

УДК 331.1

ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ СТАРТАП-КОМПАНИЙ

79

Бизнес-образование в экономике знаний

№ 1 • 2024

В данной статье рассматривается понятие «стартап-компания» как молодая и быстро развивающаяся компания, в основе которой лежит инновационная бизнес-идея или технология. Рассмотрены основные этапы запуска нового продукта или услуги на рынок. Представлены различные способы финансирования таких проектов.

Ключевые слова: стартап-компания, идея, продукт, рынок, жизненный цикл, финансирование, быстрорастущий, потребность

На данный момент стартап-компания являются молодым и быстрорастущим бизнесом, основной целью которого является удовлетворить потребности рынка с помощью разработок и предложения инновационного продукта, процесса или услуги. Огромную роль в обществе играют предпринимательство и инновационные идеи и в наши дни их популярность набирает новые обороты, что привело к созданию новой культуры, во главе которой находятся стартап-компании. Такие компании оказывают огромное влияние на современный мир, так как оказывают влияние на бизнес-модели и создают новые потребности.

Но дать четкое определение стартап-компаниям очень сложно, каждый специалист трактует понятие по-разному. В других странах данное определение также является размытым, например, в США их описывают как компании с ограниченной историей функционирования, находящиеся на этапе разработки и поиска рынка. В Индии в определении стартап-компаний заложено три важные характеристики: возраст — менее 5 лет со дня создания; оборот за последние пять лет не более 4 миллионов долларов и цели — инновация, разработка и внедрение новых продуктов и услуг на рынок.

Во многих определениях говорится о цели таких проектов: работа над проблемой, решение, которой не так очевидно и успех проделанной работы не всегда гарантирован. Существует и более короткая формулировка: «стартап — быстрый рост». Все это указывает на то, что определенных критериев и характеристик для стартап компаний на данный момент нет.

Далее рассмотрим классификацию стартап-компаний. Самая часто-используемая классификация завязана на наукоемкости компании:

- стартапы, которые базируются на высоких технологиях. Это бизнес, который ориентирован на научные открытия и требующий серьезное финансирование. Такой вид компаний имеет большой потенциал, но с высоким риском неудачи;
- традиционные стартапы. Данный вид бизнеса базируется на продуктах или услугах, которые просты в реализации со стороны технологий. Потенциал роста таких компаний часто ограничен, но начальные инвестиции зачастую частично или полностью покрывается за счет личных средств основателей компании.

Следующая классификация основана на особенностях продукта и рынка сбыта:

- успешные копии. К данному подвиду относят большую часть российских проектов, которые частично или полностью являются клонами успешных зарубежных компаний, но с применением незначительной адаптации к условиям нашего рынка;
- агрессивные пришельцы. Данный подвид объединяет стартапы, которые ориентированы на захват определенного сегмента рынка и на изгнание конкурента;
- темные лошадки. К данному виду относят стартапы, перспектива которых неясна из-за новаторства. Создатели таких компаний с одной стороны идут на большой риск, делая попытку продвигать такие товары, но с другой стороны в случае успеха продвигаемого продукта гарантирована колоссальная прибыль.

Стартап-компания имеют свой жизненный цикл, состоящий из пяти этапов, которые тесно связаны с решением о жизнеспособности и финансировании того или иного проекта.

Этап разработки. В основе первого этапа лежит поиск идеи бизнеса и разработка технических способов реализации. Инициаторы проводят анализ рынка, клиентов и опираясь на полученные результаты составляет бизнес-план и формирует техническое задание. Далее команда создает прототип продукта и занимается его тестирование. Каждый тест добавляет новые модификации продукту, собираются отзывы и изучается спрос. Также на данном этапе инициативная команда занимается поиском источника финансирования. И последний пункт является одним из важнейших так как дальнейшие этапы могут оказаться очень затратными и при этом не приносить дохода;

Этап запуска. После прохождения продуктом всех тестирований и планирований наступает следующий этап — выход на рынок. Этот этап является наиболее рискованным, потому что новый продукт уязвим перед опытными конкурентами, занимающимися похожими продуктами и услугами. Более того, на данном этапе ошибки, незамеченные при разработке продукта и его подготовки к запуску часто не могут быть решены за короткий промежуток времени из-за увеличения масштабов деятельности компании. На этой стадии стартап команда больше похожа на действующую компанию, уже оформленную как юридическое

лицо, и складывается представление о том, какие люди должны дополнить команду компании;

Этап Роста. На данном этапе компания, показавшая свою конкурентоспособность в прошлом, занимает определенную, часто нестабильную часть рынка, на которую ориентировались основатели стартапа. Рискованность на данном этапе резко падает, проект достигает точки безубыточности и начинает приносить создателям и инвесторам прибыль;

Этап расширения. На данном этапе компания достигает целей, обозначенных при первоначальном планировании, и будучи узнаваемой на действующем рынке, пытается найти способы расширения для проникновения в другие сферы к большому числу потребителей. Это может достигаться как за счет внедрения новых идей, так и за счет модификации старых;

Этап выхода. На данном этапе компания достигает пика своего развития, и перед основателями и инвесторами стоит вопрос о дальнейшей экспансии или же выходе из бизнеса. Также, в течение данного периода часто происходит смена руководства компании, так как возникающие вызовы требуют нового и более опытного взгляда на управление.

Также существует еще один подход, который выделяет три этапа развития стартап-компаний. Первый этап «Problem», который подразумевает анализ наличия проблемы на рынке, требующей решения. И в данном этапе идея — не самый важный элемент, фокус смещен на ее имплементацию. Происходит процесс согласования проблемы и предложенного решения, кроме этого, требуется исследование, приводящееся для выявления потребностей и выяснения, что действительно будет использовать потребитель и за что он будет готов заплатить.

Следующий этап — Market Fit, нужен для ответа на вопрос «Реализованная идея — это то, что нужно потребителю?». После первого этапа, в котором мы выяснили существование проблемы, цель ее решения и возможность полного или частичного ее решения. На следующем этапе происходит тестирования продукта и анализ различных показателей для определения степени решения конкретных проблем клиентов.

Третий этап — Scale отвечает за рост стартап-компания, увеличение штата сотрудников, доли рынка и доходов. По мнению автора данной теории идеальным временем для поиска инвестиционных денежных средств является период после второго этапа и перед началом третьего, потому что на этом промежутке рынок протестирован и определен потенциал будущего роста.

Также существует теория, созданная Мармером, Херманн и Берманн, предполагающая шесть полноценных этапов развития стартап-компаний. И в данном случае первый этап — открытие, на нем происходит проверка есть ли смысл решать данную проблему, будут ли заинтересованные стороны

использовать решения, которые стартап планирует разрабатывать.

Фаза номер два — Валидация, на этом этапе происходит подтверждение заинтересованности пользователей в существующем продукте или услуге.

Следующий шаг — Эффективность, на нем происходит расширение бизнес-модели компании и происходит увеличение числа пользователей.

Этапом номер четыре является расширение, предполагающий рост компаний, увеличение доли рынка и доходов. Пятым этапом происходит максимизация прибыли и шестым обновление стартап-компания или снижения. После прохождения всех шести этапов компания перестает быть стартапом и становится высокоприбыльной компанией.

Далее рассмотрим процесс финансирования стартапов, он отличается от финансирования крупного или среднего бизнеса. Зачастую крупные компании привлекают денежные средства за счет заемных инструментов, например, краткосрочные и долгосрочные банковские кредиты, облигационные займы или лизинг. Новые предприятия сталкиваются с большими трудностями при привлечении капитала. Стартап не имеет предшествующей финансовой истории, а следовательно, отсутствует и репутация. Новые компании могут оказаться не в состоянии получить желаемое финансирование, если у основателей нет активов, подходящих в качестве залога. Кредитные инструменты также малодоступны для стартапов, ведь для них также требуется залог или наличие стабильного денежного потока для возможности платить за проценты.

Также стартап-компания не обладают отдельным финансовым подразделением, которое управляет финансами компаний. Все решения, касающиеся финансов, принимаются управляющей командой стартапа, при этом зачастую основатель компании не обладает финансовым образованием и не имел опыта работы с финансами.

Существует несколько видов финансирования стартапов:

Личные сбережения — финансирование компании путем привлечения только своих собственных средств без обращения ко внешним источникам. Данный способ является одним из самых эффективных и дает большое количество преимуществ в последующих этапах при выводе компании на коммерческую деятельность и получении дальнейшего финансирования извне.

3F (Friends, Family, Fools) — родственники, друзья или знакомые могут выступить источником средств в качестве кредита, часто беспроцентного. Преимущество — упрощенное получение денежных средств без необходимости соответствовать критериям, но у данного способа есть и недостаток — попытки близких людей вмешиваться в управление компании.

Банковский кредит — одной из функций банков является предоставление средств компаниям, которые не могут покрыть свои финансовые потребности в рамках организации. Капитал, как правило, предоставляется в качестве займа и поэтому рассматривается в качестве долга для компании. В дополнение к погашению банк получает платежи с переменной или фиксированной процентной ставкой

Гранты — безвозвратные средства, выделяемые для достижения конкретных целей в установленные сроки. Важно обратить внимание на то, что получить грант достаточно сложно, потребуется подготовка, презентация проекта и предоставление большого количества утвержденных документов.

Бизнес-ангелы или частные инвесторы, которые инвестируют собственные деньги в компании на начальном этапе, если она обладает значительным потенциалом роста. Цель такого инвестора. — возможность продать свою долю через время по цене, которая превысит вложенную сумму.

Венчурный капитал — высокорисковый капитал, направленный на финансирование стартап-компаний с большой вероятностью потерять вложенный капитал. Такой капитал является прямым видом инвестиций и зачастую является основным источником средств для развивающихся компаний. Венчурными инвестициями считаются вложения денежных средств в обмен на долевое владение такой компанией.

Жизненный цикл стартапа состоит из 5 этапов, как уже говорилось ранее, и каждый из шагов имеет свои особые задачи и методы их решения. К этим этапам относят: разработка, запуск, рост, расширение и выход. Обратим внимание на то, что ключевым критерием разделения на этапы является динамика суммарного денежного потока компании, а также уровень необходимых средств для развития бизнеса. Далее рассмотрим наиболее распространенное распределение источников финансирования в зависимости от стадии развития стартап-компания.

Рассмотрим рисунок 1, на котором можно увидеть распространенную модель изменения доходов стартапа, который развивается согласно описанным этапам. В начале графика кривая дохода показывает стремительное снижение, а также отражает разницу между вложенными средствами и уровнем прибыли в рассматриваемый момент. После того как продукт или услуга выходит на рынок кривая демонстрирует резкое изменение траектории и двигается в другую сторону. Зачастую при достижении этапа зрелости, рост стартап-компания замедляется и компания старается поддержать свой дальнейший рост путем внутреннего развития других направлений или с помощью таких инструментов как слияние или поглощение.

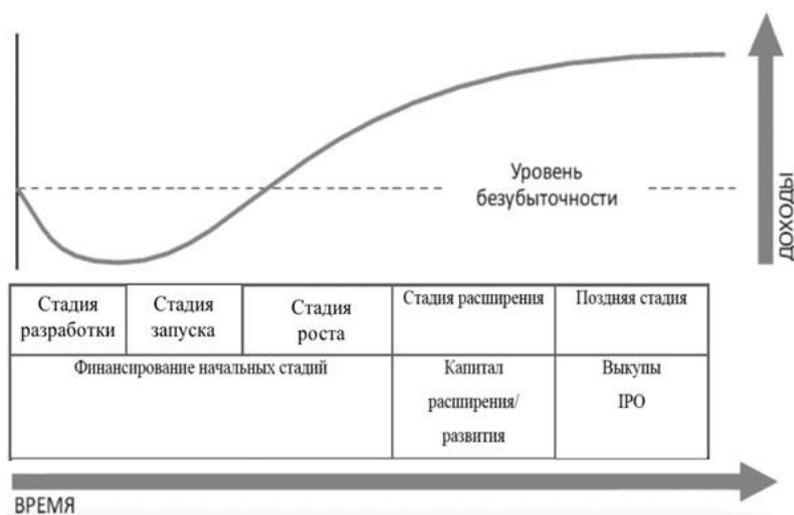


Рис. 1. Финансирование на разных стадиях развития компании

Финансирование на стадии разработки, запуска и роста считаются финансированием начальных стадий. Также обратим внимание на то, что границы между данными стадиями являются условными, потому что на данных стадиях стартап рассматривается как компания, не имеющая опыта работы с отрицательным денежным потоком. Это говорит о том, что на первых этапах поток нужных инвестиций не перекрыт доходами от операционной

деятельности, которой на начальных этапах существования стартапа еще может не быть.

Несмотря на то, что разработки характеризуются значительным привлечением финансирования и расходами для доведения разрабатываемых продуктов до состояния, отвечающего требованию рынка, доход у компании на данном этапе отсутствует, что генерирует отрицательный денежный поток у компании, который становится положительным по мере увеличения капитала. Из-за

того, что на начальных этапах привлечь внешние денежные ресурсы достаточно сложно, компания функционирует за счет внутренних ресурсов предпринимателей и безвозвратные внешних ресурсов, которые компании удастся получить.

На стадии запуска компаний происходит крупный отток денежных средств. Это показывает ресурсозатратность процесса разработки и модификации продукта. В этот этап происходит поиск первых потребителей, изготавливается прототипа продукта, а также возникают первые финансовые вопросы, которые касаются оценки стоимости компании или получения финансирования от инвесторов. Личные накопленные денежные средства не всегда могут выступить в качестве источника финансирования, потому что требуется постоянная поддержка объема инвестиций и в случае нехватки, компания прекратит свое существование.

Таким образом, на самых ранних этапах новичкам придется рассчитывать ли на собственные средства или средства друзей и знакомых, а также на различные программы поддержки предпринимательства и гранты. ■

1. Иващенко Н. П. Экономика инноваций. Курс лекций / Н. П. Иващенко.– 1-е изд. – Издательство «Проспект», 2018.- 164 с.

2. Косов М.Е., Сигарев, А.В. Источники финансирования инновационных компаний на ранних стадиях / М.Е. Косов, А.В. Сигарев // Финансы и кредит.– 2010.– No22(406).– с. 31-36.

3. Что такое стартапы и в кого они превращаются [Электронный ресурс] // Equity. – Режим доступа: <https://equity.today/что-такое-стартапы-и-в-кого-они-превршhayutsya.html> (дата обращения: 18.12.2023)

4. Что такое стартап? [Электронный ресурс] // Temabiz– Режим доступа: <http://www.temabiz.com/terminy/что-такое-стартап.html> (дата обращения: 17.12.2023)

5. Ang J.S., Small business uniqueness and the theory of financial management. Small business: critical perspectives on business and management / J. S. Ang. // The Journal of Entrepreneurial Finance.– 1991.– Vol. 2, N. 1.– p. 11-13.

6. Åstebro T., & Bernhart, I. Start-up financing, owner characteristics and survival / T. Astebro, I. Bernhart // Journal of Business Development.- 2005.– Vol. 55.– p. 303-319.

7. Atherton A. Cases of start-up financing: An analysis of new venture capitalisation structures and patterns / A.

Atherton // International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research.– 2018.– Vol. 18.– p. 28 – 47.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Ang J.S., Small business uniqueness and the theory of financial management. Small business: critical perspectives on business and management / J. S. Ang. // The Journal of Entrepreneurial Finance.– 1991.– Vol. 2, N. 1.– p. 11-13.

Åstebro T., & Bernhart, I. Start-up financing, owner characteristics and survival / T. Astebro, I. Bernhart // Journal of Business Development.- 2005.– Vol. 55.– p. 303-319.

Atherton A. Cases of start-up financing: An analysis of new venture capitalisation structures and patterns / A. Atherton // International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research.– 2018.– Vol. 18.– p. 28 – 47.

Иващенко Н. П. Экономика инноваций. Курс лекций / Н. П. Иващенко.– 1-е изд. – Издательство «Проспект», 2018.- 164 с.

Косов М.Е., Сигарев, А.В. Источники финансирования инновационных компаний на ранних стадиях / М.Е. Косов, А.В. Сигарев // Финансы и кредит.– 2010.– No22(406).– с. 31-36.

Что такое стартап? [Электронный ресурс] // Temabiz– Режим доступа: <http://www.temabiz.com/terminy/что-такое-стартап.html> (дата обращения: 17.12.2023)

Что такое стартапы и в кого они превращаются [Электронный ресурс] // Equity. – Режим доступа: <https://equity.today/что-такое-стартапы-и-в-кого-они-превршhayutsya.html> (дата обращения: 18.12.2023)

Organizational behavior models

© Kim A., Lebedeva E., Saralidze E., Cherkasova M., 2024

This article examines the concept of «organizational behavior» as a system of internal and external relationships possessing an internal formal managerial nature. The main models of organizational behavior are considered at three levels of analysis: individual, group, and organizational levels. The main societal development trends influencing the formation of organizational behavior tasks are presented.

Keywords: organizational behavior, organization effectiveness, organization, human resources, behaviorism, personality, organizational behavior concept, organizational behavior model