

УДК 004.414

Мамутов Д.Ю.<sup>1</sup>, Зайко Т.А.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> студ. гр. КНТ-114м ЗНТУ

<sup>2</sup> канд. техн. наук, доц. ЗНТУ

## **ПРОБЛЕМИ ПІДГОТОВКИ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ STARTUP У СФЕРІ ІТ**

Стартап як форма малого підприємництва стала популярною у світі в першу чергу через зменшення бар'єрів входу в ринок, і вважається однією із наріжних складових інноваційної економіки, оскільки за рахунок мобільності, гнучкості та великої кількості стартап-проектів загальна маса інноваційних ідей зростає.

Основною причиною неуспішності більшості стартапів є неефективна стратегія інноваційної діяльності підприємства, та неефективний підбір відповідних маркетингових стратегій пропагування та впровадження інновацій. Запобігти цього можна якщо чітко структурувати процеси підготовки та реалізації стартапу. Загалом необхідні етапи розробки стартапу можна подати таким чином:

1. SEED – «посівна» стадія – на даній стадії існує лише ідея чи проект, компанія знаходиться в процесі формування, відбувається створення команди, проводяться маркетингові дослідження, визначається концепція

бізнесу, відбувається початковий збір фінансів, виконується створення прототипу.

2. STARTUP («стартап») – компанія щойно утворена, намагається організувати виробництво і вихід продукції на ринок, створюється команда, проводиться аналіз конкурентів, здійснюється пошук і залучення перших клієнтів на ринку, виконується перехід від прототипу до масштабованості продукту.

3. EARLY STAGE, EARLY GROWTH («раннє зростання») – компанія здійснює випуск і комерційну реалізацію готової продукції, хоча поки не має стійкого прибутку, відбувається збільшення кількості клієнтів, виконується пошук коштів на розвиток компанії, комплектується штатний персонал компанії

4. EXPANSION («розширення») – компанія займає певні позиції на ринку, стає прибутковою, відбувається розширення виробництва і збуту, проводяться додаткові маркетингові дослідження, відбувається збільшення капіталу і основних активів. На цьому етапі відбувається переорієнтація продукту на масового користувача.

5. MEZZANINE – «проміжна» стадія – на даній стадії для поліпшення короткострокових показників компанії залучають додаткові інвестиції, що збільшує її загальну капіталізацію.

6. EXIT («вихід») – етап розвитку компанії, на якому відбувається створення публічної компанії, продаж частки інвестора іншому стратегічному інвестору, первинне розміщення на фондовому ринку (IPO) або викуп менеджментом.

Аргументом на користь даного підходу є один з яскравих прикладів стартапів, що проходив подібний цикл – соціальна мережа Facebook. На етапі SEED у засновника була лише ідея створити щось подібне до студентського «facebook». На стадії STARTUP коли Цукерберг написав код нового веб-сайту, він запустив «Thefacebook». Спочатку доступ до сайту мали лише студенти Гарвардського коледжу, і протягом першого місяця зареєструвалася більш ніж половина студентів Гарварду. На стадії EARLY STAGE, EARLY GROWTH до Цукерберга приєдналися Дастін Московіц (програміст), Едуардо Саверін (бізнес-менеджер), Ендрю Мак-Коллум (графічний дизайнер) та Кріс Хьюз, щоб допомогти у просуванні веб-сайту. Згодом він відкрився для студентів інших університетів Ліги Плюща, і поступово для більшості університетів США та Канади. На стадії EXPANSION влітку 2004 року було засновано компанію «Facebook». У червні 2004 року вона отримала першу інвестицію від співзасновника системи PayPal Пітера. В останню стадію EXIT соціальна мережа увійшла 18 травня 2012 розмістивши свої акції в рамках IPO.

На даному етапі розвитку підприємництва в сфері інформаційних технологій спостерігається значне піднесення у розвитку українських стартапів, які досить швидко розвиваються і мають багато користувачів. Однак мала зацікавленість держави в сучасних інноваційних проєктах змушує молоді ІТ-компанії співпрацювати з іноземними інвесторами, які допомагають втілити проєкти в життя та стати конкурентоспроможними. Саме тому, необхідно сприяти ефективному функціонуванню стартапів в Україні, створювати механізми для підвищення результативності їхньої діяльності на вітчизняному ринку та визнання значущості інноваційних технологій для успішного розвитку українських підприємств.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. От идеи к реализации: 12 этапов проектирования стартапа [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://kontur.ru/articles/1493>.
2. Дрейпер. У. Стартапы: профессиональные игры Кремниевой долины [Текст] / У. Дрейпер; предисловие Э. Шмидта; пер. с англ. В. Егорова. – Москва: Эксмо, 2012. – 378 с.