

2. Овсянюк-Бердадіна О. Ф. Навчально-методичний комплекс з дисципліни "Механізм державно-приватного партнерства". Тернопіль: ТНЕУ, 2017. 60 с.
3. Турчак Д. В. Інституційне забезпечення реалізації державно-приватного партнерства у сфері охорони здоров'я. Менеджер. *Вісник Донецького державного університету управління*. 2019. № 1. С. 161-167.
4. Методичні рекомендації для державних та комунальних закладів охорони здоров'я для впровадження проектів державно-приватного партнерства у сфері охорони здоров'я. 2018. URL: <https://moz.gov.ua/uploads/1/7840-1234567890.pdf>. (дата звернення: 15.04.2021).
5. Петрик С. М. Форми реалізації проектів державно-приватного партнерства у сфері охорони здоров'я. URL: <http://ema.ztu.edu.ua>. Article. (дата звернення: 15.04.2021).

Журавльов В. М.
старший викладач

Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький, Україна

СТАДІЇ РОЗВИТКУ СТАРТАПУ ТА ДЖЕРЕЛА ЙОГО ФІНАНСУВАННЯ

Кожен стартап, варто розглядати як проект, який має певні етапи свого розвитку. Поділ на етапи є приблизний і залежить від мети і спрямованості стартапу, від сфери його діяльності та інших критеріїв, які будуть впливати на швидкість розвитку, і на кількість і рівень інвестицій в стартап. Тому універсального підходу до опису розвитку стартапів не існує. Найчастіше згадується скорочена класифікація стадій розвитку стартапів, згідно з якою стартап проходить в своєму розвитку 5 стадій [1]:

1. Посівну стадію (seed stage). Це стадія появи ідеї. Яка основна причина, по якій ви прийшли до бізнес-ідеї? Зазвичай це відбувається тому, що є люди, яким потрібні ваші товари або послуги. Деколи цю стадію розділяють на дві: pre-seed і seed. Це етап зародження ідеї, в основі якої лежить інноваційний продукт, послуга, технологія, здатна покращити чи полегшити життя, змінити існуючий товар, посилити ефект від дії товару чи послуги і так далі, в залежності від сфери діяльності. На цьому етапі формується команда однодумців, помічників, які вірять у свою діяльність, розробляється приблизний план розвитку ідеї, розглядаються варіанти пошуку інвесторів, а також апробується прототип продукту, послуги, технології, якщо він вже створений. Фінансування необхідно вже на цьому етапі, нехай навіть мінімальне. На цьому етапі використовують власні заощадження, або кошти друзів, родини чи партнерів. Використовується правило фінансування: 3F (Family, Friends, Fools). Також розробникам стартапу на цьому етапі є сенс звернутися в акселератор, бізнес-інкубатор чи брати участь у конкурсах які підтримують інноваційне підприємництво.

2. Стадію запуску (startup stage). Завдання стартаперів на цій стадії – налагоджувати систему просування продукту і шукати джерела фінансування. На посівній стадії розвитку стартапу вже існує робоча модель, створено злагоджену команду з чітко розподіленими функціями кожного її члена, складено детальну

стратегію просування проекту на ринок, оформлено юридичну особу, зроблено перші кроки в рекламі та пошуку інвесторів. Важливо, щоб команда вдосконалювала свій продукт і отримувала перші надходження від своїх клієнтів, таким чином буде легше залучити інвестора. Знайти фінансування діяльності на цьому етапі важливо, оскільки потрібно оплачувати роботу членів команди, оренду та утримання офісу, якщо він необхідний, накладні витрати. Знаходження інвестора на цьому етапі – завдання теж не з простих. Вкладень потрібно більше, ніж на початковій стадії, і прибутку поки немає або він не покриває поточні витрати. Ідеальним варіантом знайти бізнес-ангела, людини, який прорахує перспективність проекту і побажає вкласти в нього певну частину власних коштів, досвіду та контактів. Іншим джерелом фінансування в цей час є краудфандінг (народне фінансування) – отримання коштів від співтовариства людей, готових скласти гроші для надання допомоги, в даному випадку, для розвитку багатообіцяючого стартап-проекту.

3. Стадію зростання (growth stage). Завданням стартаперів на цьому етапі стає остаточне формування продукту, послуги, технології, виправлення виявлених дефектів, тобто доведення його до ідеального стану. Стадія зростання характеризується наявністю діючої компанії, яка приносить прибуток, займає помітне місце на ринку і має популярність серед користувачів продукту. Одночасно з цим триває просування товару на ринку, кошти інвестуються в рекламу з метою збільшення доходу або розширення кола користувачів. На цьому етапі необхідність додаткового фінансування все ще зберігається, оскільки витрати на утримання компанії і здійснення маркетингових планів ростуть, а прибуток хоч і є, але не покриває всіх витрат. Для залучення інвесторів стадія зростання – золотий час: вони самі знаходять стартапи на такому етапі.

4. Стадію розширення (expansion stage). Розширення – це стадія, коли компанія має завершений функціональний продукт, що приносить постійний прибуток. Маркетингова стратегія на цьому етапі відпрацьована до дрібниць, і компанія готова до масштабування, тобто збільшення обсягів продажу, розповсюдження в суміжних сферах діяльності або залучення масового кола споживачів. На стадії розширення укладаються контракти на реалізацію товару, послуги, технології, відкриваються нові магазини, збільшується кількість і якість реклами для залучення користувачів в інтернеті. Важливим завданням у цей час фахівці вважають правильне побудова як самої компанії, так і її відносин з інвесторами. Власники компанії повинні визначитися з її майбутнім. Якщо компанію передбачається продати або проект може відмінно функціонувати без безпосередньої участі засновника, то робота повинна бути спрямована на пошук відповідного інвестора, якому захочеться придбати контрольний пакет акцій за подібною ціною.

5. Стадію «виходу» (exit stage). Найчастіше на цьому етапі компанія починає випуск акцій, які приносять дохід її засновникам. В інших випадках компанію продають як готовий бізнес. В принципі, етап «виходу» говорить про те, що стартап-проект перетворився на серйозний бізнес, коли компанія займає на ринку лідируюче або близьке до нього місце, має високу окупність, штат компанії становить команда висококваліфікованих фахівців, і їх робота налагоджена.

Література:

1. Баб'ячок Р. І., Кульчицький І. І. Основні тенденції розвитку стартапів в Україні – проблеми, перешкоди і можливості. 2018. 28 с.