

# Стартап як форма інноваційного підприємництва

Олександра Коновалова

Кафедра СКІД  
Національний університет "Львівська політехніка"  
Львів, Україна  
ssashakonovalova@gmail.com

Соломія Федушко

Кафедра СКІД  
Національний університет "Львівська політехніка"  
Львів, Україна  
solomiia.s.fedushko@lpnu.ua

*Abstract. The analysis of the theory and practice of management of innovation activity proves the impossibility of solving the set tasks of the development of "start-up projects" without increasing the number and increase the effectiveness of the activity of innovation-oriented and innovative active enterprises of small and medium business, in which, as a rule, new technologies and testing are being tested and tested. new products and services are created.*

**Ключові слова:** стартап, інвестор, розробник, ідея, ІТ-технологія.

## ВСТУП

На сьогоднішній день в Україні вийшло багато наукових і практичних робіт, статей і іншої літератури, яка присвячена інноваційній підприємницькій діяльності.

Як правило, у цих книгах зазначаються основні визначення, правові норми, даються історичні довідки і статичні дані, які описують організаційно-правові форми бізнесу.

Це, безумовно, необхідні знання для того, хто хоче розпочати свою справу, проте не у всій цій літературі розкривають сенс підприємництва, не дають відповідь на питання про те, як досягнути успіху, уникнути ризику і забезпечити стабільний розвиток свого стартапу.

Виділення і описування ключових факторів успіху малого інноваційного бізнесу являє собою найактуальнішу наукову і практичну задачу: з точки зору теорії, відповідь на дане питання поки ще не отримана, існує багато думок і теорій у даній галузі, які пропонують достатньо багато суперечливих, але науково підтверджених підходів; з точки зору практики,

знання «рецепту успішного бізнесу» дозволяє швидше і простіше – без помилок, втрат і експериментів – досягнути поставлених цілей, досягнути необхідного рівня продажу, мінімізувати витрати та інше – і у кінцевому результаті отримати запланований і очікуваний прибуток від свого стартап-проєкту.

## ОСНОВНІ АСПЕКТКИ СТВОРЕННЯ СТАРТАП-ПРОЄКТУ

Терміном «стартап» прийнято позначати новий бізнес. Але тільки загальне визначення, що не розкриває повноту всього проєкту.

Стартапи вперше з'явилися в далекому 1939 році, коли студентами Стенфордського університету Девідом Паккардом і Вільямом Хьюлетт, був створений власний проєкт, що включає використання інноваційних на той час технологій.

У більш пізні часи з розвитком Інтернет-технологій стартапами стали іменувати всі проєкти в області ІТ - технологій.

Головним критерієм для становлення таких проєктів була наявність якоїсь родзинки.

Так з'явилися перші інтернет-стартапи YouTube, Twitter, Facebook, Вікіпедія.

Виходячи з історії створення, стартапом можна назвати компанію, яка була недавно створена і в даний момент знаходиться на стадії розвитку.

Стартап будує свій бізнес на основі сучасних інноваційних ідей, нових технологій із використанням сучасних Інтернет-засобів.

Перспективність стартапу обґрунтована неповороткістю та повільністю великих гравців ринку, які успішно використовують наявні продукти і не прагнуть до створення нових.

З цієї причини стартапи, використовуючи свою мобільність і креативність, можуть скласти успішну конкуренцію великим компаніям. Щоб стартап став успішним, необхідні, як мінімум, три складові:

- ідея (а краще - геніальна ідея, і не одна!);
- люди (геніальні люди з геніальними ідеями!);
- інвестори (венчурні капіталісти, бізнес-ангели).

Ще одним із ключових методів успішного стартап-проекту є:

Молодість (за статистикою, середній вік стартаперів - 24 роки), захопленість стартаперів своєю ідеєю і своєю справою, самовіддана праця стартаперів (тому що їм потрібен тільки успіх, вони працюють за принципом: або пан - або пропав, або все - або нічого).

І автор ідеї, і інвестор, що допомагає їй втілити, в рівній мірі зацікавлені у фінансовому успіху стартапу. Але зате і прибуток його буде істотніше, ніж прибуток стартапера.

Інтерес розробника полягає у вкладенні сили в стартап, розробник прагне втілити в життя свої ідеї, знайти успіх і визнання, а також він просто займається улюбленою справою і сподівається, що його старання будуть винагороджені. Інвестор сприймає стартап трохи інакше.

Перед ним два шляхи: вкласти кошти в бізнес, що розвивається, а потім продати свою частку, яка до цього моменту буде дорого коштувати, або залишити її собі і отримувати з неї пасивний дохід.

Стартап - це фірма, створена амбітними молодими людьми, які готові просувати свій проект за всяку ціну.

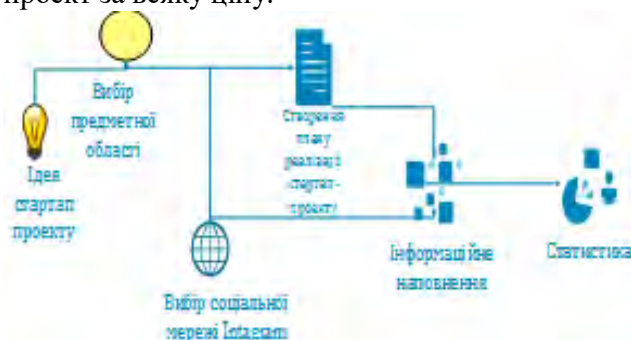


Рис.1. Інформаційна модель стартапу

Оскільки стартапери завжди відчувають нестачу фінансування, на допомогу їм приходять інвестори, залучені можливістю заробити і реалізувати власний бізнес.

## ВИСНОВОК

Тільки повне і сконцентроване поринання у проект усіх членів команди дає ефект росту і розвитку.

Виходячи з цього, потрібно розуміти, що механізми розвитку стартап-проекту і управління ризиками його розвитку, повинні реалізуватися по-новому, з урахуванням специфіки стадії життєвого циклу і на основі компетентного підходу. Необхідно продати продукт до його появи, сформулювати життєздатну – ефективну і раціональну – бізнес ідею. Як показують дослідження, ці правила дозволяють досягти успіху і забезпечити подальший розвиток малого інноваційного підприємства.

## ЛІТЕРАТУРА

- [1] Р. Змисна, С. Федущко, Соціальні мережі як форма сучасної комунікації: плюси і мінуси. Актуальні проблеми гуманітарних та природничих наук, Херсон, 2016, с. 149-151.
- [2] Р. Волощак, М. Занов'як, М. Карапата, С. Федущко, Соціальна мережа Instagram як засіб просування товарів і послуг. V Всеукр. наук.-пр.конф. «Економіка та право: проблеми взаємодії та перспективи розвитку», 2016, с. 94-96.
- [3] У. Сікорська, К. Усик, С. Федущко, Проблеми відображення суспільно значимої інформації в мас-медіа. Наука, освіта, суспільство: актуальні питання і перспективи розвитку, 2016, 2, с. 185-187.
- [4] О. М. Коновалова, А. В. Колбаснікова, М. Я. Яновська, С. С. Федущко, Реалізація стартап-проекту засобами вікі-порталу. Інформація, комунікація, суспільство 2018 : матеріали 7-ої Міжнародної наукової конференції ІКС-2018, 2018, С. 91–92.
- [5] С. Садова, І. Гриньків, С. Федущко, Дослідження сучасних веб-сервісів для тайм-менеджменту студентів ВНЗ. Інформація, комунікація, суспільство 2018 : матеріали 7-ої Міжнародної наукової конференції ІКС-2018, 2018, С. 69–70.