

JEL Classification: M1; M130  
DOI:10.46361/2449-2604.8.1.2021.57-64

## სტარტაპი - იდეები ბიზნესისთვის

თორნიკე კაკულია  
ეკონომიკის დოქტორი  
E-mail: tornike@transload-geo.com  
orcid.org: 0000 – 0002 – 4319 - 1746

შემოსულია რედაქციში:  
თებერვალი, 2021  
რეცენზირებულია:  
მარტი, 2021

სტარტაპი არის ახალი ფინანსური პროექტი, რომლის მიზანია სწრაფად დაიბრუნოს ჩადებული ინვესტიცია და მიიღოს მოგება. სტარტაპი ჩვეულებრივი ბიზნესის სახეობაა, თუმცა მათ შორის არის განსხვავება. სტარტაპი არის ბიზნესი, რომელიც აქამდე არ ყოფილა. სტარტაპი ბიზნესის საწყისი ეტაპია, რომელშიც იდეა გადამწყვეტია. სწორედ ამ იდეებში დებენ ინვესტორები თავიანთ ფულს. ინვესტორების მიზანია დაეხმარონ კომპანიას საკუთარი ცოდნით მოახდინონ პროექტის წარმატებული გაყიდვები. მიღებული ფული მიზნად ისახავს ბიზნესის ზრდის დაჩქარებას და მასშტაბების გაფართოებას. სტატისტიკურად, სტარტაპების 90% წარუმატებელია.

სტატიში განხილულია სტარტაპის არსი, მისი თავისებურებები და განსხვავებები ჩვეულებრივი ბიზნესისაგან; სტარტაპის ზრდის დაფინანსების პოპულარული წყაროები; ზოგადად, სტარტაპის შექმნის პროცესი; წარუმატებლობის მიზეზები. სტატიის მიზანია დამწყებ ბიზნესმენებს გააცნოს, თუ როგორ შეიძლება დაიწყოს სტარტაპი და რა რისკები შეიძლება ახლდეს მას.

*საკვანძო სიტყვები: სტარტაპი, ტექნიკური ინოვაცია, ვენჩერული კაპიტალი, ახალი პროდუქტი*

JEL Classification: M1; M130  
DOI:10.46361/2449-2604.8.1.2021.57-64

## STARTUP – A TYPE OF BUSINESS

**TORNIKE KAKULIA**

Doctor of Economics

E-mail: tornike@transload-geo.com

orcid.org: 0000 – 0002 – 4319 - 1746

A startup is a new financial project that aims to quickly recoup its investment and make a profit. Startup is a type of ordinary business, but there is a difference between the two. Startup is the initial stage of the business in which the idea is crucial. Investors invest their money in ideas. The goal of the investors is to help the company with their own knowledge to make successful sales of the project. The money earned is aimed at accelerating business growth and expanding scale. Statistically, 90% of startups are unsuccessful.

The article discusses the essence of a startup, its features and differences from a conventional business; Popular sources of startup growth funding; In general, the process of creating a startup; Causes of failure. The purpose of this article is to introduce beginners to how a startup can be started and what risks may come with it.

**Edited by:**

February, 2021

**Reviewed by:**

March, 2021

**Keywords:** *Startup, Technical innovation, Venture capital, New product*

ერთ-ერთი ვერსიის თანახმად, ტერმინი „სტარტაპი“ პირველად შეერთებულ შტატებში 1939 წელს გაჩნდა. მაშინ, სტენფორდის უნივერსიტეტის სტუდენტებმა დევიდ პაკარდმა და უილიამ ჰილუეტმა, შექმნეს მცირე პროექტი და ამ ბიზნესს სტარტაპი უწოდეს.[1] პროექტი წარმატებული აღმოჩნდა. დროთა განმავლობაში ეს სტარტაპი გადაიქცა უზარმაზარ და წარმატებულ კომპანიად, Hewlett-Packard. თავად ტერმინი Forbes-ში გამოჩნდა 1976 წლის აგვისტოში, იმ კომპანიებისთვის, რომლებიც მოკლე დროში ახორციელებდნენ თავიანთ საქმიანობას.[2] dot-com-ების ბუმის დროს იგი ძალიან პოპულარული გახდა. გასული საუკუნის 90-იან წლებში ტერმინი „სტარტაპი“ სწრაფად გავრცელდა და დღეს იგი ყველგან ისმის.

სტარტაპი არის ახალი ფინანსური პროექტი, რომლის მიზანია ჩადებული ინვესტიციის სწრაფი დაბრუნება და მოგების მიღება.

ამერიკაში დიდ მნიშვნელობას ანიჭებენ სიტყვა სტარტაპს. ისინი ამ სიტყვაში გულისხმობენ არა მხოლოდ ახალ პროდუქტს ორიგინალური იდეით, არამედ კომპანიას, რომელიც ქმნის ამ პროდუქტს, ადამიანთა გუნდს, პერსონალს... სტარტაპის წარმატება ბევრად არის დამოკიდებული დამფუძნებლების ასაკზე. სტატისტიკის მიხედვით, მათი ასაკი 20-25 წელია. ეს ის ასაკი, როდესაც ადამიანს აქვს უმაღლესი იდეალები, შეუპოვრობა, მუშაობის სურვილი და, რაც ყველაზე მთავარი, ამის გაკეთების უნარი, რადგან ამ ასაკში უმეტესობას ოჯახი არ ჰყავს, აქვს ბევრი დრო და ენერჯია.

სტარტაპი ხშირად ასოცირდება ტექნოლოგიასთან, გამოგონებასთან და ტექნიკურ ინოვაციასთან. სინამდვილეში, ასეთი პროექტის ორგანიზება შესაძლებელია საქმიანობის აბსოლუტურად ნებისმიერ სფეროში. თვით სახელწოდება «სტარტაპი» მოდის ინგლისურიდან «start up», რაც ნიშ-

ნავს «დაწყებას» და გულისხმობს პროცესის დაწყებას. არ არის აუცილებელი, რომ პროექტი ასოცირდებოდეს რაიმე სახის ინოვაციასთან. დამწყები კომპანიების მთავარი განმასხვავებელი ნიშანია ახალ ბიზნეს მოდელებზე ორიენტირება და სწრაფი ზრდა.

კიდევ ერთი განმარტება, თუ რა არის სტარტაპი, ეკუთვნის სტივ ბლანკს, სტარტაპების „ნათლიას“: „სტარტაპი არის დროებითი ორგანიზაცია, რომელიც გამოიყენება განმეორებადი და მასშტაბური ბიზნეს მოდელის მოსაძებნად“.

პოლ გრემი, ვერჯურული კაპიტალის ფონდის Y Combinator-ის თანადამფუძნებელი, მას ყველაზე ლაკონურად ხსნის: „სტარტაპი = ზრდა“.

სტარტაპი ყოველთვის გუნდიდან იწყება. იშვიათია, რომ სტარტაპს ერთი ადამიანი უძღვებოდეს. როგორც წესი, ეს არის სტუდენტების, მეგობრების ან პარტნიორების ჯგუფი. ეს არის კარგად კოორდინირებული გუნდი, რომელსაც უზარმაზარი დრო, ძალისხმევა, სურვილი, კრეატიულობა, ცოდნა, ინვესტორების ფინანსური მხარდაჭერა და წარმატების დიდი შანსი აქვს. წარმატების შემთხვევაში, სტარტაპი ძალიან სწრაფად იზრდება.

მსხვილი კორპორაციები და მსხვილი ფირმები, უზარმაზარი მასშტაბის გამო, ხშირად ზოგიერთ სფეროში ვერ ახერხებენ პრობლემების სწრაფად მოგვარებას, სწრაფად ვერ პასუხობენ მომხმარებელთა ზოგიერთ მოთხოვნას და ა.შ. მცირე ბიზნესი ყოველთვის განიხილებოდა როგორც «უფრო სწრაფი» და «მოხერხებული». ამის გამო, სტარტაპები წარმატებულია და, შესაბამისად, მათ მსხვილი კორპორაციები ყიდულობენ.

სტარტაპი ჩვეულებრივი ბიზნესის სახეობაა, თუმცა მათ შორის არის განსხვავება. სტარტაპი ბიზნესის საწყისი ეტაპია, რაც,

ძირითადად, ჰიპოთეზის აქტიურ ინვესტიციებსა და ინფორმაციულ ტესტირებაზე მინიშნებს: „საინიციატივო ჯგუფის მიერ რაიმე იდეის საფუძველზე ბიზნესის წარმართვის შესაძლებლობის შესახებ“. ამგვარი ჰიპოთეზის შემოწმების შედეგების საფუძველზე, გუნდს უნდა ჰქონდეს საკმარისი რესურსი გარკვეული ბიზნეს მოდელის შემუშავებისთვის.

განსხვავებით ჩვეულებრივი ბიზნესისგან, რომელსაც ადამიანი უბრალოდ ხსნის, სტარტაპს აქვს ინოვაციური საფუძველი, ე.ი. იხსნება ბიზნესი, რომელიც ადრე საერთოდ არ არსებობდა. მარტივი სიტყვებით - სტარტაპი არის ბიზნესი, რომელიც აქამდე არ ყოფილა. ნებისმიერი სტარტაპის იდეა არის სიახლე, ახალი პროდუქტი, ახალი ტექნოლოგია, რაც აქამდე არასოდეს ყოფილა მსოფლიოში.[3]

ჩვეულებრივი ბიზნესი ემყარება გარკვეულობასა და პროგნოზირებადობას. თუმცა ახალი სტარტაპის მომავალი ძალიან გაურკვეველია - ახალმა იდეამ უნდა იპოვოს სწორი გზა და მოძებნოს ფართო სამიზნე აუდიტორია.

ინოვაცია ყოველთვის არის სარისკო პროცესი. არსებობს მრავალი შიდა და გარე ფაქტორი, რომლებიც გავლენას ახდენენ სტარტაპის ბედზე. და რადგან სტარტაპების უმეტესობა ჰიპოთეზებზეა აგებული, სტარტაპების გადარჩენის გრძელვადიანი პერსპექტივა ყოველთვის გაურკვეველია. სტარტაპი ყოველთვის ეხება რისკებსა და გაურკვევლობებს.

კონტექსტი, რომელშიც ინოვაცია იბადება, არის ის, რაც სტარტაპს განასხვავებს მცირე ბიზნესისგან. სტარტაპი იბადება იდეიდან, რომელიც შექმნილია სიტუაციის ამჟამინდელი მდგომარეობის შესაცვლელად, მიზნის მისაღწევად ან კონკრეტული პრობლემის გადასაჭრელად. სტარტაპის იდეე-

ბი ეს არის ინოვაციური მეთოდების ძიება პრობლემის გადაჭრის გზით სამყაროს ცოტა უკეთესობისკენ შესაცვლელად.

სტარტაპის იდეა გადამწყვეტია, მაგრამ დროთა განმავლობაში იგი შეიძლება შეიცვალოს. სტარტაპს შეუძლია მკვეთრად შეცვალოს კურსი, თუ პირველი აზრი არ არის საუკეთესო. ამიტომ, 180 გრადუსით მიმართულების შეცვლის სურვილი სტარტაპს განასხვავებს სხვა მსხვილი და მცირე ბიზნესისგან.

სტარტაპი განსხვავდება ჩვეულებრივი ბიზნესისგან იმიტომაც, რომ მას თითქმის მაშინვე უჩნდება ინვესტორები, ე.ი. ინვესტორები კომპანიაში დებენ ფულს არა იმ მომენტში, როდესაც ის უკვე წარმატებით მუშაობს, არამედ დაარსებისთანავე. სტარტაპი იდეებს ემყარება და სწორედ ამ იდეებში დებენ ინვესტორები თავიანთ ფულს. ასეთი ინვესტიცია კი სარისკოა.

ყველა ახალმა ინვესტორმა უნდა გააცნობიეროს რისკი, რადგან ინოვაცია ყოველთვის არ ამართლებს. ხშირად ხდება ისე, რომ იდეა კარგია, მაგრამ რატომღაც არ გამოვიდა ... ან, პირიქით, რაღაც გიჟურმა იდეამ დიდი მოგება მოიტანა.

სწრაფი ზრდის ხასიათიდან გამომდინარე, სტარტაპერებს აქვთ დიდი მოგების მიღების შესაძლებლობა. შედეგად, ისინი დიდ ყურადღებას იპყრობენ ინვესტორების მხრიდან, რომელთაც სურთ თავიანთი კაპიტალის გაზრდა. სტარტაპის დაბადება, როგორც წესი, მისი დამფუძნებლის მიერ გამოგონილი პროდუქტის ან მომსახურების კონცეფციაა.

სტარტაპის დამფუძნებელი ხშირად ზედამხედველობას უწევს პროდუქტის განვითარებას და ასევე ასრულებს ორგანიზაციის ბიზნესის ხელმძღვანელის ფუნქციას. ხშირად ის ფოკუსირდება კომპანიის მასშტაბზე და არა მოგებაზე.

შედგად, ინვესტიციების მოზიდვის ეტაპზე, სტარტაპის სავარაუდო ღირებულება ყოველთვის არ შეესაბამება ადრეულ წლებში მიღებულ რეალურ შემოსავალს. ამიტომ, დამფუძნებლებმა და ინვესტორებმა უნდა გაითვალისწინონ სტარტაპის პოტენციური ღირებულება, არა რეალურ, არამედ დაგეგმილ მოგებაზე, პროგნოზებზე, ტენდენციებზე და მასშტაბის გეგმებზე დაყრდნობით.

ზოგიერთი სტარტაპი, როდესაც იწყებს კომპანიას, ბიზნესის მიმდინარე ხარჯების დასაფარავად იყენებს საკუთარ ფინანსურ აქტივებს (პირადი ან ნასესხები). სხვები მიმართავენ ანგელოზ ინვესტორებს, შემდეგ - ვენჩურულ კაპიტალისტებს. საერთო ჯამში, სტარტაპის დაფინანსების რამდენიმე გზა არსებობს.

სტარტაპის ზრდის დაფინანსების ყველაზე პოპულარული წყაროებია: [4]

1. „ჩემები“ -ოჯახის წევრები ან ახლობლები - სტარტაპის განვითარების ადრეულ ეტაპზე, ისინი მნიშვნელოვან როლს ასრულებენ;
2. ანგელოზი ინვესტორები - ესენი არიან ადამიანები, რომლებიც მხარს უჭერენ და საკუთარ ფულს დებენ ბიზნესის წამოწყების საწყის ეტაპზე ბიზნესის წილის სანაცვლოდ.
3. თესვის ინვესტიციები (seed investment) - როგორც წესი, აქტუალურია კომპანიის დაფინანსების ციკლის ადრეულ ეტაპებზე. მანამდეც, სანამ მოგება ხელშესახები გახდება.
4. ვენჩურული კაპიტალი - ჩვეულებრივ ხდება განხილვის თემა, როდესაც სტარტაპმა უკვე მიაღწია გარკვეულ შედეგებს, მაგრამ მაინც ითვლება სარისკო ინვესტიციად. იგი მოდის სპეციალიზირებული ინვესტიციების ან ვენჩურული ფონდებიდან.

5. „გამოსავლის“ სტრატეგია - სტარტაპ-ინვესტორები, დამფუძნებლებთან და მენეჯერებთან ერთად, ხშირად ბრუნდებიან და ზრდიან თავიანთ ინვესტიციებს, უფრო მსხვილ, უკვე დამკვიდრებულ კომპანიებზე სტარტაპის გაყიდვით. ეს არის პირველი „გასვლის“ სტრატეგია - შერწყმა ან შენამძენი. მეორე სტრატეგია მოიცავს საჯარო თავდაპირველ შეთავაზებას (IPO).

ინვესტიცია სტარტაპერებში არის პერსპექტიული და იაფი შემოსავლის მიღების ძირითადი წყარო ბიზნესმენებისთვის. ინვესტიციამ შეიძლება მიაღწიოს რამდენიმე მილიონ დოლარს. მაგრამ ინვესტორებს მეტი მოთხოვნებიც აქვთ. ისინი აფასებენ პროექტის არა იმდენად მოსალოდნელ მოგებას, რამდენადაც პროდუქტისა და გუნდის საერთო პოტენციალს. ამავე დროს, მათ შეიძლება მოითხოვონ მენეჯმენტში მონაწილეობა და ზეგავლენა მოახდინონ მნიშვნელოვან გადაწყვეტილებებზე. დაფინანსების ძირითადი პრინციპია - ყოველთვის, როდესაც სტარტაპი ფულს იღებს განვითარებისათვის, ის აძლევს ინვესტორს თავის კომპანიის ნაწილს, რომელიც ხდება თანამესაკუთრე.

ინვესტორების მიზანია დაეხმაროს კომპანიას საკუთარი ცოდნით მოახდინონ პროექტის წარმატებული გაყიდვები. სტარტაპების მიერ მიღებული ფული მიზნად ისახავს ბიზნესის ზრდის დაჩქარებას და მასშტაბების გაფართოებას.

ახალი პროექტები ბევრად უფრო სწრაფად ვითარდება. თუ მომხმარებელი დაინტერესებულია ამ იდეით, მხოლოდ ერთ წელიწადში კომპანია გახდება ლიდერი და მიაღწევს შთამბეჭდავ მოცულობას.

სოციალური ქსელი „Facebook“-ი ერთ-ერთი ყველაზე ცნობილი სტარტაპია. მასზე ადრე ასეთი მასშტაბური სოციალური ქსელი არ არსებობდა და კომპანიის არც ერთ

მფლობელს არ შეეძლო ეწინასწარმეტყველა, თუ რამდენად ძლიერი იქნებოდა წარმატება, რადგან ისინი ვერ დაეყრდნობოდნენ ამ ბიზნესის რაიმე სტატისტიკას. პროექტის ადმინისტრაცია ერთ-ერთი პირველი იყო, ვინც ინტერნეტის სოციალურ სივრცეში ღრმად შეიჭრა.

პროექტი თავდაპირველად შეიქმნა როგორც ინტერნეტის Facemash ჰარვარდის უნივერსიტეტის სტუდენტებისთვის სტუდენტების ფოტოების შეფასების მიზნით. ფოტოების უკანონო გამოყენების სკანდალის შემდეგ, პროექტი დაიხურა და შემდეგ გადაიქცა Thefacebook პლატფორმაში, რომელიც მხოლოდ ჰარვარდისთვის იყო ხელმისაწვდომი.[5]

მყარი ინვესტიციების მოზიდვის შემდეგ, გაუმჯობესდა პლატფორმა, დაერქვა Facebook და გახდა ხელმისაწვდომი კოლეჯის და საშუალო სკოლის სტუდენტებისთვისაც. აუდიტორიის სწრაფმა ზრდამ და დამატებითმა ინვესტიციებმა განაპირობა ყველა მომხმარებლისთვის გლობალური ხელმისაწვდომობის გახსნა. პროექტის ანაზღაურება უზრუნველყოფილი იქნა რეკლამის განმთავსებლების მოზიდვით. ამრიგად, მუდმივი კვლევის შედეგად, წარმატებული ბიზნესი მოდელი აღმოჩნდა, რამაც Facebook-ს სწრაფი ზრდის საშუალება მისცა. facebook წლებია ერთ – ერთი ყველაზე მოხმარებადი სოციალური ქსელია მთელს მსოფლიოში. ამასთან, მას უამრავი მიმდევარი ჰყავს.[5]

და მაინც, ისტორიაში ყველაზე დიდ სტარტაპებად რჩება ნამდვილი ურჩხული კორპორაციები: Apple, რომელმაც 1976 წელს ააწყო პირველი პერსონალური კომპიუტერი; Google, რომელმაც შექმნა მსოფლიოში ყველაზე სწრაფი და ყველაზე ჭკვიანი საძიებო სისტემა Microsoft და სხვ.

წარმატებული სტარტაპების არცერთი

ისტორია არ ჰგავს ერთმანეთს. თითოეულ ახალ პროექტს თავისი გზა აქვს. ამასთან, ზოგადად, სტარტაპის შექმნის პროცესი ასე გამოიყურება:

- პრობლემის იდენტიფიცირება - განსაზღვრეთ აუდიტორიის საჭიროებები, რომელსაც თქვენი პროდუქტი დაფარავს.

- შეისწავლეთ ბაზარი - შეიტყვეთ, ნამდვილად სჭირდებათ ხალხს თქვენი გადაწყვეტილება და გაიგეთ, არსებობს თუ არა პრობლემის მსგავსი გადაწყვეტა ბაზარზე.

- შექმენით გამოსავალი - მოიფიქრეთ პრობლემის გადაჭრა ინოვაციური ტექნოლოგიების გამოყენებით ან ბიზნეს პროცესების ორგანიზების ახალი მიდგომით.

- ორგანიზება გაუწიეთ გუნდს - ეძებეთ მოაზროვნე ადამიანები, რომლებიც შთაგონებულ იქნებიან თქვენი იდეით და მზად იქნებიან მისი ერთობლივი განხორციელებისთვის.

- ეძებეთ განხორციელების გზა - ამ ეტაპზე ისინი ამოწმებენ პროდუქტზე მოთხოვნას ბაზარზე, წარუდგენენ იდეას ინვესტორებს და ამუშავებენ ბიზნეს მოდელს, რომელიც უზრუნველყოფს პროექტის სწრაფ და სტაბილურ ზრდას.[6]

სტარტაპის წამოწყებისას, არ უნდა ელოდოთ უმაღლეს წარმატების მიღწევას. სანამ იდეა მოგებას დაიწყებს, პროექტს არაერთხელ შეექმნება სირთულეები.

სტატისტიკურად, სტარტაპების 90% წარუმატებელია. ამის ძირითადი მიზეზებია:

- მოზიდული სახსრების არაეფექტური მართვა. მაგალითად, კომპანია იყენებს ინვესტიციებს დაუფიქრებლად ან იზიდავს ძალიან ბევრ ინვესტორს, რომლებიც დროთა განმავლობაში დაბრუნებას ითხოვენ.

- იურიდიული პრობლემები. ეს შეიძლება იყოს საქმიანობის არასწორი რეგისტრაცია ან გარკვეული კანონების დარღვევა პროდუქტის წარმოებაში.

- კონკურენტებისთვის წინააღმდეგობის გაწევა. კომპანია იმდენად იმედოვნებს პროდუქტის წარმატებას, რომ იწყებს ბაზარზე კონკურენციის უგულვებლყოფას და დროულად არ რეაგირებს კონკურენტების ქმედებებზე.

- ცუდი ბიზნესის მოდელი. თუ კომპანიას განვითარების მხოლოდ ოპტიმისტური გზა აქვს, მაშინ ადრე თუ გვიან მას პრობლემები შეექმნება. მნიშვნელოვანია მოქმედების ვარიანტების მიწოდება იმ შემთხვევაში, თუ რამე არასწორად მოხდება.[6]

სტარტაპი ორგანიზაციის დროებითი ფორმაა. სტარტაპი ყოველთვის ეძებს მასშტაბურ ბიზნეს მოდელს. იდეა თავიდანვე ვითარდება და სტარტაპის მთავარი მიზანი არის მოგების წყაროების მოძებნა.

ამერიკისა და ევროპისაგან განსხვავებით

სტარტაპის კონცეფციამ საქართველოში არც ისე დიდი ხნის წინ მოიპოვა მასობრივი პოპულარობა. დღეს სტარტაპების თემაზე უკვე ბევრი საუბრობს.

როგორც ცხრილიდან ჩანს, ახალი სტარტაპები ძირითადად IT ტექნოლოგიებს უკავშირდება, მაგრამ თუ პროექტი IT-ს უკავშირდება, ეს არ ნიშნავს რომ ის სტარტაპია. სტარტაპსა და ბიზნესის სხვა სახეობებს შორის განსხვავებები შემდეგია: ზრდა, მასშტაბურობა, განვითარების არაპროგნოზირებადობა. არსებობის მოკლე პერიოდში, სტარტაპი პროექტიდან სრულფასოვან, ფინანსურად დამოუკიდებელ კომპანიად უნდა გადაიზარდოს. სტარტაპმა შეიძლება განიცადოს მარცხი, ან მან სრულიად შეცვალოს ჩვენი აზროვნება.

2011-2020 წლებში მსოფლიოში შექმნილი სტარტაპების დარგობრივი სტრუქტურა

|                                       |       |
|---------------------------------------|-------|
| IT, პროგრამული უზრუნველყოფა           | 37,2% |
| ვაჭრობა და მომსახურება                | 20,9% |
| მომსახურება ბიზნესისთვის              | 13,4% |
| მედიცინა და ფარმაცევტიკა              | 7,5%  |
| ფინანსური მომსახურება                 | 7,0%  |
| რობოტიკა და ხელოვნური ინტელექტი       | 5,6%  |
| განათლება                             | 4,5%  |
| სატრანსპორტო მომსახურება და ლოგისტიკა | 1,5%  |
| სოციალური ქსელი                       | 1,1%  |

წყარო: CRUNCHBASE

#### დასკვნა

ამრიგად, შეგვიძლია ვთქვათ, რომ სტარტაპ პროექტის შესაქმნელად, გადამწყვეტი ფაქტორია ფუნდამენტურად ახალი იდეების წარმოქმნა, რომლებიც დროის გარკვე-

ულ მომენტში აკმაყოფილებს საზოგადოების საჭიროებებს. ამიტომ, შემოქმედებითობა და არასტანდარტული შეხედულება ბევრ ჩვეულებრივ საკითხზე თქვენი მომავალი საწარმოს წარმატების საწინდარია.

ლიტერატურა/ REFERENCES

- [1] Что такое стартап (реальные примеры) – отличия и инвестиции <https://pammtoday.com/chto-takoe-startap.html>
- [2] Когда появился первый стартап <http://wincubator.ru/?p=379>
- [3] <https://pammtoday.com/chto-takoe-startap.html>
- [4] Grant Mitchell. Startup <https://www.investopedia.com/terms/s/startup.asp>
- [5] **Tayliyev Arslan.** How to Start a Startup: Make a Business Step-By-Step <https://medium.com/swlh/how-to-start-a-startup-make-a-business-step-by-step-d64887d2ff38>
- [6] **Азаренко Натали.** Что такое стартап: как создать свою компанию и где найти первые инвестиции <https://www.unisender.com/ru/support/about/glossary/chto-takoe-startap/>