітейлу? Шукайте ідеї серед своїх власних проблем, серед того, що вас не влаштовує, серед своїх хобі та захоплень, під час подорожей по світу, під час спілкування з іншими людьми, під час роботи.

3. Беріть і робіть!

Пошук ідеї для стартапу – це така ж ілюзія, як і «пошук натхнення» або «пошук музи» – виправдання звичайної прокрастинації. Великі письменники і художники часто не шукають муз, а щодня з 9 ранку до 9 вечора працюють. Так і підприємець – має «брати і робити».

4. Робіть людей щасливими!

Загалом, мені потрібно було щось, що буде за мене сканувати новини з соцмереж і блогів і показувати тільки реально цікавий контент. Ми дослідили і з'ясували, що таких нещасних ще мінімум 150 мільйонів, і почали робити.

5. Зробити проект для себе – це неправильний мотиватор!

Бажання зробити проект для себе – це дуже неправильний мотиватор для створення бізнесу. Тому що твої звички і очікування – це не звички і очікування мільйона, а тільки твої. І більшість таких проектів закінчується нічим. Більше шансів на успіх у тих проектах, де підприємець виходить з іншого посилю: я фахівець на цьому ринку, я бачу тут бізнес-можливість, бачу рух грошей з пункту А в пункт В через пункт С. І знаю, як оптимізувати все це, наприклад, минаючи пункт С. Тобто коли підприємець бачить якусь можливість на ринку, будучи залученим в цей ринок, і знає найкраще рішення якоїсь проблеми, він може зробити так, щоб інші економили час та / або заробляли більше. Саме такі проекти мають більший шанс на виживання.

6. Перш ніж почати, наберіться досвіду, працюючи у великій компанії з налагодженими процесами і професіоналами

Рекомендується спочатку набратися досвіду, працюючи у великій компанії з налагодженими процесами і сформованими професіоналами, а потім отриманий багаж знань і зв'язків використовувати в своїй справі.

7. Ніколи не втрачайте віру в себе!

Перше – ніколи не втрачайте віру в себе, незважаючи ні на що і ні на кого. Друге – починайте прямо зараз, не відкладайте. Третє – робіть те, від чого ви отримуєте задоволення.

8. Багатство ідей лежить в нашому повсякденному житті

У нашій країні дуже багато робиться на папірцях. Ви можете влізти в будь-яку сферу, щоб зрозуміти, що тут ціле море для автоматизації яких завгодно процесів. Проект з розкладом вузів на мобільних пристроях – якраз такий. Ви давно бували, наприклад, в поліклініці? Зайдіть і подивіться: там на десять років стартапів вистачить. У вузах – ще на десять років. У ЖКГ вже багато умільців, а й там років на п'ять знайдеться. Багато хто намагається створити чергове творіння в стилі Foursquare, але «з купонами на знижку», в той час як багатство ідей лежить в їх повсякденному житті.

9. Знайте, що ви будете витратити на стартап весь свій вільний час, інакше краще не починати

Це має бути те, що буде приносити задоволення. Починаючи робити стартап, ви повинні розуміти, що будете витратити на нього весь свій вільний час, інакше краще не починати. А якщо так, то повірте: краще, щоб це вам подобалося. Крім того, постарайтеся відповісти собі на питання, наскільки добре ви розбираєтеся в тому, що збираєтеся робити. Чи є у вас необхідні знання та вміння на конкретному ринку, щоб зробити успішний стартап? Чи є ви експертом ринку або людиною, яка гостро відчуває цю проблему? Оцініть бізнес-складові ідеї і ринку. Як і коли ви будете заробляти, яка буде маржинальність? Коли може бути вихід на самоокупність? Який розмір ринку? Скільки у вас конкурентів на ринку? Хто ще і як вирішує ту ж проблему?

10. Запуск стартапу – це вправа зі своїм его, подолання себе. І це – найголовніша внутрішня мотивація!

Запустити власний стартап – це певна вправа зі своїм его. Запитайте у альпіністів, навіщо вони підіймаються на високу вершину. Їх відповідь, швидше за все, буде приблизно такою: «Я хочу довести (собі, світу), що я це можу». Те ж відбувається і у підприємців. І це – найголовніша внутрішня мотивація. Якщо ж вам недостатньо внутрішнього двигуна і потрібні зовнішні герої, дивіться на такі книжкові приклади, як Ларрі Пейдж, Сергій Брін, Ендрю Мейсон, Рід Хофман та інші. Одна з ключових помилок серед стартап-підприємців – один раз спробували, не вийшло, кинули. Більшість людей відрізають можливості свого успіху тільки тому, що у них не вистачає завзятості. Зрозумійте, не ми ходимо навколо грошей, а гроші ходять навколо нас. Потрібно вміти бачити можливості, які нас оточують – це і є основа підприємництва. З цим умінням не народжуються, його

розвивають. Отже, дивіться навколо, аналізуйте і навколишнє середовище вам підкаже, де є можливість саме для вас.

ЛИТЕРАТУРА

1. Адигамов Б., Трошина О. Денежный поток из Интернета. Москва : Кладезь, 2014. 256 с.
2. Бланк С., Дорф Б. Стартап: настольная книга основателя. Москва : Альпина Паблишер, 2015. 345 с.
3. Источники финансирования украинских стартапов URL: https://inventure.com.ua/news/ukraine/istochniki_finansirovaniya_ukrainskih_startapov
4. Канципа А. Как запатентовать стартап в Украины. URL: <http://www.inventa.ua/ru/kak-zapatentovat-startup/>
5. Клименко Раиса. Финансовый зоопарк: опасность прыжка дохлой кошки и разница между медвежьим и бычьим рынком. URL: <https://psm7.com/fintech/finansovyy-zoopark.html>
6. Курченко О. О. Становлення та розвиток стартапів в Україні: проблеми та шляхи вирішення. *Український соціум*. 2016. № 2 (57). С. 80-87.
7. Мощинська С. В. Організаційно-правові форми стартапів в Україні. URL: <https://www.businesslaw.org.ua/organizaciino-pravovi-formy-startapiv/>
8. Музиченко Г. В. Стартап як сучасна форма підприємництва. В книзі: Менеджмент підприємницької діяльності : навч. посіб. для професійної підготовки військовослужбовців ЗС України, звільнених у запас. Проект «Україна-Норвегія». Вип. 2, 2016. Одеса : ТОВ «Плутон плюс». 2016. С. 85-97.
9. Музиченко Г. В. Стартап від А до Я. В книзі: Менеджмент підприємницької діяльності : навч. посіб. для професійної підготовки військовослужбовців ЗС України, звільнених у запас. Проект «Україна-Норвегія». Вип. 4, 2017. Одеса : ТОВ «Плутон плюс». 2017. С. 144-158
10. Музиченко Г. В., Зайченко К. С., Гайдаєнко М. О. Формування ринку стартапів в Україні. В зб.: Сучасна українська держава: вектори розвитку та шляхи мобілізації ресурсів : матеріали Третьої Всеукраїнської науково-практичної конференції, м. Одеса, 11-12 травня 2018 року. Одеса: ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського», Центр соціально-політичних досліджень «Politicus», 2018. – С. 73-77.
11. Підгайна Є. Рейтинг українських стартапів – 2020: кому вдалося здобути найбільший обсяг інвестицій і яким проектам підвищити оборот допомогла саме пандемія. URL: <https://mind.ua/publications/20219740-rejting-ukrayinskih-startapiv-2020-komu-vidalosya-zdobuti-najbilshij-obsyag-investicij>
12. Проверка стартап-идеи на прочность: Lean startup / Бережливый стартап. URL: <https://inventure.com.ua/news/world/proverka-startap-idei-na-prochnost-lean-startup-berezhlivyj-startap#sthash.EpS9XRvt.dpuf>
13. Рынок стартапов в Украине. URL: <http://etenjoy.pp.ua/?p=970>
14. Рис Э. Бизнес с нуля. Метод Lean Startup для быстрого тестирования идей и выбора бизнес-модели. Москва : Альпина Паблишер, 2014. 346 с.
15. Сафронов И. 10 советов будущим стартаперам. URL: <https://biggggidea.com/practices/1141/>
16. Тіль П. Від нуля до одиниці! Нотатки про стартапи, або як створити майбутнє. Київ : Наш формат, 2015. 232 с.
17. Финансирование стартапов. URL: <http://usbusiness-visa.com/biznes-v-usa/vedenie-bisnesa-v-usa/finansirovanie-startapov>
18. Aileen Lee. Welcome to the Unicorn Club: Learning from Billion-Dollar Startups. URL: <https://techcrunch.com/2013/11/02/welcome-to-the-unicorn-club/>