

СТАНОВЛЕННЯ РИНКУ ІТ-СТАРТАПІВ В УКРАЇНІ

Інформаційні технології (ІТ) за доволі короткий час стрімко увійшли в наше життя. Радикально змінюючи способи і методи господарювання, вони водночас зумовили переосмислення підходів в отриманні знань, трансформували фундамент для науково-технічних робіт, дали поштовх до створення величезної кількості нових бізнес-моделей діяльності підприємств тощо. У віртуальному просторі можна отримати практично всі види інформації та більшість послуг, здійснювати фінансові операції, брати участь у біржових торгах та аукціонах. Зрештою, ті ж простоту і оперативність доступу до спілкування з колегами та рідними, котрі перебувають на далекій відстані (Skype), важко переоцінити. Серед різноманітних можливостей інтернету особливого значення набуває створення новітніх програмних продуктів, технологічних інновацій у віртуальному просторі. Одними з основних стимуляторів розвитку ІТ-технологій є стартап-компанії, зокрема ІТ-стартапи.

Згідно із [1], стартап-компанія або стартап (англ. Startup) – нещодавно створена компанія (можливо, ще не зареєстрована офіційно, але серйозно планує стати офіційною), яка формує свій бізнес на засадах інновацій чи інноваційних технологій, ще не вийшла на ринок або лише почала на нього виходити і володіє обмеженим переліком ресурсів.

Інакше кажучи, стартап – це процес виходу на ринок новоствореного підприємства з інноваційним проектом, як правило, у короткотривалий термін та з мінімальними капіталовкладеннями.

Найпоширенішими нині є ІТ-стартапи. В Україні стартап-компаніям, що працюють у всесвітній віртуальній мережі, притаманні свої особливості становлення і розвитку. Характеристики вітчизняних стартапів зумовлені, з одного боку, глобалізаційними процесами, з другого – особливостями національної економіки. Серед основних проблем вітчизняних ІТ-стартапів постають сповільнені темпи їх створення та виходу на ринок з готовими продуктами. Це пояснюється: низькою швидкістю тестування ІТ-продуктів, недостатньо розвинутою технологічною базою, високим рівнем конкуренції в галузі.

Зважаючи на те, що ІТ-стартапи є одними з найважливіших факторів впливу на інноваційний поступ країни, проблематика їхнього становлення та розвитку без сумніву є актуальною та практично значущою темою для досліджень.

Тематика ІТ-стартапів останнім часом набуває все більшої актуальності серед науковців та практиків. Водночас, питання становлення вітчизняного ІТ-стартапу переважно розглядаються опосередковано, в розрізі інших тем.

Зокрема, вчені [2 - 5] скеровують увагу наукового товариства на теоретико-методичні засади функціонування стартапів, оминаючи питання прикладного характеру. При цьому дане явище згадується ними з позицій малого підприємництва. З поля зору випадають такі характеристики стартапу, які чинять найважливіший вплив на його розвиток. Це, зокрема: оцінювання ІТ-інновації на усіх етапах її розроблення та доведення до готового продукту; виведення дослідного взірця програмного продукту на рівень споживачів-тестувальників (часто це стає значною проблемою, яка сповільнює розвиток даного ІТ-продукту); охорона прав інтелектуальної власності стартапу; моделі монетизації тощо. Отже, можна вважати, що системний підхід у вивченні такого явища, як ІТ-стартапи, загалом відсутній.

Фахівці-практики [6, 7], в свою чергу, зосереджують увагу на аспектах вже впровадженого на інтернет-ринку нового продукту, наприклад, на таких його характеристиках, як час використання, потужність, візуалізаційні особливості, кількість ліцензій, додаткові функції, сфера застосування та контактна аудиторія тощо. Проте не здійснюється ґрунтовний аналіз причин успіхів або невдач розроблених ІТ-інновацій.

Серед визнаних у світі фахівців з питань стартапів необхідно відзначити [8] та інших, не менш відомих, про котрих згадано в [9]. Ефективні та креативні підходи західних спеціалістів об'єктивно не завжди можна використати в умовах вітчизняних реалій, однак їх доцільно вивчати, трансформуючи в український досвід.

Аналізуючи розвиток вітчизняних ІТ-стартапів, особливу увагу необхідно зосередити на проблемах їх методологічного забезпечення: розглянути комплекс методів формалізовано-категорійного апарату і можливість його застосування ІТ - стартапами в процесі створення та розвитку. При вирішенні

цього завдання відкритим питанням залишається урахування тих особливостей, які характерні саме для вітчизняних ІТ - стартапів та саме в нинішніх економічних умовах.

Цілями статті є аналіз проблем становлення ринку ІТ - стартапів в Україні із виділенням особливостей їх розвитку та розробкою шляхів його стимулювання.

Стартапи виникли у їх нинішній формі ще у 1939 році, в Силіконовій долині, коли двоє випускників університету Стенфорда дали початок компанії Hewlett-Packard, яка і донині користується світовим визнанням. Заснування власної фірми та просування її розробки в інтернет-мережі нині вже не потребує значних капіталовкладень. Якщо раніше на створення технологічного стартапу необхідно було залучити 1,5-3 млн. євро, нині такі витрати можна обмежити до кількох сотень тисяч євро. Завдяки розвитку інтернет-технологій втілення бізнес-ідей стало доступнішим та простішим.

З метою виявлення меж потенціалу діяльності вітчизняних ІТ - стартапів (з позицій розмірів і темпів поширення інтернет-мережі), а також можливих часових рамок їх функціонування (на якій стадії розвитку інтернет-ринку перебувають стартапи), доцільним є проаналізувати динаміку розвитку всесвітньої павутини.

За статистичними даними [10], у 2012 році в Україні було зафіксовано серед населення 33,7% користувачів Інтернету, у 2010 р. – 23,3%, у 2008 р. – 11%, 2006 р. – 4,5% відповідно. Статистика користування інтернетом ведеться від 1990 року, проте перші значні темпи поширення всесвітньої мережі (більше 1%) зафіксовано у 2001 році – 1,24%. Отже, за дванадцять років темпи користування інтернетом зросли більш, як у 27 разів та продовжують зростати.

Серед країн Європи і Центральної Азії показники користування населення віртуальним простором такі: у 2012 р. – 43,44%, у 2010 р. – 33,52%, у 2008 р. – 23,79%, у 2006 р. – 14,61%, у 1999 р. – 1,35%. Тобто, за період 1999-2012 рр. кількість інтернет-користувачів збільшилася у 32,18 рази.

Деяко інша ситуація в країнах Північної Америки: у 2012 р. Інтернетом користувалися 81,59% населення, тоді як у 1990р. (час зародження інтернет-мережі) – 0,74%. За 22 роки темпи поширення всесвітньої павутини в Північній Америці зросли у понад 110 разів.

Наведені вище показники вказують на те, що в Україні існує широке поле для створення і розвитку ІТ-стартапів. На основі порівняльних даних, можна стверджувати, що ринок інформаційних технологій має значну ємність, йому притаманна тенденція до розширення. Факт збільшення інтернет-користувачів в Україні вказує на те, що ІТ-проекти мають сприятливий ґрунт для впровадження.

Водночас зазначимо, що український ринок ІТ-стартапів перебуває на етапі становлення, є незрілим. З одного боку, розвиток нових проєктів сповільнюється складним фінансово-економічним станом країни в цілому, зменшенням інвестиційної активності тощо. З другого – потенційні учасники ІТ-стартапу стикаються з проблемами технологічного характеру: такі компанії продукують програмні інновації, а щоб бути конкурентоспроможними в ІТ-сфері, необхідно регулярно оновлювати обладнання, комплектуючі тощо. У розвинутих країнах таке обладнання часто виготовляють або самі стартапери, або партнерські фірми. В Україні ситуація складніша. Застарілість хард- і софт-забезпечення вітчизняних лабораторій, гостра потреба в модернізації основних фондів науково-дослідних установ – ці та інші проблеми ускладнюють продукування ефективних інноваційних рішень в ІТ-галузі. Отже, поле для створення ІТ-стартапів звужується до критичних меж, воно може включати лише тих учасників, які мають змогу самостійно організувати свій виробничий процес. Проте таких компаній мінімум. Особливо, якщо оцінювати співвідношення: кількості ІТ-стартапів відносно кількості населення України, або кількості вітчизняних науково-технічних кадрів.

Одним з найважливіших завдань, які постають перед вітчизняними ІТ-стартапами, є обґрунтування економічної ефективності майбутнього інноваційного проєкту. Стартаперам часто доводиться ще перед початком своєї діяльності оцінювати усі аспекти трансферу розробленої ними технології: скільки коштуватиме ідея, які витрати нестиме стартап з її реалізації, на яких умовах ІТ-продукт передаватиметься покупцю та які майбутні вигоди може дати його впровадження.

Трансфер технологій є складним і багатоаспектним поняттям, від якого залежить успіх запропонованої стартапом інновації на ринку. Однак проблема полягає в тому, що нині немає необхідної кількості організаційних та методичних розробок щодо оцінювання усіх етапів трансферу технологій ІТ-стартапів. Звичайно, методичні розробки – як вітчизняних, так і закордонних науковців, – існують. Проте вони здебільшого не враховують специфіки інтернет-ринку, а деякі обов'язкові критеріальні показники інновацій з галузі ІТ часто розглядаються опосередковано, в розрізі інших тем.

Применшення ролі розробки організаційно-методичного забезпечення трансферу технологій для ІТ-стартапів веде до уповільнення розвитку цієї галузі. Одна проблема тягне за собою іншу – необґрунтованість оцінок з трансферу ІТ часто звужує коло потенційних інвесторів (завищена вартість

проекту відлякує, а занижена може бути необ'єктивною). Перед вітчизняними ІТ-стартапами нині гостро постають проблеми формування комплексу організаційного і методичного забезпечення трансферу ІТ, вирішення яких сприяло б діяльності стартапів, пришвидшило б їх виведення на якісно новий рівень. Уповільнення розвитку ринку ІТ-стартапів, своєю чергою, сповільнює інноваційний розвиток України в цілому.

Оцінити український ринок стартап-компаній є досить складно, оскільки більшість угод є прихованими від сторонніх, а отже, офіційної статистики немає. Опираючись на дані [11], щороку на українському ринку з'являється від 300 до 500 стартапів. Сумарна кількість нових бізнес-проектів, які постійно є на ринку (тобто ще не збанкрутували) – близько 900, з числа яких орієнтовно 150 – це серйозні проекти, але і з них виживають і розвиваються далі лише кілька десятків (20-40). Проте навіть зараз, в перехідний період економіки, інтернет-стартапів могло би бути більше.

Важливим фактором ефективного створення ІТ-стартапів є стрімкий розвиток соціальних мереж, за допомогою яких стало значно простіше просувати інноваційні ідеї. Соціальні мережі дають змогу у короткий термін знайти коло зацікавлених осіб, котрі можуть виступити у ролі тестувальників тієї чи іншої інновації (програми, наукового або технічного винаходу тощо).

Серед найвідоміших ІТ-стартапів виділяють: Facebook, Vkontakte, Twitter, Odnoklassniki, MySpace, Bebo, Wikipedia, Whatsapp, Google, PayPal, відеохостинг YouTube, фотохостинг Flickr тощо. Серед українських ІТ-стартапів є успішні проекти, які вийшли на світовий ринок, зокрема Viewdle («комп'ютерний зір» – пристрій для розпізнавання облич та об'єктів), проданий за \$45 млн.

Поруч із успішним розвитком оригінальних стартап-компаній, має місце і явище "copycats" – копіювання та відтворення із несуттєвими змінами вже існуючих ідей. Яскравим прикладом є стартап-компанія Facebook, яка запропонувала оригінальний проект соціальної мережі, проте нині цю ідею вже безліч разів перероблено з урахуванням різних аспектів.

Серед специфічних особливостей вітчизняних ІТ-стартапів має місце така тенденція: потенційно успішні ІТ-проекти, хоч і створюються в Україні, але подальший розвиток та їх інвестування відбувається у США (як зокрема і сталося з Viewdle).

Створити в Україні ІТ-стартап, який в майбутньому може стати глобальною компанією, можливо, а от розвивати і популяризувати його за її межі – нині практично нереально. Пояснення полягає в нинішній ситуації на ІТ-ринку України. У світі глобальні проекти поширюються за класичною схемою: спочатку їх використовують там, де є критична маса людей, які користуються новими технологіями у повсякденному житті (наприклад, в Каліфорнії). Потім технологія розповсюджується у світі. В Україні таких людей ще замало, аби говорити про реальний ринок інтернет-технологій. Своєю чергою, це уповільнює і розвиток ІТ-стартапів. Ситуація нагадує зачароване коло.

Серед проблем створення ІТ-стартапів в Україні доцільно відмітити і те, що в державі відсутня достатня клієнтська база, яка давала б змогу розробляти дороговартісні інноваційні проекти. Населення України складає 45 млн. осіб, проте темпи поширення інтернету є одними з найнижчих у Європі – близько 43,9% (2013 р.). Вітчизняні проекти спрямовані на внутрішній ринок, що унеможливило застосування розробок на глобальному рівні. І самому ринкові в Україні притаманна непрозорість. Ці та інші проблеми характерні для країн з перехідною економікою. Такий складний фінансово-економічний стан є еволюційною формою нашої економіки, отже нині необхідно використовувати всі існуючі резерви, щоб його долати.

На даний момент більшість вітчизняних інвесторів не готові вкладати кошти в ІТ-стартапи, котрі перебувають на стадії ідеї, оскільки ринок покупців ІТ-продуктів є недостатньо розвиненим. Отже інвестори вбачають ризик в недоотриманні прибутку. Окрім того, часто вони забирають значну частину бізнесу стартапу, коли вже є розроблений дослідний зразок ІТ-продукту, але ще на «посівній» стадії. Переважно помилково вважається, що на наступних стадіях розвитку цей дослідний зразок себе виправдає, а значить, вже не потребує додаткових капіталовкладень на свій розвиток і просування на ринку.

Вищі навчальні заклади та науково-дослідні інституції мають широкі можливості для створення на своїй базі стартапів. Проте проблемою є складність процедури передачі нематеріальних активів.

Серед напрямків стимулювання розвитку ринку ІТ-стартапів, виділимо такі.

Реалізація спеціальних програм стимулювання малого бізнесу, зокрема в ІТ-сфері. Світовий досвід існування стартапів доводить, що ІТ-проекти генеруються здебільшого у дрібних групах підприємців, а не у великих корпораціях.

Доопрацювання існуючої нормативно-законодавчої бази в частині врахування інтересів ІТ-стартапів, зокрема щодо спеціальних пільгових режимів.

Внесення змін до Господарського кодексу України та інших законодавчих актів щодо надання можливості ВНЗ створювати на своїй базі стартапи (при цьому особливу увагу слід надати питанням захисту інтелектуальної власності).

Розроблення організаційного та методичного забезпечення для трансферу ІТ стартап-компаній.

Підвищення рівня і якості підготовки ІТ-спеціалістів. Навчальні заклади забезпечують підґрунтя розвитку ІТ-стартаперів, університети випускають ІТ-фахівців, і саме там треба першочергово звертати увагу на професійність надання спеціальних знань.

Розробка і впровадження системи заходів, які спрощують залучення людей в ІТ-стартапи.

Заохочування громадськості до тестування нових ІТ-проектів, створюваних стартапами (для цього використовуються здебільшого соціальні мережі), що стане поштовхом до їхнього розвитку.

На основі проведених досліджень можна прогнозувати, що ринок ІТ-стартапів в Україні розвиватиметься з одночасним збільшенням кількості інтернет-користувачів. Зокрема на момент, коли 50% населення країни користуватимуться інтернетом, темпи створення і діяльності ІТ-стартапів будуть прискорюватися. За оцінкою сучасних тенденцій, це станеться в найближчі два роки, відповідно, ІТ-стартапи всередині країни будуть більш затребувані. Водночас, зростатиме і ринок користувачів смартфонів, що вказує на потребу в розробленні нових ІТ-проектів (зокрема для додатків в різноманітних мобільних пристроях).

Література

1. Blank Steve (May 3, 2013). Search versus Execute: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://steveblank.com/2013/03/05/search-versus-execute/>
2. Івашова, Н.В. START-UP проекти – інструмент реалізації інновацій [Текст] / Н.В. Івашова, Д.А. Саєнко // Економічні проблеми сталого розвитку: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, м. Суми, 24-26 квітня 2013 р. / За заг. ред. О.В. Прокопенко. — Суми: СумДУ, 2013. — Т.1. — С. 103-105.
3. Стельмащук А.М. Розвиток малих інноваційних підприємств: ефективна форма позитивних технологічних змін [Текст] / А.М. Стельмащук // Стратегія інноваційного розвитку економіки: Всеукр. науково-виробничий журнал. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/inek/2010_3/11.pdf
4. Шевченко О.М. Венчурний капітал – основа механізму фінансування національних інноваційних процесів [Текст] / О.М. Шевченко // Інноваційна економіка 4'2012 (30). – С. 52-56.
5. Стартапи, вперед, або Силіконова долина: погляд зсередини: [Електронний ресурс] / Ю.Наумчук, Т.Померанцева, С.Крігов // Дзеркало тижня. Україна. – 2012. – № 49. – Режим доступу: http://gazeta.dt.ua/SCIENCE/startapi_vpered_abo_kremnieva_dolina_poglyad_zseredini.html
6. AIN.UA: Інтерв'ю з експертами українського Інтернет-ринку: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ain.ua/tag/intervyu>
7. Мась О., Онисько М. Секрети Інтернет-маркетингу: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://book.ua/book/1191>
8. Thiel Peter (July 6, 2012). Ten Lessons from Peter Thiel's Class On Startups: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.forbes.com/sites/ryanmac/2012/06/07/ten-lessons-from-peter-thiels-class-on-startups/>
9. Harvard Political Review (April 9, 2013): [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://harvardpolitics.com/united-states/the-incubation-period-why-stanfords-startup-culture-is-only-the-beginning/>
10. Світовий Банк. Показники світового розвитку: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.worldbank.org/en/country/ukraine>
11. Український ринок стартапів в цифрах: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://vkurse.ua/ua/business/ukrainskiy-rynok-startapov.html>

Рецензент д.е.н., професор Скворцов І.Б.