

УДК 338.2

Л. О. Добрик,

к. е. н., доцент, Дніпропетровський національний університет залізничного транспорту ім. ак. В. Лазаряна

ФІНАНСОВІ УМОВИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОГО БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА СТАРТАПІВ І ТРАДИЦІЙНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ: ЗАГАЛЬНІ РИСИ ТА ВІДМІННОСТІ

L. Dobrik,

Ph.D., Associate Professor of Finance and credit,

Dnipropetrovsk national university of railway transport named after academician V. Lazaryan

FINANCIAL TERMS OF INNOVATIVE BUSINESS ENVIRONMENT STARTUPS AND TRADITIONAL BUSINESSES IN UKRAINE: COMMON FEATURES AND DIFFERENCES

Стаття присвячена аналізу умов розвитку інноваційного бізнес-середовища стартапів і традиційного бізнесу в Україні, проаналізовані основні риси та відмінності. Досліджено різні підходи до визначення оцінки стартапів та наведено стадії їх розвитку. Відображено основні тенденції та масштаби зростання, розширення, інноваційного бізнес-середовища стартапів в Україні. Запропоновано теоретичні положення забезпечення державної підтримки покращення інвестиційного клімату саме для відповідних інноваційних стартап-проектів для реалізації інтересів та пріоритетних цілей України.

This article analyzes the conditions of development of innovative business environment startups and traditional businesses in Ukraine, analyzed the main features and differences. Different approaches to the measurement of startups and is given stage of development. Displaying trends and extent of growth, expansion, innovative business environment in Ukraine startups. The theoretical position providing support to improve the investment climate is appropriate for innovative start-up projects to promote the interests and priority goals Ukraine.

Ключові слова: інновації, бізнес-середовище, стартап, соціальний ефект, бізнес-модель, інвестор.

Keywords: innovation, business environment, startup, social impact, business model, investor.

Постановка проблеми. Однією з найбільш актуальних задач для розвитку національної економіки України є стимулювання та забезпечення випереджаючих темпів економічного зростання, вихід традиційного бізнесу на зовнішні ринки, розвиток бізнес-середовища для реалізації стартапів та інноваційних проектів.

Успіх розвитку інноваційного бізнес-середовища стартапів і традиційного бізнесу є результатом системної роботи уряду, приватно-державного партнерства, підприємницьких ініціатив та наукової активності. Підтримка підприємництва повинна супроводжуватися з моменту реєстрації до стабільного провадження діяльності.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Тема розвитку бізнес-середовища для реалізації стартапів в Україні є дуже обговорюваною та актуальною. А різні аспекти діяльності відображені в дослідженнях і публічних виступах вітчизняних і зарубіжних вчених, підприємців, інвесторів, стартаперів. Таких як: Г. Вогель, Дж. Кейган, Ф. Котлер, М. Портер, Дж. Данінг, Чан Кім, О.І. Амоша, В.І. Довбенко, С.В. Крикавський, Д. Кузьменко, І.О. Малишко, Й.М. Петрович, Н.І. Чухрай, Д. Шнайдер, Збанацький Д.Ю., Мащевич О.А., Пітер Тіль, Боб Дорф, Джирджи Вонг, Євелін Бучацький, Бен Казнок, Гафф Дрю, Кріс Зачаріасі, К. Фримен, Р. Нельсон, Б. Лундвалл, Т. Стоуньєр, Й. Масуда, Р. Карц, та ін.

Стартапом вважається проект, що швидко розвивається у будь-якій з існуючих сфер економіки. Успішний запуск такого проекту як правило забезпечує значний соціальний ефект, що проявляється через створення нових робочих місць та достойну оплату праці персоналу. Стартап-компанії, з одного боку, є привабливими для інвесторів з огляду на можливості швидкого отримання високих прибутків від комерціалізації інноваційної ідеї, а з іншої – відлякують останніх, оскільки існують високі ризики втрати інвестованого капіталу. Саме тому важливо мати об'єктивну та всебічну оцінку життєздатності стартапу ще на рівні ідеї [8].

На думку українських вчених Попко О. В., Мальчик М. В. сьогодні простежується і специфічна тенденція розвитку вітчизняних стартапів: хоч потенційно успішні IT-проекти і створюються в Україні, подальший їх розвиток та інвестиції здійснюються у США [3].

Мета статті. Розробка теоретичних та практичних рекомендацій щодо обґрунтування основних правил для створення найбільш вдалого та ефективно діючого інноваційного бізнес-середовища для реалізації стартапів в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. В останнє десятиліття стартапи стали невід'ємною частиною інноваційної модернізації багатьох високорозвинених країн. Високі результати стартап-проектів в різних сферах життєдіяльності людства свідчать про це. Але, незважаючи на настільки ефективні здобутки, стартапи в більшості випадків залишаються без належної підтримки та фінансування і реалізуються на власний ризик.

Згідно зі статистикою Global Entrepreneurship Monitor, станом на кінець серпня 2016 року в світі існує більше 305 млн. стартапів. Сам термін «стартап» вперше був використаний Forbes в 1976 р і Business Week в 1977 р для позначення компаній з короткою історією операційної діяльності, при цьому щорічно відкривається близько 100 млн. стартапів і більше 1,35 млн. з них - це стартапи пов'язані з новими технологічними рішеннями.

Згідно зі світовими трендами найбільшу кількість інвестицій отримують стартапи, які пов'язані з фінансовими технологіями, аналітикою та штучним інтелектом.

Примітно, що однією з найдинамічніших напрямків є сфера фінансових послуг. Час - це гроші, а стартапи, здатні заощадити цей дорожчий ресурс і провести фінансові операції в будь-якій точці світу в лічені секунди, на вагу золота.

Втім, незважаючи на збільшений попит на впровадження нових рішень на різних ринках, не всі напрямки розвитку нових стартапів демонструють впевнене

зростання [2].

У Сполучених Штатах Америки в період між 1991 і 2000 роками лише 21,9% створених інтернет-компаній вижили після 5 років діяльності. Згідно з результатами досліджень, наведеними в Startup Genome Report, однією з причин провалу стартапів служить неправильне планування підприємницької діяльності: стартапам насправді потрібно в 2-3 рази більше часу для виходу на ринок, ніж очікують їх засновники.

Сьогодні інвестори стикаються з труднощами при оцінці інноваційних проєктів, так як питання оцінки стартапа із застосуванням традиційних підходів є досить складним.

Існуючі традиційні підходи до оцінки будь-якого бізнесу, як правило, засновані на певній накопиченій статистиці діяльності даного бізнесу і галузі, до якої він належить. Основна відмінність інтернет-компаній від «традиційної» криється в бізнес-моделі. Щоб краще зрозуміти сутність інтернет-компаній, необхідно вивчити бізнес-моделі, які вони використовують. Вагомий внесок у дослідження бізнес-моделей належить таким вітчизняним та зарубіжним науковцям, як А. Остервальдер, І. Пінєс, Н. Ревуцька, М. Черненко, Е. Юзькова та ін. В їхніх працях розглянуто сутність поняття «бізнес-модель», виокремлено її ознаки та складові компоненти, охарактеризовано особливості бізнес-моделей, притаманних для різних видів господарської діяльності [4].

Оцінка стартапу повинна дозволити не тільки визначити величину перспектив, відображених в грошовому еквіваленті, але і побачити, наскільки стійкий стартап з точки зору інвестиційної привабливості, визначити його запас фінансової міцності, а також наскільки буде змінюватися оцінка бізнесу за умови його розвитку з мінімізацією певних ризиків.

За період свого розвитку стартап стає традиційним з точки зору його фінансової оцінки. При цьому під традиційним бізнесом розуміється компанія, що здійснює підприємницьку діяльність в різних видах економічної діяльності з метою отримання прибутку. У зв'язку з цим можна зробити висновок про те, що перехід від стартапу до традиційного бізнесу відбувається найчастіше на стадіях, коли у компанії припиняється ріст, немає високих обсягів інвестування, бізнес продовжує приносити прибуток в запланованих обсягах (збільшуючись пропорційно вкладеним витратам), сформована бізнес-модель, налагоджуються відносини з партнерами.

Відзначимо, що традиційний бізнес і стартап мають ряд особливостей свого розвитку. Так, для предметного дослідження доцільно проаналізувати відмінності стартапу і традиційного бізнесу за різними критеріями: ставлення до інновацій; джерела фінансування; масштаби; темпи зростання; прибуток; бізнес модель; відносини з партнерами, замовниками, покупцями, конкурентами. Результати порівняльного аналізу представлені в таблиці 1, вони дозволяють зробити висновок про значущість інновацій у розвитку стартапів, тобто інновації можна назвати основоположною відмінністю стартапу від традиційного бізнесу.

Слід зазначити, що серед стартапів нерідко зустрічаються соціальні проєкти, які від комерційних відрізняються тим, що в їх основі лежить ідея, спрямована на поліпшення життя окремих категорій громадян або суспільства в цілому. При цьому власники соціальних стартапів несуть певну відповідальність за реалізацію покладеної на них місії. Наслідками реалізації кожного проєкту можна вважати дві складові: комерційну та соціальну.

Здебільшого проєкти реалізуються через комерційні інтереси. Соціальні проєкти не є привабливими, а тому не є цікавими для більшості приватних інвесторів. Тому необхідно створювати такі умови для приватних інвесторів, за яких реалізація «супутніх» проєктів до їх основної діяльності була б вигідною. Такими можуть бути особливі умови оподаткування, умови участі у тендерах державної закупівлі тощо [7].

Разом з тим одночасно з виконанням соціально значущих функцій такі стартапи можуть приносити досить високий прибуток, але на більш пізніх стадіях.

Принциповим моментом в оцінці стартапу є той факт, що будь-який стартап передбачається розглядати як комерційний проєкт. В основі такого проєкту повинен лежати принцип підтримки і приросту капіталу інвесторів і власників стартапу.

Метою яких є підтримка і примноження вкладеного капіталу, повинні бути оцінені, і в їх основі повинна лежати ринкова оцінка, яка дозволить вибрати найбільш перспективні проєкти для інвестора. При цьому під ринковою оцінкою стартапу слід розуміти найбільш ймовірну ціну, по якій традиційний бізнес або стартап може бути відчужений на відкритому ринку в умовах конкуренції.

Таблиця 1.
Порівняльний аналіз традиційного бізнесу і стартапів

Критерій порівняння	Традиційний бізнес	Стартап
Масштабованість	Зростання традиційного бізнесу, як правило, обмежується розміром ринку і здатністю бізнес-моделі легко і швидко масштабуватися	Стартапом можна називати тільки той проєкт, який потенційно може показати кількарізне зростання в капіталізації, легко масштабується і оперує на багатомільярдних ринках
Інновації	Для традиційного бізнесу наявність інновацій в проєкті не обов'язкова, але часто допомагає знизити витрати, підвищити ефективність і зводиться до використання сторонніх інноваційних продуктів і сервісів	Головним і неодмінним моментом має бути інновація, якщо інновації немає, то навряд чи стартап зможе конкурувати за значну частку ринку
Види інвесторів	3F (Friends, Family and Fools - друзі, родина і безумці). Як правило на самій початковій стадії гроші на розвиток бізнесу або стартапу здатні дати лише представники вказаної групи. Ризики на цій стадії найвищі, бази активів у проєкті поки що ніякої немає. Розмір інвестицій, якими оперує дана група - десятки тисяч доларів	
	Стратегічні інвестори , які, зазвичай, являють собою компанії (хоча це можуть бути і приватні особи), які займаються тим же самим або схожим видом діяльності, що і об'єкт інвестицій	Бізнес-ангели , являють собою приватних інвесторів, які вкладаються в зростаючі стартапи на ранніх стадіях. Розмір інвестицій - десятки-сотні тисяч доларів. Один успішний проєкт у них повинен окупили всі провальні
	Венчурні інвестори , які спеціалізуються на дорожуванні хороших, перспективних, але поки маленьких проєктів	
	Масовий інвестор приходить, коли компанія вже встала на ноги і стала доступною для інвестування - вивела свої папери на біржу. Прихід масового інвестора супроводжується потужним зростанням ціни активу	
Джерела фінансування	Для відкриття традиційного бізнесу частіше всього достатньо особистих заощаджень; вкладень родичів, знайомих і друзів; коштів інвесторів; банківських кредитів	Стартапери завжди чекають інвестицій, часто навіть не намагаючись запустити працюючу схему монетизації, яка і здатна перетворити проєкт в працюючий і прибутковий бізнес
Темпи зростання	Традиційний бізнес повинен рости, але так як його пріоритетним завданням є отримання прибутку, то після виходу в плюс зростання бізнесу відбувається в міру необхідності	Стартапи повинні рости якомога швидше, формуючи світову унікальну бізнес-модель, яку можна успішно відтворити в світових масштабах. На цьому ринку важливо не стільки бути першим, скільки швидким і гнучким
Прибуток	Традиційний бізнес орієнтований на отримання і збільшення виручки і прибутковості, бажано відразу ж. Остаточні обсяги прибутку бізнесу залежать від планів власників по його розширенню	Пріоритетна мета - створити продукт, який сподобається споживачам і завоює ринок. Якщо ця мета буде досягнута, то в кінцевому рахунку прибуток компанії складе астрономічні цифри
Умови існування і розвитку	Загальне гальмування економічного зростання України, продовження військового конфлікту на Сході України, до якого додалася поточна політична криза, демотивує та відштовхує інвесторів	
Бізнес-модель	Бізнес-модель традиційного бізнесу практично не змінюється, аналогічна моделям, використовуваним в інших подібних компаніях	При розвитку стартапів бізнес-модель може змінюватися дуже часто, що, будучи на початковому етапі гідністю, згодом може нашкочити стабільній монетизації компанії
Відносини з партнерами, клієнтами, конкурентами	Традиційний бізнес приділяє багато уваги конкурентам, клієнтам, співробітникам	Стартапи можуть звертатися до відносин з партнерами і конкурентами тільки при необхідності

В Україні проводяться дослідження ділового клімату з метою вивчення стану і тенденцій економічної кон'юнктури, а також виявлення бар'єрів на шляху розвитку інноваційного бізнес-середовища, стартапів, традиційного бізнесу. Результати таких досліджень дають уявлення про пріоритетні завдання щодо покращення екосистеми бізнесу в Україні.

Розвитку інноваційного бізнес-середовища, стартапів, традиційного бізнесу в Україні перешкоджає недосконале інвестиційне законодавство, нерациональна система оподаткування. Але серед позитивних рис можна зауважити, що український ринок стартап-проектів не перенасичений ні в одному сегменті. А, відповідно, нові та зростаючі стартап-проекти можуть займати вільні ніші і вести успішну бізнес-діяльність.

Розвиток інноваційного бізнес-середовища, стартапів, традиційного бізнесу в Україні стимулює науково-технічний прогрес, сприяє впровадженню новітніх світових досягнень, тому необхідно розвивати дану сферу діяльності.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Підводячи підсумок необхідно зауважити, стартапи в Україні виступають найсучаснішою та перспективною формою ведення бізнесу. Проаналізувавши останні дослідження і публікації по висвітленій тематиці, можна зрозуміти, які життєві етапи проходить стартап в Україні до того як стати повноцінною компанією і як важливо розвивати цю галузь бізнесу.

Для розвитку успішного бізнес-середовища стартапів в Україні необхідні наступні умови:

- Створення середовища, в якому буде вигідно здійснювати інноваційну та традиційну підприємницьку діяльність;
- Адаптування інструментів державної політики для підтримки стартап-проектів;
- Просування оновлення навичок та інновацій в усіх їх формах;
- Допомога в отриманні вигоди від росту онлайн-ринків.

Адже, на сьогоднішній день, розвиток економіки будь-якої країни визначається розвиненістю інноваційного бізнес-середовища для стартапів та інвестиційного клімату для традиційного бізнесу.

Література.

1. Багдасарьян І.С., Сошнева Е.Н. Соціальне підприємництво: місце і роль в регіональній економіці інноваційного розвитку. - Фундаментальні дослідження. 2016. - № 9 (частина 2). С. 321-324.
2. Информационное издание [TRISTAR.com.ua](http://tristar.com.ua) [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://tristar.com.ua/1/art/kakie_startapy_v_sfere_strahovaniia_sushestvuut_i_chem_oni_mogut_byt_polezny_5647.html
3. Попко О.В. Сучасна парадигма стартапів у бізнесі / О.В. Попко, М.В. Мальчик // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Логістика. - 2014. - № 811. - С. 275-279. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPL_2014_811_43
4. Ревуцька, Н. В. Теоретичні аспекти формування бізнес-моделі підприємства / Н. В. Ревуцька // Стратегія економічного розвитку України. – К.: КНЕУ, 2002. – Випуск 6 (13). – С. 232–235.
5. Удальцова Н.Л. Інвестиції в інновації // Науковий журнал: Економічні науки, 2014 року, №7, стор. 69-72.
6. Украинский бизнес форум [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://biznet.kiev.ua>
7. Федорова О.Є. Моделювання вибору інвестиційного портфелю проектів з врахуванням соціальної складової / Федорова О. Є. Жиров О. Л. // Вісник НТУУ «КПІ». – 2015. - №12(77). – с.526-531
8. Фешчур Р.В. Формування концепції проекту впровадження преакселератора шляхом побудови бізнес-моделі / Р.В. Фешчур, Б.Б. Янівський, Г.Я. Янівська // Вісник НТУУ «КПІ». - 2016. - № 1 – с. 101-105. – Режим доступу: http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/21427/1/vestnik_KhPI_2016_1_Feshchur_Formuvannia_kontseptsiu.pdf

References.

1. Bahdasarian, I.S. and Sochneva, E.N. (2016), "Social Enterprise: place and role in the regional economy of innovation", *Fundamentalni doslidzhennia*, vol. 9 (part 2), pp. 321-324.
2. Information publication [TRISTAR.com.ua](http://tristar.com.ua), [Online], available at: http://tristar.com.ua/1/art/kakie_startapy_v_sfere_strahovaniia_sushestvuut_i_chem_oni_mogut_byt_polezny_5647.html
3. Popko, O.V. and Malchuk, M.V. (2014), "The current paradigm in business start-ups", *Visnyk Natsionalnoho universytetu "Lvivska politekhniky"*. *Lohistyka*, vol. 811, pp. 275-279, [Online], available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPL_2014_811_43
4. Revutska, N. V. (2002), "Theoretical aspects of the business model of the company", *Stratehiia ekonomichnoho rozvytku Ukrainy*, vol. 6 (13), KNEU, Kyiv, Ukraine, pp. 232–235.
5. Udaltsova, N.L. (2014), "Investments in innovation", *Naukovyi zhurnal: Ekonomichni nauky*, vol. 7, pp. 69-72.
6. Ukrainian business forum, [Online], available at: <http://biznet.kiev.ua>
7. Fedorova, O.Ye. and Zhyrov, O. L. (2015), " Modeling the choice of investment portfolio, taking into account the social component", *Visnyk NTUU «KPI»*, vol. 12(77), pp. 526-531
8. Feshchur, R.V. Yanivskyi, B.B. and Yanivska, H.Ya. (2016), "Formation of the concept preakseleratora project implementation by building business models", *Visnyk NTUU «KPI»*, vol. 1, pp. 101-105, [Online], available at: http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/21427/1/vestnik_KhPI_2016_1_Feshchur_Formuvannia_kontseptsiu.pdf

Стаття надійшла до редакції 10.04.2017 р.



ТОВ "ДКС Центр"