

## **А. Шикавка**

### СТАРТАП И ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЕГО РЕАЛИЗАЦИИ

В последние годы явление стартапа привлекает повышенное внимание к себе, так как огромное количество предпринимателей всех сфер и возрастов заявляют об открытии новых инновационных проектов. В самом общем определении стартап – это компания, которая имеет очень высокие коммерческие риски, но в случае успеха дает высокую и быструю прибыль.

Рассматривая список самых успешных стартапов, можно заметить, что в их числе находятся стартапы из США и Китая (в топ 12 самых перспективных также входят по одному стартапу из Бразилии и Швеции). Анализ условий реализации наиболее успешных проектов позволяет говорить о том, что уровень развития предпринимательской деятельности и качественные характеристики бизнес-среды составляют важнейший проблемный момент

появления и реализации стартапов. Именно они предоставляют значимые конкурентные преимущества, обеспечивающие успех стартапа (близость к потребителю, возможность лучше удовлетворять его потребности в определенном сегменте, открытие нестандартных способов получения ресурсов и др.).

Однако есть и проблемы, непосредственно зависящие от людей, находящихся «внутри» стартапа, они составляют ядро его проблематики. Одной из таких проблем является бесцельность, «бизнес ради бизнеса», т.е. неверно сформулированная идея или вовсе не поставленная цель. Цель и идея – основной двигатель всего стартапа, без инновационной идеи и соответствующей ей цели адекватное продвижение проекта будет невозможным. Нередко проблемы реализации стартапа проистекают из экономической неграмотности. Отсутствие маркетинговых и управленческих знаний в сфере ведения бизнеса может легко привести к провалу, в особенности на его ранних этапах. Недостаточная гибкость, отсутствие готовности отказаться от тех или иных идей проекта и видоизменять их может привести стартап к краху. Необходимо выявлять неработающие идеи, перерабатывать их и отказываться в случае целесообразности. Многие проблемы осуществления стартапа следуют из неверного маркетингового анализа. При слабом или в корне неверном маркетинговом анализе предприниматель упускает возможность заметить в полной мере все недостатки и недочеты продукта или же способа его продвижения. Существенные проблемы реализации могут быть связаны с неверными расчетами. От их качества зависят как возможность получения средств от инвесторов, так и возможность возмещения средств инвестору в ходе успешной реализации проекта.

При всей сложности отмеченных проблем, способности к адаптации и изменениям, гибкости и подвижности как самого проекта, так и команды, работающей над ним, а также при необходимости привлечения специалистов в области менеджмента и маркетинга данные трудности могут быть успешно преодолены с наименьшими издержками.