

ПРОБЛЕМА ВЫБОРА ИДЕИ ИТ-СТАРТАПА

Смирнов Александр Владимирович

студент Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», РФ, г. Пермь

Дерябин Александр Иванович

научный руководитель, доц. Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», РФ, г. Пермь

На сегодняшний день рынок IT-стартапов чрезвычайно разнообразен. Это огромная система, в которой все элементы взаимосвязаны. При разработке стартапа нужно понимать, насколько сильна конкуренция на рынке малого бизнеса. Успеха достигают, как правило, единицы, в то время как десятки молодых амбициозных проектов разваливаются ещё на начальном этапе. Почему? Причины у всех различаются: просчеты при запуске, невостребованность создаваемого продукта, нехватка денег, безграмотное руководство... В конце концов, просто некачественный сервис.

Но давайте подумаем и заглянем глубже. Что мы видим, приходя на любой из многочисленных тематических форумов? Мы видим, прежде всего, идеи. Десятки, сотни идей. Единицы из них заинтересуют потенциального клиента (инвестора), и стартапу будет дан шанс. Мне на ум приходит сравнение с очередью на переливание крови. Тысячи людей каждый день ждут, что их жизнь будет спасена благодаря донорам. Подобная ситуация складывается и на рынке стартапов. Только здесь привлечь доноров можно с помощью рекламирования своей идеи. Она является лицом стартапа для инвесторов. Выбрать действительно удачную идею очень сложно. Но грамотно подойдя к этой проблеме, можно увеличить свои шансы на успех.

Этап выбора идеи и формирования концепции стартапа всегда должен начинаться с глубокого и как можно более детального анализа существующей ситуации на рынке. Необходимо определить возможных конкурентов, слабые и сильные стороны их проектов, определиться с направлением поиска инвесторов, и, исходя из собранной информации, решить, является ли ваша идея конкурентоспособной, несёт ли она в себе новизну для клиентов.

Первое, что вам необходимо сделать на этапе анализа — это определить степень сформированности отрасли. От этого пункта зависят ваши действия при входе на рынок. Если стартап, создаваемый на основе вашей идеи, входит на высококонкурентный рынок, наберитесь терпения и уделите должное внимание подготовительной работе. Анализируйте, редактируйте, режьте, рубите — превратите свой проект в соперника, с которым нужно считаться. Не спешите входить на рынок и бросаться в этот омут с головой. Говоря ассоциациями, хорошо просмолите свою лодку, прежде чем спускать её на воду. И напротив, если ваша идея действительно уникальна, и вы планируете занять перспективную и никем не освоенную нишу, то необходимо заявить о себе как можно быстрее, ведь, как известно, деньги лежат на земле, и выигрывает тот, кто поднимет их первым.

Второй пункт — это новизна идеи. Если вам кажется, что вы создаете нечто новое, обязательно подумайте, не изобретаете ли вы велосипед. Очень часто бывает, что увлечённые процессом разработки проекта стартаперы забывают обо всём. Для них их проект является априори уникальным, идеальным и неповторимым. Но при запуске проекта оказывается, что заново придуманный Яндекс.Диск или Майл.Агент не в состоянии конкурировать с уже

успешными и состоявшимися гладиаторами российского рынка. Некоторые однотипные стартапы настолько часто терпят неудачи, что можно составить некий список идей, которые уже исчерпали себя. Не стоит пытаться заработать на социальных сетях, поисковиках, музыкальных сервисах и новостных сайтах. Анализируйте, ищите слабые места в проектах конкурентов и изобретайте что-то действительно новое.

Лишь в одном случае из существования идентичного проекта можно извлечь пользу. Проанализировав рынок и придумав идею, попробуйте поискать подобные ей прототипы за рубежом. Часто бывает, что бурно развивающийся российский стартап, взорвавший рынок своей новизной, на проверку оказывается точным клоном реального зарубежного аналога. Некоторые стартаперы даже осуществляют таким путём поиск идей для новых проектов. И инвесторы охотно дают деньги на развитие, так как им предлагают вложить деньги в то, что уже принесло кому-то прибыль. Нужно понимать, что на западном рынке есть технологии, которых ещё нет у нас, и пользоваться этим, заполнять пустоты.

Продолжая разговор об инвесторах, следует отметить, что анализ вхождений инвесторов в российские стартапы позволяет выявить несколько актуальных тенденций, которые следует учитывать при выборе идеи для своего бизнеса. Первая — это ставка на простоту и копирование существующих проектов. В России мало венчурных фондов, и они готовы вкладывать деньги только в короткие и простые схемы. Часто бывает, что инвестор предлагает разбить идею на несколько более коротких составляющих, выражая готовность финансировать одну них. Вторая тенденция — это ориентированность на интернет-аудиторию. Причина очевидна — в России самое большое в Европе количество интернет-пользователей. Но это не значит, что в других отраслях невозможно найти интересных идей, которые могут получить средства на реализацию. Просто в отличие от создателей проектов, ориентированных на интернет — аудиторию, стартаперам из других областей невозможно скопировать уже готовый западный проект. Поэтому стартапы в других областях всегда уникальны, требуют гораздо меньшего финансирования, но могут принести больше прибыли в меньшие сроки. Учитывайте это при выборе своей идеи.

Главные стадии перехода от идеи к хорошему стартапу:

1. **Поиск идеи.** Как правило, идея — это способ воплотить в жизнь запросы, которые есть у каких-либо групп общества, поэтому тщательно проанализировав нужды, у вас появится идея, как именно вы будете удовлетворять эти запросы.
2. **Поиск информации.** Для поиска соответствующей информации вам следует использовать все возможные информационные ресурсы (например, Интернет). Чем большим объемом информации о текущем состоянии рынка, уровне конкуренции и возможностях применения идеи на рынке вы будете обладать, тем легче будет развивать ваш бизнес.
3. **Обеспечьте свои «тылы».** Вам стоит тщательно проанализировать вопрос, как именно вы будете продавать ваш бизнес, если возникнет такая потребность. Обдумайте также ваши источники финансирования, которые вам будут нужны, пока ваш бизнес не встал на путь самоокупаемости.
4. **Соберите сплоченный коллектив.** Эта стадия не обязательна для выполнения, однако, согласно мнению большинства известных специалистов, работать без поддержки нежелательно.
5. **Составьте подробный бизнес-план.** Особое внимание следует обратить на то, что этот документ исключительно важен для стартапов. Если у вас не будет толково составленного бизнес-плана, вам будет чрезвычайно трудно найти инвестора для вашего бизнеса.
6. **Источники финансирования.** Далее самым главным вопросом является способы нахождения финансовых средств, требуемых для продвижения бизнеса. Если вы не располагаете подобными средствами, то вам рекомендуется обратиться к инвесторам. Чтобы донести до них свои идеи, пользуйтесь Интернетом, социальными сетями и пр.
7. **Не будьте пассивным.** Даже если вы не смогли найти средства на продвижение вашего бизнеса, задумайтесь о доработке своего проекта. Тщательно проанализируйте все возможные факторы, устраняйте помехи. Желательно воспользоваться европейским опытом хороших стартапов.

Конечно, поиски идеи для своего стартапа займут у вас немало времени. Это не дело на один вечер, это сложная задача, решение которой определит, добьётесь вы успеха или нет. Ещё один важнейший аспект, с которым, несомненно, сталкиваются многие начинающие стартаперы: страх. Страх потерпеть неудачу. Старайтесь избегать его, не относитесь к своему проекту, как к цели всей жизни. Выбрав идею, смело двигайтесь вперед, создавайте, управляйте, развивайте. Сильный и упорный лидер может привести даже не очень удачный проект к успеху.

Список литературы:

1. Васильева А. Стартап на экспорт. // Коммерсантъ-Деньги — 2011 — № 46.
2. Клименко Г. Фикция российских стартаперов. // RUSSIA.RU — 10.04.13 — [Электронный ресурс] — Режим доступа. URL: <http://russia.ru/news/tech/2013/4/10/10382.html>.
3. Корнилков А. Красиво жить? Не запрещается. // Деловой ИНтерес (Пермь) — 2012 — № 38.
4. Кочеткова А. Как создать в компании среду, пригодную для жизни и эффективную для бизнеса. // Бизнес журнал — 2013 — № 3 (204).
5. Кузеев А., Лаврентьев С., Косачёв А., Ульбашев А. Стартап, внимание, марш! // Бизнес-журнал — 2012 — № 4 (193).
6. Паничкина О. Стартап: проблемы роста. // Мастер продаж — 2011 — № 3.
7. Селиванова В. В тылу и на передовой. // Бизнес-журнал (Москва) — 2011 — № 11.
8. Теренько М. Гениальные стартапы: что и как нужно развивать? // Онлайн-журнал Новый бизнес — 2012 — [Электронный ресурс] — Режим доступа. URL: <http://novybusiness.ru/startup.html>.
9. Трещова М. Первогодки. // Бизнес-журнал — 2012 — № 4 (191).
10. Шаталова Н. Стартапы, на старт! // Поиск — 2013 — № 21.
11. Югринова Н. Старт-даун: 10 идей для стартапов, которые никогда не срабатывают. // Бизнес-журнал Онлайн — 19.03.13 — [Электронный ресурс] — Режим доступа. URL: <http://www.computerra.ru/business/54600/start-daun-10-idey-dlya-startapov-kotoryie-nikogda-ne-srabatyivayut/>.