

6. Зачем бизнесу ВКонтакте и как там продвигаться: бесплатные и платные способы // eLama [Электронный ресурс]. – URL: <https://elama-ru.turbopages.org/elama.ru/s/blog/vkontakte-dlya-prodvizheniya-obzor-vozmozhnostey-i-instrumentov/> (Дата обращения: 20.11.2022)
7. Губина О.Н. Современные низкочастотные интернет-технологии продвижения услуг // Сервис plus. 2019. С. 42-47.

СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ СТАРТАПОВ

А.А. Савинкин

Научный руководитель Т.Б. Заводчикова
Самарский национальный исследовательский университет имени
академика С.П. Королева

В настоящее время мировое сообщество уделяет особое внимание развитию малых инновационных предприятий. В современном мире такое предприятие принято называть «стартапом». Как показывают исследования, именно количественный и качественный рост стартапов оказывает благоприятное воздействие на рост экономики регионов, страны и общества в целом [2]. Стартапы являются не только движущей силой инновационного прогресса, но и вносят большой вклад в создание интеллектуального капитала страны и инновационное развитие в целом. Поэтому государству важно добиться стабильного и эффективного развития стартапов, чтобы в дальнейшем они превратились в крупный бизнес и оказали своё благоприятное воздействие на экономику страны.

Согласно исследованию, проведенному И.А. Коршуновым и О.С. Гапоновой, была выявлена и обоснована зависимость выживания стартапов и правильно выбранной стратегии развития на раннем этапе существования стартапов [1]. В связи с этим для стартапа важно выбрать правильную стратегию развития, при которой он сможет стабильно и эффективно развиваться. Выявление и анализ таких стратегий обусловили актуальность настоящего исследования.

Согласно информационно-аналитическому отчету «The Global Startup Ecosystem Report 2022», который был проведен ведущей консалтинговой и исследовательской фирмой «Startup Genome», мировая статистика показывает, что больше 50% стартапов закрываются в течение пяти лет своего существования, а до 10-летнего возраста и доживают только 29% (рисунок 1) [3].

По оценкам экспертов, ключевым фактором банкротства является неправильно выбранная стратегия развития или её отсутствие. Предприниматели обосновывают отсутствие стратегии или её неправильный и скоротечный выбор тем, что сфера инноваций, в которой находятся стартапы, предлагает огромное количество возможностей. Поэтому предприниматели опасаются, что, потратив на анализ всевозможных

стратегий слишком много времени, они не успеют вовремя коммерциализировать инновацию и упустят свою прибыль. Но в результате они все равно проигрывают тем компаниям, которые подошли к выбору стратегии более основательно, хоть и вышли на рынок позже.

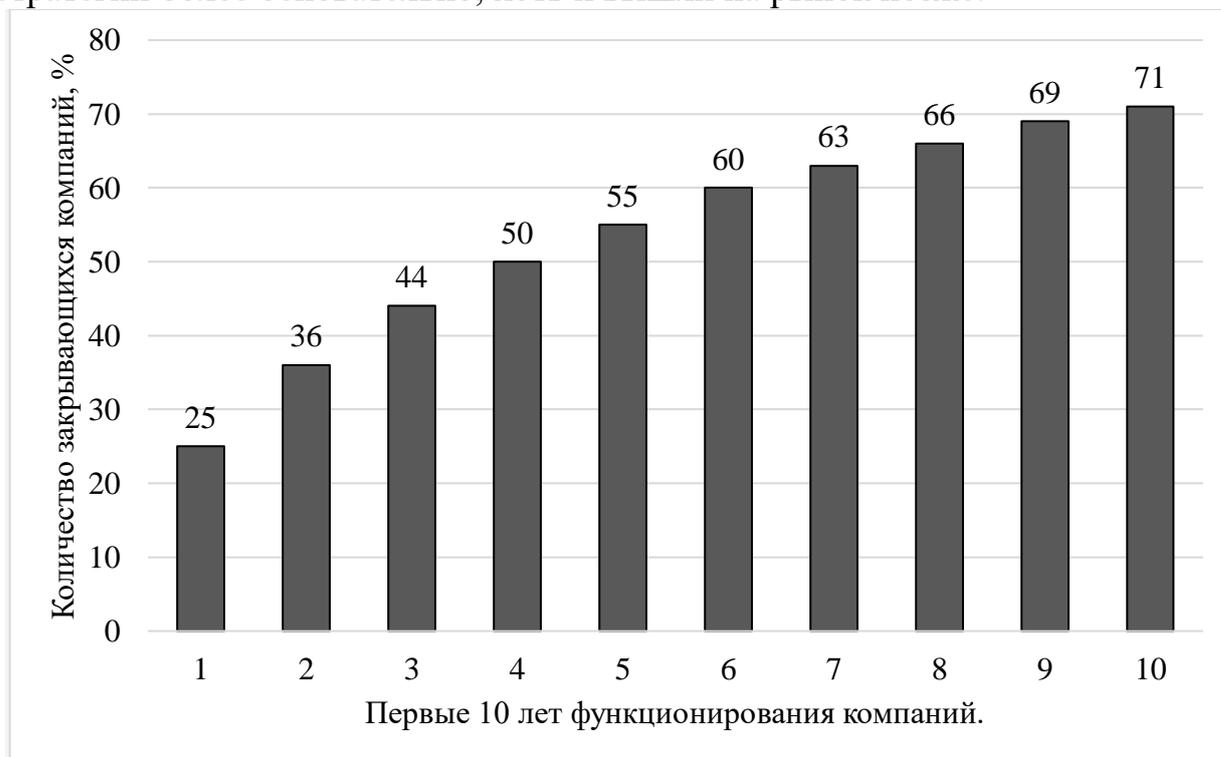


Рисунок 1 - Доля закрывающихся компаний в зависимости от времени работы.

Таким образом, чтобы ускорить процесс выбора стратегий развития, предпринимателям предлагается обратиться к общепризнанным методам выбора стратегий, каких существует большое количество.

В теории существуют различные точки зрения, как лучше и эффективнее выбрать стратегию развития. При этом на практике себя зарекомендовал, относительно новый метод под названием «The Entrepreneurial Strategy Compass», который был предложен в 2018 году. В переводе на русский язык метод называется «Компас Стратегии Предпринимательства», авторами которого являются американские ученые Джошуа Ганс, Эрин Скотт и Скотт Стерн (таблица 1) [4].

Таблица 1 - Метод «Компас Стратегии Предпринимательства»

Интеллектуальная собственность	Строительство
Цепочка создания ценности	Прорыв

Данный метод позволяет рассмотреть четыре основополагающих стратегии развития, проанализировав которые, предприниматель значительно повышает свои шансы на выбор эффективной для него стратегии. Данные стратегии образуются на пересечении двух противоположных возможностей, по горизонтали – сотрудничать или состязаться и по вертикали – штурмовать или окопаться.

Каждая из выделенных на рисунке 2 стратегий имеет свои особенности, а именно:

1) Стратегия «Интеллектуальная собственность». В данном квадранте компания сотрудничает с действующими игроками рынка и сохраняет контроль над своими продуктами и технологиями. Основная цель данной стратегии предложить клиентам продукт лучше, чем существующий на рынке в данный момент. Пример компании, которая эффективно существует по данной стратегии – это компания «Dolby Laboratories». Компания на данный момент является мировыми лидером в сфере технологий шумопонижения, продавая лицензии на свои технологии разработчикам и производителям, в числе которых Sony и Apple, заработала себе многомиллиардную стоимость;

2) Стратегия «Прорыв». Эта стратегия противоположна предыдущей. В ней ставка делается на прямую конкуренцию с ветеранами рынка, коммерциализацию идей и быстрый рост доли рынка, а не на защиту разработок. Главная цель стратегии — вырваться вперед и удерживать лидерство. Пример – компания «Rent the Runway». Используя данную стратегию, компания смогла преобразить рынок женской дизайнерской одежды, предложив выбирать одежду премиум-класса онлайн и брать ее напрокат. Взлет компании показал, как много может сделать активный новичок в отсутствие проворных конкурентов;

3) Стратегия «Цепочка создания ценности». Данная стратегия предполагает вложения в коммерциализацию и стабильную конкуренцию. Основная цель данной стратегии – это встроиться в цепочку создания ценности. Пример – компания «Peapod». Стратегия компании заключалась в том, чтобы встроиться в процесс традиционного онлайн ритейла и повысить ценность для определенной аудитории, предоставив клиентам возможность регулярных повторов заказа и доставки по расписанию. Результатом стало выгодное партнерство с сетью супермаркетов, что обеспечило компании лидерство на рынке;

4) Стратегия «Строительство». Данная стратегия позволяет стартапу конкурировать и контролировать ситуацию, однако для большинства идей эта стратегия или не подходит, или слишком рискованна. Пример – это компании «Google» или «ВКонтакте». Такие компании, возможно, не выводят инновации на рынок, поисковики существовали до «Google», а соцсети до «ВКонтакте», но благодаря тщательному выбору аудитории, технологий и самоидентификации приносят их в массы.

Как показывает исследование, достижение максимального эффекта от реализации рассматриваемой модели предполагает комплексный системный подход к применению всех четырех стратегий. Чем больше вариантов стратегий подходят стартапу, тем лучше является реализуемая стартапом идея. Результаты проведенного анализа свидетельствуют о практической значимости исследуемого метода, позволяющего определить альтернативные варианты стратегий и укорить процесс выбора оптимальной стратегии развития стартапа.

Список использованных источников

1. Коршунов И.А., Гапонова О.С. Анализ причин гибели и долгосрочные стратегии развития стартапов // Экономический анализ: теория и практика. 2014. №46 (397). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-prichin-gibeli-i-dolgosrochnye-strategii-razvitiya-startapov> (дата обращения: 24.11.2022).
2. Volkmann С.К., Tokarski К.О. Entrepreneurship in a European Perspective: Concepts for the Creation and Growth of New Ventures. – 2010. – pp. 499.
3. The Global Startup Ecosystem Report / 2022 URL: <https://startupgenome.com/reports/gser2022> (дата обращения: 24.11.2022).
4. Joshua Gans, Erin L. Scott, Scott Stern. Strategy for Start-ups // Harvard Business Review. – 2018. – pp. 44-51.

АКТУАЛЬНЫЕ СПОСОБЫ ФИНАНСИРОВАНИЯ БИЗНЕСА

А.А. Сидяева

Научный руководитель С.В. Климентьева

Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева

Финансирование деятельности коммерческих организаций, являясь самостоятельным процессом поиска и использования финансовых ресурсов, служит целям инвестирования текущего и будущего функционирования бизнеса. В теории корпоративных финансов наиболее серьезной и сложной проблемой является принятие инвестиционных решений, поскольку оно включает идентификацию и оценку влияния множества разнообразных факторов, влияющих на принятие того или иного варианта решения. Совокупность влияющих факторов с учетом возможностей управления ими может приводить к принятию совершенно противоположных решений по выбору источников финансирования аналогичных инвестиционных проектов.

Факторы, влияющие на принятие решений по выбору источника финансирования, можно классифицировать следующим образом:

- макроэкономические и микроэкономические;
- зависимые и независимые.

В первом случае макроэкономическими факторами следует считать условия деятельности, прямо связанные с экономикой государства, например, уровень его экономического развития, налоговая система, наличие финансовых сбережений, инвестиционный климат, а микроэкономическими факторами являются масштаб организации, ее научно-техническая политика, способ определения сумм амортизации и организационно-правовая форма.

Во втором случае зависимыми факторами являются те, которые непосредственно зависят от действий предприятий и государства, например,