**Startup түсінігі. Startup-ты іске қалай қосады?**

Соңғы бірнеше жылда IT Startup ұғымы өте танымал сондықтан жиі талқылану үстінде. Startup кез келген жас бизнес болып табылады және бұл термин ағылшын тілінде сөйлейтін елдерде бұрыннан қолданылады.

Алайда XXI ғасырда бұл термин IT саласында көптеп қолданыла бастады – осыдан кейін IT Startup пайда болды. Startup (ағылш. Startup company, Startup, тура аудармасы «бастап келе жатқан») – операциялық қызметінің қысқа тарихы бар компания. Алғаш рет «Startup» терминін америкалық кәсіпкер Стив Бланк енгізген және ол өзі 8 табысты Startup құрған. Әлемге әйгілі Facebook әлеуметтік желісі бастапқыда Startup болды, бұған дейін мұндай ауқымды әлеуметтік желілер болмаған, сондықтан компания иелерінің ешқайсысы оның қандай табыс әкелетінін болжай алмады.

**Пол Грэм –** Y Combinator венчурлік (тәуекелдік) қорының негізін қалаушылардың бірі, ең қысқа және қарапайым тұжырым береді: «Startup = өсу». Әлемдегі Startup-тардың көпшілігі IT саласында ұсынылған, өйткені мұнда үнемі жаңа нәрсе ойлап табылып, жүзеге асырылып отырады. Географиялық шектеусіз өсуге қабілеттілігі Startup-­ты шағын бизнестен ерекшелеуге мүмкіндік береді. Uber, Airbnb немесе Facebook сияқты сәтті Startup­-тар тез қарқынмен дамып келеді, бұл бірнеше жыл ішінде Toyota немесе Siemens сияқты ауқымды компаниялардың қаржылық көрсеткіштеріне жетеді.

*Егер мысалдар келтіретін болсақ, әлемдегі ірі, танымал, ең табысты Startup­-тар:* Уикипедия, Ютуб, Инстаграм, Твиттер, т.б

Қар­қын­ды өсу.  Startup өсу үшін құрылады және әдетте, «масштабталатын  
бизнес-моделі» бар, бес жылдан аз уақытта пайдаланушылар саны нөлден 100 миллионға дейін өседі.  Нақты өсу қарқыны Startup бизнес-модель тапқанша кең ауқымда өзгеруі мүмкін. Содан кейін өсу кезеңі аяқталады, бұл  жаңа деңгейге, яғни жетілген бизнеске шығуды көрсетеді.

Мә­се­ле­ні ше­шу­де­гі ин­но­ва­ция­лық тә­сіл. Startup үшін жаңа саланы немесе бағытты ойлап табу міндетті емес, бірақ мұнда іске деген көзқарас бизнестің дәстүрлі үлгісінен түбегейлі ерекшеленеді. Мысалы, іздеу жүйелері  Google-ге дейін де болған. Ларри Пейдж және Сергей Брин өз жобасының негізін салған алгоритм беттің мазмұнында ғана  емес, оның беделіне де негізделген. Қарапайым интерфейс және релеванттық нәтижелер бәсекелестерді «артта қалдырды».

Икем­ді­лік. Startup идеясы шешуші мәнге ие, бірақ уақыт өте келе өзгеруі мүмкін. Егер алғашқы ой жақсы болмаса, Startup курсты түбегейлі өзгерте алады. Бұл бағытты 180°-қа ауыстыруға әзірлігі Startup-тың басқа үлкен және шағын бизнес кәсіпорындарынан айырмашылығын ашып көрсетеді.

Өсу үшін қар­жы­лан­ды­ру. Startup болашақта жылдам өсуге және жоғары пайдаға уәде бере отырып, бастапқы кезеңдерде үлкен инвестиция көлемін іздейді. Жаңа идеялар венчурлік қорларға, инвесторларға ұсынылады, жоғары тәуекелдерді қабылдауға дайын инвесторды табу мақсатында Startup биржаларына қойылады. Қаржыландырудың негізгі принципі: Startup-шы дамуға ақша алған сайын, ол өз компаниясы бір бөлігін береді, ал инвестор ортақ иеленушіге айналады. Инвесторларды іздеудің баламалы тәсілдері ретінде мамандандырылған конференцияларды пайдалануға болады. Жыл сайын бүкіл әлем бойынша осындай бірнеше конференция өткізіледі. Мысалы, Ескі Осколдағы конференция – Startup Village, ClickZ Live New York (Нью-Йорк, АҚШ), Pioneers 500 Festival (Вена, Аустрия).

**Startup-ты іске асыру бірнеше кезеңнен өтеді:**

Бұл – ең бірінші кезең – жобаны жасаушылардың нақты қалыптасқан идеясы болады, бірақ оны қалай жүзеге асыру және дамыту, табыс әкелу туралы түсінік әлі пайда болған жоқ.

*Seed*

Бұл кезеңде әдетте нарықты зерттеу, одан әрі іс-қимылдардың егжей-тегжейлі жоспарын жасау және іске қосуға дайындық жүргізіледі. Осы кезеңде қажет болса, инвесторларды іздестіруді бастау мүмкін.

Инвестор – инвестицияны жүзеге асыратын жеке немесе заңды тұлға, мемлекет.

*Прототип*

Бұл кезеңде тек негізгі функциялар берілген жұмыс моделі құрылады.

*Альфа-нұсқа (өнім / жоба)*

Оның кемшіліктерін анықтау және оларды жою мақсатында өнімді тестілеу жүргізіледі. Сондай-ақ толықтырулар енгізілуі мүмкін.

*Жабық бета нұсқасы*

Өнім (немесе жоба) одан әрі тексерілуі керек. Осы мақсатта өз пікірлері мен тілектерін білдіретін пайдаланушылардың шағын тобы шақырылады.

*Ашық бета нұсқасы*

Бұл кезеңде Startup-тың шығуы жүзеге асырылады – жобаны насихаттау және пайдаланушыларды тарту жүреді (шарттар жасалады, тауарлар мен т.б. сату жүргізіледі). Кейбір жобаларды жасаушылар жоғарыда аталған бір немесе бірнеше сатыдан өтеді, бірақ мұны істеу ұсынылмайды, себебі ескерілмеген қателер жіберілуі мүмкін, олар кейіннен қаржылық шығындарға әкеп соқтырады.

Маңызды мәлімет. *EarlyIQ жүргізген зерттеу бойынша АҚШ-та Crowdfund Professional  Association және CROWDFUNDCAPITALADVISORS, жылдық табысы $25000- дан астам ел азаматтарының 58%-ке жуығы жыл сайын екі-үш стартапты қолдауға дайын.* Жылына $75000 астам табыс табатын америкалықтар арасында әлеуетті краудинвесторлардың үлесі одан да жоғары – 68%.

Осы уақытқа дейін инновацияларды қаржыландырудың тек екі тәсілі болды:

1) компаниялар өздері жүргізетін зерттеулер мен әзірлемелерге (R&D – research and  
development) қаражат инвестициялайды;

2) R&D инвестицияларын компаниялардың өздері емес, венчурлік (тәуекелдік) инвесторлар салды. Олар компаниялардың венчурлік жобаларына өздерінің венчурлік капиталын салып, осы компаниялардың капиталындағы үлеске ие болды. Алайда соңғы жылдары шағын инновациялық бизнес өкілдері оларды қаржыландыру үшін жаңа объект – Сrowdfunding­-ке назар аудара бастады.

***«Crowdfunding»*** (халықтық қаржыландыру, ағылш. сrowd funding, сrowd – топ, funding – қаржыландыру) – Интернет арқылы қатысушылардың көп санынан аздаған ақша қаражатын жинау жолымен жобаны қаржыландыру практикасы.

Теориялық және практикалық тұрғыдан Сrowdfunding түрлерін бөліп қарастыру өте маңызды. Crowdfunding-ті жіктеуге мүмкіндік беретін бірнеше өлшем бар. Олардың біріншісі – іске асыруға ақшалай қаражат тартылатын жоба түрі. Мәселен,  әлемдегі ең танымал Сrowdfunding платформаларының бірі – Kickstarter өзін «креативті жобалар» үшін платформа ретінде көрсетеді.

IndieGoGo – әлемге әйгілі Crowdfunding-тік платформа кез келген идеялар мен жобаларға арналған платформа ретінде әрекет етеді.

Стивен Брэдфорд Crowdfunding-тің бес базалық моделiн атап көрсетті:

*қайырымдылық*

*ақысыз сыйақы*

*алдын ала тапсырыс*

*қарыздық капиталды тарту*

*акционерлік капиталды тарту*

Алғашқы үш модель «патронаждық Сrowdfunding» шартты атауымен біріктірілуі мүмкін, өйткені инвесторлар немесе  оларды ақша ресурстарының орнына «бэккерлер» (демеушілер, донорлар) деп те атайды не болмашы жеңілдіктер/артықшылықтар алады.

Қайырымдылық моделі шеңберінде қайырымдылық альтруизм негізінде және алушы үшін ешқандай міндеттемелерсіз жасалған ерікті актілер болып табылады.

Классикалық мысал – емдеуге немесе қайырымдылық ұйымды қолдауға қаражат жинау. Бұл модель таза күйінде жиі кездеспейді. Сыйақысыз демеу шағын қайырымдылық үшін  барлық жобаларда қарастырылған.

Көрсетілген модельдердің төртінші және бесінші мәні инвестициялық Сrowdfunding немесе Crowdinvesting болып табылады. Бұл – танымалдығы аз, бірақ Сrowdfunding-тік жобаларға бэккерлердің қатысуының әлемдік экономика үшін өте перспективалы және сыни тұрғыдан маңызды моделі. Оның негізгі сипаттамасы және басқа объектілерден ерекшелігі – қаржылық сыйақының болуы.

Қазақстанда Crowdfunding 2014 жылы пайда болды. Ондаған іске асырылған жобалар бар. Ең ірі отандық платформа starttime.kz бір жыл ішінде салымшылардан 215 қайырымдылық, әлеуметтік және коммерциялық жобалардың пайдасына 31,7 млн теңге жинады.

Starttime.kz – қызықты әрі пайдалы идеялардың авторларына ұжымдық қолдау арқылы жобаны іске асыруға қаражат табуға  көмектесетін сервис. Мысалы, театр режиссері, жарнама саласындағы креативті директор Виктор Немченконың Lexicon City жобасы  Алматыда қалалық өмір сүру барысында қазақ, ағылшын және орыс тілдерін үйрену үшін геймификация элементтері бар жаһандық  инфрақұрылым құруға бағытталған. Автор онлайн және оффлайн ойнауға болатын «сөздікті қала» құруды ұсынады.

Әртүрлі қоғамдық орындарда (көшелерде, кеңселерде, дүкендерде, дәмханаларда,  ЖОО-да, саябақтарда және т.б.) көрнекті жерлерде есте сақтау үшін үш тілдегі жапсырмалар орналастырылады.

Сол жерде смартфон  мен lexicon.city мобильді қосымшасының көмегімен сканерлеген  QR-кодтар орналастырылады, пайдаланушы сөздің дыбысын естуге,  сөздің дұрыс жазылуын үйренуге бейімделеді, қарапайым сөйлемдер құруға және өткен материалды жеңіл, ойын түрінде бекіте алады.

Lexicon City пайдасына қаражат жинау жалғасуда, осындай  ауқымды және пайдалы жобаны іске асыруға 9 млн теңге қажет.

Өкінішке орай, қазіргі уақытта осы құралды шағын инновациялық бизнесті қаржыландыру тәжірибесіне толық ауқымды енгізу бұл қатынастардың осы түрін мақсатты реттейтін нормативтік-құқықтық актілердің тұтас кешенінің болмауына байланысты іске асырылған жоқ.