

დაფინანსების შესაძლებლობები სტარტაპებისთვის
საქართველოში და მსოფლიოში

ანა გაბელავა

ანნა ტაბატაძე

სამაგისტრო პროგრამა: ბიზნეს ადმინისტრირება და თანამედროვე ტექნოლოგიები

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: ზურა პერტაია, ასოცირებული პროფესორი

ბიზნესის და ტექნოლოგიების უნივერსიტეტი

თბილისი, 2019

განაცხადი

როგორც ავტორები, ვაცხადებთ, რომ ნაშრომი წარმოადგენს ჩვენს ორიგინალურ ნამუშევარს, ხოლო სხვა ავტორების მიერ შექმნილი მასალები არის მოხსენებული ან ციტირებული სათანადო წესების შესაბამისად.

ანა ტაბატაძე

ანა გაბელავა

2019 წელი

აბსტრაქტი

XX საუკუნის 90-იან წლებში ინტერნეტმა მთელი მსოფლიოს ცენტრალიზაცია მოახდინა ერთ სივრცეში, რამაც გაამარტივა კომუნიკაცია ადამიანებს შორის. სწორედ ამ გარემოებამ ჩაუყარა საფუძველი სტარტაპების შექმნას. პროდუქტისა და მომსახურების მიწოდების მიდგომები შესაძლოა ორ ეტაპად დაიყოს: ინტერნეტის გაპოპულარებამდე და მის შემდეგ. მიწოდების კლასიკური მეთოდი ინტერნეტის გამოჩენამდე იყო შემდეგი: კომპანიები ქმნიდნენ პროდუქციას/მომსახურებას იმ სივრცეზე მორგებულს სადაც ისინი ოპერირებდნენ, გაფართოებაში კი იგულისხმებოდა მომხმარებლის ზრდა, შესაბამისად ათვისებული გეოგრაფიული არეალის გაფართოება. მთელი მსოფლიოს ცენტრალიზაციამ ინტერნეტ სივრცეში კომპანიებს გაუჩინა ვირტუალური გეოგრაფიული არეალი, რამაც ადამიანები მთელი მსოფლიოს მასშტაბით, მათ პოტენციურ კლიენტებად აქცია. დაინახეს რა ეს შესაძლებლობა, მიმწოდებლებმა დაიწყეს ფიქრი იმაზე, თუ რა პროდუქტი შეეთავაზებინათ მთელი მსოფლიოსთვის, რომელიც მოერგებოდა მომხმარებელს განურჩევლად სქესისა, რასისა, კანის ფერისა თუ რელიგიისა. მხოლოდ იდეები არ იყო საკმარისი კომპანიების შესაქმნელად, ამიტომ მათ დაიწყეს დაფინანსებების მოძიება ამ იდეების განსახორციელებლად. სწორედ ამ პროდუქტისა და მომსახურების მწარმოებლები მოგვევლინენ შემდგომ სტარტაპებად. სტარტაპების ძლიერი გავლენა მსოფლიოზე ცხადი გახდა, რამაც გაზარდა დამფინანსებლების ნდობა მათ მიმართ და წარმოიქმნა დამფინანსებლების ბაზარი.

საქართველომ ბოლო წლებში აქტიურად აუწყო ფეხი მსოფლიო ტენდენციას და გაჩნდა დაფინანსების ადგილობრივი წყაროები.

ჩვენი კვლევის მიზანია შევისწავლოთ, რამდენად ფართო და ხელმისაწვდომია ადგილობრივი, თუ უცხოური ინვესტიციების ბაზარი სტარტაპების დაფინანსების მიმართულებით.

ძირითადი საძიებო სიტყვები: სტარტაპების დაფინანსების პროგრამები, სტარტაპ აქსელერატორი, ვენჩურული კაპიტალი, ენჯელ ინვესტორები, Crowdfunding პლატფორმები.

Abstract

In the early 90's, the internet boom lead communities around the world to centralize virtually in the same place. Centralization increased communication between them, this circumstance helped the emergence of startups. Types of supply product and service are divided into two parts: Before and after the internet became popular. The classical model of supplying product/service before internet was the following: Companies were making products/services for the area where they were operating and their only opportunity to increase the number of customers relied on expanding the area. Because of the centralization of the whole world, Companies' access to their potential customers increased. They started thinking on what was the product that could fit to different types of people, who have different sex, age, religion, taste, interest, etc. But only ideas were not enough, so they started to look for financing to fulfill the ideas. These enterprises who have found the product and financing are operating as startups nowadays. As they have great influence over the world economy, they became trustworthy for the Market of investors. Nowadays, there are some of financial sources to finance startups in Georgia. Our main goal is to study how big and accessible is the market of local/foreign investments to finance Startups.

Key words: Startups financing programs, startup accelerators, Venture capital, Angel investors, Crowdfunding platforms.

სარჩევი

შესავალი	6
თავი I. სტარტაპის არსი და მისი დაფინანსების შესაძლებლობები.....	8
1.1 რა არის სტარტაპი და რით განსხვავდება იგი ტრადიციული ბიზნესისგან.....	8
1.2 სტარტაპ ეკოსისტემა	10
1.3 სტარტაპების დაფინანსების შესაძლებლობები	12
1.3.1 სტარტაპ აქსელერატორები	16
1.3.2 ენჯელ ინვესტორები	19
1.3.3 ვენჩურული კაპიტალი	21
1.3.4 Crowdfunding პლატფორმები	22
1.3.5 Equity	24
თავი II. სტარტაპების დაფინანსების შესაძლებლობები მსოფლიოში	26
2.1 სტარტაპ ეკოსისტემა და დაფინანსების შესაძლებლობები სილიკონ ველზე.	26
2.2 სტარტაპ ეკოსისტემა და დაფინანსების შესაძლებლობები ესტონეთში.	28
2.3 სტარტაპების დაფინანსების შესაძლებლობები ისრაელში.....	30
თავი III. სტარტაპების დაფინანსების შესაძლებლობები საქართველოში	35
3.1 სტარტაპ ეკოსისტემა საქართველოში	35
3.2 სტარტაპების დაფინანსების შესაძლებლობები საქართველოში.....	38

თავი IV. კვლევა.....	44
დასკვნა.....	52

შესავალი

XX საუკუნის 90 წლებში ინტერნეტი ხელმისაწვდომი გახდა ფართო საზოგადოებისთვის, რამაც არაერთი ცვლილება გამოიწვია. ინტერნეტის არსებობამ პრაქტიკულად ჩამოშალა გეოგრაფიული საზღვრები და შექმნა სივრცე სადაც მსოფლიო საზოგადოება გაერთიანდა. ამ ცვლილებებმა განსაკუთრებით დადებითი გავლენა იქონია კერძო სექტორის განვითარებაზე, რადგან მათ უკვე შეეძლოთ ინტერნეტის მეშვეობით ოპერირება მსოფლიოს ნებისმიერ წერტილში. შესაბამისად, თუ სურდათ ამ ბაზრის ათვისება, რაც ინტერნეტ სივრცის შექმნამ წარმოშვა, მათი პროდუქტის მახასიათებელი არა მხოლოდ საზოგადოების, რომელიმე ერთ ჯგუფს უნდა მორგებოდა არამედ მთელს მსოფლიოს. სწორედ ასეთი პროდუქტების შექმნით ჩამოყალიბდა ბიზნესის ახალი მიმართულება სტარტაპი.

სტარტაპი მაღალი რისკის შემცველი ბიზნეს საქმიანობაა, რომლის მთავარი მახასიათებელი სწრაფად ზრდაა. სწრაფად ზრდას კი მომხმარებლის და კაპიტალის სიმრავლე განაპირობებს. მაღალი რისკიდან გამომდინარე სტარტაპისთვის კაპიტალის მოპოვება ტრადიციულ ბიზნესთან შედარებით რთულია, თუმცა მისმა დიდმა უკუგებამ და გავლენიანმა შედეგებმა განაპირობა ის, რომ ჩამოყალიბდა, როგორც საჯარო ასევე კერძო მიმართულებები, რომლებიც სწორედ სტარტაპების დაფინანსებაზე არიან კონცენტრირებულები.

კვლევის მიზანი: სამაგისტრო ნაშრომის კვლევის მიზანს წარმოადგენს დაფინანსების შესაძლებლობების განხილვა სტარტაპებისთვის საქართველოში და მსოფლიოში. ნაშრომში წარმოდგენილია მსოფლიოს წარმატებული ქვეყნების პრაქტიკული მიდგომები სტარტაპების დაფინანსების მიმართულებით და ამ მიდგომებით გამოწვეული შედეგები. ასევე ამ მიმართულებით გადადგმული მნიშვნელოვანი ნაბიჯები საქართველოში, როგორც სახემწიფო, ასევე კერძო სექტორის მიერ.

კვლევის მეთოდოლოგია: მოვიძიეთ ინფორმაცია დაფინანსებული სტარტაპებისგან სპეციალური კითხვარის მეშვეობით, რითაც გარკვეულწილად შეიქმნა სურათი, თუ რა შესაძლებლობებია მიმდინარე პერიოდში დაფინანსებების მოსაზიდად ადგილობრივ და უცხოურ ბაზარზე და რამდენად ხელმისაწვდომია იგი ყველა მსურველისთვის. ასევე კითხვარმა მოგვცა შესაძლებლობა დაგვენახა, თუ რა პრობლემებს ვხვდებით ყველაზე ხშირად ამ მიმართულებით და რისი გამოსწორების აუცილებლობა არსებობს. ამაუღროულად მოვიძიეთ სხვადასხვა ქვეყნების შესახებ ინფორმაციები მსგავს კვლევებზე დაყრდნობით და მოვახდინეთ მათი ანალიზი.

თავი I

სტარტაპის არსი და მისი დაფინანსების შესაძლებლობები

1.1 რა არის სტარტაპი და რით განსხვავდება იგი ტრადიციული ბიზნესისგან.

სტარტაპის განმარტების ძიებისას მის უამრავ ინტერპრეტაციას შევხვდებით, ზოგი მას უნიკალური პროდუქტის ან მომსახურების შექმნასთან აკავშირებს, ზოგიერთის განმარტებით კი სტარტაპი ნებისმიერი საქმიანობაა, რომელიც ახალი წამოწყებულია.

დევიდ კიდერი თავის წიგნში „The startup playbook“ აღნიშნავს, რომ უმეტესობა სტარტაპს განმარტავს, როგორც კომპანიას მწირი ოპერირების დროით, რომელიც ძირითადად იმყოფები პროდუქტის და მარკეტის ძიების ფაზაში. ამ ფაზაში დამფუძნებლები სიბნელეში დახეტილობენ, ეძებენ ინტელექტუალურ სინათლეს, იმის დასადგენად, თუ რა ჭირდებათ მომხმარებლებს და რას სთავაზობენ კონკურენტები მათ. კიდერის თქმით ტერმინი სტარტაპი პოპულარული გახდა ინტერნეტ საიტების გავრცელების შედეგად, რაც

გამოხატავდა ვენჩრული კაპიტალით დაფუძნებულ ტექნოლოგიურ კომპანიებს . (Kidder, 2013)

სიტყვა „Start up” წამოწყებას ნიშნავს, თუმცა თანამედროვე მსოფლიოში ამ სიტყვამ განსხვავებული მნიშვნელობა შეიძინა. Y combinatory-ის თანადამფუძნებელი პოლ გრაჰამი სტარტაპს განმარტავს, როგორც სწრაფად მზარდ კომპანიას. მისი თქმით ახალი დაწყებული საქმიანობა არ მოიაზრება აუცილებლად სტარტაპად, სტარტაპი ასევე არ ასოცირდება აუცილებლად ტექნოლოგიურ საქმიანობებთან ან დაფინანსების მიღებასთან. სტარტაპისთვის ყველაზე მნიშვნელოვანია ზრდა, სხვა ყველა დანარჩენი კი სწორედ ამ პროცესიდან გამომდინარეობს. (Graham,2012)

რეიჩელ კოპი და სტივ გენზი თავიანთ წიგნში „Valley speaks” საუბრობენ, რომ ბევრი ადამიანისთვის სტარტაპი ახალი მცირე ზომის ბიზნესია, თუმცა მცირე ბიზნესი შესაძლოა ყოველთვის დარჩეს მცირედ, მაშინ როდესაც სტარტაპი აუცილებლად გადაიზრდება დიდ კომპანიაში. ავტორები აღნიშნავენ, რომ სტარტაპის დამფუძნებლების მთავარი მიზანია შექმნან რაღაც ისეთი, რაც მნიშვნელოვან გავლენას მოახდენს მათ ინდუსტრიასა და მარკეტზე. (Kopp & Ganz,2016)

სტარტაპებს არაერთი ადამიანი აკავშირებს ტექნოლოგიებთან, რაც შემთხვევითი არაა. ტექნოლოგიურ ერაში, სწორედ მასთან დაკავშირებული პროდუქტები იძენენ უფრო და უფრო მეტ პოპულარობას შესაბამისად სწრაფად მზარდი ბაზარია და პრაქტიკიდან გამომდინარე, უმეტესობა წარმატებული სტარტაპებისა სწორედ ტექნოლოგიურ პროდუქტებსა, თუ მომსახურებას სთავაზობს მომხმარებელს.

განსხვავებით სტარტაპისგან, ტრადიციული ბიზნესი ეს არის თვითგანვითარებადი ორგანიზაცია, რომელიც არ მოითხოვს დიდ ინვესტიციებს და იგი დაკომპლექტებულია მცირე რაოდენობის თანამშრომლებით. მისი განვითარების არეალს ადგილობრივი ბაზარი წარმოადგენს.

მნიშვნელოვანია გავმიჯნოთ დაფინანსების მიღების შესაძლებლობაც. თუ მცირე ბიზნესი ძირითადად არსებობს ფინანსური სექტორისგან მიღებული სესხებით, სტარტაპები

იზიდავს მსხვილ ინვესტორებს. სტარტაპებს ხშირად დროებითი ხასიათი აქვთ, მაშინ როცა მცირე ბიზნესი მიისწრაფვის მუდმივად ზრდისკენ.

1.2 სტარტაპ ეკოსისტემა

სტარტაპის სწრაფად ზრდამ განაპირობა მათი ძლიერი გავლენა ეკონომიკურ პროცესებზე. სხვადასხვა ქვეყნების პრაქტიკამ აჩვენა, თუ როგორ განავითარა სტარტაპების არსებობამ ურბანული რეგიონები, თუმცა ეს არ ყოფილა, მხოლოდ კარგი იდეის დამსახურება, საზოგადოება მიხვდა, რომ ახალი სტარტაპების შექმნას და არსებული სტარტაპების განვითარებას შესაბამისი გარემო პირობები ესაჭიროება, შედეგად დაიწყო სტარტაპ ეკოსისტემების შექმნა და განვითარება.

ეკოსისტემა განიმარტება, როგორც საზოგადოების, ორგანიზმებისა და მათი ფიზიკური გარემოს ერთობლიობა. (Brewer, 1979). სტარტაპ ეკოსისტემა კი გამოხატავს სტარტაპებზე მორგებულ გარემოს, რომელსაც ქმნიან ადამიანები.

რეჩიელ კოპი და სტივენ განზი სტარტაპ ეკოსისტემას განმარტავენ, როგორც ეკონომიკურ საზოგადოებას. მათი აზრით ისევე, როგორც ორგანიზმებს ჭირდებათ ბიოლოგიური და ფიზიკური გარემო საარსებოდ, ასევე ჭირდებათ ორგანიზაციებს ეკოსისტემა, ეკონომიკური საზოგადოება, რომელიც აკავშირებს ისეთ ორგანიზაციებს და ინდივიდებს, როგორებიც არიან მწარმოებლები, მომწოდებლები, მომხმარებლები, კონკურენტები და სხვა დაინტერესებულ მხარეები. ავტორები აღნიშნავენ, რომ ეკოსისტემის გაძლიერება გახდა მთავარი ელემენტი სტრატეგიულ დაგეგმვაში, რადგან ჯანსაღ ეკოსისტემაში შექმნილი კომპანიები მარტივად ხდებიან ცნობადები საზოგადოებისთვის, უჩნდებათ ახალი შემოთავაზებები, მომხმარებლები და ახალი სადისტრიბუციო არხები. (Kopp & Ganz, 2016)

არსებობს სხვადასხვა პრაქტიკასა და თეორიაზე დაფუძნებული შაბლონური მიდგომები, თუ როგორ უნდა იყოს სრულყოფილი სტარტაპ გარემო.

სტარტაპ ეკოსისტემის ხარისხზე არაერთი ფაქტორი ახდენს გავლენას. მისი ძირითად შემადგენელი ნაწილს წარმოადგენენ მენარმეები, რომლებიც მზად არიან წამოიწყონ ბიზნეს საქმიანობა. მათ განვითარებას და ახალი სტარტაპების შექმნას კი განაპირობებს ადამიანურ, ფინანსურ და ტექნოლოგიურ რესურსებზე გამარტივებული წვდომა.

მხარდამჭერი ფაქტორები ესენია სანყის ეტაპზე სტარტაპ ინკუბატორები, აქსელერატორები, საერთო სამუშაო სივრცეები და სხვა სტარტაპ ღონისძიებები, სადაც იბადება იდეები და ხდება მათი განვითარება, საერთო მიზნის მქონე ადამიანები ახდენენ ერთმანეთთან კომუნიკაციას და ხშირ შემთხვევაში კოლაბორაციასაც.

შემდეგი ეტაპია არსებული იდეების განხორციელება, რისთვისაც ფინანსების მოძიება ხდება აუცილებელი. სტარტაპ ეკოსისტემაში კი მათი ხელმისაწვდომობა ერთ ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი ფაქტორია. სტარტაპერები უკვე კოლაბორაციას ახდენენ სხვადასხვა დამფინანსებლებთან. მათ შესაძლებლობა აქვთ დემო დღეების, ჰაკათონების, ინდივიდუალური შეხვედრების და სხვა ღონისძიებების საშუალებით გააცნონ საკუთარი იდეები დაინტერესებულ პირებს და მოიზიდონ კაპიტალი.

სრულყოფილი სტარტაპ ეკოსისტემის ჩამოსაყალიბებლად გარდა ზემოდ აღნიშნულისა ასევე მნიშვნელოვანია მთავრობის, მედიისა და საგანმანათლებლო ინსტიტუტების მხარდაჭერა. მნიშვნელოვანია სახელმწიფო კანონმდებლობა დაფორმირდეს იმგვარად, რომ ხელი შეუწყოს სრულყოფილი ბიზნეს გარემოს ჩამოყალიბებას. მაგალითად სახელმწიფოს შეუძლია დაანესოს გარკვეული შეღავათები სტარტაპებისთვის, შეამციროს გადასახადები და კანონმდებლობა გახადოს მათზე მორგებული, რაც ხელს შეუწყობს ადგილობრივი მენარმეების წახალისებას, ასევე გაამარტივოს ემიგრაციული პროცედურები, რაც წახალისებს და მიიზიდავს, როგორც უცხოელ მენარმეებს ასევე დამფინანსებლებსაც. მნიშვნელოვანია საგანმანათლებლო დაწესებულებების როლი სტარტაპ ეკოსისტემის განვითარებაში. უნივერსიტეტებმა უნდა მოახდინონ სტუდენტების გადამზადება იმგვარად, რომ მათი ცოდნა შეესაბამებოდეს არსებულ ეკოსისტემას.

1.3 სტარტაპების დაფინანსების შესაძლებლობები

ნებისმიერ სტარტაპს, რომელსაც გააჩნია სამომავლო მიზნები აუცილებლად ესაჭიროება დაფინანსება მათ მისაღწევად. თანამედროვე მსოფლიოში, ფინანსები და დაფინანსება ძირითად როლს თამაშობს სტარტაპების განვითარებაში.

სტარტაპების მთავარი განმასხვავებელი ნიშანი ტრადიციული ბიზნესისგან სწრაფად ზრდაა, რაც თავისთავად მოითხოვს ფინანსურ მზაობას, ხშირ შემთხვევაში კი სტარტაპ იდეის ავტორებს ის არ გააჩნიათ.

“სტარტაპი ასოცირდება ზრდასთან, ამიტომ აუცილებელია, რომ სწორად დაგვემო, სწორად გაგვემო და შეინარჩუნო ზრდა, რადგან სწრაფად მზარდი სტარტაპი ყველაზე მეტად იზიდავს ინვესტორს”. (Graham,2012)

მეთიუ იუბასი საუბრობს ფულზე, როგორც განვითარების შესაძლებლობაზე, იგი იძლევა შესაძლებლობას აითვისო მარკეტი და გაყილო შენი იდეები. იუბასის მოსაზრებით საწყის ეტაპზე ფული საჭიროა ბაზრის კვლევისათვის, სხვადასხვა აღჭურვილობის შესაძენად, პროტოტიპის განსავითარებლად და ინტელექტუალური საკუთრების დასაცავად, ზრდასთან ერთად კი ფულის საჭიროება იზრდება. (Yubas,2014)

თანამედროვე მსოფლიოში დაფინანსების შესაძლებლობა აღარ ასოცირდება დიდ სირთულეებთან, სტარტაპების რაოდენობრივმა ზრდამ გამოიწვია ბაზარზე დაფინანსებების შესაძლებლობების ზრდაც. სტარტაპების სოლიდურმა უკუგებამ კი მიიზიდა ინვესტორები, რომლებიც მზად არიან მაღალი რისკის მიუხედავად დააბანდონ თანხები კომპანიის განვითარების სხვადასხვა ეტაპზე. ეს ინვესტორები არიან, როგორც ფიზიკური პირები, ასევე კერძო კომპანიები, ბანკები და თავად სახელმწიფოები. სტარტაპების ბუნებაა აითვისოს არა მხოლოდ ლოკალური, არამედ მსოფლიო ბაზარი და ოპერირებდეს მსოფლიოს ყველა კუთხეში სადაც ხელი მიუწვდება. სწორედ ამ თვისებიდან გამომდინარე ინვესტორები არა მხოლოდ ლოკალური სტარტაპ კომპანიების განვითარებას და დაფინანსებას ცდილობენ, არამედ სხვა ქვეყნებიდანაც იზიდავენ სტარტაპ იდეებს, შესაბამისად სტარტაპებისთვის, როგორც მომხმარებლის, ასევე

ინვესტორების ბაზარიც გლობალურია. როგორც აღვნიშნეთ სტარტაპ ეკოსისტემის ერთ ერთი მთავარი კომპონენტია დაფინანსებაზე ხელმისაწვდომობა. ძლიერი სტარტაპ ეკოსისტემა იზიდავს, როგორც ახალ სტარტაპებს ასევე ინვესტორებსაც, ასეთ სისტემაში მყოფი სტარტაპები უფრო მეტ ნდობას და მხარდაჭერას იმსახურებენ ინვესტორებისგან შესაბამისად დაფინანსების მოპოვების შანსებიც იზრდება.

ჯიმ ვერდონიკი წიგნში „crowdfunding შესაძლებლობები და გამოწვევები“ აღნიშნავს, რომ კაპიტალის მოზიდვა რეგულარულ აქტივობად იქცა. გარკვეულ დრომდე, ტექნოლოგიები, რომლის გამოყენებაც შეგეძლო კაპიტალის მოსაზიდად იყო მხოლოდ ტელეფონი, ან იმეილის გაგზავნა მცირე რიცხოვანი პოტენციური ინვესტორებისათვის. მხოლოდ იმ ადამიანებთან შეგეძლო ურთიერთობა, რომლებთანაც უკვე გქონდა პირადი ან ბიზნეს კავშირები. მისი თქმით დღეს ამ სახის კომუნიკაცია უკვე ისეთივე უჩვეულოა, როგორც დაავალო ადამიანს წერილის დანერგა ბატის ფრთითა და მელანით. მაგრამ თუ არ იცი, როგორ გამოიყენო ახალი შესაძლებლობები, ზუსტად იმ პერიოდში იქნები დარჩენილი, როდესაც წერილს მელნით წერდნენ. (Verdonik,2016)

სტარტაპების დაფინანსების მიღება სხვადასხვა რესურსებიდან შეუძლიათ მათ შორის ძირითად დამფინანსებლებად ითვლებიან:

- ოჯახის წევრები და ახლობლები
- ენჯელ ინვესტორები
- ვენჩრული კაპიტალი
- Crowdfunding პლატფორმები
- სახელმწიფო ან საერთაშორისო გრანტები
- საბაკნო კრედიტები

ინტერნეტის მოხმარების ზრდამ არა მხოლოდ მომხმარებელთა ბაზარის ზრდა გამოიწვია, არამედ დაფინანსების მაძიებლებსა და ინვესტორებს შორის კომუნიკაციის შესაძლებლობები გაზარდა. ინტერნეტის მეშვეობით სტარტაპებს მარტივად შეუძლიათ მიიღონ ინფორმაცია დაფინანსების შესაძლებლობებზე, მოიძიონ სასურველი

აქსელერაციის პროგრამები, დაუკავშირდნენ ენჯელ ინვესტორებს ან განათავსონ თავიანთი იდეები crowdfunding პლატფორმებზე.

სტარტაპის განვითარება არ მიმდინარეობს მხოლოდ ერთ ეტაპად. მანამ სანამ კომპანია მოიაზრება სტარტაპად ეს ავტომატურად გულისხმობს, რომ იგი კვლავ განვითარების, ძიებისა და ზრდის ფაზაშია, შესაბამისად მას მუდმივად ჭირდება ფინანსური მხარდაჭერა. ყოველი შემდგომი ეტაპი უფრო მასშტაბურია, შესაბამისად იზრდება საჭირო ფინანსების რაოდენობაც.

სტარტაპი არსებობის განმავლობაში გადის ეტაპებს, რაც 6 ძირითად ჯგუფში ერთიანდება.

Seed: ამ ეტაპზე სტარტაპის წარმოების პროცესი განვითარების ფაზაშია, იგი იკვლევს ბაზარს, მუშაობს იდეის განვითარებაზე, სამომავლო გეგმებსა და მიმართულებებზე. კომპანია ამ ეტაპზე საშუალოდ 18 მდე თვე ჩერდება.

Early: გაშვებულია პროდუქტის საპილოტე ვერსია, ხდება შედეგების ანალიზი და პროდუქტის განვითარების ციკლი არ წყდება. კომპანია ამ ეტაპზე საშუალოდ 30 თვემდე ჩერდება.

Expansion: მოცემული დროისათვის პროდუქტის საბოლოო ვერსია უკვე ბაზარზეა, თუმცა მისი განვითარება კვლავ უწყვეტად მიმდინარეობს. განწერილია ფინანსური მოდელი და იწყება შემოსავლების მიღება.

Late: არსებული პროდუქტის გაუმჯობესება კვლავ მიმდინარეობს ხდება მისი განახლება ან სრულიად ახალი პროდუქტის წარმოება. შემოსავლის ზრდა გრძელდება.

Buy-out: ამ ეტაპზე სტარტაპები უკვე იწყებენ პროდუქტის წარმოების უფლების ან აქციების გაყიდვას საჯარო ან კერძო სუბიექტებზე.

სტარტაპების ეტაპების მიხედვით განსხვავდება ინვესტიციის სტადიებიც, რომელიც 5 ჯგუფში ერთიანდება.

1. Seed ეტაპის დაფინანსება;

ამ ეტაპზე დაფინანსება ხდება სტარტაპი იდეის დამუშავებისთვის, კომპანიას ჯერ არ გააჩნია ისტორია, არ აქვს გამოკვეთილი იდეა, თუ რაზე იმუშავებს სამომავლოდ.

2. Post-seed დაფინანსება;

კომპანია ინვესტორებს წარუდგენს სრულად ან ნაწილობრივ შემუშავებულ იდეას და ნაწილობრივ ჩატარებულ ბაზრის კვლევებს, ინვესტორი განიხილავს, თუ რამდენად საინტერესოა წარდგენილი იდეა და იღებს გადაწყვეტილებას.

3. მესამე სტადია, ე.წ. სერია A;

კომპანია იწყებს სრულყოფილი ბიზნეს გეგმის განვრცობას, იკვლევს ბაზარზე და ამ ინფორმაციებზე დაყრდნობით იძიებს თანხებს პროტოტიპის შესაქმნელად.

4. მეოთხე სტადია, ე.წ. სერია B;

კომპანია იწყებს საკუთარი ისტორიის შექმნას, იზიდავს მომხმარებელს, ცდილობს საუკეთესო ფასის განსაზღვრას, ადგენს SWOT ანალიზს, სწავლობს მომხმარებლის დამოკიდებულებას პროდუქტის მიმართ და აგრძელებს პროდუქტის გაუმჯობესებას.

5. IPO (Pre-initial public offering);

კომპანია იწყებს აქციების გაყიდვას კაპიტალის გაზრდის მიზნით, იგი უკვე დამკვირდებულია ბაზარზე, ყავს ლოიალური მომხმარებელი, აქვს სრულფასოვანი ისტორია და ჩამოყალიბებული პროდუქტი.

Seed კაპიტალის მოძიებისას კომპანია იღებს პირველ ინვესტიციებს და მიმართავს მას ბაზრის კვლევებსა და პროდუქტის განვითარებისკენ, თუმცა ეს პროცესი არც სხვა ეტაპებზე წყდება, შესაბამისად სტარტაპების დაფინანსება ყველა ეტაპზე მაღალი რისკის შემცველია.

ხშირ შემთხვევაში Seed ეტაპისათვის დამფუძნებლები აბანდებენ საკუთარ დანაზოგებს, ოჯახის დახმარებებს ან ბანკის სესხებსაც კი, თუმცა ბოლო პერიოდში მცირეფასიანი დაფინანსების სხვა წყაროებიც გამოჩნდა სტარტაპ აქსელერატორების, გრანტების, Crowdfunding პლატფორმების და სხვამსგავსი დამფინანსებლების სახით.

“Seed” კაპიტალზე რაოდენობრივი მოთხოვნა პროცენტულად ყველაზე მაღალია, რადგან ყველა სტარტაპი აუცილებლად გადის ამ ეტაპს განსხვავებით სხვა ეტაპებისგან,

რომელსაც შესაძლოა ვერ მიაღწიოს. წარმოქმნილი მოთხოვნების დასაკმაყოფილებლად და სტარტაპებისთვის ცნობიერების ასამაღლებლად ბაზარზე გამოჩნდა უამრავი აქსელერატორი, თუ ბიზნეს ინკუბატორი, რომლებიც გამოთქვამენ მზაობას დაეხმარონ მენარმეებს იდეის განვითარებაში, მისცენ მათ მიმართულება, გაასაზღვრინონ სამომავლო გეგმები შეძლებისდაგვარად მკაფიოდ და დაეხმარონ დაფინანსების მიღებაში ან საუკეთესო იდეების დაფინანსება თავის თავზე აიღონ. ამ ყველაფრის სანაცვლოდ კი უმეტესობა მათგანი ითხოვს გარკვეულ პროცენტს კომპანიის წილიდან.

1.3.1 სტარტაპ აქსელერატორები

სტარტაპ აქსელერატორი ძირითადად ასოცირდება seed კაპიტალის ძიებაში მყოფ სტარტაპებთან, რომლებსაც არა მხოლოდ პროდუქტი არამედ თავად იდეაც კი არ აქვთ სრულყოფილად ჩამოყალიბებული. პირველად ტერმინი აქსელერატორი გამოიყენა კომანია Y combinatory - მა, რომელიც ითვლება პირველ აქსელერატორად მსოფლიოში და დღემდე ინარჩუნებს საუკეთესოს სტატუსს.

ნაშრომში “აქსელერატორების და ინკუბატორების ეკოსისტემა ევროპაში„ ედუარდ სალიდო აქსელერატორებს, ბიზნეს ინკუბატორებს და ეგრეთ წოდებული “კომპანიის მშენებლებს” მოიხსენიებს, როგორც ინოვაციურ დაფინანსების მექანიზმებს და ბიზნეს სერვისის მიმწოდებლებს, რომლებსაც დიდი წვლილი მიუძღვით მსოფლიოში მენარმეობის განვითარების მიმართულებით. ისინი ეხმარებიან ახალგაზრდა კომპანიებს და მაღალ ტექნოლოგიურ სტარტაპებს ზრდასა და წარმატების მიღწევაში. სალიდო აღნიშნავს, რომ მსგავსი სტარტაპ პროგრამები იქცნენ მრავალი გამოუცდელი კომპანიისთვის ცოდნისა და მხარდაჭერის მთავარ წყაროდ. ისინი არა მხოლოდ ახალბედებს ეხმარებიან არამედ უკვე წარმატებულ კომპანიებსაც უჭერენ მხარს. (Salido, Sabas and Freixas, 2013)

აქსელერატორების პოპულარობა ბოლო წლების განმავლობაში საგრძნობლად გაიზარდა, რაც სტარტაპებს უზრდის შესაძლებლობას მიიღონ მონაწილეობა მათ პროექტებში. მილერმა და ბოუნდმა 2011 წელს გამოიკვლიეს გაერთიანებულ სამეფოში არსებული აქსელერატორები და გამოყეს მათთვის დამახასიათებელი ძირითადი ნიშნები:

- აპლიკაციის პროცესი გამარტივებულია, თუმცა მაღალკონკურენტული;

აპლიკაციის პროცესი ძირითადად მოიცავს ონლაინ აპლიკაციის შევსებას, სადაც აპლიკანტი უთითებს საკუთარ განათლებას, გამოცდილებას ინტერნეტის სფეროს გუნის შემოადგენლობას არსებობის შემთხვევაში და ბიზნეს იდეას. მეორე ეტაპზე ტარდება გასაუბრებები აპლიკანტებთან, რომელსაც ესწრებიან გამოცდილი და მცოდნე ფიურის წევრები. საბოლოოდ, კი დგინდება აქსელერატორში მონაწილე გუნდების სია.

- აქსელერატორი ხშირად უზრუნველყოფს seed ეტაპზე სტარტაპის დაფინანსებას კომპანიაში წილის სანაცვლოდ;

აქსელერატორები საუკეთესო იდეებში საშუალოდ 10 – 50 ათას გირვანჯა სტერლინგს აბანდებენ, რაც ძირითადად პროექტის განმავლობაში წარმოშობილ პირველად დანახარჯებს ფარავს.

- აქსელერატორი ორიენტირებულია გუნდებზე და არა ინდივიდუალურ პირებზე;

უმეტესობა აქსელერატორებისა თანხმდება, რომ სამუშაო, რომლის განხორციელებაც სტარტაპებს უწევთ პროექტის მსვლელობისას საკმაოდ დიდი მოცულობისაა და ერთი ადამიანის კაპიტალი ვერ განვდება, შესაბამისად ისინი ძირითადად ჯგუფებს არჩევენ მონაწილეებად.

- ანხორციელებს დროში შეზღუდულ ინტენსიურ ტრენინგებსა და სხვა მხარდაჭერ პროგრამებს;

აქსელერატორები კაპიტალის მაძიებელ სტარტაპებს ძირითადად 3 თვიან გადამზადების პროცესს ატარებენ ისინი მონაწილეებს უზრუნველყოფენ: უფასო სამუშაო სივრცით, სხვადასხვა ტრენინგებითა და ვორქშოპებით, აუმჯობესებენ მათ იდეებს და დამფუძნებლებს ასწავლიან თავის წარდგენის საუკეთესო გზებს, აწყობენ შეხვედრებს თანამოაზრეებთან და დაინტერესებულ პირებთან, აორგანიზებენ ღონისძიებებსა და ფორუმებს სადაც სტარტაპებს ეძლევათ იდეების წარდგენის შესაძლებლობა. აძლევენ თეორიულ და პრაქტიკულ ცოდნას. აქსელერატორები დროდადრო აწყობენ ბიზნეს შეჯიბრებებს, ჰაკათონებსა და სხვა ღონისძიებებს, რათა გამოაცოცხლონ მონაწილეები და შეამოწმონ ბიზნესის სიცოცხლისუნარიანობა.

საძიებო სისტემაში სტარტაპ აქსელერატორის მითითებისას უამრავ მონაცემს იპოვით, რადგან მათი რიცხვი მსოფლიოში დღითი დღე მატულობს. თუმცა ყველა მათგანი წარმატებულად ვერ ჩაითვლება. მათი ეფექტიანობის მთავარი მაჩვენებელია, თუ რამდენი წარმატებული სტარტაპი “ანარმოვს”. რაც უფრო მეტ სტარტაპს მიიღებს, გაზრდის და დააფინანსებს აქსელერატორი მით მეტად იზრდება ალბათობა წარმატებული სტარტაპების შექმნისა.

მსოფლიოში ყველაზე წარმატებულ აქსელერატორად ითვლება Y Combinator, რომელიც 2005 წელს პოლ გრაჰამმა დააფუძნა, თავდაპირველად სტარტაპ სააქსელერაციო პროექტები იმართებოდა კემბრიჯსა და სილიკონ ველზე, 2009 წლიდან კი პროექტი მხოლოდ სილიკონ ველზე წელიწადში საშუალოდ ორჯერ, 3 თვის განმავლობაში ხორციელდება. პროექტში მონაწილეებს სილიკონ ველზე არსებობა საკუთარი სახსრებით უწევთ, თუმცა Y Combinator-სგან მიღებული სხვა სახის სარგებელი, რომელიც გამოიხატება წარმატებულ ადამიანებთან შეხვედრებით, სადილებით უნიჭორების

დამფუძნებლებთან და დემო დღეებ მსოფლიოს წამყვან ინვესტორებთან კომუნიკაციით, მათთვის ბევრად უფრო მნიშვნელოვანია. (Y Combinator, 2019)

აქსელერატორები რაღა თქმა უნდა არ ეწევიან მეცენატურ საქმიანობას, მათ პროგრამებში ჩასართავად სტარტაპები დასაწყისშივე თმობენ გარკვეულ პროცენტს კომპანიის წილიდან, რაც ხშირ შემთხვევაში 1-10 % ის ფარგლებში მერყეობს Seed კაპიტალის დაფინანსების შემთხვევაში კი პროცენტი იზრდება, შესაბამისად ყველა აქსელერატორის ოცნება და მთავარი მიზანია მათი პროექტის ფარგლებში მოღვაწე სტარტაპები “unicorn” ებად იქცნენ. (სტარტაპს ეწოდება “unicorn”, თუ მისი წლიური ბრუნვა აჭარბებს 1 მილიარდს).

1.3.2 ენჯელ ინვესტორები

ენჯელ ინვესტორი არის ფიზიკური პირი კარგი ფინანსური შესაძლებლობებით, რომელიც აბანდებს კაპიტალს ბიზნეს სტარტაპებში წილის ან კონვერტირებადი ვალის სახაცვლოდ. ტერმინი “ენჯელ”-ის წარმომავლოა უკავშირდება ხელოვნების სფეროს შეძლებულ დამფინანსებლებს. ეს ტერმინი ავტომატურად დამკვიდრდა ბიზნეს სამყაროში მას შემდეგ, რაც იგი გამოიყენა აკადემიკოსმა ვილიამ ვეთბელმა. საორეინტაციო კურსში, როგორ მოიზიდეს მენარმეებმა SEED კაპიტალი. მან აღნიშნა, რომ ინვესტორებმა, როგორც “ანგელოზებმა” ისე დააფინანსეს სტარტაპები საწყის ეტაპზე. (Kopp & Ganz, 2016)

ენჯელ ინვესტორები ხშირ შემთხვევაში თავადვე წარმოადგენენ წარმატებულ მენარმეებს, შესაბამისად მათი ინტუიცია ეფუძნება გარკვეულ ცოდნასა და გამოცდილებას, როგორც წარსულში დაგროვილს ასევე მიმდინარე პროცესებიდან მიღებულს, თუმცაღა სტარტაპის დაფინანსება იქიდან გამომდინარე, რომ მათი დიდი პროცენტი ადრეულ ეტაპზე წყვეტს საქმიანობას ენჯელ ინვესტორებისთვის მაინც ძალიან მაღალი რისკის შემცველ პროექტს წარმოადგენს. “ზოგიერთი ინვესტორი აღნიშნავს, რომ უფრო მარტივია თავად გახდე წარმატებული მენარმე ვიდრე სხვაში აღმოაჩინო ამის პოტენციალი”. (Kopp & Ganz, 2016)

ენჯელ ინვესტორები სტარტაპების გამოჩენამდეც აქტუალურად იყვნენ ჩართულები ბიზნეს პროცესებში, თუმცა მათი ქმედებები არ იყო ისეთივე გაცხადებული, როგორც ეს დღესაა. ისინი ცდილობდნენ არ გამოეაშკარაებინათ საკუთარი ქონება და კონფიდენციალურობის დაცვით დაეხმარებინათ თანხები სხვადასხვა ბიზნესებში. დღეს კონკურენცია არა მხოლოდ სტარტაპების ბაზარზე გაიზარდა არამედ დამფინანსებლების ბაზარზეც, რადგან დაფინანსების შესაძლებლობები ყოველდღიურად იზრდება. ენჯელ ინვესტორები თავადაც არიან დაინტერესებულნი მოიზიდონ კარგი ბიზნეს იდეები, ამიტომ მათთან დაკავშირება არც თუ ისე რთულია. ხშირ შემთხვევაში ისინი მოიხმარენ სოციალურ ქსელებს, აქტიურ კავშირში არიან სხვადასხვა აქსელერატორებთან, თუმცა ზოგიერთი მათგანი კვლავ ინკოგნიტოდ დარჩენას არჩევს და ერთიანდება ენჯელ ინვესტორების ასოციაციებში სადაც დაცულია მათი იდენტიფიკატორები. ამ არხების მეშვეობით კომუნიკაცია სტარტაპებსა და ენჯელ ინვესტორებს შორის უფრო გამარტივებულია.

Angel capital association -ის მიერ გამოქვეყნებული მონაცემებით ამერიკის შეერთებულ შტატებში ენჯელ ინვესტორები ყოველწლიურად საშალოდ 25 მილიარდ დოლარს 70,000 მდე კომპანიაში ახანდებენ, საშუალო ინვესტიციის მოცულობა კი 25,000 დოლარია. ევროპაში კი ჯამური დაფინანსება 6,1 მილიარდს აჭარბებს. (Wbaforum, 2019)

სტარტაპერები ენჯელ ინვესტორებისგან გარდა დაფინანსებისა სხვა დამატებით სარგებელსაც იღებენ მაგალითად: ისინი სტარტაპებს უზიარებენ ბიზნესის დაწყების გამოცდილებას, ეხმარებიან სანაცნობო წრის გაზრდაში, ვენჩურული კაპიტალის და სტრატეგიული პარტნიორების მოძიებაში (McKaskill,2009)

ბიზნეს სფეროში ყველაზე ცნობადი ჟურნალმა „Forbs“-მა ჩაატარა კვლევა და გამოავლინა 50 ყველაზე წარმატებული ენჯელ ინვესტორი. კვლევა ეფუძნება ენჯელ ინვესტორების მიერ დაფინანსებული სტარტაპების რაოდენობას და მათი წარმატების მაჩვენებლებს. “Forbs“-ის მონაცემებით ტოპ სამეულში შედიან: ფაბრიკ გრინდა, 245

სტარტაპში განხორციელებული ინვესტიციით, პოლ ბუჩეტი 135 სტარტაპში განხორციელებული ინვესტიციით და ვეი გოუ 129 სტარტაპში განხორციელებული ინვესტიციით. (Cremades, 2018)

1.3.3 ვენჩურული კაპიტალი

ვენჩურული კაპიტალი არის კერძო კაპიტალის ნაირსახეობა, რომლითაც ხდება ძირითადად საწყის ეტაპზე მყოფი, მაღალი პოტენციალის მქონე პროექტების დაფინანსება შემდგომში უკუგების მიღების გარანტიით, IPO-ს სახით ან კომპანიის სავაჭრო გაყიდვების გაზრდით.

მისი წევრები არიან:

- Venture partners - ვენჩურული ფირმის პარტნიორები
- Entrepreneur-in-residence (EIR) -ისინია არიან ექსპერტები და მონაწილეობენ პოტენციურ გარიგებებში. მათი საქმიანობა ღროვებითი ხასიათისაა (6-18 თვემდე) და ამ პერიოდში მათ მთავარ მიზანს წარმოადგენს სტარტაპ იდეის განვითარება

ენტელ ინვესტორისგან განსხვავებით ვენჩურულ ინვესტიციას ინვესტორები ახორციელებენ ე.წ. ფონდების მეშვეობით, რომელიც შესაძლოა რამოდენიმე კომპანიის ან ფიზიკური პირისგან იყოს შექმნილი. თითოეული ფონდიდან შესაძლებელია დაფინანსდეს 20-40 სტარტაპი. მათგან მიღებულ მოგებას ან ზარალს კი ფონდის მფლობელები პროპორციულად ინაწილებენ. (Kopp & Ganz,2016)

ვენჩურული კაპიტალის მახასიათებლებია:

- ამონაგების დიდი პერიოდი. საშუალოდ 7-12 წელია საჭირო უკუგების მისაღებად.

- ლიკვიდურობის ნაკლებობა. ინვესტიცია საწყის ეტაპზე არალიკვიდურია, 1-3 წელი ხორციელდება ინტენსიური ინვესტიცია. 4-6 წლები არის ზრდის პერიოდი. პარტნიორები წყვეტენ, რომელი საწარმო აგრძელებს ფუნქციონირებას და რომელი არა, 7-9 წელი არის მომწიფების და შემდგომ გასვლის ფაზა, 9-12 წელს მიმდინარეობს ლიკვიდაცია.

ფინანსური ნაწილის გარდა ვენჩურული ფირმა უზრუნველყოფს ახალ საწარმოს მარკეტინგული, ტექნოლოგიური და მენეჯერული მხარდაჭერით.

ვენჩურული კაპიტალი, როგორც ინდუსტრია განვითარდა მეორე მსოფლიო ომის შემდგომ. ვენჩურული კაპიტალის მამად მოიაზრება ჰარვარდის ბიზნეს სკოლის პროფესორი ჯორჯ დორიოთი, რომელმაც 1946 წელს დააარსა ამერიკის კვლევისა და განვითარების კორპორაცია (ARDC), მოიზიდა 3,5 მილიონი დოლარის ფინანსები, რათა ინვესტიცია განხორციელებინა ისეთ კომპანიებში, რომლებიც მუშაობდნენ ტექნოლოგიების განვითარების მიმართულებით. (Investopedia, 2019)

ვენჩურული ინვესტიციების ბაზარი ყოველწლიურად იზრდება. 2018 წელს მოხდა რეკორდული თანხის 254 მილიარდი დოლარის ინვესტირება მსოფლიოს მასშტაბით, ამ ინვესტიციების 53 % კი ამერიკაში განხორციელდა. (KPMG enterprise, 2019)

აქსელერატორები ხშირ შემთხვევაში თავიანთ ბაზაზევე აარსებენ ვენჩურულ ფონდებს, და აფინანსებენ საუკეთესო სტარტაპებს, თუმცა ვენჩურული ფონდები დამოუკიდებლადაც მრავლად არსებობს.

1.3.4 Crowdfunding პლატფორმები

დაფინანსების მოძების ტრადიციულ მეთოდებთან ერთად ინტერნეტ სივრცეში გამოჩნდა დაფინანსების სხვა ინოვაციური შესაძლებლობებიც. Crowdfunding პლატფორმები შესაძლებლობას აძლევს სხვადასხვა ტიპის იდეების მქონე ადამიანებს მოიზიდონ დაფინანსებები სხვა ადამიანებისგან. ამ ტიპის პლატფორმები ორიენტირებულნი არიან

მცირე რაოდენობის კაპიტალის შეგროვებაზე დიდი რაოდენობის ინვესტორებისგან. პლატფორმებზე დამფინანსებლები არ წარმოადგენენ ტრადიციულ ინვესტორებს, ინვესტორი შესაძლოა გახდეს ნებისმიერი ვისაც ამის სურვილი და მცირეოდენი დანაზოგი აქვს. Crowdfunding მოდელი შეიცავს სამ ძირითად კომპონენტს: ინიციატორებს რომლებიც წარადგენენ იდეას, ადამიანებს რომლებიც გასცემენ დაფინანსებებს და მათ დამაკავშირებელ პლატფორმებს, რომლებიც ძირითადად ვებ-საიტების სახით გვევლინებიან.

ყველაზე ცნობილ Crowdfunding პლატფორმებად მიიჩნევა kickstarter და Indiegogo, ისინი იზიდავენ უამრავ ინვესტორს. 2009 წლიდან kickstarter პლატფორმის საშუალებით დღემდე 4,2 ტრილიონი დოლარის ღირებულების 160 000 პროექტია დაფინანსებული. Indiegogo ითვლება უფრო ხელსაყრელ პლატფორმად, რომელიც უზრუნველყოფს დაფინანსების მომენტალურად გაცემას და აძლევს არჩევანის საშუალებას მენარმეს, მიიღოს დაფინანსება ერთბაშად ან დაელოდოს საკუთარი მიზნობრიობრიობის შესრულებას, მაშინ როცა kickstarter-ის პლატფორმა მხოლოდ კამპანიის საბოლოო ნიშნულის მიღწევის შემდეგ გასცემს დაფინანსებას. ეს პროცესი სხვადასხვანაირად აღიქმება კამპანიის წევრებისთვის და მხარდამჭერებისთვის. ერთი ნაწილისთვის მისაღებია მსგავსი პლატფორმა, რომელიც ფინანსების მიღებას გულისხმობს მომენტალურად, ხოლო მეორე ნაწილისთვის კი ეს მეტად სარისკოა.

საკმაოდ ბევრი მაგალითი არსებობს ისეთი ბიზნესებისა, რომლებიც გახდნენ წარმატებული ამ პლატფორმებიდან მიღებული დაფინანსებების შედეგად. Oculus VR არის ამერიკური კომპანია, რომელიც ჩაეშვა 2012 წელს და დააგროვა 2,4\$ მლნ. მეორე ასეთივე წარმატებული აღმოჩნდა M3D კომპანია, რომელიც აწარმოებს 3D პრინტერებს. მწარმოებლებმა 2014 წელს მოიპოვეს დაფინანსება 3,4\$ მლნ-ს ფარგლებში. დღეს ამ კომპანიის გაყიდვები მერყეობს 10-15 \$ მლნ-ს შორის.

ამ პლატფორმების წყალობით, ინვესტორები მონაწილეობას ღებულობენ ახალი პროდუქტის შექმნის პროცესში მათი სარგებელი კი სხვადასხვა სახისაა, ხშირ შემთხვევაში

ინვესტიციის სანაცვლოდ ინვესტორები იღებენ წარმოებულ პროდუქციას საჩუქრად. მაგალითად თამაშების მოყვარულთათვის საკმაოდ მიმზიდველია ახალი ვიდეო თამაშების შექმნის შემდეგ უახლესი ნაწილის პრიზად მიღება.

Crowdfunding პლათფორმებისგან მიღებული სარგებელი კომპანიისთვის მხოლოდ ფულად თანხას არ წარმოადგენს. მათ ასევე ეძლევათ შესაძლებლობა ინვესტორების აქტიურობის მიხედვით განსაზღვრონ, თუ რამდენად სწორად შეარჩიეს სტარტაპ იდეა. ამ პლათფორმებზე დამფინანსებლები თავად წარმოადგენენ მომხმარებლებსაც და შესაბამისად მათი მონონებული პროდუქტი საბოლოო ჯამში მომხმარებლის მიერ მონონებულ პროდუქტთანაც ასოცირდება. ეს პლათფორმები კომპანიისთვის ერთგვარ მარკეტინგულ კამპანიასაც წარმოადგენენ, რადგან ფართო საზოგადოებას აწოდებენ ინფორმაციას ხშირ შემთხვევაში ისეთ პროდუქტზე, რომელიც ჯერ არც კი არსებობს.

მაღალი რისკიდან გამომდინარე ზოგიერთ ქვეყანაში მაგალითად აშშ-ში crowdfunding პლათფორმები შეზღუდულია გარკვეული რეგულაციებით. ინვესტორებს მხოლოდ განსაზღვრული თანხების აკუმულირების საშუალება ეძლევათ, რათა დააზღვეული იყვნენ მოსალოდნელი რისკისგან.

1.3.5 Equity

მსგავსი ტიპის დაფინანსების მოძიების დროს საწარმოები მიმართავენ სხვადასხვა პლათფორმებს და დაფინანსების მიღების სანაცვლოდ სთავაზობენ კომპანიის აქციებს.

გარკვეულწილად, ამ შემთხვევაშიც არსებობს შეზღუდვები. მაგალითად:

1. მონაწილის ასაკი უნდა აღემატებოდეს 18 წელს
2. ინვესტირებული კაპიტალი არ უნდა აღემატებოდეს გარკვეულ თანხას, რომელიც განისაზღვრება მისი შემოსავლების მიხედვით.

ძირითადი განსხვავება, რომელიც არსებობს crowdfunding პლათფორმასა და Equity-ს შორის არის შემდეგი: crowdfunding კამპანიის დროს, მენარმეები იღებენ შემოსავლებს ჯერ კიდევ წარმოების პროცესში არსებული პროდუქტის წინასწარი გაყიდვით, ფასდაკლების ან დამატებითი სარგებლის გაცემის ხარჯზე, რითაც იზიდავენ პოტენციურ

მომხმარებლებს. Equity-ს შემთხვევაში კი კომპანიები ყოველწლიურად აქციებს სხვადასხვა ფორმით. ინვესტორები არ მონაწილეობენ მასში მხოლოდ იმ მოტივაციით, რომ შეიძინონ ის პროდუქტი, რომლის ბაზარზე გაშვებაც იგეგმება და ამით დაასრულონ ურთიერთობა მწარმოებლებთან. ისინი დაინტერესებულ მხარეს წარმოადგენენ, კომპანიის შემოსავლების ზრდის მიმართულებით, რადგან ეს უკანასკნელი მათ შემოსავალზეც აისახება, შესაბამისად კომპანიას ეხმარებიან ცნობადობის ზრდასა და პროდუქციის რეალიზაციაში.

ერთ-ერთ ყველაზე ცნობილ პლათფორმას წარმოადგენს „Seedinvest“, რომელიც დააარსეს რაიან ფეითმა და ჯეიმს ჰანმა 2012 წელს. ამ პლათფორმის მეშვეობით დღემდე განხორციელდა 135 მილიონ დოლარზე მეტი ღირებულების ინვესტიცია 150 მდე სტარტაპში. საინვესტიციო მინიმუმი კი შეადგენს 200 დოლარს. (Fundraise on SeedInvest, 2019)

განსხვავება ვენჩურულ კაპიტალსა და equity-ს შორის საკმაოდ მკაფიოა, ვენჩურული კაპიტალის დაბანდების შემდეგ ფონდი იღებს მონაწილეობას ბიზნეს პროცესებში და ეხმარება სტარტაპებს განვითარებაში, ასეთ შემთხვევაში ინვესტორებსა და სტარტაპებს შორის ახლო კავშირი მყარდება. Equity -ს შემთხვევაში კი დიდი რაოდენობით ინვესტორების გამო, მათი მონაწილეობა სტარტაპის განვითარებაში დიდ სირთულეებთანაა დაკავშირებული, შესაბამისად ინვესტორები მხოლოდ თანხის მიღებაზე არიან ორიენტირებულები და პროდუქტის განვითარებაზე გავლენას ვერ ახდენენ.

თავი II

სტარტაპების დაფინანსების შესაძლებლობები მსოფლიოში

2.1 სტარტაპ ეკოსისტემა და დაფინანსების შესაძლებლობები სილიკონ ველზე.

სტარტაპების ერა ამერიკიდან, კალიფორნიის შტატის ერთ-ერთი რეგიონიდან, სილიკონ ველიდან დაიწყო. დროთა განმავლობაში აქ შექმნილ ტენდენციებს მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყნებმაც აუბეს მხარი. სტარტაპი და მასთან დაკავშირებული სხვა უამრავი ტერმინი სწორედ სილიკონ ველზე დაიბადა.

სილიკონ ველი ჩრდილოეთ კალიფორნიაში, სან ფრანცისკოს სამხრეთით მდებარეობს. XX საუკუნის 50 იან წლებში სტენფორდის უნივერსიტეტის რექტორი ფრედერიკ ტერმანი სტუდენტებს მუდმივად აძლევდა მოტივაციას წამოეწყოთ საკუთარი საქმიანობა, რამაც გავლენა იქონია მათზე და დროთა განმავლობაში უნივერსიტეტის გარშემო გაჩნდნენ ახალი კომპანიები. სწორედ ამ პერიოდიდან დაიწყო სილიკონ ველის, როგორც ამერიკის ტექნოლოგიური ცენტრის განვითარება.

სილიკონ ველთან უამრავი წარმატებული კომპანიის ისტორიაა დაკავშირებული მათ შორისაა Apple, Google, Facebook, Ebay, Uber, Airbnb და სხვა. მაღალი დონის სტარტაპ

ეკოსისტემის ჩამოყალიბებამ განაპირობა წარმატებული სტარტაპების სიმრავლე, თავის მხრივ კი ყოველა წარმატებულმა სტარტაპმა გააძლიერა სილიკონ ველი.

ძლიერი ეკოსისტემიდან გამომდინარე სილიკონ ველი იზიდავს მსხვილ ინვესტორებს. მსოფლიოში ყველაზე წარმატებული აქსელერატორები სწორედ აქ ოპერირებენ, მათ შორის არიან: Y Combinator, TechStars, 500 Startups, DreamIt Ventures, AngelPad, Launchpad LA, Excelerate Labs და სხვა.

Y combinator ოფიციალური მონაცემებით ამ აქსელერატორის დახმარებით 2 000 ზე მეტი სტარტაპი შეიქმნა, მათგან ცნობადობით გამოირჩევიან Dropbox, AirBnb, Heroku, Weebly და ა.შ. (Ycombinator.com, 2019). Y combinator თავად ახდენს სტარტაპების დაფინანსებას სხვადასხვა პირობებით. ბოლო მონაცემებით, რომელიც მათ ოფიციალურ საიტზე თქსირდება ისინი კომპანიებს სთავაზობენ 150 000 დოლარის დაფინანსებას 7% იანი წილის სანაცვლოდ. მათი აზრით, ეს თანხა სავსებით საკმარისია კომპანიებისთვის პირველ ეტაპზე და საშუალოდ 5-6 თვეზეა გადანაწილებული. გარდა ფინანსური მხარდაჭერისა აქსელერატორი სტარტაპებს სთავაზობს ონლაინ კურსებს და სხვადასხვა მენტორულ პროგრამებს, რაც მათ წარმატების მიღწევაში ეხმარება. (The Y Combinator Deal, 2019)

Techstars აქსელერატორი ოპერირებს ამერიკის შეერთებული შტატების 6 ქალაქსა და ლონდონში. იგი წარმოადგენს პირველ მენტორს, რომელიც უძღვება ტრენინგებს გლობალური ქსელების საშუალებებით. აქსელერატორი ეხმარება სტარტაპებს ფინანსური, ადამიანური და ინტელექტუალური კაპიტალის მოზიდვაში. როგორც y combinatory, ისიც სთავაზობს 100 000 დოლარის ინვესტიციას კონვერტირებული ვალის სანაცვლოდ სტარტაპებს, საწყის ეტაპზე კი 20 000 დოლარის ინვესტიციას აბანდებს მათში კომპანიის 6% წილის სანაცვლოდ. ამ აქსელერატორის მიერ დღემდე 1000 ზე მეტი კომპანიაა დატრენინგებული. 2007 წლიდან დღემდე კი მან 80 კომპანია დააფინანსა, აქედან 68 კომპანია დღემდე აქტიურია, 43 მა გააგრძელა დაფინანსებების მოპოვება.

აქსელერატორში 417 ადამიანი დასაქმებული, მათ მიერ მოზიდული ჯამური ინვესტიციები კი 51 მილიონ ამერიკულ დოლარს შეადგენს. (Techstars FAQ, 2019)

Fintech Innovation Lab დაფუძნდა მსოფლიოს 12 ბანკის მიერ, კონცენტრირდება ფინანსურ მომსახურებასა და ტექნოლოგიურ ინოვაციებზე. იგი ოპერირებს სამ კონტინენტზე: აშშ, ევროპასა და აზიაში. ლაბორატორია მოიცავს 12 კვირიან პროგრამას და ეხმარება ადრეულ სტადიაზე მყოფ სტარტაპებს განვითარებაში. აფინანსებს მათი პროდუქტის პროტოტიპის შექმნას და ხელს უწყობს შემდგომი დაფინანსების მოძიებაში. პროგრამა ასევე მოიცავს: საბანკო მომსახურებას, მენტორინგს, ვორქშოპებს, პონციურ მომხმარებლებთან დაკავშირებას, პიარს, დემო დღეების გამართვას. დღემდე მათი მოზიდული ფინანსები შეადგენს 1,1 მილიარდ ამერიკულ დოლარს. (Miller, P. and Stacey, J. 2014)

2.2 სტარტაპ ეკოსისტემა და დაფინანსების შესაძლებლობები ესტონეთში.

წარმატებული ტექნოლოგიური სტარტაპების უმრავლესობა ამერიკასთან ასოცირდება, თუმცა რამოდენიმე ევროპულმა ქვეყანამაც შესთავაზა მსოფლიოს მნიშვნელოვანი სტარტაპები, მათ შორის ყველაზე ცნობილები კი ესტონეთში დაიბადა.

ესტონეთის სტარტაპ ეკოსისტემის სწრაფ განვითარებას ხელი შეუწყო მისი ყველაზე წარმატებული სტარტაპის „Skype“-ს შექმნამ. „ესტონეთის მთავრობამ სავარაუდოდ ყველაზე ადრე გაანალიზა ის, რომ ტექნოლოგიებს შეუძლია ქვეყანის გამდიდრება. „Skype“-სა და “Transfer Wise“-ის მიღწევებმა კი ეს თვალსაჩინო გახადა ყველასთვის.” (Strom-Olsen and Haaland, 2016).

„Skype“ წარმოადგენს ერთ-ერთ ყველაზე ცნობილ სატელეკომუნიკაციო კომპანიას, რომელიც 2003 წელს ესტონეთში დაარსდა. სწორედ “skype” გახდა ერთგვარი მაგალითი და მოტივატორი სხვა ესტონური სტარტაპებისთვის, თუ როგორ გასულიყვნენ და დაემკვიდრებინათ თავი გლობალურ ბაზარზე.

“Skypes” წარმატების ისტორიამ გახადა ესტონეთი პოპულარული ქვეყანა სტარტაპების მიმართულებით. სახელმწიფომ დაინახა რა “Skype”-ს არსებობით მიღებული სარგებელი, გააძლიერა სტარტაპების ხელშეწყობა პირდაპირი და არაპირდაპირი მეთოდებით. მან შეამსუბუქა გადასახადები სტარტაპებისთვის, გაამარტივა კომპანიის დარეგისტრირების პროცედურები, და ხელს უწყობს სტარტაპებს დაფინანსების მოზიდვაში. თავად სამთავრობო სტრუქტურებში დაინერგა მაღალტექნოლოგიური, მომხმარებელზე ადაპტირებული სერვისები. ესტონეთმა ძლიერი პროგრესი განიცადა მენარმეების განვითარების და ინოვაციური პროექტების ხელშეწყობის მიმართულებით. მის მიერ დანერგილი ელექტრონული სერვისები, მობილური საკომუნიკაციო და ინტერნეტ აპლიკაციები ერთ-ერთი ყველაზე პროგრესულია მსოფლიოში.

დაფინანსების შესაძლებლობები ესტონეთში ეკოსისტემის განვითარებასთან ერთად უფრო მეტად იზრდება. 2018 წელს ესტონურ სტარტაპებში განხორციელდა 328 მილიონი დოლარის ინვესტირება. 2017 წელს ესტონეთმა, ნორვეგიამ და ლინხენშტეინმა ხელი მოაწერეს შეთანხმებას გრანტების გაცემის შესახებ, რომლის მიხედვითაც საერთო ფონდიდან ინოვაციური იდეის მქონე სტარტაპები მიიღებენ ჯამში 68 მილიონი დოლარის გრანტებს, რაც ხელს შეუწყობს ინოვაციური იდეების მოზიდვასა და განვითარებას.

ესტონეთში მრავლად შეიქმნა ისეთი აქსელერატორები, რომლებიც ეხმარებიან სტარტაპებს წარმატების მიღწევაში და აძლევენ მათ ცოდნას ტრენინგების, მენტორინგისა და სხვადასხვა სამუშაოების მეშვეობით, ასევე აფინანსებენ სტარტაპებს საწყის ეტაპებზე.

ესტონეთის მთავრობამ 2016 წელს წამოიწყო ახალი პროექტი სახელს „სტარტაპ ესტონეთი“. პროექტის ფარგლებში ინოვაციურ პროექტებზე გაიცემა დაფინანსებები, რითაც მთავრობა ხელს უწყობს ინოვაციური სტარტაპ იდეების მოზიდვას.

დღესდღეობით ყველაზე წარმატებულ ესტონურ სტარტაპების რიცხვს შეუერთდა: Taxify ტაქსის აპლიკაცია, რომელმაც ევროპულ და აფრიკის ბაზარზე კონკურენტობა გაუწია

ისეთ ძლიერ კომპანიას როგორცაა uber. ასევე წარმატებული სტარტაპების ხუთეულში შედის : Veriff, Scoro, Yanu და Jobbatical.

Angellist - ის დამფუძნებელმა ნავალ რავიკანტმა ესტონეთზე საუბრისას აღნიშნა, რომ თუ ის ხვდება კომპანიას, რომლის წარმომავლობაც ესტონურია, იგი დარწმუნებულია, რომ ეს კომპანია სწორად მართულია. მისი თქმით ესტონეთი, მისი ზომისთვის შეუფერებლად იმაზე მეტ მაღალეფექტურ სტარტაპებს აწარმოებს ვიდრე ეს მოსალოდნელია.

ესტონეთში შექმნილი წარმატებული სტარტაპების ისტორიამ გააძლიერა ესტონური სტარტაპ ეკოსისტემა, სხვა ნაკლებად ცნობილ ესტონურ სტარტაპებს კი გზა გაუხსნა გლობალურ ბაზარზე გასასვლელად. ძლიერი ეკოსისტემა მიმზიდველი გახდა დამფინანსებლებისთვისაც, შესაბამისად სხვა ევროპულ ქვეყნებთან შედარებით სტარტაპები უპირატესობით სარგებლობენ ენჯელ და ვენჩურულ ინვესტორებს შორის.

2.3 სტარტაპების დაფინანსების შესაძლებლობები ისრაელში

ისრაელის სახელმწიფოს მკაფიო გეზი აქვს აღებული სტარტაპ ეკოსისტემის განვითარების მიმართულებით. ისრაელი, როგორც მაღალტექნოლოგიური ცენტრი, შესაძლებლობებს ქმნის არა მხოლოდ ადგილობრივი კომპანიებისთვის და მენარმეებისთვის, არამედ მთელი მსოფლიოსთვის.

ისრაელში სტარტაპის დასაწყებად აუცილებელია შემდეგი ეტაპების გავლა; ეკოსისტემის შესწავლა, რომელიც ქმნის ერთიან სივრცეს სტარტაპერებისთვის, ვენჩურულ ფირმებსა და ენჯელ ინვესტორებისთვის. შემდეგი ეტაპია ჯგუფის წევრების მოძიება ონლაინ პლატფორმების გამოყენებით, აქსელერატორთან შერწყმა, რომელიც უზრუნველყოფს ახლად ჩამოყალიბებულ საწარმოებს მენტორობით, სამუშაო სივრცითა და ვორქშოპებით. სასურველია დამოუკიდებელი კურსების გავლაც, რომელიც უფასო კონსულტაციებით უზრუნველყოფს ემიგრანტებს. ებრაული ენის ცოდნა არ არის აუცილებელი ინვესტორებთან დასაკავშირებლად. გამოცდილების, ინოვაციური და მასშტაბური იდეის წყალობით ნებისმიერს შეუძლია გახდეს ბაზარზე კონკურენტული.

სილიკონ ვადი

ისრაელი წარმოადგენს დინამიურ, ტექნოლოგიებზე ორიენტირებულ და ინოვაციურ ეკოსისტემას. ასობით მულტინაციონალური, მცირე და საშუალო ზომის ფირმა, სტარტაპი, ისრაელის წარმატებული კომპანიების რიცხვშია. ისინი წერგავენ ინოვაციებს და ქმნიან ახალ მოდელებს.

ისრაელი, როგორც მაღალტექნოლოგიური ცენტრი, შესაძლებლობებს ქმნის არა მხოლოდ ადგილობრივი კომპანიებისთვის და მენარმეებისთვის, არამედ მთელი მსოფლიოსთვის. რამდენიმე ათასწლეულის წინ, ისრაელის ეკონომიკა იყო სტაგნაციის პერიოდში, ჰიპერინფლაციამ გადააჭარბა 400%, ცხოვრების სტანდარტები იყო უფრო მეტად განვითარებული ქვეყნების მსგავსი, ვიდრე დასავლეთ ევროპისა და ჩრდილოეთ ამერიკის. დღეს, ისრაელი წარმოადგენს მსოფლიოს ყველაზე დინამიურ, ეკომიკურ და გლობალურ სივრცეს. პატარა ისრაელი არის 7 კვლევითი უნივერსიტეტის სამშობლო, რომელთაგან 2 არის საუკეთესო 50-ს შორის.

მაიკროსოფტის დამფუძნებელი, ბილ გეითსი ისრაელში არსებულ ტექნოლოგიურ რეგულაციას უკავშირებს ქვეყანაში არსებულ ხარისხიან განათლებას.

გუგლის აღმასრულებელი დირექტორის, ერიკ შმიდტის განცხადებით კი, ისრაელი აშშ-ს შემდეგ მეორე სახელმწიფოა, რომელიც მენარმეებისთვის საუკეთესო ადგილს წარმოადგენს.

როგორც ამერიკაში, სადაც ტექნოლოგიური სტარტაპების დაახლოებით 50%-ს ჰყავს უცხოელი დამფუძნებელი, ისრაელის იმიგრანტების ნაწილიც მენარმეები არიან, 800 000 ადამიანი, რომელიც ჩამოვიდა ყოფილი საბჭოთა კავშირიდან 1990 წელს, წარმოადგენდა იჟინერთა და მეცნიერთა უმრავლესობას. ისინი დღეს გადამწყვეტ როლს თამაშობენ ისრაელის ინოვაციურ ეკონომიკაში.

ისრაელის მთავრობა მხარს უჭერს მენარმეებს წახალისებებისა და ამასთანავე მკაცრი რეგულაციების გამოყენებით. სახელმწიფო აფინანსებს 18 ინკუბატორს სადაც სტარტაპები თითქმის 85 % იან დაფინანსებას იღებენ. ეს ინკუბატორები წარმოადგენენ შემდგომ უკვე

წარმატებულ საწარმოებს. უცხოელი ინვესტორები სარგებლობენ შემდეგი შეთავაზებებით, როგორცაა: საგადასახადო შეღავათები, გრანტები კვლევისა და განვითარების ცენტრების შესაქმნელად, ინოვაციური ლაბორატორიები. (Berger, 2016)

ისრაელის მაღალტექნოლოგიური ინდუსტრიების დამფუძნებელი, კარინ მეიერ რუბინშტეინი აღნიშნავს, რომ სახელმწიფოს მთავარი მიზანი არის მენარმეების წახალისება, მაგრამ არავითარ შემთხვევაში არ მოიაზრებს ჩარევას საწარმოს ორგანიზაციულ საკითხებში.

წამახალისებელი პროგრამა ადრეული ეტაპისთვის

ისრაელის ინოვაციათა ასოციაცია შეიქმნა, როგორც დამოუკიდებელი სააგენტო, რომლის მთავარი იდეა იყო დაფინანსების პლატფორმების შექმნა, რათა გაეძლიერებინა როგორც ადგილობრივი, ასევე საერთაშორისო სტარტაპ ეკოსისტემა.

მან შეიმუშავა ახალი სტრუქტურა, რომელიც ეხებოდა 6 ძირითად ინოვაციურ მიმართულებას. თითოეული მათგანი მონაწილეობს იდეების ჩამოყალიბებაში და განვითარებაში.

სტარტაპ განყოფილება სთავაზობს ჯერ კიდევ, მხოლოდ იდეის დონეზე არსებულ დამწყებ სტარტაპებს მხარდაჭერას და დახმარებას, რათა ის იქცეს რეალობად. ამ პროცესს ემსახურება რამდენიმე პროგრამა, მათ შორის ერთ-ერთი არის წამახალისებელი პროგრამა დამწყებთათვის, რომელიც გამიზნულია იმისთვის, რომ სტარტაპებს შეუქმნას შესაძლებლობა, რათა მათ მაქსიმალურად მოიზიდონ ინვესტიციები კერძო სექტორისგან და გააძლიერონ მაღალტექნოლოგიური პროექტები.

პროგრამის მთავარი მიზანია ხელი შეუწყოს კომპანიების ჩართვას R&D კვლევებში და ზრდა-განვითარებაში. პროგრამისთვის შესაფერისი კომპანიები არიან ისინი, ვინც გაზარდა საკუთარი შემოსავლები 10 მლნ დოლარამდე, წინა წელთან შედარებით გაიზარდა

კომპანიის ფინანსები 1 მლნ დოლარამდე, მიზნად აქვთ დასახული სეგმენტზე გასვლა და ინოვაციური პროდუქტის შეთავაზება.

დაფინანსება, რომელსაც სტარტაპერი მიიღებს, დაახლოებით განისაზღვრება ბიუჯეტის 30/50 %-ით. ხოლო ისინი, ვინც განვითარებული რეგიონის ქვეყნებს მიეკუთვნებიან, დამატებით მიიღებენ 10 % დაფინანსებას. ის კატეგორია, რომელიც შედის უმცირესობაში ან ულტრა მარტლმადიდებლ მენარმეებს განეკუთვნებიან, ფინანსდება შემდეგნაირად:

- პირველ წელს ღებულობენ განსაზღვრული ბიუჯეტის 75%, ხოლო მეორე წელს- 70%.
- დაფინანსების დამტკიცებიდან 6 თვეში აქვთ შესაძლებლობა მოითხოვონ დამატებითი სახსრები.

მნიშვნელოვანია აღინიშნოს სხვა ბენეფიტებიც:

- ✓ წამახალისებელი პროგრამა ეხმარება კომპანიებს სირთულეების დაძლევაში
- ✓ მხარს უჭერს ხარისხის ნიშნის მოპოვებასა და შენარჩუნებაში
- ✓ ხელშეწყობა 6 თვის შემდეგ დამატებითი თანხების მოზიდვაში
- ✓ მონაწილეობა სარისკო პროცესებში

საბოლოოდ, სტარტაპერები გაყიდული პროდუქტებიდან მიღებულ სახსრებს, როიალტის სახით უხდიან დამფინანსებლებს გრანტის სანაცვლოდ.

წამახალისებელი პროგრამა „Ideation (Tnufa)”

კიდევ ერთი პროგრამა, რომელზეც ვისაუბრებთ არის განკუთვნილი ასევე ახალბედა მენარმეებისთვის, რომლებსაც სურთ ტექნოლოგიური კონცეფციების შემონახვა და ჩამოყალიბება.

მათ ეძლევათ შესაძლებლობა 2 წლის განმავლობაში მიიღონ გრანტი, რომელიც განსაზღვრულია ბიუჯეტიდან 85%-ის ოდენობით.

სახსრები განკუთვნილია პროტოტიპის შესაქმნელად, ინტელექტუალური საკუთრების დაცვის, მასალების, ქვეკონტრაქტორების, საპატენტო და საგამოფენო ხარჯების დასაფარად.

სხვა ბენეფიტები:

- ❖ მენარმეები არ არიან ვალდებული გათავისუფლდნენ დაკავებული სამსახურებიდან
- ❖ მენარმეები სრულიად თავდაჯერებული არიან პროგრამის სანდოობაში
- ❖ მენარმეებს აქვთ დამატებითი შეთავაზებას მიღების შესაძლებლობა სხვადასხვა პროგრამიდან
- ❖ მენარმეები გრანტის სანაცვლოდ იხდიან როიალტის

ინოვაციური ლაბორატორიების პროგრამა

აღნიშნული პროგრამა ხელს უწყობს მენარმეებს მიიღონ გამოცდილება უნიკალური, ტექნოლოგიური ინფრასტრუქტურის და ინოვაციური ლაბორატორიების გამოყენებით.

ძირითადად განკუთვნილია წამყვანი კომპანიებისთვის ან იმ მენარმეთათვის, რომელთაც ტექნოლოგიური იდეები გააჩნიათ .

სტარტაპერები ფინანსდებიან ბიუჯეტიდან 85%-ით.

რაც შეეხება იმ ბენეფიტებს, რის გამოც ღირს პროგრამაში მონაწილეობის მიღება, შემდეგია:

- მენარმეებს საშუალება აქვთ ითანამშრომლონ კორპორაციებთან და ხელმისაწვდომობა ჩნდება ტექნოლოგიებზე
- მენარმე არ არის ვალდებული დააფუძნოს კომპანია მანამ, სანამ პროექტი დამტკიცდება

თავი III

სტარტაპების დაფინანსების შესაძლებლობები საქართველოში

3.1 სტარტაპ ეკოსისტემა საქართველოში

ამერიკულ ტენდენციას სტარტაპების განვითარების მიმართულებით, შეუერთდნენ მსოფლიოს სხვა ქვეყნები, მათ შორის საქართველოც. ქართულმა სახელმწიფომ თანდათანობით დაიწყო სტარტაპ ეკოსისტემის ჩამოყალიბება და გაძლიერება, იქიდან გამომდინარე, რომ ბიზნესის განვითარება პირდაპირ უკავშირდება ეკონომიკურ სიძლიერესა და ქვეყნის პოტენციალის გაცნობას მსოფლიოსთვის, სახელმწიფო აქტიურად არის ჩართული სხვადასხვა პროექტების განხორციელებაში. ქართულ სივრცეში გაჩნდა მაღალტექნოლოგიური პროდუქტები, დაიწყო დაინტერესებული ადამიანების დატრენინგება, სტარტაპის, როგორც პროდუქტის პოპულარიზაციაზე ზრუნვა და რაც ყველაზე მნიშვნელოვანია დაფინანსებების შეთავაზება.

საქართველოში სტარტაპ ეკოსისტემის გაძლიერების მოტივით შექმნილ პირველ ყველაზე მასშტაბურ სახელმწიფო პროექტად მიიჩნევა „საქართველოს ინოვაციებისა და ტექნოლოგიების სააგენტო“, რომელიც 2014 წელს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროს დაქვემდებარებაში დაფუძვნდა.

„სააგენტოს მიზანია ხელი შეუწყოს მენარმეობისა და ინოვაციების გაუმჯობესებას ქვეყანაში, რისთვისაც სააგენტო უზრუნველყოფს:

- ა) სამართლებრივი რეფორმის განხორციელებას ინოვაციების სფეროში;
- ბ) ინოვაციების და მენარმეობის მხარდასაჭერ სწავლებას და ტექნიკურ დახმარებას; გ) სტარტაპებისთვის ფინანსებზე ხელმისაწვდომობის გაზრდას;
- დ) ინოვაციური ინფრასტრუქტურის შექმნას და განვითარებას;
- ე) კვლევების და განვითარების (R&D) კომერციალიზაციას. „

სააგენტო 2014 წლიდან აქტიურადაა ჩართული ტექნოლოგიური პარკების, ინოვაციების ცენტრების, ინოვაციების ლაბორატორიების, აქსელერატორების, ბიზნეს-ინკუბატორების და სხვა ინოვაციების ხელშემწყობი პროექტების შექმნასა და განვითარებაში. „ (NEWSLETTER წლის მნიშვნელოვანი ფაქტები, 2016)

საქართველოს ინოვაციების და ტექნოლოგიების სააგენტოს მიერ დღემდე არაერთი წარმატებული პროექტი განხორციელდა. იგი რეგულარულად ცდილობს გაზარდოს სტარტაპების პროდუქტიულობა და უზრუნველყოს მათი წვდომა წარმატებისთვის საჭირო მნიშვნელოვან რესურსებზე. ამ მოტივით განხორციელდა მისი ერთ-ერთი მთავარი პროექტი „ტექნო პარკი“, სივრცე რომელიც აერთიანებს განსხვავებული იდეებისა და მიმართულებების მქონე ადამიანებს, აძლევს მათ განვითარების შესაძლებლობას სხვადასხვა ტრენინგებისა და მენტორინგის მეშვეობით.

სააგენტომ მნიშვნელოვანი როლი ითამაში საქართველოში სტარტაპ ეკოსისტემის გაძლიერების მიმართულებით.

სააგენტოს ჩატარებულმა ღონისძიებებმა სტარტაპების ეკოსისტემის გასაძლიერებლად შედეგი მალევე გამოიღო, ქვეყანაში საგრძნობლად გაიზარდა მსურველთა რიცხვი წამოიწყოთ სტარტაპი, მათ გარდა ქართულ ბაზარზე გამოჩნდნენ სხვადასხვა სტარტაპების ხელშემწყობი ორგანიზაციები, სტარტაპ ინკუპატორებისა და აქსელერატორების სახით. მათ შორის არიან:

- Startup მარანი-აკავშირებს დამწყებ მენარმეებს და ინვესტორებს ერთმანეთს. მათ ვისაც იდეა არ გააჩნიათ, მაგრამ აქვთ ბიზნესის დანყების სურვილი, შესაძლებლობა ეძლევათ ამ აქსელერატორის მიერ შემოთავაზებული ინოვაციური იდეა დაამუშავონ. კონსულტაციების და მოასამზადებელი პერიოდის გავლის შემდეგ კი შეხვდნენ პოტენციურ ინვესტორებს.
- Smart-up Georgia - სტუდენტური კონკურსი, რომელიც გარდაქმნის სხვადასხვა პროფესიის მქონე ადამიანებს მენარმეებად და ეხმარება მათ განსხვავებული, ინოვაციური პროდუქტის/მომსახურების შექმნაში. პროექტი ინიცირებულია ესტონური კომპანიის BDA Consulting OÜ მიერ ესტონეთის საგარეო საქმეთა სამინისტროს მხარდაჭერით.
- Vega start-up Lab- საქართველოს ბანკის უნივერსიტეტის პროგრამა ეხმარება კრეატიულ ადამიანებს წარმატებული სტარტისთვის ცოდნისა და ფულის მიღებაში.

ეს და სხვა არაერთი აქსელერატორი ბაზარს თანდათანობით შემოუერთდა.

საქართველოს თითქმის ყველა სახელმწიფო და კერძო უნივერსიტეტებში შეიქმნა საერთო სამუშაო სივრცეები, სხვადასხვა აქსელერაციის პროგრამები და ბიზნეს ინკუბატორები.

2016 წელს კი პროექტ „სილიკონ ველი თბილისის“ ფარგლებში დაარსდა „ბიზნესისა და ტექნოლოგიების უნივერსიტეტი“, რომელიც წარმოადგენს პირველ კერძო მაღალტექნოლოგიურ ცენტრს საქართველოში. უნივერსიტეტი სთავაზობს საზოგადოებას უნიკალურ გამოცდილებას ბიზნესისა და საინფორმაციო ტექნოლოგიების სფეროებში. ეხმარება სტუდენტებს განავითარონ ლიდერული და სამენარმეო უნარჩვევები და აძლევს მათ შესაძლებლობას და მოტივაციას, როგორც ლოკალურ ასევე გლობალურ ბაზარზე გასვლისა, სამენარმეო ეკოსისტემის შექმნისა და ბიზნესის მაღალ ტექნოლოგიებთან ინტეგრირების გზით.

3.2 სტარტაპების დაფინანსების შესაძლებლობები საქართველოში

საქართველოში სტარტაპ ეკოსისტემის ჩამოყალიბებამ და გაძლიერებამ გამოიწვია ადამიანების დაინტერესება სტარტაპებით, მიიღეს რა გარკვეული ცოდნა და საჭირო უნარები სტარტაპების წამოსაწყებად საჭირო გახდა დაფინანსების წყაროების მოძიებაც და იღების პრაქტიკაში განხორციელება.

სახელმწიფოს მხრიდან არაერთი მნიშვნელოვანი ნაბიჯი გადაიდგა სტარტაპების დაფინანსების მიმართულებით, ერთ-ერთ ყველაზე მასშტაბურად სს „საპარტნიორო ფონდისა“ და „ინოვაციების და ტექნოლოგიების სააგენტოს“ მიერ მომზადებული პროექტი „სტარტაპ საქართველო“ მოიაზრება.

სტარტაპ საქართველო

„სტარტაპ საქართველო“ წარმოადგენს ვენჩურულ საინვესტიციო პროგრამას რომელიც 2016 წელს დაარსდა საქართველოს მთავრობის დადგენილებით და მის მიერ დღემდე დაფინანსებული სტარტაპების რიცხვი შეადგენს 93-ს.

სტარტაპ საქართველოში მონაწილეობისთვის აუცილებელია მონაწილე პირი იყოს საქართველოს მოქალაქე და გააჩნდეს ინოვაციური ან მაღალტექნოლოგიური ბიზნეს იდეა. პროექტში მონაწილეობისთვის არ მოითხოვება სრულყოფილი ბიზნეს გეგმის შედგენა, თუმცა აუცილებელია მონაწილეს გააჩნდეს გარკვეული ხედვები და განსაზღვრული ბიზნეს პროცესები. სტარტაპ საქართველოს ფარგლებში გაიცემა 100 000 ლარამდე საინვესტიციო დაფინანსება. განსხვავდება მონაწილეობის პირობები იდეიდან გამომდინარე. მაღალტექნოლოგიური ბიზნეს იდეის შემთხვევაში გამარჯვებულს არ მოეთხოვება თანამონაწილეობის თანხის შეტანა საწყის კაპიტალში, სააგენტო იტოვებს კომპანიის წილს 5% ის ოდენობით, შემდგომ გამოსყიდვის უფლებით. ასევე სააგენტო ეხმარება გამარჯვებულ მაღალტექნოლოგიური იდეის მქონე კომპანიას, შემდგომი დაფინანსების მოზიდვაში. რაც შეეხება ინოვაციური კომპონენტების მქონე ბიზნეს იდეას დაფინანსება კვლავ 100 000 ლარამდეა, მონაწილეს მოეთხოვება თანამონაწილეობის თანხა საერთო დაფინანსების 10% ის ოდენობით, ხოლო განმცხადებელს საწყის ეტაპზე გადაეცემა კომპანიის 45 % წილი.

გარდა „სტარტაპ საქართველოსა“ სააგენტო ასევე გასცემს „თანადაფინანსების გრანტებს სტარტაპებისთვის“ და სხვა მცირეფასიან გრანტებს.

ინოვაციების თანადაფინანსების გრანტები

სააგენტომ 2019 წლის 22 მაისს საზოგადოებას ახალი პროექტი „ინოვაციების თანადაფინანსების გრანტები“ წარუდგინა, რომელიც მნიშვნელოვანი სიახლეა წარმატებული სტარტაპებისთვის. ამ პროექტამდე საქართველოს ფარგლებში, მხოლოდ Seed კაპიტალის მოძიება იყო შესაძლებელი აქსელერატორებისა და სხვადასხვა ფონდების დახმარებით, ამ პროექტით კი უკვე წარმატებული სტარტაპები, რომლებმაც

გადალახეს seed ეტაპი შეძლებენ მიიღონ დაფინანსება, შემდგომი განვითარებისათვის. ინოვაციების თანადაფინანსების გრანტები გაიცემა კომპანიებზე, რომლებიც სულ მცირე 1 წელია ოპერირებენ ბაზარზე, ხოლო მათი წლიური ბრუნვა 30 მილიონამდე აღწევს. გრანტის თანხა მერყეობს 150-650 ათას ლარამდე. (*GITA.GOV.GE, 2019*)

გარდა ზემოთ აღნიშნული პროექტებისა, რომლებიც სტარტაპების დაფინანსებაზეა ორიენტირებული, სახელმწიფომ შეიმუშავა პროექტი „ანარმოე საქართველოში“, რომელიც ორიენტირებულია მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარებასაც, თუმცა ამ ბიზნეს სტატუსების ქონა არ გამოორიცხავს შემდგომში კომპანიის სტარტაპად გარდაქმნას. ოფიციალური სტატისტიკით „ანარმოე საქართველოს“ მიერ 489 პროექტია დაფინანსებული ჯამში 1,15 მილიარდი ლარის ოდენობით. ძირითადი პროექტები, რომელიც ხორციელდება „ანარმოე საქართველოს მხრიდან ხელს უწყობს ახალი საწარმოების შექმნას, სასტუმროს ინდუსტრიის განვითარებას, მიკრო და მცირე ბიზნესის ხელშეწყობას და ასევე საქართველოში კინოს გადაღების მსურველ პროდიუსერებს უბრუნებს კვალიფიციური ხარჯების 20-25%-ს. (*enterprisegeorgia, 2019*)

სახელმწიფო ხელშეწყობის შედეგად საზოგადოებრივი ინტერესი სტარტაპების მიმართულებით გაიზარდა, სტარტაპ ეკოსისტემის განვითარებამ კი თანდათანობით მოიზიდა კერძო დამფინანსებლებიც თუმცა მათი რიცხვი ჯერ კიდევ ძალიან მცირეა. ქართული სახელმწიფო გარდა ზემოთ აღნიშნული პროექტებისა, სვა მეთოდებითაც ცდილობს სტარტაპ ეკოსისტემის გაძლიერებას. ცვლილებები შევიდა საგადასახადო კანონმდებლობაში, სახელმწიფო უნივერსიტეტებში განთავსდა მაღალტექნოლოგიური სივრცეები სადაც სტუდენტებს წვდომა აქვთ ინოვაციურ ტექნოლოგიებთან. 2011 წლიდან საქართველოში ამოქმედდა თავისუფალი ინდუსტრიული ზონა, ამ ზონაში დარეგისტრირება შეუძლიათ ინფორმაციული ტექნოლოგიების მიმართულებით მომუშავე კომპანიებს, რომლებზეც მოქმედებს საგადასახადო შეღავათები. ეს კომპანიები თავისუფლდებიან საზღვარგარეთიდან მიღებული მოგების შემთხვევაში მოგების და დღე-

ს გადასახადებისგან. ეს ცვლილება ხელს უწყობს საქართველოში რეგისტრირებული სტარტაპების გლობალურ ბაზარზე გასვლას.

ჯიტას წარმომადგენელმა ავთანდილ კასრაძემ ინტერნეტ ჟურნალ on.ge სთან ინტერვიუს დროს ისაუბრა სააგენტოს განვლილ გზასა და სამომავლო გეგმებზე. მისი თქმით სააგენტო სხვადასხვა მეთოდებით აძლიერებს სტარტაპ ეკოსისტემას, რათა სამომავლოდ კერძო სექტორის როლი და ინტერესი ამ მიმართულებით უფრო მეტად გაიზარდოს სახელმწიფოს ჩარევები კი აუცილებლობას აღარ წარმოადგენდეს. (სტარტაპები, როგორც ქვეყნის ეკონომიკური განვითარების პერსპექტივა, 2018)

სახელმწიფოს ამ მიდგომებმა გაამართლა და ბაზარზე გამოჩნდნენ კერძო კომპანიებიც, რომლებიც დაინტერესებულები არიან სტარტაპ ეკოსისტემის გაძლიერებით და ეხმარებიან სტარტაპებს დაფინანსების მოპოვებაში. ასევე მათ გარდა პროცესებში ჩაერთვნენ, როგორც საერთაშორისო ორგანიზაციები და ფონდები ასევე ევროკავშირის სტარტაპ ეკოსისტემის გაძლიერებაზე ორიენტირებული პროგრამები.

Horizon 2020

ჰორიზონტი 2020 წარმოადგენს ევროკავშირის კვლევებისა და ინოვაციების მსხვილ პროგრამას, რომელიც 7 წლის მანძილზე გრძელდება. ეს პროგრამა სხვადასხვა მიმართულების კვლევასა და განვითარებაზეა ორიენტირებული. პროექტის მთლიანი ბიუჯეტი 77 მილიარდი დოლარია, 2018-2020 წლებში მათთვის პრიორიტეტული აღმოჩნდა ტექნოლოგიური მიმართულებები, მათ შორის ხელოვნური ინტელექტის კვლევა და დაფინანსება. ამ წლების ბიუჯეტი 30 მილიარს ევროს შეადგენს.

საქართველო ამ პროგრამას 2016 წელს შეუერთდა, რამაც შესაძლებლობა მისცა ინოვაციებითა და კვლევებით დაინტერესებულ მსურველებს მონაწილეობა მიიღონ პროგრამაში ისეთივე პირობებით, როგორც ევროკავშირის წევრ ქვეყნებს გააჩნიათ და მიიღონ დაფინანსება.

გლობალური სტარტაპ ფონდი

2019 წლის 29 მაისს, სილიკონ ველი თბილისის სამუშაო სივრცეში პრეზენტაცია გაიმართა საქართველოში გლობალური სტარტაპ ფონდის შემოსვლის შესახებ, რომელიც „სილიკონ ველი თბილისისა“ და ისრაელის „სილიკონ ვალის“ პარტნიორობის შედეგად განხორციელდა.

განვითარების სხვადასხვა ეტაპზე მყოფ ქართულ სტარტაპებს, რომლებიც მუშაობენ ტექნოლოგიური პროდუქტების შექმნაზე, წვდომა ექნებათ მრავალმილიონიან ინვესტიციებზე. პრეზენტაციასთან ერთად ძალაში შევიდა პროექტიც, რომლის ფარგლებშიც 100 დან 10 სტარტაპი შეირჩევა და წარსდგება ინვესტორების წინაშე საკუთარი იდეით. ფონდის მთავარი მხარდამჭერია ბტუს ბაზაზე 2018 წელს შექმნილი საგანმანათლებლო ცენტრი ისრაელის ტექ.ჰაბი, რომელიც სტარტაპებს ხუთი თვის განმავლობაში სხვადასხვა მიმართულებით გადაამზადებს, პროექტის ბიუჯეტი 30 000 ამერიკული დოლარია. ფონდის მიზანია საქართველოში მაღალტექნოლოგიური სტარტაპების დაფინანსება და მათი გლობალურ ბაზარზე გასვლის ხელშეწყობა, რაც კიდევ უფრო გააძლიერებს საქართველოს სტარტაპ ეკოსისტემას.

Future Laboratory

Future Laboratory საქართველოს ბაზარზე 2018 წელს გამოჩნდა, გიორგი ხაჩიძისა და ირაკლი ქაშიბაძის ხელმძღვანელობით. ამავე წელს მათ საქართველოს უნივერსიტეტის მხარდაჭერით დააარსეს აქსელერაციის პროგრამა „Startup Factory“, რომელიც 3 თვის განმავლობაში ახდენს სტარტაპების გადამზადებას სხვადასხვა ტრენინგების მეშვეობით, თითოეულ სტარტაპში 5% იანი წილის სანაცვლოდ. 3 თვის შემდეგ კი სტარტაპები წარდგებიან ინვესტორების წინაშე. თავად Future laboratory - მ საქართველოს უნივერსიტეტისა და იაპონური ვენჩერ ფონდის „Next Impact Ventures“ თანამონაწილეობით შექმნა სტარტაპ ფონდი, რომლის საწყისი მოცულობა 100 000 ლარს შეადგენდა. ფონდმა თავდაპირველად დააანონსა 5 საუკეთესო სტარტაპის დაფინანსება,

რომლებმაც გადაზადება გაიარეს “Startup Factory”- ს ფარგლებში, თუმცა საბოლოოდ ფონდის მიერ მხოლოდ 2 ტექნოლოგიური სტარტაპი დაფინანსდა. ფონდი დაფინანსების სანაცვლოდ კომპანიის წილის გარკვეულ პროცენტს ითვებს, რაც საშუალოდ 10-20 % მდე მერყეობს.

Start-up Grind

Start-up grind ყველაზე დიდი მასშტაბების მქონე სტარტაპ საზოგადოებაა, რომელიც აერთიანებს 1 500 000 სტარტაპს მსოფლიოს 125 ქვეყნიდან. ისინი ანხორციელებენ ინტენსიურ აქტივობებს სხვადასხვა ქვეყნებში სტარტაპ ეკოსისტემის გასაძლიერებლად და სტარტაპერების განსავითარებლად. მათი მიზანია დამწყებ და უკვე გამოცდილ მენარმეებს შორის ცოდნის გაზიარება. სათაო ოფისი მდებარეობს სილიკონ ველზე. Start-up Grind Tbilisi- წარმოადგენს მსოფლიო სტარტაპების ორგანიზაციის ნაწილს. მათი დახმარებით ქართულ სტარტაპებს შესაძლებლობა აქვთ მონაწილეობა მიიღონ საერთაშორისო დემო დღეებში და თავი წარუდგინონ ინვესტორებს. ამის საუკეთესო მაგალითია ქართული სტარტაპების VREX ის წარმატება, რომელიც Start-up grind Tbilisi-ს საშუალებით წარსდგა ინვესტორების წინაშე, მიიღო დაფინანსება და 7000 სტარტაპიდან 50 საუკეთესო სტარტაპს შორის დასახელდა.

საბანკო სექტორის ინიციატივები

საბანკო სექტორმა თავის მხრივ მხარდაჭერა გამოუცხადა სტარტაპებს. თიბისი ბანკი მაღალი რისკის მიუხედავად მაინც განიხილავს სტარტაპებზე სესხის გაცემას, ამ სესხზე საპროცენტო შეღავათები არ მოქმედებს, თუმცა ბანკი სესხის გაცემასთან ერთად ეხმარება სტარტაპებს ბიზნეს გეგმის სრულყოფაში და ატრენინგებს მსურველებს სხვადასხვა მიმართულებით. თიბისი ბანკმა წამოიწყო სტარტაპების მხარდამჭერი პროექტი „თიბისი სტარტაპერი“, რომელიც ეხმარება სტარტაპებს ცნობადობის ზრდაში, ატარებს

ლონისძიებებს სადაც სტარტაპერებს აქვთ ნეთვორქინგის შესაძლებლობა, ასევე ეხმარება საქართველოში მოქმედ სტარტაპერებს ერთმანეთთან კომუნიკაციაში.

საქართველოს ბანკმა კი ქალ სტარტაპერებს შესთავაზა სესხი 10 000 ლარიდან და ატრენინგებს მსურველებს ბიზნესის დანყების მიმართულებით. საქართველოს ბანკმა ასევე გამოიჩინა ინიციატივა და სხვადასხვა დღესასწაულებზე ქართული სტარტაპების პოპულარიზაციის მიზნით საკუთარ ფიზიკურ და ონლაინ პლათფორმებზე წარადგინა მათი პროდუქტები.

თავი IV

კვლევა

სამაგისტრო ნაშრომის „დაფინანსების შესაძლებლობები სტარტაპებისთვის საქართველოში და მსოფლიოში“ ფარგლებში გამოვიკვლიეთ საქართველოში არსებული დაფინანსების შესაძლებლობები, თუ რამდენად ხელმისაწვდომია იგი ყველა მსურველისათვის და რამდენად მაღალია ცნობადობა დაფინანსების არსებობის შესახებ.

კვლევის ტიპი

საკვლევი თემის აქტუალობიდან გამომდინარე, გადავწყვიტეთ ჩაგვეტარებინა როგორც თვისებრივი, ასევე რაოდენობრივი კვლევა. ორივე კვლევა ჩატარდა სამიზნე აუდიტორიაში კითხვარის ელექტრონული ვერსიის გავრცელებით.

კვლევის მეთოდი და მისი რელევანტურობა

თვისებრივი კვლევის ჩატარების მიზანი იყო დაგვედგინა, თუ დაფინანსების რა რეალური შესაძლებლობები არსებობს საქართველოში, რამდენად ხელმისაწვდომია იგი მსურველისთვის და რა სირთულებებს აწყდებიან სტარტაპები ამ დაფინანსებების მისაღებად. ელექტრონული კითხვარის მეშვეობით გამოვიკითხეთ სტარტაპერები, რომლებსაც მონაწილეობა ქონდათ მიღებული სხვადასხვა პროექტებში დაფინანსების მიღების სურვილით და მათ მიიღეს ან ვერ მიიღეს დაფინანსება. ამ კითხვარის

საშუალებით ჩვენ მივიღეთ ინფორმაცია, თუ როგორ მიმდინარეობს საქართველოში დაფინანსების პროცესი, რამდენად შესაძლებელია მისი მიღება და რა გამოწვევებთან არის დაკავშირებული.

მეორეს მხრივ, იმისათვის რომ მკაფიოდ დაგვეჩვენა ზოგადი ცნობადობა სტარტაპ დაფინანსების შესაძლებლობებისა საქართველოში, ჩავატარეთ რაოდენობრივი კვლევა საზოგადოებაში. გამოკითხვის მიზანი იყო გვეჩვენა, თუ პროცენტულად რამდენი ადამიანია ინფორმირებული დაფინანსების არსებობის შესახებ და რა აფერხებთ მათ ამ დაფინანსების შესაძლებლობების გამოყენებაში.

კვლევის პროცედურა

კვლევების ჩასატარებლად გამოვიყენეთ კითხვარი, რომელიც ელექტრონული სახით გავავრცელეთ რესპოდენტებთან. კვლევის ჩატარების პროცესში წინააღმდეგობა არ შეგვხვედრია და მათმა უმრავლესობამ ამომწურავად გვიპასუხა. თვისებრივი კვლევისთვის შედგენილი კითხვარი მოიცავდა როგორც დახურულ, ასევე ღია კითხვებს. რესპოდენტებად შევარჩიეთ სტარტაპერები, რომლებმაც მიიღეს მონაწილეობა სხვადასხვა პროექტებში, მათგან უმეტესობამ დაფინანსება მიიღო, თუმცა რამოდენიმემ ვერ მიიღო. მათ დავეუკავშირდით ელექტრონული ფოსტის საშუალებით და გადავუგზავნეთ კითხვარი. კითხვები ორიენტირებული იყო გამოგვეკვლია თოთოეულის გამოცდილება და შენიშვნები დაფინანსების შესაძლებლობების მიმართულებით. კითხვარი დაყოფილი იყო რამოდენიმე სექციად, რათა გავვემიჯნა დაფინანსებული და დაფინანსების გარეშე დარჩენილი სტარტაპების დამოკიდებულებები.

რაოდენობრივი კვლევის კითხვარი მცირე რაოდენობის კითხვას მოიცავდა და ძირითადად ორიენტირი გვექონდა იმაზე, თუ რა ინფორმაცია ჰქონდათ დაფინანსების შესაძლებლობებზე სხვადასხვა ასაკის და პროფესიის მქონე პიროვნებას და თავად, თუ ფიქრობდნენ სტარტაპის შექმნაზე ან რა იყო ამ შესაძლებლობებზე უარის თქმის მიზეზი. კითხვარი გავავრცელეთ სოციალური ქსელის მეშვეობით და მივიღეთ 120 მდე რესპოდენტის პასუხი.

შედეგების ანალიზი

გამოკითხვამ გვიჩვენა, რომ 16 რესპოდენტიდან 77,8%-მა მიიღო დაფინანსება, 22,2%-მა კი ვერ მიიღო. დაფინანსებული სტარტაპების 56,3%-მა დაფინანსება მიიღო სახელმწიფო სექტორის მიერ, 43,8%-მა კი კერძო სექტორისგან. პროექტების უმეტესობა, რომელიც დასახელდა, როგორც დამფინანსებელი რგოლი, აღმოჩნდა სახელმწიფო სექტორი, კერძოდ: საქართველოს ინოვაციებისა და ტექნოლოგიების სააგენტოს პროგრამა “თანადაფინანსების გრანტები სტარტაპებისათვის”, ამას გარდა დასახელებულთა რიცხვში იყო UG startup Factory, Entrepreneurship Tbilisi 2017, სიცოცხლის ხე (სოციალური სანარმოსთვის).

კითხვაზე, თუ ბიზნესის რა ნაწილზე მოხდა დაფინანსების გაცემა, 42,9 %-მა აღმიშნა საწყისი ეტაპი, როდესაც ხდება იდეის განვითარება და საჭიროა პირველი ინვესტიციის განხორციელება. 35,7 %-ზე თანხები გაიცა იმ პერიოდში, როდესაც უკვე გაშვებული იყო პროდუქტის საპილოტე ვერსია ,14,3% -ისთვის დაფინანსდა საბოლოო პროდუქტის განვითარების ფაზა.

გამოკითხული სტარტაპერების უმრავლესობამ,57,1 %-მა მიიღო თანხა შემდეგ შუალედში 50001-100000, 5000 ლარამდე დაფინანსება გაიცა 21,4 % ზე, 50000-მდე - ასევე 21,4 % ზე და მხოლოდ 7,1 %-მა შეძლო 100001-150000 შუალედში თანხის მიღება.

დაფინანსების სანაცვლოდ წამოყენებულ მოთხოვნებში პირველ ადგილს იკავებს 85,7%-ით ორიგინალური იდეა და კარგი გუნდიშემდეგ მოდის თანხობრივი თანამონაწილეობა,სრულყოფილი ბიზნეს გეგმა და მხოლოდ 2 სტარტაპერის

შემთხვევაში დაფიქსირდა მოთხოვნადაფინანსების სანაცვლოდ კომპანიაში წილის შესახებ. მიმდინარე ეტაპზე დაფინანსების მიღება საკმარისი აღმოჩნდა 50%-ისთვის, 35,7%-ს ამავე დაფინანსებამ შესაძლებლობა მისცა შემდეგ ეტაპზე გადასულიყვნენ და მხოლოდ 14,3 %-ისთვის არ აღმოჩნდა საკმარისი და დაიწყეს დამატებითი დაფინანსების ძიება. რაც შეეხება წინააღმდეგობებს,რომელსაც ისინი შეხვდნენ,ძირითადად ეხება სახემწიფო პროექტის შემთხვევაში- გადაჭარბებულ ბიუროკრატიას,ხოლო კერძოს შემთხვევაში,უმრავლესობის აზრით,სირთულეები არ ყოფილა.

გარდა თანხობრივი დაფინანსებებისა,ისინი სარგებლობდნენ სხვადასხვა ბენეფიტით.სახელმწიფო დამფინანსებლების მხრიდან ძირითადად გამოიკვეთა უფასო კონსულტაციები და უფასო ტრენინგები,დანარჩენი 10 რესპოდენტის პასუხი გადანაწილდა უფასო სამუშაო სივრცეზე,ტექნიკურ ხელმისაწვდომობასა და სხვა დახმარებაზე. კერძო პროექტის შემთხვევაშიც დამატებითისარგებელი გამოიხატა უფასო კონსულტაციებით,თუმცა განსხვავებული არის 3 სტარტაპერის აზრი,რომლებსაც ფულადი რესურსის გარდა სხვასარგებელი არ მიუღიათ.

რაც შეეხება კმაყოფილების დონეს, სახელმწიფო პროექტისადმი დადებითად არის განწყობილი 10 რესპოდენტი, უკმაყოფილოა მხოლოდ 1, ხოლო კერძოს შემთხვევაში-5 კმაყოფილი და ასევე 1 უკმაყოფილო აღმოჩნდა. დამფინანსებლებს რეკომენდაციას უწევს ყველა რესპოდენტი. შემდეგ ეტაპზე გადასვლისთვის დაფინანსების მოპივება არ უცდია 57,1 %, მცდელობა იყო,მაგრამ ვერ დაფინანსდა 14,3 % და დანარჩენი რესპოდენტები მზადების პროცესში არიან,გარდა ერთისა ,რომელმაც უკვე მოიპოვა. მიზეზები,რის გამოც შემდეგ ეტაპზე გადასასვლელად დაფინანსება ვერ მიიღეს არის

შემდეგი: მათ სჭირდებოდათ კარგი ბიზნეს გეგმა და არ ჰყავდათ შესაბამისი კადრი, რომელიც დახმარებას გაუწევდა. ასევე, უცხოელი ინვესტორისგან

დაფინანსების მიღება რთული აღმოჩნდა, რადგან ისინი კომპანიის მიმართ ნდობის

მოსაპოვებლად პირველ რიგში ადგილობრივი ინვესტიციის განხორციელებას ითხოვდნენ. ხოლო, რაც შეეხება იმ მიზეზებს, რის გამოც ჯერ კიდევ არ უცდიათ დაფინანსების მიღება, რათა გადასულიყვნენ შემდეგ ეტაპზე არის სხვა ისეთი ინდივიდუალური ფაქტორები, როგორცაა: დროის უქონლობა, ნაკლები მზაობა, ან ჯერ კიდევ გამოუყენებელი თანხები პირველი დაფინანსებიდან. ყველაზე მნიშვნელოვანი ნაწილი, რომელზე აქცენტს გაკეთდა კითხვარის შედგენის დროს, ეხება იმ ნაკლოვანებებს/უპირატესობებს რაც განასხვავებს საქართველოს სახელმწიფო/კერძო დაფინანსებებს საზღვარგარეთული დაფინანსებებისაგან.

სახელმწიფო დაფინანსებების შემთხვევაში გამოიკვეთა მთელი რიგი

ნაკლოვანებები და უპირატესობები რაც გააჩნია საქართველოს საზღვარგარეთის სახელმწიფო სექტორისგან განსხვავებით:

საქართველოს სახელმწიფო სექტორის, როგორც დამფინანსებლის უპირატესობებია:

- მორგებულია ქვეყნის კანონმდებლობას, ბიზნეს გარემოს, ეკონომიკურ სიტუაციას
- ხელმისაწვდომია და გამჭვირვალეობა
- მიმზიდველი პირობები
- ნაკლები შეზღუდვა

ნაკლოვანებებია:

- ინფორმაციის ნაკლებობა
- ზედმეტი ბიუროკრატია ანგარიშების მომზადებისას
- თანხის ჩარიცხვის გაჭიანურება
- კონკურენციის დაბალი ხარისხი სტარტაპების სიმცირის გამო

- კომუნიკაციის სიმცირე
- არაკომპეტენტურობა
- დამატებითი დაფინანსების მისაღებად ხელშეწყობის არ არსებობა
- არათანმიმდევრულობა
- პროექტების არასწორი შერჩევა
- პრიორიტეტების არასწორი განსაზღვრა

საქართველოში არსებული კერძო სექტორის, როგორც დამფინანსებლის უპირატესობებია:

- კომერციალიზაცია ფასდება
- ბიზნესის ღირებულებას ექცევა ყურადღება

ნაკლოვანებებია :

- ინფორმაციის ნაკლებობა
- ზედმეტი ბიუროკრატია
- თანხის ჩარიცხვის გაჭიანურება
- ბიუჯეტში ცვლილებების შეტანაზე პრობლემის შექმნა
- საინვესტიციო ხარჯების დეფიციტი
- გადამეტებული კონტროლი
- საჭირო კადრების ბაზის არ ქონა
- ბიზნეს გეგმის შედგენაში ჩაურევლობა
- მცირე ბიუჯეტის პროექტები
- დროში განვლილი ტრენინგები
- არაკომპეტენტური დამოკიდებულება
- არაპროგნოზირებადობა
- ნაკლები მზაობა ეკოსისტემაში ინტეგრირებისთვის

გამოკითხულთა შორის არის 2 რესპოდენტი, რომლებმაც მონაწილეობა მიიღეს დაფინანსების პროცესში, მაგრამ მათი იდეა არ დაფინანსდა. საინტერესო აღმოჩნდა მათი აზრით რა გახდა ამის მიზეზი. გამოიკვეთა შემდეგი დეტალები: ერთის მხრივ, მიზეზი გახდა იდეის არაპრეზენტაბელურობა, ხოლო მეორე იდეის ავტორი უარის თქმის მიზეზს ნდობას უკავშირებს. ორივე მათგანი სამართლიანად მიიჩნევს გადანყვეტილებას და მათი მხრიდან მეტი მონდომების შემთხვევაში წარმატების შესაძლებლობაზეც საუბრობენ.

წინააღმდეგობაზე საუბრისას, კერძო პროექტის შემთხვევაში ასახელებენ არაკომპეტენტურობას და გაუმჭვირვალობას. მიუხედავად ამისა მათდამი ნეიტრალური დამოკიდებულება გააჩნიათ და მომავალშიც გეგმავენ მსგავს პროექტებში მონაწილეობას.

რეკომენდაციები, რომელსაც უწევენ დამფინანსებლებს არის ის, რომ მოითხოვენ მათგან უფრო მეტ ჩართულობას და ჩაღრმავებას იდეის არსში. როგორც აღნიშნეს, დამფინანსებლები უფრო მეტად ორიენტირებული არიან მაღალტექნოლოგიურ იდეებზე და ნაკლებად აქცევენ ყურადღებას სხვა იდეებს.

რაც შეეხება იმ ნაკლოვანებებს რაც გააჩნია მათი აზრით საქართველოს სახელმწიფო სექტორს, როგორც დამფინანსებელ რგოლს, არის ის, რომ ისინი ცდილობენ მსოფლიო სტანდარტების დამკვიდრებას ქვეყანაში და არ არიან მორგებული არსებულ ბიზნეს გარემოზე. მათ მიერ გაცემული გრანტები ძირითადად ეხება რეგიონების განვითარებას, ასევე აკლიათ გამოცდილება, თუმცა პროდუქტის რეკლამირებაში ეხმარებიან მენარმეებს.

კერძო პროექტების შემთხვევაში კი, ინვესტორები მაღალ წილობრივ მონაწილეობას ითხოვენ კომპანიაში და ძირითადად ორიენტირებული არიან შემოსავლების მიღებაზე, რის გამოც მენარმეებს ბიზნესის კეთების სურვილი აღარ უჩნდებათ.

რაც შეეხება რაოდენობრივ კვლევას, მასში მონაწილეობა მიიღო 116-მა რესპოდენტმა, გამოკითხულთა შორის იყვნენ ყველა ასაკობრივი ჯგუფის ადამიანები, მათ შორის უმეტესობა სტუდენტები, როგორც დასაქმებულები, ასევე თვითდასაქმებულები.

კვლევამ გვიჩვენა, რომ გამოკითხულთა 79,3 % არის ინფორმირებული სტარტაპების დაფინანსების არსებობის შესახებ როგორც საქართველოში ასევე საზღვარგარეთ. ძირითადად მათ სმენიათ საქართველოს სახელმწიფო და კერძო სექტორების შესახებ, მათ შორის დომინირებს აწარმოე საქართველო, სტარტაპ საქართველო, თიბისი სტარტაპერი. გამოკითხულთა 62,1%-ს სურვილი აქვს ჩაერთოს დაფინანსების პროცესში და მხოლოდ 37,9% ამბობს მასზე უარს. უარის მიზეზი არის სხვადასხვა. კერძოდ, 46 %-ს არ აქვს კარგი იდეა წარსადგენად, 33,3 %-ისთვის ბევრ სირთულესთან ასოცირდება, 25,4% ბუნდოვანი პირობების გამო იკავებს თავს, 9,5%-ის აზრით ყველაფერი ნაცნობივით ხდება, 7,9% ფიქრობს, რომ მოთხოვნები დამფინანსებლებს ძალიან მაღალი აქვთ, დანარჩენი კი ძირითადად დროითი რესურსის სიმცირეს ასახელებს.

შედეგების ინტერპრეტაცია

ჩატარებული კვლევა მნიშვნელოვან როლს თამაშობს პრობლემის დასმის საკითხში, რაც შეიძლება გამოიყენონ დამწყებმა მენარმეებმა. მათ ექნებათ წინასწარ განსაზღვრული, თუ სირთულეებს შეიძლება წააწყდნენ დაფინანსების მიღების პროცესში. რას აქცვენ უფრო მეტად ყურადღებას დამფინანსებლები და რა აუცილებელი ფაქტორებია გასათვალისწინებელი.

თავის მხრივ, დამფინანსებლებს ექნებათ საშუალება გაეცნონ რა მოლოდინები აქვთ დამწყებ მენარმეებს, რა კუთხით სჭირდებათ მათ უფრო მეტად მხარდაჭერა და რაში ხელდავენ პრობლემას სახელმწიფო/კერძო სექტორთან ურთიერთობისას.

კონკრეტულად ამ საკვლევმა პროექტმა მომავალში უნდა გადაჭრას ის პრობლემები დაფინანსების პროცესში, რაც დღეს არსებობს. დაფინანსების მსურველებმა უნდა დაიწყონ ზრუნვა უკეთესი ბიზნეს გეგმების შემუშავებაში, იდეები უნდა გახდეს უფრო მეტად ინოვაციური, რომლის განვითარებაზეც ერთ გუნდად შეკრული მენარმეები იზრუნებენ. დამფინანსებელმა სექტორმა არ უნდა დაიშუროს თანხები ბიზნესის დასაფინანსებლად, რომელსაც დიდი პოტენციალი აქვს. უნდა გაითავისოს ისიც, რომ ფინანსების გარდა მათ

სჭირდებათ სხვა ხელშეწყობა, როგორცაა: ბიზნეს გეგმის განწერაში დახმარება, სამუშაო სივრცის გამოყოფა, ტექნოლოგიებზე ხელმისაწვდომობა, უფასო ტრენინგები და კონსულტაციები.

კვლევის პროცესში გვსურდა გამოგვეკითხა დამფინანსებელი სექტორი, რათა მიგვეღო ამომწურავი ინფორმაცია. სირთულეს წარმოადგენდა ის ფაქტი, რომ მათთან უშუალო კავშირი ვერ შედგა. თუმცა ამან კვლევაზე, დიდი ზეგავლენა არ მოახდინა. ჩვენ შევძელით ის ინფორმაცია გამოგვეყენებინა, რაც საჯაროდ არის გავრცელებული ვებ-საიტების საშუალებით.

კვლევის შედეგად მიღებული ცოდნა დაეხმარება ყველას, ვისაც აქვს სურვილი გახდეს მენარმე და მიიღოს დაფინანსება, ან ჰქონდა მცდელობა და ვერ მიიღო თანხები/მიიღო, მაგრამ კვლავ სჭირდება სახსრები შემდეგ ეტაპებზე გადასასვლელად.

ამასთანავე, დამფინანსებლები მოიპვებენ უპირატესობას იმ კუთხით, რომ გაანალიზებენ არსებულ მდგომარეობას და იფიქრებენ გამოსწორების გზაზე. მათ ექნებათ ინფორმაცია კონკრეტულ საჭიროებებზე და მათი ხელდასა დაფინანსების საკითხში შეიცვლება უკეთესი შედეგების მისაღებად.

დასკვნა

დაფინანსების შესაძლებლობები საქართველოში და მსოფლიოში დღითი დღე იზრდება. სახელმწიფოები ორიენტირებულები არიან თავიანთი ქვეყნის ფარგლებში შექმნილი სტარტაპების ხელშეწყობასა და დაფინანსებაზე, რაც მათი ინტერესიდან გამომდინარეობს. წარმატებული სტარტაპი იმ ქვეყნის წარმატების გარანტია, რომელშიც იგი დაფუძნდა და რომლის სახელითაც ოპერირებს მსოფლიოში, ხოლო კერძო ინვესტორები მსოფლიოს მასშტაბით ეძებენ წარმატებულ ბიზნეს იდეებს და აფინანსებენ

მათ, რადგან მათი ინტერესი უფრო მეტად გლობალურია ვიდრე ლოკალური. კერძო დამფინანსებლების მთავარი მოტივაციაა სტარტაპის მაქსიმალური კომერციალიზაცია და აქციების ფასის ზრდა რადგან საბოლოო ამონაგები კოლოსალურ თანხას შეადგენდეს. ორივე სახელმწიფო და კერძო დაფინანსებების ინტერესები დადებითად აისახება სტარტაპ ეკოსისტემის განვითარებაზე და სტარტაპების წარმატებაზე. საქართველოს შემთხვევაში სახელმწიფო ინიციატორი იყო ქვეყანაში სტარტაპ ეკოსისტემის შექმნისა და დაფინანსებების გაცემისა, რამაც გააძლიერა ქართული სტარტაპ ეკოსისტემა და დროთა განმავლობაში ბაზარზე გამოჩნდნენ კერძო ინვესტორებიც. თუმცა კვლევამ აჩვენა, რომ საზოგადოების დიდ ნაწილში სტარტაპების შექმნის იდეა ჯერ კიდევ ვერ სარგებლობს დიდი პოპულარობით, საზოგადოებია ორიენტირებულია მცირე და საშუალო ბიზნესების განვითარებაზე. რაოდენობრივი კვლევის ანალიზის დროს დადგინდა, რომ მოსახლეობის უმეტესობას ნაკლები ინტერესი აქვს სტარტაპების მიმართ, რაც პირდაპირ კავშირშია იმ პრობლემასთან, რაც თვისებრივი კვლევის შედეგების განხილვისას აღმოჩნდა. ერთ-ერთი ძირითადი გამონვევა რაც არსებობს საქართველოში სახელმწიფო/კერძო დამფინანსებლების წინაშე ეს არის დაბალი კონკურენცია, რის გამოც დაფინანსებას ხშირად სუსტი გუნდები იღებენ.

რეკომენდაციები

იმისთვის, რომ გაძლიერდეს ქვეყნის ეკონომიკა, გახდეს ცნობადი, როგორც რეგიონულ, ასევე საერთაშორისო დონეზე, მოიზიდოს მეტი ინვესტორი, საჭიროა გადადგას გონივრული ნაბიჯები სტარტაპ ეკოსისტემის განვითარების კუთხით. სახელმწიფო სექტორმა უნდა იზრუნოს გასცეს მეტი დაფინანსება ისეთ პროექტებზე, რომელიც ქვეყნის წინსვლას შეუწყობს ხელს, განავითარებს ადგილობრივ ბაზარს და საშუალებას მისცემს მენარმეებს ფეხი აუწყონ გლობალურ ტენდენციებს.

დაფინანსების გაცემის გარდა სასურველია და როგორც კვლევები ადასტურებს მენარმეებისთვის საჭიროა სხვა ტიპის დახმარებებზე აქცენტის გაკეთება, როგორცაა

ბიზნეს გეგმის შემუშავება, ტექნოლოგიური უზრუნველყოფა, კონსულტაციები და ტრენინგები, რეკლამირება, დამატებითი ფინანსური წყაროების მოზიდვა.

როგორც ვნახეთ, საზღვარგარეთული დაფინანსებები ბევრად უფრო მიმზიდველი პირობებით გამორჩევა, ამის გამო, საქართველო არ უნდა ცდილობდეს უცხოური სისტემის იდენტურის ჩამოყალიბებას, რადგან არსებული ქართული ბაზარი და ეკონომიკური გარემო არ შეესაბამება უცხოეთში არსებულ სიტუაციას. საჭიროა დაფინანსებების გაცემის პოლიტიკა მორგებული იყოს ჩვენი ქვეყნის მდგომარეობაზე.

ბიბლიოგრაფია

Kidder, D., 2013, The Startup playbook. San Francisco: Chronicle Books, p.12.

Graham, P., 2012. *Startup= growth. self published online article, Article source: <http://www.paulgraham.com/growth.html>, [Accessed 7 Jun. 2019].*

Kopp, Rochelle & Steven Ganz. 2016. *Valley speak: deciphering the jargon of Silicon Valley. Redwood City: Genetius Publishing, p 12,32,38.*

Brewer, R., 1979. *Energy Flow in the Ecosystem. Philadelphia: W. B. Saunders Company.*

Yubas, M., 2016, *How to Get Funding for Your New Product Idea, Published by Broadword Publishing, London.*

Verdonik, J., 2016, *Crowdfunding Opportunities and Challenges (Place of Publication Not Identified: LULU Publishing SERVICES, p 17.*

Salido, E., Mark Sabas. And Pedro Freixas, 2013, *The Accelerator and Incubator Ecosystem in Europe.*

Miller, P., Kirsten Bound, 2011, *The Startup Factories: The rise of accelerator programmes to support new technology ventures. London: NESTA*

Y Combinator, 2019, www.ycombinator.com [Accessed 7 Jun. 2019].

McKaskill, T., 2009, "An Introduction to Angel Investing: A guide to investing in early stage entrepreneurial ventures", Australia, p.2,3

Cremades, A., 2018, *50 Angel Investors Based On Investment Volume And Successful Exits, Forbs, [online] <https://www.forbes.com/sites/alejandrocremades/2018/08/05/top-50-angel-investors-based-on-investment-volume-and-successful-exits/>*

Wbaforum, 2019, <http://www.wbaforum.org/world-statistics-of-angel-investment/index.html> [Accessed 7 Jun. 2019].

Kenton, W. (2019). *Crowdfunding. [online] Investopedia. Available at: <https://www.investopedia.com/terms/c/crowdfunding.asp> [Accessed 7 Jun. 2019].*

KPMG enterprise (2019). Venture plus Q4 2018. Global analysis of venture funding. [online] KPMG enterprise, p.3. Available at: <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/xx/pdf/2019/01/kpmg-venture-pulse-q4-2018.pdf> [Accessed 28 May 2019].

"Fundraise on SeedInvest.", 2019, SeedInvest., <https://www.seedinvest.com/raise>, [Accessed 7 Jun. 2019].

"The Y Combinator Deal." Y Combinator, <https://www.ycombinator.com/deal/>, [Accessed 7 Jun. 2019].

Techstars FAQ | The Global Network That Helps Entrepreneurs Succeed." Techstars, <https://www.techstars.com/faq/>, [Accessed 7 Jun. 2019].

Berger Roland. Lessons from the start-up nation. How global companies are tapping into Israel's innovation pipeline and what other countries can learn. (2016)

"Early Stage Companies Incentive Program". 2019. Israel Innovation, <https://innovationisrael.org.il/en/program/early-stage-companies-incentive-program>, [Accessed 7 Jun. 2019].

Miller, P. and Stacey, J. (2014) 'Good Incubation: The craft of supporting early-stage social ventures.' London: Nesta. Quoted in Nestas Practice guides: What is an Accelerator Programme. London, Nesta, 2014

Strom-Olsen, N. and Haaland, H. (2016). Startup Europe: The Entrepreneurs Transforming Europe. 1st ed. Frekk Forlag, p 123

საქართველოს ინოვაციებისა და ტექნოლოგიების სააგენტო, 2016, NEWSLETTER წლის მნიშვნელოვანი ფაქტები, [online] <https://gita.gov.ge/res/docs/newsletter1.pdf>, [Accessed 7 Jun. 2019].

gita.gov.ge. (2019). ჩვენ შესახებ. [online] Available at: <https://gita.gov.ge/geo/static/3> [Accessed 7 Jun. 2019].

Enterprisegeorgia.gov.ge. (2019). პროგრამის "ანარმოე საქართველოში" შედეგები / სიახლეები / ანარმოე საქართველოში. [online] Available at: <http://www.enterprisegeorgia.gov.ge/> [Accessed 7 Jun. 2019].

www.on.ge , 2018, სტარტაპები, როგორც ქვეყნის ეკონომიკური განვითარების პერსპექტივა - ინტერვიუ ავთანდილ კასრაძესთან, <https://bit.ly/2QSF1bK>, [Accessed 7 Jun. 2019].

კვლევის შედეგები:

კვლევა სტარტაპებისთვის: <https://bit.ly/2K3YpJ8>

ზოგადი კვლევა: <https://bit.ly/2K3BnSp>