Министерство образования и науки Российской Федерации
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра экономической теории и
национальной экономики

Развитие стартап-компаний в России
АВТОРЕФЕРАТ МАГИСТЕРСКОЙ РАБОТЫ

Студента 2 курса 271 группы
направления 38.04.01 Экономика
профиль Экономика инновационного развития
экономического факультета
Чакалова Спиридона Александровича

Научный руководитель

должность, уч. степень, уч. звание

спирidon

дата, подпись

Э.В. Озернова

инициалы, фамилия

Заведующий кафедрой

должность, уч. степень, уч. звание

спирidon

дата, подпись

Э.В. Озернова

инициалы, фамилия

Саратов 2018 год

Актуальностью исследования данной выпускной квалификационной работы является тот факт, что стратегической задачей каждой организации является создание конкурентоспособного бизнеса. Решение указанной задачи возможно только при наличии определенных теоретических знаний и практических навыков. Идея стартапа – это, прежде всего, проект, которому для успешности и прибыльности, необходимы четкое исполнение на самом высоком уровне, продвижение с помощью маркетинговых коммуникаций и определенные финансовые вложения.

А чтобы проект смог, что себя реализовать в полной мере, необходима грамотная постановка цели и объединение всех имеющихся усилий вокруг решения первостепенной задачи. Число проектов, создаваемых с нуля сейчас растет, и очень многие компании заявляют о своей поддержке инновационных проектов и готовы осуществлять инвестирование в стартапы, при условии создания грамотного бизнес-проекта.

Решение проблем в области теории и практики инновационного предпринимательства является особенно необходимым в современной России, поскольку именно от развития инновационного бизнеса в конечном итоге зависит возможность достижения стратегических целей, связанных с преодолением сырьевой зависимости отечественной экономики и развитием в стране нового технологического уклада. Анализ теории и практики управления инновационной деятельностью свидетельствует о невозможности решения поставленных задач экономического развития России, без увеличения числа и повышения результативности деятельности инновационно ориентированных и инновационно активных предприятий малого и среднего бизнеса, в которых, как правило, зарождаются и проходят апробацию новые технологии и создаются новые продукты.

Выделение и описание ключевых факторов риска и развития малого инновационного бизнеса, а, именно, стартап-компаний, представляет собой актуальнейшую научную и практическую задачу: с точки зрения теории, однозначный ответ на данный вопрос пока еще не получен, существует много

мнений и теорий в данной области, предлагающих достаточно много противоречивых, но научно обоснованных подходов, нередко исключаящих их одновременное применение; с точки зрения практики, знание «рецепта успешного бизнеса» позволяет быстрее и проще – без ошибок, потерь и экспериментов – достичь поставленных целей: занять место на рынке, достичь необходимого уровня продаж, минимизировать издержки и др. – в конечном итоге, обеспечить успешное развитие компании.

В последнее время в России вышло немало научных и практических работ – пособий, учебников, монографий, статей и другой литературы, посвященной инновационному предпринимательству. Как правило, в этих источниках приводятся определения, излагаются правовые нормы, даются исторические справки и статистические данные, описываются организационно-правовые формы бизнеса, порядок налогообложения и налоговые ставки и т.п. – то есть речь идет о формальной стороне инновационного предпринимательства. Это, безусловно, необходимые знания, но они не раскрывают сути инновационного предпринимательства, не дают ответ на вопрос о том, как добиться успеха, избежать рисков и обеспечить устойчивое развитие.

В условиях рыночной экономики России стартап-компаниям необходимо постоянно приспосабливаться к изменениям, происходящим во внешней среде. Для наиболее успешного функционирования им важно вовремя оценивать имеющиеся ресурсы, анализировать рыночную ситуацию. Успех начинающей компании в стратегической перспективе во многом зависит от качества разработанной им стратегии и эффективности ее дальнейшей реализации.

Создание новых компаний в России преимущественно происходит в таких отраслях как ИТ-технологии, биотехнологии, энергоэффективность. В скором времени, по мнению ведущих специалистов в приоритете будут компании ориентированы на оздоровление человека и поддержании его в тонусе, а также нанотехнологии и охрана окружающей среды, что объясняется реальной ситуацией качества и уровня жизни в России.

Если осуществить сравнение стартапов в России и за рубежом, то становится очевидным, что доля появления их в России в несколько раз меньше. Это создает возможность молодым и перспективным бизнесменам выводить на рынок новый продукт, не похожий на остальные, беря во внимание опыт ведущих стран мира. Конечно, только эмпиризма и знаний основных закономерностей – это далеко не все, что должен знать начинающий стартапер.

Целью исследования настоящей выпускной квалификационной работы является определение пути развития стартап – компаний в контексте формирования модели устойчивого развития стартап-компаний в Российской Федерации.

Объект исследования настоящей выпускной квалификационной работы составляет совокупность стартап-компаний в России.

Предметом исследования является комплекс особенностей и стадий развития стартап-компаний.

Реализация цели данного исследования обеспечивается комплексом соответствующих задач. К ним относятся следующие:

1. Рассмотрение стартап-компаний как экономического феномена;
2. Изучение видов стартап-компаний в российской экономике;
3. Рассмотрение экосистемы стартап-компаний в России;
4. Изучение методологии оценки развития стартапов в экономике России;
5. Изучение классификацию рисков развития стартап-компаний в российской экономике;
6. Рассмотрение основных особенностей формирования модели устойчивого развития стартап – компаний в условиях экономики РФ.

Теоретико-методологическим основанием исследования является комплекс методов научного познания, среди которых можно выделить методы анализа, синтеза, индукции, дедукции, а также метод измерения.

Эмпирическую базу исследования составляют законодательные нормативно-правовые акты, а также научные труды отечественных авторов.

Теоретическая и практическая значимость рассматриваемого исследования заключается в возможности способствования теоретическому обогащению

дисциплин, в рамках которых была написана соответствующая работа. В данном случае, результаты проведенного исследования могут использоваться в преподавании таких дисциплин как «Банковское дело», «Деньги, кредит, банки», «Стратегический менеджмент».

Выпускная квалификационная работа имеет структуру, состоящую из введения, содержащего цель и задачи исследования, а также предмет и объект исследования; основной части, которая в свою очередь состоит из трёх глав, включающих шесть параграфов; заключения, отражающего итоги проведенного исследования и сформированные по нему выводы; списка использованной литературы, который составил основу проведенной работы; приложений, представляющих вспомогательный материал.

Инновационные проекты стартапов имеют изменчивые неординарные денежные потоки, большую степень неопределенности и дискретности, с одной стороны, и эволюционные возможности, с другой, поэтому их оценка традиционными способами представляется наименее корректной, не учитывающей их специфику и динамизм.

Для объективной оценки всех видов получаемой эффективности необходимо разработать комплексную многокритериальную методик у оценки, позволяющую максимально охватить показатели инновационного стартапа, на основе построения квалиметрической модели отбора с использованием экспертной оценки и традиционных методик модифицированных с учетом специфика стартапов.

Поскольку методические подходы, применяемые в квалиметрии, могут быть эффективно реализованы при оценивании и отборе стартапов, особенно на ранней стадии развития, предлагается для рейтингования стартапов использовать квалиметрический анализ.

Применение квалиметрического анализа позволяет снизить совокупные издержки процесса рейтингования и неопределенность за счет научно обоснованных правил построения деревьев свойств (критериев оценки).

При проведении рейтингов стартапов предлагается использовать квалиметрические методики, которые позволяют ранжировать стартапы по качеству

(или интегральному качеству), обеспечив при этом прозрачность измерительных процедур, обоснованность выбора критериев для сравнения и сравнимость результативности стартапов.

Использование квалиметрии при оценивании (ранжировании) стартапов не только минимизирует издержки при подведении итогов, но также позволяет выполнить их всестороннюю оценку, поскольку в квалиметрии имеется аппарат, с помощью которого могут быть количественно оценены любые экономические и неэкономические по своей природе объекты и процессы, и тем самым одновременно могут быть рассмотрены как критерии оценки качества, так и критерии оценки эффективности стартапов.

В настоящее время понятия «стартап» и «инновационный стартап» активно используются в практической деятельности. Однако единого их толкования, временных рамок существования и стадий развития до сих пор не сложилось.

В данном контексте «стартап» понимается как недавно созданная компания, (возможно, еще не зарегистрированная официально), находящаяся в стадии развития или исследования перспективных рынков и обладающую ограниченным набором ресурсов.

К отличительным чертам стартапа следует отнести:

- компания создана недавно или находится в процессе становления;
- ограниченность в ресурсах в ресурсах, в том числе и временных, что обусловлено ранней стадией развития бизнеса;
- наличие перспективных идей;
- ведение предпринимательской деятельности индивидуальным предпринимателем или микрпредпринимателем (2-1 человек);
- отсутствие четкого разделения труда, четкой организационной структуры;
- креативность в подходе решения поставленной задачи;
- высокие риски.

Поиск новых точек роста, вывод на рынок прорывных технологий, не имеющих аналогов или имеющих слабые аналоги у зарубежных конкурентов, - основа трансформации сырьевой экономики России в современную наукоемкую динамично

развивающуюся рыночную экономику. Они необходимы как для обновления российского рынка, так и для повышения конкурентоспособности российских продуктов на международном рынке.

Промышленно-производственная база стартапа включает не только наличие и возможность доступа к оборудованию, но и возможность привлечения необходимых материально-технических и топливно-энергетических ресурсов, обеспечивающих возможность функционирования и развития малого инновационного предприятия.

Стартапы - это наиболее оперативные и гибкие участники рынка, они позволяют увеличивать скорость развития российской экономики, привносить новые идеи и осуществлять модернизацию существующей базы развития. Стартап - это временная структура, объединяющая в себе людей, преследующих общую цель - выработку и быструю реализацию в виде рентабельного массового продукта или услуги жизнеспособной инновационной идеи.

Согласно проведенному ранее исследованию для анализа устойчивости развития стартапа были выбраны следующие показатели:

- количество используемых маркетинговых инструментов;
- доля собственного капитала в структуре маркетинговых инвестиций;
- количество используемых диджитал-маркетинговых инструментов;
- количество реализуемых маркетинговых функций;
- доля расходов на маркетинг;
- длительность этапа жизненного цикла, мес.;
- доля расходов на диджитал-маркетинг в совокупных расходах на маркетинг;
- доля прироста количества запросов в поисковых системах и социальных сетях по ключевым словам, связанным со стартапом.

Приведенные критерии имеют оптимальные значения на каждом из этапов жизненного цикла стартапа. Маркетинг-инструмент обеспечения устойчивости развития стартапа представляет собой профили допустимых значений рассмотренных критериев.

Данные профили уникальны для каждого из этапов жизненного цикла стартапа. Построение реального профиля стартапа и его соотнесение с рекомендуемым

позволят определить степень устойчивости развития стартапа и в случае отклонений сформировать рекомендации к изменению данной тенденции.

Количество используемых маркетинговых инструментов значительно возрастает, а ведущую роль играют диджитал-маркетинговые инструменты. Следствием появления новых маркетинговых инструментов становится возрастающая доля расходов на маркетинг соразмерно с ростом доли расходов на диджитал-маркетинговые инструменты. В связи с привлечением заемного капитала доля собственного капитала в структуре маркетинговых инвестиций значительно снижается. Длительность данного этапа значительно больше предыдущего, так как в рамках этого этапа необходимо получить обратную связь от рынка, следствием чего становится корректировка выпускаемого продукта.

В современном мире достаточно быстро происходят изменения в сфере бизнеса, связанные с развитием и появлением новых, сильных конкурентов на рынке, связанные с возрастанием спроса на инновационные товары, регулярное развитие информационных технологий, выход на новые ниши рынка и другими различными факторами.

На сегодняшний день, вопрос развития стартап-компаний в России является достаточно актуальным, что объясняется сложностью процесса внедрения реализации данного процесса на практике. В настоящее время существует значительное количество стартап - компаний, которые прекращают свою деятельность практически на самом начальном этапе построения бизнеса. Одним из возможных трактовок этого явления является то, что такие компании уделяют первоочередное внимание изучению рынка, созданию продукта и привлечению инвестиций, отодвигая при этом на второй план вопрос построения стратегии управления.

Существенным аргументом в пользу описанного выше тезиса, является первостепенная важность инноваций. Понятие инноваций представляет собой ключевое звено категории стартапов. Стартапы, по своей природе, обязаны создавать нечто новое или улучшать уже существующее. Ещё одним немаловажным

аспектом стартапов является скорость, с которой он должен расти и двигаться, создавая при этом воспроизводимую бизнес-модель.

Не менее значимым является фактор времени: реализация стартапа может потратить месяцы, а то и годы на то, чтобы выручить первые средства. Вышеуказанные характеристики понятия стартапа аргументируют многогранность рассматриваемой концепции.

Именно поэтому, создание основы для функционирования системы стартапов в компаниях требует ответственного и сосредоточенного взгляда на анализируемый вопрос.

1. В результате проведенного исследования, была достигнута цель настоящей работы - анализ пути развития стартап – компаний в России. Соответственно, были решены следующие задачи:
Рассмотрение стартап-компаний как экономический феномен;
2. Изучение видов стартап-компаний в российской экономике;
3. Рассмотрение экосистемы стартап-компаний в России;
4. Изучение методологии оценки развития стартапов в экономике России;
5. Изучение классификации рисков развития стартап-компаний в российской экономике;
6. Рассмотрение основных особенностей формирования модели устойчивого развития стартап – компаний в условиях экономики РФ.

Данная диссертационная работа написана на тему: «Развитие стартап-компаний в России» и состоит из двух глав. В первой главе рассмотрена теоретическая основа исследования, включающая основные тезисы понятия стартап-компаний. Рассмотрена категория стартапов в качестве экономического феномена. Во второй главе проведен анализ классификации рисков развития стартап-компаний в российской экономике, а также рассмотрено формирование модели устойчивого развития стартап-компаний в условиях Российской экономики.

В результате проведенного анализа модели устойчивого стартапа, были выявлены следующие тезисы.

Начало стартапа заключается в изучении рынка, спроса среди населения и предполагаемого фиксированного заработка, который получит начинающий стартапер в первое время, кроме этого оценка начинающей компании включает статистические данные его успешности. Переходя на вторую стадию, компания начинает заниматься поиском инвесторов, которые будут вкладывать в него деньги.

В случае, если это не произошло, компания с процентов возвращает потраченные деньги. Лучшим путем развития компании является собственное инвестирование без привлечения посторонней помощи. Третья стадия стартап-компаний имеет уже больше требований со стороны инвесторов, они уже стремятся зарабатывать деньги на ней.

На практике существует уникальный метод оценивания начинающих компаний – квалитетрическая модель. Принцип ее работы строится на учете нефинансовых показателей, используя при этом подходы более известные в маркетинге и менеджменту. В России существует уже не одна стартап-компания, которая прошла все пути своего развития и пришла к успеху, среди них можно выделить AeroState, Cardberry, CardsMobile, CreoPop, FireChat.

Период запуска нового проекта предполагает гибкость, адекватную и оперативную реакцию на условия рынка. Вот почему, необходимо разработать стратегию развития стартапа, учитывая приведенную классификацию. а также убедиться, что для достижения поставленных целей имеются необходимые инструменты.

Модель устойчивого стартапа включает в себя проход четырех этапов. Первый носит название «Гипотеза» и предполагает изучение рынка в данной сфере, определение цели и задач, также составление основного видения проекта. Второй этап называется «Тестирование». Согласно этому этапу, идет полная проверка работы и успеха компании.

Созданная продукция или услуга сравнивается, проверяется и корректируется при необходимости. Третий этап носит название «Накачка» и предполагает разработку полностью готового продукта, проработка всех сторон развития бизнеса,

включая финальную корректировку маркетинговой стратегии, и создание бизнес-модели.

Последний этап – «Жизнь», согласно которому производится финансовое обеспечение развития проекта, а также масштабирование проекта и выход на новые рынки.

Таким образом, результаты, полученные в итоге исследования данной диссертационной работы, свидетельствуют о необходимости разработки стратегии развития стартапа, учитывающей приведенную выше классификацию. И, соответственно, подтверждается необходимость применения таких инструментов, которые будут направлены на достижение поставленных целей в экономических условиях РФ.