

## STARTUP-UL: ESENȚĂ, CARACTERISTICI ȘI OPORTUNITĂȚI DE FINANȚARE

Natalia BRANAȘCO, dr., conf. univ.,  
 Facultatea de Științe Reale, Economice și ale Mediului,  
 Universitatea de Stat „Alecu Russo” din Bălți

**Abstract:** *Nowadays, the economy is modernizing, continuously adapting to the innovative development model. Given the acute competition in the market, business ideas, in addition to having to solve a real consumer problem and be competitive, also need to have an innovative component, which pushes entrepreneurs to innovative activities, in which startups are an integral part. A startup always wants to offer the customer a new and interesting solution to the problem, in this sense, a startup is always primarily creative and innovative.*

**Keywords:** *startup, innovations, types of startups, characteristics of a startup, investment, market.*

În prezent, economia se modernizează, adaptându-se continuu la modelul inovator de dezvoltare. Ținând cont de concurența acută de pe piață, ideile de afaceri, în afară de faptul că trebuie să rezolve o problemă reală a consumatorilor și să fie competitive, mai necesită să aibă o componentă inovatoare, fapt ce îi împinge pe antreprenori spre activități inovatoare, în care startup-urile sunt o parte integrantă. Un startup dorește mereu să ofere clientului o soluție nouă și interesantă a problemei, în acest sens, un startup este întotdeauna în primul rând creativ și inovator.

În 1939 în SUA, lângă San Francisco, care era un centru pentru dezvoltarea de noi tehnologii, absolvenții Universității Stanford, David Packard și William Hewlett, au dezvoltat o idee, testată în practică și au numit proiectul lor „startup” (din engleză, *pornire, începe*). Termenul economic „startup” apare pentru prima dată în 1973 într-o publicație a revistei Forbes, iar mai târziu, în revista BusinessWeek în septembrie 1977. Astfel, un startup este definit ca o companie care are riscuri comerciale foarte mari, dar dacă are succes, oferă un profit mare și rapid [1; 5]. De obicei, un start-up este înțeles ca fiind o companie nou creată, care se află în etapa de înființare și are mare nevoie de investiții.

Peter Thiel, fondatorul Pay Pal, descrie startup-urile nu doar ca idei inovatoare, ci și tehnologii, și menționează că toate startup-urile de succes se bazează pe tehnologii, servicii sau produse inovatoare care nu au existat anterior. Autorul cărții „The Lean Startup”, Eric Rees, a definit startup-ul ca o organizație care creează un nou produs sau serviciu în condiții de înaltă incertitudine [4]. Paul Graham, fondatorul „Y Combinator” a evidențiat startup-ul ca o companie înființată pentru a crește rapid [3]. Renumitul antreprenor Steve Blank definește startup-ul ca o structură temporară care este în căutarea unui model de afaceri extensibil și sustenabil [8]. Steve Blank a evidențiat existența a șase tipuri de startup-uri:

1. Startup-uri ca stil de viață, când antreprenorii își transformă pasiunea în muncă, lucrează pentru ei înșiși. De exemplu, în Silicon Valley, acești profesioniști sunt programatori independenți sau designeri-web care își iubesc meseria;
2. Startup-urile business-ului mic și mijlociu, care sunt create cu scopul de a-și întreține familiile;
3. Startup-uri de scară mare, care sunt create pentru a crește, iar fondatorii cred că vor schimba lumea, de exemplu Google, Uber, Facebook, Twitter etc;
4. Startup-uri achiziționate, care sunt înființate cu scopul de a fi vândute unei companii mai mari pentru bani buni, de exemplu startup-urile care oferă soluții pentru aplicații web și mobile;
5. Marile startup-uri, care trebuie să aleagă între inovație sau dispariție, deoarece schimbările în preferințele clienților, noile tehnologii, noii concurenți creează presiune pentru companiile mari să realizeze noi produse inovatoare pentru noi clienți pe noi piețe;
6. Startup-uri sociale, care doresc schimbare, sunt pasionați și dornici să aibă un impact social. Misiunea lor este de a face lumea mai bună nu pentru profit, ci de dragul unei idei [7].

O altă clasificare divide startup-urile în tradiționale și high-tech. Startup-urile tradiționale sau clasice sunt asociate în mare parte cu idei ușor realizabile, la baza cărora se află o nouă aplicare a teh-

nologiilor. În primul rând, aceste startup-uri se concentrează pe acapararea unei cote mai mari de piață. Startup-urile high-tech se bazează pe cercetări științifice moderne și inovatoare, pe termen lung, aceste companii pot aduce profituri mari, dar pentru început necesită investiții enorme [10, pp. 217-232]. Diferitele grade de noutate sunt singura diferență semnificativă între un startup tradițional și unul high-tech.

Caracteristicile distinctive ale unui startup sunt următoarele:

- Concentrarea pe inovație – un nou produs sau un nou serviciu care va acapara piața;
- Incertitudine și riscuri – apariția unui produs nou implică întotdeauna riscuri, există diverși factori interni și externi care influențează viitorul unui startup;
- Cererea pentru produsul nou – astfel, s-a determinat că în 42% din cazuri lipsa cererii pentru produsului propus aduce proiectul la colaps [6];
- Dezvoltarea rapidă – proiectul presupune o perioadă de lansare de 3 până la 4 luni [9, pp. 17-21];
- Dezvoltarea la scară mare – startup-ul nu își limitează creșterea sa, scopul său fiind să câștige o cotă de piață mai mare;
- Resurse limitate, lipsă de finanțare și căutare de investitori;
- Echipa – principala resursă care trebuie deținută sunt oamenii care sunt gata să lucreze pentru idee.

Majoritatea absolută a antreprenorilor evidențiază importanța deosebită a echipei, deoarece ideea de produs se poate schimba, piața se poate modifica, dar oamenii trebuie să fie de încredere și previzibili. Astfel, există câteva criterii de selectare a personalului în cadrul unui startup:

- a) trebuie de ales persoanele energice, sincere și directe;
- b) nu trebuie de evitat persoanele care au trecut print-un eșec, deoarece dacă o persoană știe să tragă o concluzie din eșecurile sale și învață din greșeli, el este un candidat potrivit;
- c) trebuie de verificat oamenii în acțiune – se poate de solicitat candidatului să efectueze de la distanță o anumită sarcină;
- d) nu trebuie de lucrat cu oamenii apropiați, deoarece în raport cu ei este greu de acceptat o decizie obiectivă, rareori cineva reușește să ajungă la un echilibru între afaceri și prietenie [11].

În același timp, menționăm că succesul startup-ului este determinat inclusiv și de vârsta fondatorilor. Potrivit statisticilor, vârsta lor este de 20-25 de ani, vârsta la care o persoană are cele mai înalte idealuri, perseverență și dorință de a munci, iar cel mai important lucru este posibilitatea de a face acest lucru, deoarece majoritatea la această vârstă nu au o familie, copii și au mult timp și energie.

Steve Blank a elaborat un model bazat pe înțelegerea nevoilor clienților companiei, care descrie patru etape în timpul cărora startup-ul se transformă într-o companie stabilă:

1. „Identificarea consumatorului” – etapa în cadrul căreia startup-ul construiește ipoteze despre modul în care produsul său rezolvă problemele potențialilor clienți;
2. „Verificarea consumatorilor” – etapa de evaluare a ipotezelor și pregătirea unui plan de vânzări, strategii de marketing etc.;
3. „Atragerea consumatorilor” – după confirmarea utilității produsului companiei, startup-ul va trece la vânzări de produse și investiții în marketing;
4. „Crearea companiei” – care este, în sine, scopul final al unui startup, înființarea unei structuri oficiale a companiei și proceselor de business în vederea dezvoltării ulterioare [2].

În același context, s-a determinat că există cinci etape în dezvoltarea unui startup:

1. Etapa de însămânțare (Pre-Seed stage) – la această etapă, se caută o idee și se dezvoltă metode tehnice pentru implementarea acesteia, grupul de inițiativă analizează piața, elaborează un plan de afaceri. Urmează crearea unui prototip al unui produs, testarea lui, studierea cererii și găsirea surselor de finanțare. Dacă nu se poate găsi un investitor, proiectul se stopează, fapt ce se întâmplă cu majoritatea startup-urilor;
2. Pornire (Startup Stage) – după ce investitorul a fost găsit, produsul poate fi lansat pe piață, iar odată ajuns pe piață, produsul trebuie să-și dovedească avantajul competitiv. Fondatorii startup-urilor trebuie să dea dovadă de perseverență, creativitate și perspicacitate pentru afaceri, deoarece acum proiectul este cel mai expus riscului;
3. Creștere (Growth Stage) – când produsul este solicitat și acaparează încet nișa de piață pe care o vizau dezvoltatorii săi, este timpul de atins pragul de rentabilitate și de adus profit investitorilor;

4. Extindere (Expansion Stage) – când obiectivele reflectate în planul de afaceri au fost realizate, dar compania nu se oprește aici, ci continuă să-și promoveze produsele pe noi piețe. Compania este recunoscută, produsele ei au o cerere stabilă, iar veniturile cresc constant;
5. Ieșire (Exit Stage) – când compania atinge vârful de dezvoltare, investitorii care au finanțat proiectul renunță la cota lor din această afacere și o vând, ceea ce le aduce un profit bun. Cu toate acestea, unii investitorii își păstrează cota și o folosesc ca sursă de venit stabil [12].

Marile corporații, datorită dimensiunii lor enorme, nu își pot permite să rezolve rapid problemele din anumite domenii, să răspundă rapid unor solicitări ale consumatorilor, iar micile afaceri au fost întotdeauna considerate „mai rapide” și „flexibile”. Din această cauză, multe startup-uri au succes și, prin urmare, deseori sunt cumpărate de companiile mari. De exemplu, compania Yahoo! a achiziționat un startup (agregator mobil de știri Summly) de la un tânăr de 17 ani pentru suma de 30.000.000 USD. Summly este o aplicație originală pentru iPhone, programul îi ajută pe utilizatori să caute rapid știri pe subiecte specifice, folosind un anumit know-how și inteligență artificială [12].

Atât autorul ideii, cât și investitorul care ajută la implementarea acesteia sunt, în egală măsură, interesați de succesul financiar al unui startup, deoarece fiecare dintre ei va primi propriile beneficii. Investind într-un startup, dezvoltatorul caută să dea viață ideilor, să obțină succes și recunoaștere și, de asemenea, face ceea ce îi place și speră că eforturile sale vor fi răsplătite. Un investitor, desigur, percepe un startup ca o oportunitate de creștere a capitalului.

Sursele de investiții într-un start-up se deosebesc de cele ale afacerilor obișnuite, fiind următoarele (figura 1):

Granturile de tip non-equity	•startup-urile le pot obține în cadrul unui program de accelerare sau diferite competiții destinate startup-urilor.
Crowdfunding-ul sau finanțarea participativa	•o formă de strângere de fonduri care se realizează online, pe platforme speciale acreditate, unde antreprenorii își listează proiectele.
Investitorii de tip business angels	•acei investitori cu experiența în domeniul afacerilor care oferă resurse și pot acorda suport financiar startup-urilor care nu dispun de acestea.
Creditul	•tipurile de împrumuturi bancare destinate startup-urilor sunt destul de puține, dar există câteva soluții de finanțare pe care firmele la început de drum le pot obține de la banci.
Fondurile guvernamentale	•firmele mici pot să acceseze noi ajutoare de stat nerambursabile.
Fondurile europene	•firmele mici și startup-urile pot să obțină fonduri europene nerambursabile pentru finanțarea unor idei inovatoare prin diferite programe de finanțare oferite de UE.
Fondurile de private equity și venture capital	•sunt vehicule de investiții al căror capital provine fie de la un investitor privat, fie de la un investitor instituțional, precum BERD.

**Figura 1.** Surse de investiții pentru startup

În prezent, interesul investitorilor pentru crearea de start-up-uri continuă să crească, cu toate că nu mai mult de 10% din toate proiectele primesc o dezvoltare reușită. Se previzionează faptul că, în anii ulterioari, se vor dezvolta activ următoarele domenii: servicii financiare, tehnologii de mediu, echipamente medicale, biofarmaceutice, proiecte media, rețele sociale, telecomunicații, semiconductori, sănătate, bunuri și servicii de larg consum. Întrucât startup-urile duc mereu lipsă de finanțare, investitorii le vin în ajutor, atrași de oportunitatea de a câștiga profit. Fără ei, proiectul nu are nicio șansă, dar, în același timp, evidențiem faptul că, pentru crearea unui proiect de startup, factorul decisiv este generarea de idei noi, care să răspundă nevoilor societății la un moment dat. Prin urmare, considerăm că creativitatea și originalitatea sunt cheia succesului unui startup.

**Bibliografie:**

1. BLANK, S. *What's A Startup? First Principles* [online] [citat 21.09.2021]. Disponibil: <https://steveblank.com/2010/01/25/whats-a-startup-first-principles/>
2. BLANK, S. *The Four Steps to the Epiphany: Successful Strategies for Products that Win*. K&S Ranch, 2013, 370 p. ISBN-100989200507
3. GRAHAM, P. *Startup Growth* [online] [citat 21.09.2021]. Disponibil: <http://www.paulgraham.com/growth.html>
4. RIES, E. *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses*. New York: Crown Business, 2011, 103 p. ISBN: 978-0-307-88791-7
5. ROBEHMED, N. *What Is A Startup?* *Forbes* [online] [citat 20.09.2021]. Disponibil: <https://www.forbes.com/sites/natalierobehmed/2013/12/16/what-is-a-startup/#5b39740b4044>
6. *The R. I. P. Report — Startup Death Trends* [online] [citat 25.09.2021]. Disponibil: <https://www.cbinsights.com/blog/startup-death-data/>
7. *Why Governments Don't Get Startups* [online] [citat 25.09.2021]. Disponibil: <https://steveblank.com/2011/09/01/why-governments-don%E2%80%99t-get-startups/>
8. БЛАНК, С. *Стартап: Настольная книга основателя*. Паблицер, 2013, 485 с., ISBN 978-5-9614-2809-4
9. ГАЛАКА, А.К., РОСТОВА, А.С. Исследование особенностей инновационных стартап проектов. În: *Неделя науки СПбПУ*. 2017, с. 17-21.
10. ЕЛИНА, Н.С., КОВАЛЕВА, М.В., СИЛАКОВА, Л.В., ШИРОКОВА, В.В. Исследование управленческих особенностей технологического стартапа. În: *Российское предпринимательство*, 2018. - Т. 19, № 1, с. 217-232, ISSN 1994-6937
11. ЗЕЛЬДОВИЧ, Б.З. *Менеджмент: учебник*. М.: Экзамен, 2009, 576 с.
12. Что такое стартап. [online] [citat 29.09.2021]. Disponibil: <https://temabiz.com/terminy/chto-takoe-startap.html>