Основные ошибки в развитии стартапов

Верхотуров Владимир Константинович
Магистрант БФУ, Россия, г. Калининград
Научный руководитель: Новикова Екатерина Петровна
доцент, Кафедра математического моделирования и информационных систем
swizzdoom@yandex.ru

Многие предприниматели, которые начинают развивать свой стартап, не имея опыта, делают одни и те же ошибки. Эти ошибки уже давно закрепились в сознании у начинающих, поэтому можно выделить список основных ошибок в развитии и создании стартап-проектов:

- **Экономия на аренде**

  Важное значение в ведение бизнеса является умение держать расходы на низком уровне, но для стартапов иногда нужно платить большую арендную плату за офисное помещение или рабочее пространство, чтобы привлечь больше клиентов и работников. Помещение будет приличнее выглядеть и будет легче иметь дело с поставщиками и партнерами

- **Работа с друзьями**

  Принимая на работу друзей и родственников, это сильно ограничит контроль над работниками и над развитием стартапа в целом

- **Незнание средств продвижения**

  Все большее количество стартапов создается людьми, которые не имеют опыта в бизнесе, а это крайне важно. Из-за этого многие не придают значения инструментам продвижения. Следует понять основные принципы продвижения новых проектов, а если же нет фактов по новому способу продвижения, то стоит разработать свою гипотезу, посоветовавшись с экспертами в области маркетинга и областях экономики.

- **Терпение**

  Стартапы, приходящие с новыми инновационными идеями, забывают, что следует продумывать каждый шаг на пути развития, ведь любую маркетинговую активность необходимо использовать до конца, выбирая из нее максимальный результат.

- **Самостоятельность**

  Очень часто начинающие стартапы пытаются развиваться самостоятельно, но такой подход будет приемлемым для тех проектов, которые имеют большой опыт в маркетинге и продвижении новых проектов. Нужно искать экспертов и прислушиваться их советам по важным аспектам ведения бизнеса.

Это основные ошибки, которые начинающие стартап-проекты допускают в своем развитии.

Если рассмотреть итоги неудачных стартапов, то можно выделить следующее:

1. Примерно 74% интернет-стартапов выходили с рынка, только потому, что использовали

преждевременное масштабирование;

2. Ни один из быстроразвивающихся стартапов, которые использовали масштабирование преждевременно, не смогли превысить отметку количества пользователей в 100,000;
3. Стартапы, которые масштабируются должным образом, развиваются в 20 быстрее, нежели чем те, которые используют масштабирование не целесообразно;
4. Стартапы должны иметь механизмы наблюдения за признанием их проекта и готовностью рынка принять и оценить их проект, чтобы они могли быстро отреагировать на меняющийся рынок и потребителя, и изменить направление собственной деятельности;
5. Начинающие стартапы делают большой упор на сетевой маркетинг, но при этом проводят анализ количественных показателей, что не совсем целесообразно, используя данный вид маркетинга.

Отсюда, можно подвести итог, что начинающим стартапам не следует предпринимать ранние попытки масштабирования, так как при этом компания затрачивает огромное количества ресурсов, чтобы масштабировать свою деятельность, которая не полностью обосновалась на рынке. И это значит, что стартап уделяет больше внимания на одном направлении, нарушая баланс деятельности стартапа.