

ПРИНЦИПИ И ЗАКОНОМЕРНОСТИ В РАЗВИТИЕТО НА СТАРТЪП КОМПАНИИТЕ

Димитър Благоев
Университет за национално и световно стопанство, София

Резюме

През последните десет години предприемачеството и иновациите набират все по-голяма популярност в икономическата среда в България. Съчетаването на тези две понятия намира изражение в много направления, но най-вече се изразява в създаването и функционирането на т. нар. стартап фирми. Под това понятие се дефинират редица новосъздаващи се фирми с предполагаемо висок потенциал за растеж, базирани на разработването и внедряването на някаква иновативна идея. Този растеж, в общият случай, трябва да бъде базиран на принципите на експоненциалността. През годините бяха направени редица неща, които да спомогнат за създаването на подходяща стартап среда и да подпомогнат създаването и последващото функциониране на подобен тип фирми. Въпреки това, те все още нямат масовостта на подобен тип компании в западния свят и особено в САЩ. Настоящата статия има за цел да дефинира основни принципи и закономерности, на които се основава създаването, развитието и цялостното функциониране на подобен тип компании в България. За постигане на поставената цел задачите, които трябва да бъдат реализирани, са насочени в следните направления (1) дефиниране на това какво представлява една стартап компания и на какви критерии трябва да отговаря; (2) определяне на иновациите, на които най-често се базира създаването на една стартап фирма; (3) дефиниране на основни методически положения, които да позволяват идентифициране на определени принципи и закономерности в развитието на стартап фирмите; (4) идентифициране на конкретни принципи и закономерности в развитието на фирмите. За реализиране на тези задачи се използват изследователски методи, като: наблюдението, анализа, обобщението и т.н. Необходимата за анализ информация е осигурена от публично достъпни източници.

Ключови думи: стартап, иновации, предприемачество, растеж, икономическо развитие.

Keywords: start-up, innovation, entrepreneurship, growth, economic development.

JEL: P18, M21, O31, Q2.

Увод

Стартап фирмите са новосъздадени бизнес организации, които навлизат в изключително конкурентен пазар, каквито са глобализираните пазари през 21-ви век. Изследвания сочат, че над 90% от тези фирми обявяват фалит още през първата година от своята дейност. Въпреки това именно в лицето на стартап фирмите, България може да търси така желания стимул за растеж на икономиката. За да имат шанс за успех обаче, те трябва да предложат новост, иновативност, уникалност и да бъдат достатъчно умели, за да устоят на тежките условия на бизнес средата. Ето защо може да се окаже особено важно проучването и идентифицирането на принципите и закономерностите, които действат при зараждането и развитието на стартап фирмите в страната.

През настоящия програмен период, а и в бъдещия, темата за иновациите и фирмите, които постигат и осигуряват иновативност, както индивидуална, колективна (под формата на обединения, клъстери и др. форми на сдружаване за осъществяване на съвместна стопанска дейност) така и имат приноси за националната такава ще е на челните места в дневния ред за формиране на политики и механизми за стимулиране и подпомагане. В този контекст е добре да се познават основните принципи и механични,

които движат т. нар. стартап екосистема, с оглед постигане на максимално полезен ефект от всички предприети целенасочени усилия в това направление.

1. Същност и особености на стартап фирмите

Концепцията за стартиращ бизнес, основан на предприемаческата основа, е формулирана от Шумпетер, който полага и един от основните жалони в сферата на иновациите. Въпреки, че концепцията за т. нар. Стартап фирми и бизнес се основава на Шумпетеровата теория (или с други думи на стартирането и реализирането на бизнес идея и нейната иновативност), тя има и своите особености, които в определена степен я отличават, в контекста на съвременните аспекти и фактори на динамично променящата се икономическа среда.

Стартап фирмата може да бъде определена като ново стартираща бизнес организация, чиято основна цел е да търси решение (техническо, технологично, организационно, икономическо и т.н.) на повтарящ се и с широко разпространение проблем, чрез иновативни методи и средства.

Като стартап бизнес се определя само предприемаческа бизнес инициатива, която е на ранен етап от своето развитие и предприема-

чът/ите създава/т определена бизнес организация, структура, която да подсили финансиране и реализация на първоначална иновативна предприемаческа идея. Това предполага, че едно предприятие (независимо дали е останало да съществува като малко или средно, или се е развило до голям бизнес) в даден момент предства да се определя като стартап [1].

Един от основоположниците на стартап концепцията и създател на Лийн стартап методологията Ерик Рийс, добавя в дефиницията за стартап и екстремално силната степен на несигурност при стартиране и реализиране на бизнес идеята, когато тя се отнася до нещо с висока степен на иновативност [2]. Стартирането на фирма (или стартирането на стопанска дейност) е инициатива, която обикновено е в ранните етапи на своето развитие. Тези предприемачески начинания обикновено се стартират от 1–3 основатели, които се фокусират върху капитализиране на потенциала и възможностите от разработване на жизнеспособен продукт или услуга. По време на ранните етапи на съществуването си стартап фирмите обикновено се самофинансират чрез лични средства на членовете на екипа си, макар че практиката е доказала, че не малка част от стартиращите компании си осигуряват финансиране чрез инвеститор или вземат заем, за да помогнат за финансирането на начинанието си.

Една от основните характеристики на стартап фирмите, около която се обединяват почти всички автори и изследователи на стартап концепцията за правене на бизнес е фокусирането на подобен тип фирми върху растежа. Растежът и идентифицирането и решаването на определени проблеми са само резултативна на новаторството. Стартап фирмите (в контекста на предлагането на нови неща) са в търсене и напасване на продуктово си и пазарно позициониране, по отношение [3]: идентифициране на най-подходящите си клиенти; най-подходящите продукти и/или услуги предназначени за тези клиенти; определяне на ценовия сегмент, в който ще се позиционират тези продукти и/или услуги; честота на извършване на покупките и др. Технически погледнато, за стартап фирма се определя всяка новосформирана и бързо развиваща се компания или бизнес, която има за цел да задоволи нуждите или да се заеме с пропуски на съответния пазар.

2. Иновации и растеж в стартап фирмите

Иновации

Както беше посочено в предходната точка, една от характерните (и ключова) черти на всяка една стартап фирма е нейното базиране

върху някаква иновативна идея, което предполага, че всяка една стартап фирма се характеризира с висока степен на иновативност.

Иновативността е способността за създаване на нещо ново – идея, продукт, стока, технология, производствени методи и т.н. Може да се тълкува и като: правене на нещата по нов начин, намиране на нови приложения в използването на стари неща, обновяване на използването на даден продукт. Иновативността отразява всичко ново, което може да донесе развитие и повече печалби за бизнеса, а от там да доведе и до увеличаване на благосъстоянието на собствениците, т.е. на хората, които са поели стопанския и пазарен риск и са стартирали съответната стартап фирма [4–7].

Друго по-кратко и синтезирано определение на иновативността определя понятието като способност за развитие, стремеж към развитие, създаване на нещо принципно ново, както в материалната, така и в социалната сфера.

Според Кортелайнен иновативността може да бъде дефинирана като:

- идентификация и проявлението на нови знания, нови проблеми или нови идеи, които имат (създават) стойност;
- усвояването на нови идеи или нова информация за относително кратко време;
- генерирането на нови идеи и изпълнението или прилагането на техните резултати (иновации).

От друга страна понятието за иновации е достатъчно широко обхватно, че да може немалка част от нововъведенията, които се правят във фирмите да бъдат дефинирани като иновация. В общият случай, за целите на статистиката, това може да е така, но иновациите в стартап фирмите трябва да се отличават със значителна степен на новост на пазара и с висок потенциал за абсорбция от негова страна [8].

Растеж

Икономическия растеж на фирмено равнище е традиционно актуална тема на изследване, на която отделят подобаващо внимание плеяда учени и изследователи и в страната и в световен аспект. Тук ще бъдат разгледани основните аспекти и концепции, които имат отношение към създаването и функционирането на стартап фирмите.

В своята книга Ив. Георгиев [9] отбелязва, че растежът е сложна категория на икономическата теория, която отразява многобройни зависимости между фазите на икономическия цикъл, между производството, разпределението и потреблението, между простите количествени натрупвания и предизвиканите от тях качествени промени, между междинните и крайните цели на

развитие на икономиката и др. Той определя растежът на фирмено равнище, като процес на нарастване на размера на фирмата чрез увеличаване на количеството на производствените ресурси и на степента на ефективното им използване и оттук на увеличаване на продажбите, което от своя страна води до нарастване на доходността (възвръщаемостта) на инвестирания капитал и на пазарната стойност на фирмата.

В своите изследвания Хермало и Васоло [10] отбелязват, че фирмите, които целят да постигнат устойчив икономически растеж е необходимо да акцентират върху инвестициите в разработване и/или внедряване на нови технологии, да диверсифицират дейността си от регионалния към националния и международния пазар което да доведе до повишаване на финансовите им резултати. В потвърждения на закона на Гибра [11], който не намира връзка между големината на фирмата и нейния растеж, те достигат до извода, че фирмения растеж не зависи съществено от фирмения размер, което е от съществено значение за стартап фирмите, т.к. като по своята същност те са ново формирани бизнес организации и имат малък мащаб.

Друга концепция за фирмения растеж, която добре се вписва в същността и характера на стартап фирмите определя, че те (фирмите) са съвкупност от определен набор от ресурси (фактори), които се явяват средствата за придобиване на конкурентни предимства и генериране на растеж [12–14].

Фирменият растеж е организационен резултат, произтичащ от комбинацията от специфични за фирмата ресурси, способности и практики [15]. Възможностите за растеж на една фирма са силно свързани с нейните текущи организационни и производствени дейности или с други думи казано, зависят от производствената ѝ функция [16].

3. Основни принципи и фактори за успех (респ. неуспех) на стартап фирмите

Още в началото на настоящата статия беше посочено, че наблюденията показват, че голяма част от стартап фирмите (някой проучвания посочват този процент да е 99%) фалират до края на първата си година и не успяват да се развият до устойчив бизнес. Съществуват различни причини, обусловени както от факторите на външната среда, в която се създават и развиват стартап фирмите, така и в още по-голяма степен на вътрешната им среда за евентуалния техен успех (респ. неуспех).

По-съществените елементи на вътрешната среда, които могат да бъдат свързани с потенциала за съществуване и жизнеспособността както на самата стартап фирма, така и на ино-

вативния продукт или услуга, които предлага тя, могат да се сведат до следните:

3.1. Талант

В т.нар. стартап микросистема битува едно мнение и разбиране, че нищо друго не е по-важно от таланта, който компанията е „наела“ да се изгради. Това включва всеки участник – от основателите, през инженерите, до администратора. Като индикатори за идентифициране на добрия екип (талант), могат да бъдат посочени следните:

(1) *Какво е отношението към подчинените?* – начина на държане с подчинените, може да е един от ключовите индикатори за това дали формирания управленски екип на стартап компанията има потенциал за успех или не.

(2) *Как се отнасят помежду си?* – ако членовете на екипа се прекъсват, не се изслушват, говорят един през друг или само един от членовете на екипа говори и му се чува думата, това се определя като лош сигнал за работата на екипа.

(3) *Силата на „Аз-ът“* – преекспонирайки личностния принос в създаването и развитието на стартап фирмата е лош индикатор за нейния следващ растеж и развитие.

(4) *Способност за справяне с провал* – потенциалът за справяне с евентуални провали е предпоставка за по-дългото или респ. по-краткото съществуване на всяка една стартап компания.

(5) *Способност за извличане на солидни доводи и причини* – основателните причини за създаване на една стартап фирма са основание за това да не се разпадне тя още при срещане на първите трудности във функционирането ѝ.

3.2. Време

Времето е следващия елемент, който трябва да се съблюдава за оценка на успеха на една стартап фирма. Тук, от времево естество е важно да бъдат оценени съответните планове и графици, на базата на които фирмата ще осъществява дейността си. Причината за времето е толкова важна, защото ако идеята се появи твърде рано или твърде късно, ще е необходим много повече капитал (финансов ресурс) и търпение, за да се превърне стартап компанията в успешна.

От времеви аспект внимание и оценка заслужават следните елементи оказващи влияние върху дейността на стартап фирмите:

(1) *Макроекономически знаци* – определяне дали целевия пазар на стартап фирмата е в растяща фаза, във фазата на своята зрялост или във фазата на стагнация.

(2) *Тенденции в индустрията* – признаци за растеж или свиване на индустрията, в която е позиционирана стартърп фирмата.

(3) *Пазарните нужди* – оценка на готовността на пазара за появата на иновативния продукт и/или услуга на стартърп фирмата.

(4) *Регулаторна среда* – регулаторните изисквания могат да стимулират предлагането на даден продукт на пазара, но могат да действат и в силно ограничителен режим. Понякога това може да се случи едновременно по отношение на една и съща фирма, в различни времеви периоди.

3.3. Технологии

Голяма част от стартърп компаниите се основават на дадена ключова технология и собствениците силно държат и разчитат на нея. Технологичните знаци, които могат да бъдат наблюдавани се свеждат до:

(1) *Други правят ли нещо подобно?* – повечето технологични идеи не са уникални и или някой го е правил преди, или е опитал и не успя.

(2) *Използва ли компанията изградена(и) технологична платформа(и)?* – едно е да се измисли нещо от нулата, а съвсем друго да се компилира технологията по уникален и нов начин. Вторият вариант е много по-лесно и за предпочитане, тъй като елиминира до определена степен технологичния риск.

(3) *Необходимо ли е да се изобрети нещо?* – повечето продукти, които се основават на нови технологични изобретения имат много нисък процент на успеваемост, т. като възприемането им от страна на потребителите отнема значително повече време, предвид нуждата от допълнително обучение за начина им на употреба и приложение.

(4) *Може ли основната идея да бъде патентована?* – патентите са важна част от стратегията за защита на интелектуалната собственост на дружествата. Патентите обаче не са всичко в потенциала за успех на една стартърп фирма. По-важно от доброто патентно портфолио е способността да се изпълни, т.е. да бъдат усвоени продуктите на интелектуалната собственост.

3.4. Техника

Техниката обхваща начина, по който даден продукт или услуга се пуска на пазара и се използва мащаба. Един от основните аспекти за успех на стартърп фирмите е тяхната насоченост и концентрираност към пазарните стратегии [17]. Други аспекти от технически характер могат да бъдат:

(1) *Оценка на реалистичността на пазарната стратегия* – трябва да се прави разлика между наличието (разработеността) на пазарната стратегия и нейната реалистичност и потенциал за изпълнение.

(2) *Определяне на евентуалните проблеми, на които фирмата може да се натъкне при реализация на пазарната си стратегия* – добре е тук да се използват методите за оценка на риска, оценка на въздействието и сценарийния метод.

(3) *Наличие на членове на екипа с практически опит в подобен тип дейности* – жизнено важно за устойчивостта на дейността на една стартърп фирма е наличието на членове на екипа с опит в дейностите, които ще се осъществяват.

(4) *Съществуват ли процеси, които позволяват на компанията да се мащабира?*

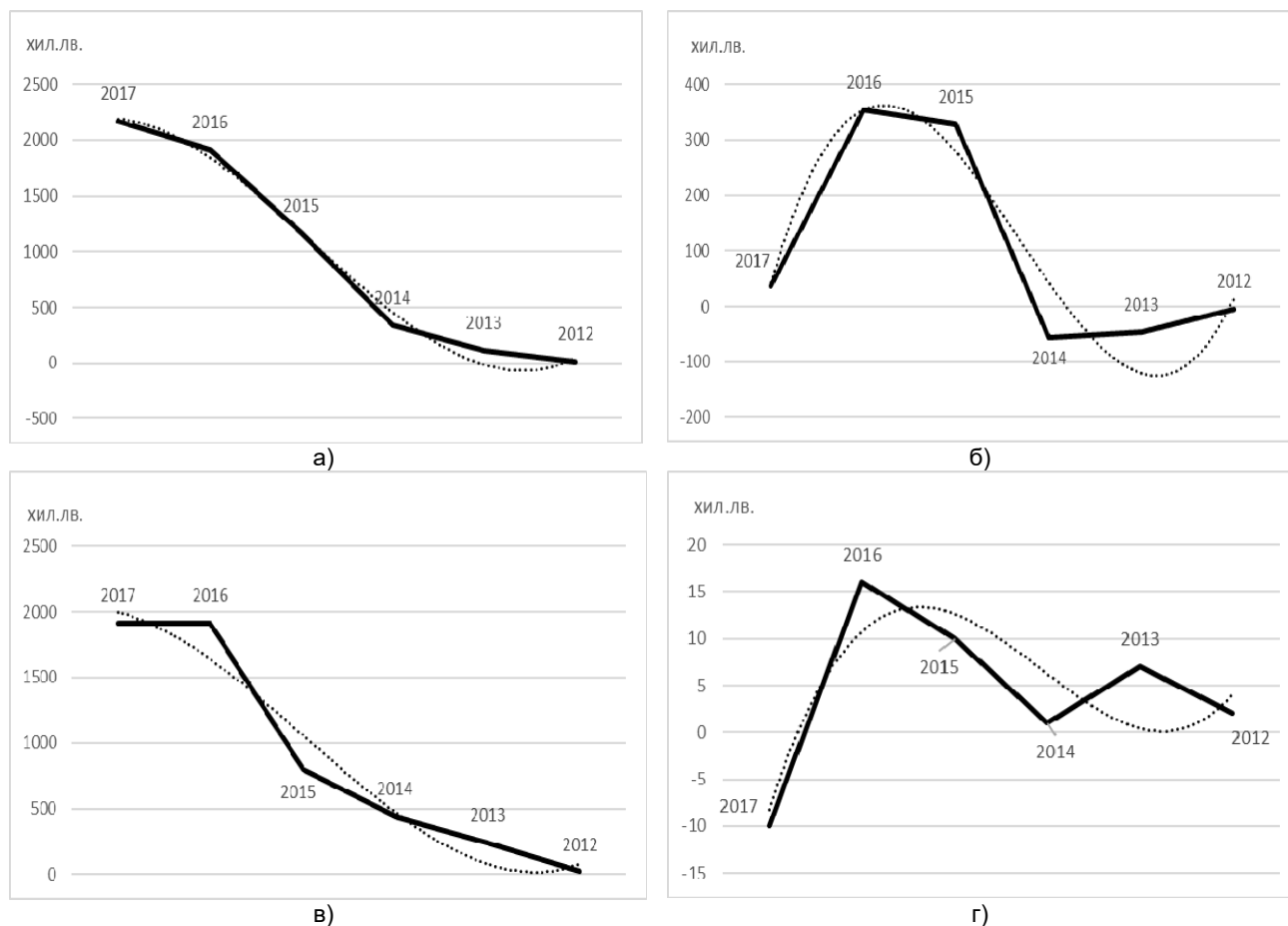
Оценката на техниката на фирмите е важно от гледна точка на установяване дали екипът има план и идентифицирани конкретни действия, които да му позволят да бъде успешен. Планът не трябва да е перфектен, но поне трябва да съществува и да е реалистичен за изпълнение.

4. Принципи и закономерности в развитието на стартърп фирмите на примера на конкретна компания

За потвърждение на направените по-горе констатации от теоретичен и методически характер, ще бъде използвана българска стартърп компания в сферата на информационните и комуникационни технологии. Въпреки публичността на използваната информация за анализ, името на компанията няма да се споменава изрично, с оглед запазване на определена степен на конфиденциалност. Условно фирмата ще бъде обозначена по следния начин:

- Фирма „Стартърп“ ООД
- Екип: трима човека. Предмет на дейност:
- Разработване на софтуер, обработка на данни.
- Публикувани ГФО за 7 години (2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016 и 2017)

Компанията разработва специализиран софтуер за подпомагане управленските процеси и решения във фирмата на базата на използване на добре познати от теоретична гледна точка мениджърски подходи и похвати. Залага на оптимизация на управленските задачи и тяхното минимизиране в даден времеви период. Основни икономически индикатори на дейността на фирмата са представени на фиг. 1.



Фиг. 1. Динамика в основни индикатори на фирмата
а) годишен оборот, б) печалба, в) стойност на активите, г) капиталови разходи

Какво ни показва историята и развитието на стартап фирмата от нейното създаване до 2017/2018 година (това е последната година, в която е обработен и публично видим годишния финансов отчет на фирмата). Фактът, че компанията се е задържала на този динамично развиващ се пазар (пазарът на софтуер) показва, че тя удовлетворява изискванията по отношение на формирания екип и отдадеността му към заложената при създаването на фирмата идея. По отношение на времеви аспект и сигналите на средата, може да се каже, че сектора е в етап на растеж и въпреки силната конкурентна среда, възможностите за успех са значителни. Регулаторната среда е с ниска степен на негативно влияние, а пазарните нужди са значителни въпреки наличието на немалко фирми предлагащи аналогични софтуерни услуги. От технологична гледна точка се използва метода на адаптация на съществуваща методология към съвременните изисквания за работа в информационна среда. Финансовите параметри на компанията показват, че тя се развива на принципа на експоненциалността по отношение на изменението на оборота и стойността на активите през годи-

ните на своето съществуване и след три-четири годишно съществуване излиза на печалба. Използването само на публични източници на информация не позволяват да се направи подетайлна оценка на факторите на вътрешната среда, но положителността при финансовите показатели индиректно показват, че тя влияе в положителна посока за осигуряване на растеж на стартап компанията.

Заклучение

Стартиращият бизнес и стартиращите фирми имат както не малко допирни точки със стартап бизнеса и фирми, така и редица отличителни черти и характеристики. По-съществените (обобщено) могат да бъдат сведени до следните: (1) значение на растежа и осигуряване на растеж основан на експоненциална зависимост между вложените ресурси и реализираните резултати; (2) значение на екипа и отдадеността на неговите членове към заложената в създаването на фирмата иновативна идея; (3) важно, но не преекспонирано значение на ключовата технология за реализиране на иновативната идея; (4) професионализъм в техническото изпълне-

ние на бизнес идеята. Практиката показва, че голяма част от стартап фирмите се характеризират с отрицателни финансови показатели в началните си години, но задължително условие за бъдещ успех е техният тренд на изменение да бъде с положителен знак и процентното изменение да се изразява с двуцифрени числа през началните години.

Литература

1. Щерев, Н., Копева, Д., Благоев, Д., Йорданова, З., Биолчева, П., Димитрова, В. *Създаване и развитие на стартиращи фирми с висок потенциал за растеж (Старт-ъп) в България*. Издателски комплекс УНСС. София. 2017.
2. Ries, E. *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses*. 2011.
3. Радев, Р. *Изследване на продуктово-пазарния профил в сектора за производство на млечни продукти*. Научни трудове на УНСС. том 2. Издателски комплекс УНСС. София. 2014.
4. Armstrong, S. *Sustaining Continuous Innovation Through Problem Solving*. Industrial Press. 2007.
5. Giorgi, L. *Converging Technologies – What Future? The Views of the Science and Policy Communities. Innovation. The European Journal of Social Science Research*. Volume 22. Number 4. December 2009.
6. Rice, A. *Innovation: Anne Rice's the Vampire Lestat*. Volume 10. 1990.
7. Szyliowicz, B., Szyliowicz, J. *The Contemporary Middle East, Tradition and Innovation*. 1965.
8. *Дял на иновационно активните предприятия от общия брой предприятия*. НСИ. 2018. [<http://www.nsi.bg/bg/content/2712/дял-на-иновативните-предприятия-от-общия-брой-предприятия>].
9. Георгиев, И. *Растежът на фирмата*. Университетско издателство „Стопанство“. София. 2001.
10. Hermallo, F., Vassolo, R. *The Determinants of Firm's Growth: An Empirical Examination*. 2014.
11. Gibrat, R. *Les Inegalites Econmique*. Librairie Du Recueil Sirey. Paris. 1931.
12. Barney, J. *Strategic Factor Markets: Expectations, Luck and Business Strategy*. *Management Science*. 42. 1986.
13. Barney, J. *Firm Resources and Sustained Competitive Advantage*. *Journal of Management*. 17, 1991.
14. Penrose, E. *The Theory of the Growth of the Firm*. Oxford. 1959.
15. Nelson, R., Winter, S. *An evolutionary theory of economic change*. Belknap Press of Harvard University Press. Cambridge, MA. 1982.
16. Coad, A. *The Growth of Firms: A Survey of Theories and Empirical Evidence*. Edward Elgar. Northampton, MA. 2009.
17. Радев, Р. *Продуктово планиране във фирмите производители на безалкохолни напитки в България*. *Бизнес управление*. том 24. изд. Стопанска академия „Д.А. Ценов“. Свищов. 2014.

PRINCIPLES AND REGULARITIES IN THE DEVELOPMENT OF START-UP COMPANIES

Dimitar Blagoev

University of National and World Economy, Sofia, Bulgaria

Abstract

Over the last ten years, entrepreneurship and innovation are gaining increasing popularity in the economic environment in Bulgaria. The combination of these two concepts is expressed in many directions, but mainly consists in the creation and functioning of the so-called Start-up companies. This concept defines a number of newly created companies with a high growth potential based on the development and implementation of some innovative idea. This growth, in general, must be based on the principles of exponential function. Over the years, a number of things have been done to help create a suitable start-up environment and support the creation and functioning of similar types of companies. However, they still do not have the mass of similar types of companies in the Western world and especially in the United States. This article aims to define the basic principles and regularities on which the creation, development and overall functioning of a similar type of company in Bulgaria is based. In order to achieve the objective, the tasks to be accomplished are (1) Defining what a start-up company is and what criteria it's based; (2) Identifying the innovations on which the establishment of a startup company is most often based; (3) Defining the basic methodological positions that allow the identification of certain principles and regularities in the development of startup companies; (4) Selecting specific companies to study their economic development for a certain period; (5) Identification of specific principles and regularities in the development of companies. For the realization of these tasks, research methods are used, such as: observation, analysis, summary, etc. The information needed for analysis is provided by publicly available sources, such as the annual financial statements of those designated for inclusion in the Companies, which are published in the Commercial register of Bulgaria.