

**Калюжна А.В., магістрант**  
**Ничипорчук Д.О., магістрант**  
**Науковий керівник: к.е.н., доц. Вигівська І.М.**  
доцент кафедри інформаційних систем в управлінні та обліку,  
*Державний університет «Житомирська політехніка»*

## **Стартап як ризиковий вид інноваційної діяльності: облікові аспекти**

У сучасному світі все частіше можна почути слово «стартап». У цій формі було створено багато відомих компаній, які згодом стали гігантами ринку. Сьогодні їх імена відомі у всьому світі – Google, Amazon, Facebook та інші.

Термін «стартап» прийшов в українську мову з англомовних країн, де він давно використовується. Прийшовши із Заходу, це явище дуже швидко поширилося в практиці ділового середовища. Сьогодні, стартапи все частіше ототожнюються не тільки з областю високих технологій, але і з будь-яким початком бізнесу.

В даний час сотні компаній підлягають множинній класифікації за різними ознаками – це може бути природа ринку, поведінкова стратегія чи ступінь знань. Так чи інакше, всі вони проходять низку послідовних етапів розвитку, починаючи від зародження бізнес-ідеї і закінчуючи інтеграцією на ринку та подальшим розвитком. Для кожного з них характерні певні завдання.

У загальному розумінні стартап – це будь-який молодий бізнес, який починається з нуля. У визначенні, запропонованому Е. Райсом, стартап слід розуміти як новостворену організацію, яка займається розробкою нових товарів або послуг в умовах крайньої невизначеності. Згідно з іншим підходом, стартап – це тимчасова структура, яка створюється для пошуку відтворюваної, масштабованої та вигідної бізнес-моделі.

Деякі ототожнюють стартап із тимчасовою організацією, яка працює з високим ризиком і має на меті масштабування та подальшу трансформацію у велику корпорацію. Інші вважають, що стартапи – це нещодавно створені компанії, які перебувають на стадії розробки та будують свій бізнес на основі будь-яких нових інноваційних ідей або нових технологій. А треті загалом і повністю визначають стартапи як початковий етап формування інноваційного підприємства.

Сьогодні, в Україні створення стартапів у більшості випадків передбачає впровадження будь-якого ноу-хау, а самі стартапи часто асоціюються з венчурними проектами.

Сотні компаній найчастіше можна знайти у високотехнологічних галузях, і вони базуються на будь-яких інноваційних рішеннях. Все частіше поняття стартапу застосовується до всіх започаткованих з нуля компаній. Стартапи засновані на базі підприємництва, тому всі вони є дуже ризикованими та потребують певних вкладень.

Основними характеристиками стартапів є: інновації; надшвидкі темпи розвитку; високий ризик банкрутства.

По суті, стартап може бути повноцінним бізнесом. Певною мірою кожен стартапер – це підприємець, але за типом занять стартапер може бути інженером, економістом, дизайнером тощо.

Основною причиною створення, успішного розвитку та подальшого існування стартапів є повільність і незграбність великих корпорацій, які успішно використовують існуючі продукти і практично не займаються розробкою та створенням нових. У таких умовах високотехнологічні стартапи цілком здатні конкурувати з великим бізнесом.

Безпосередньо в умовах української дійсності розвиток та популяризація стартап-проектів сприяє розвитку та збільшенню кількості венчурних фондів, а також збільшення інвестиційних потоків у країні.

Реалізація стартапів грає величезну роль в інноваційному розвитку Росії. Вони благодійно шукають досягнення збалансованості національної економіки, а також виступають у ролі необхідного фактора розвитку інноваційної направленості всього господарського комплексу в цілому.

На даний момент стартапи в Україні набирають неймовірну популярність. При цьому вони охоплюють різні сфери діяльності, починаючи від Інтернет-стартапів та закінчуючи інноваційними розробками у сфері виробництва та енергоефективності.

Визначення ролі в успішності будь-якого стартапа зазвичай визначається його бізнес-ідеєю. Вона зобов'язана бути затребуваною з боку ринку, щоб якийсь продукт (послуга) повинен надавати реальний або потенційний попит. Якщо ідея стартапу визначена невдало – в такому випадку успішність його реалізації є доволі сумнівною.

Бізнес-ідея – це специфічний продукт інтелектуальної діяльності підприємця, відносно завершеного результату його творчості. Основні етапи її формування формують: зародження; первинна експертна оцінка; аналіз ринку; розрахунок затрат на її здійснення; вторинна експертна оцінка; прийняття підприємницького рішення та підготовка до практичної реалізації.

Розробка підприємницької стартап-ідеї вимагає глибокого маркетингової опрацювання, пов'язаного з вивченням зовнішнього середовища, аналізом кон'юнктури ринку, оцінкою споживачів та конкурентів. Від успішності вибору стартап-ідеї, в кінцевому рахунку, буде залежати подальший розвиток всього бізнесу в цілому.

Крім цього, успіху реалізації стартапів сприяє захопленість стартаперів бізнес-ідеєю, їх енергійність і наполегливість. Не менш важливу роль відіграє командний склад. Це означає, що члени команди повинні володіти необхідними для запуску стартапу компетенціями, а їхні професійні та особистісні якості повинні доповнюватися один одним. Нарешті, важлива роль у розвитку стартапів відводиться фінансам.

Кожен стартап пов'язаний з високим рівнем ризику. За статистикою, понад 90% всіх стартапів перестають існувати. При цьому основною причиною краху часто виступає не ринкова конкуренція, а самознищення.

За статистикою найбільш частою причиною провалу на стадії стартапу виступає зовсім не брак фінансових ресурсів, а вирішення неіснуючих проблем. Також істотну роль в загибелі стартапів грає невірний склад команди проекту, високий рівень конкуренції в галузі і невірна цінова політика.

Понад 70% новостворених стартапів вже в перший рік припиняють свою діяльність. При цьому більшість провалів пов'язують із некомпетентністю самих засновників стартаперів. Зокрема мова йде про: нестачу у стартаперів знань в області ціноутворення; несвочасність здійснення податкових виплат і відрахувань; неграмотне планування; слабку підкованість в економіці та ін.

Близько 1/3 всіх провалів пов'язують з відсутністю досвіду управління, ще близько 11% обумовлено погано налагодженими каналами збуту.

Таким чином, до числа основних ризиків стартапів відносяться: користувацькі ризики; продуктові ризики; фінансові ризики; ризики бізнес-моделі; ризики команди. Як показує аналіз ринку, на сьогоднішній день основною проблемою розвитку українських стартапів виступає нестача фінансування і труднощі із залученням коштів для розвитку.

Найчастіше венчурні інвестори і члени комісій за день переглядають по кілька десятків проектів. Тому, наскільки яскравим і успішним буде їх перше враження про проект, тому, наскільки аргументовано буде представлена його суть і перспективи розвитку багато в чому залежить рішення інвесторів. На жаль, в реальній практиці інноватори далеко не завжди здатні привернути увагу інвесторів.

Не менш важливу роль в процесі подання стартап проекту відіграє вміння вибудувати правильні взаємовідносини з інвестором, вкрай важливо говорити з ними, що називається, «на одній мові». Як правило, ідеї і пропозиції стартапера, зрозумілі лише їм, не фінансуються.

Так чи інакше, слід пам'ятати, що інвестиції в стартапи, особливо на ранній стадії їх розвитку, це інвестиції, в першу чергу, в людей. Для венчурних капіталістів важливо розуміти, наскільки життєздатна стартап-ідея, яка перспектива її реалізації, чи можна довіряти команді проекту та ін. В значно мірою від здатності стартапера зацікавити інвесторів в підтримці свого проекту залежить фінансування стартап-проекту, без якого його реалізація просто неможлива.

Як показує практика, стартаперів досить рідко показують грамотно підготовлені бізнес-плани в той час, як для інвесторів вкрай важливо побачити фінансові моделі проектів на термін від 3 до 5 років, що дозволяють оцінити «адекватність» команди стартапу, а також її вміння проводити розрахунки, адекватні реаліям сучасної економіки. Зрештою, окупність стартапу – одна з найважливіших умов його реалізації.

Ще однією досить поширеною помилкою стартаперів є те, що вони далеко не завжди тестують свою ідею на предмет її ринкової необхідності. В даному випадку мова йде про одержимість ідеєю проекту. Розробникам часто здається, що ідея стартапу є настільки успішною та вдалою, що вона обов'язково сподобається ринку і знайде свого споживача. Частими є, коли люди витрачають ресурси, час, гроші і створюють проект, який виявляється нікому не потрібним. Такі помилки роблять як молоді стартапери, так і цілком досвідчені підприємці, які маючи за плечима досвід, впевнені у своєму фінансовому чутті.

#### **Список використаних джерел:**

1. Грицак, О. С. Стартап як вид інноваційного бізнесу: обліковий вимір понятійного апарату. Науковий вісник Ужгородського ун-ту: серія: Економіка; зб. наук. пр. – Ужгород, 2019. – Вип. 2(54). – С.110-115.

2. Мельничук, Г.С., Марченко, О.І. Стартапи як особлива організаційна структура ринку інновацій. Формування ринкових відносин в Україні. 2017. № 2. С. 28-34. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/frvu\\_2017\\_2\\_8](http://nbuv.gov.ua/UJRN/frvu_2017_2_8)

3. Ries, E. (2011). The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses. URL: <https://www.amazon.com/Lean-Startup-Entrepreneurs-Continuous-Innovation/dp/0307887898>