

*Ельвіра Сігеті, студентка 3 курсу
ДВНЗ «Ужгородський національний університет», м. Ужгород
Науковий керівник: Готра В.В., д.е.н., професор*

БІЗНЕС-МОДЕЛЬ ЯК ВАЖЛИВИЙ АСПЕКТ ЗАЛУЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙ У СТАРТАП

Повномасштабна війна Росії проти України поставила під загрозу можливість залучення коштів іноземних компаній. Проте українські технологічні стартапи, які працюють на зовнішніх ринках, володіють серверами в хмарних середовищах і переміщують команди в безпечні місця, тому залишаються сильними претендентами на іноземні інвестиції [2].

Вітчизняні стартапи намагаються адаптуватися до нових умов і докладають значних зусиль для збереження життєздатності бізнесу. Так, 24,3% українських стартапів продовжували працювати, 46,7% працювали частково (переважно віддалено), 28% не працювали взагалі, а 1% змінив сферу діяльності в умовах воєнного стану. Про це свідчать результати опитування, проведеного Українським фондом стартапів [1].

Сьогодні у світі існує близько 1 млн стартапів. За рахунок своєї інноваційності стартапи задовольняють потреби набагато ефективніше, ніж великі компанії, а задоволення поточних потреб неминуче веде до появи нових стартапів. Ідея та інноваційність важливі, але це не є повною запорукою успіху, зокрема якісне виконання відрізняє успішний стартап від провального. Досвід свідчить, що «вистрілюють» не ті, хто залучив якомога більше коштів у свій стартап, а ті, хто якісно змогли налаштувати свої бізнес-процеси, освоїти отримані кошти та сформувати потужну команду.

Фінансова модель — це документ, який допомагає привести до ладу справи компанії, особливо щойно створеної. Він містить фінансові й нефінансові показники та визначає етапи розвитку бізнесу, залучення інвестицій, період окупності, норму прибутку тощо. А також дозволить не лише аналізувати ефективність діяльності та відхилення від плану, а й збільшить інвестиційну привабливість, адже з таким документом ви більш прозорі та зрозумілі для інвесторів, а це вже великий плюс для молодого проєкту [3].

Іншими словами, бізнес-модель показуватиме, який продукт чи послугу буде продавати ваша компанія, як вона збирається виходити на ринок, які витрати для цього потрібні та як вона розраховує отримувати прибуток. Розглянемо найбільш поширені типи бізнес-моделей для стартапів:

1. Маркетплейс – це майданчик, на якому покупець може порівняти й купити товари відразу в кількох продавців. Монетизація: стартап отримує відсоток вартості угоди (комісія) або плату за розміщення оголошень. Приклади: Booking, AirBnB, Amazon.

2. Модель електронної комерції (e-commerce). Її види: B2B (бізнес-бізнес), B2C (бізнес-клієнт), C2C (споживач-споживач), D2C (прямий продаж, коли покупці залучаються через мобільні додатки або соцмережі). Монетизація: стартап заробляє за рахунок відсотка від продажу або підписки. Приклади: роздрібні магазини товарів в інтернеті.

3. Підписка або SaaS (B2C або B2B). SaaS модель (software as a service) – коли програмне забезпечення знаходиться у сервіс-провайдері, а клієнт користується ним із браузера або через програму. Монетизація: клієнти платять за місячну чи річну підписку. Приклади: Netflix, Spotify.

4. Рекламна модель – заснована на наданні клієнтам безкоштовної послуги (наприклад, доступу до соціальної мережі або контенту) та розміщення реклами на платформі стартап-компанії. Монетизація: майже весь дохід отримується за рахунок продажу реклами. Приклади: Facebook, Twitter.

5. Транзакційна модель (модель оплати) заснована на обробці та здійсненні платежів в обмін на комісію за транзакцію. Монетизація: комісія за транзакцію. Тому тут найважливіше – це об’єм таких транзакцій. Приклади: PayPal, Wise, фінтех компанії.

Отже, навіть попри війну, українські стартап проєкти не стоять на місці, продовжують розвиватися і мають перспективи перерости в повноцінний бізнес, головне – визначитися з вибором бізнес-моделі, адже від цього будуть залежати показники, на які звертатимуть увагу інвестори. Також, можливо залучити допомогу держави у розвиток своєї справи, а саме подати заявку на отримання гранту від держави в цифровому застосунку “Дія”.

Серед актуальних завдань стартаперів можна виділити такі: збереження команди та її безпеки, переформатування бізнес-моделі, мікрофінансування, пошук іноземних інвестицій, фандрайзинг [1].

Список використаних джерел:

1. 28% українських стартапів припинили роботу під час війни – результати опитування. URL: <https://tech.liga.net/ua/startups/novosti/28-ukrainskih-startapov-prekratili-rabotu-vo-vremya-voyny-rezultaty-oprosa>
2. Українським стартапам реально залучити інвестиції навіть під час війни. URL: <https://forbes.ua/>
3. Як стартапу підготувати фінансову модель: 6 кроків + таблиці. URL: <https://speka.media/startapi/yak-startapu-pidgotuvati-finansovu-model-6-kroktiv-tablici-p62lzv>