

УДК 005.342:005.71-027.31](075.8)

Волинець С. О.

здобувач вищої освіти

Національний університет «Києво-Могилянська академія»

МЕТОДИ ЕФЕКТИВНОГО РОЗВИТКУ СТАРТАПІВ

Стартапи є важливою частиною сучасного економічного становища різних країн. Вони допомагають розвивати інновації, створювати нові робочі місця, а також підтримувати економічний розвиток держав. Проте процес створення нового бізнесу завжди непередбачуваний і дуже часто складний, що обумовлено великою кількістю факторів, які впливають на успішність чи неуспішність бізнесу. Тому дослідження чинників впливу на стартапи є вкрай необхідним для підвищення результативності їхньої діяльності. Окрім цього важливо досліджувати методи, якими послуговуються керівники стартапів на початкових етапах, тому що вони безпосередньо впливають на умови, у яких стартап починає свою діяльність.

Дослідженнями стартапів в науковому просторі займалися О. Мрихіна [6], С. Бланк [11], А. Гхезі [13, 14]. Тематика ідей, які найчастіше висвітлені у роботах цих дослідників охоплює визначення і розвиток стартапів, основні причини провалу стартапів, дослідження різних бізнес-моделей та порівняння їх між собою.

На сьогоднішній день відомо декілька тлумачень поняття «стартап». Наведемо декілька прикладів: 1) стартап – це невелика компанія, яка хоче масштабуватись [11]; 2) стартап – це нова компанія на ринку, яка бажає реалізуватись за короткий термін і з невеликими інвестиційними вкладками [4, с. 21]; 3) стартап – це нова, інноваційна компанія, яка реалізує себе на ринку і передбачає отримання економічного прибутку в короткі терміни [5, с.26]. Як ми можемо бачити всі вищенаведені визначення об'єднані такими ознаками як новітність, невеликий розмір, можливий швидкий зріст компанії в умовах ринку. Також хочемо виділити основні етапи розвитку стартапів. На сьогоднішній день науковці не дійшли до чітко визначеної класифікації, тому ми послуговуватимемось системою Дергачової [8].

Основними етапами розвитку стартапу за цією системою визначають: 1) ідею, тобто підготовчий процес, що передуює

створенню стартапу, впродовж якого з'являється ідея чи гіпотеза, яка в подальшому стає втілена у вигляді продукту чи послуги. Основними завданнями цього етапу є дослідження ринку, вивчення конкурентів, аналіз потреб і споживачів; 2) розробку стартапу, впродовж якої зазвичай створюють бізнес план чи звичайний план необхідний для реалізації ідеї у життя; 3) тестування чи перевірку ідеї на життєздатність в умовах ринку; 4) впровадження – тобто створення і запуск стартапу, впродовж якого головним завданням є привернення уваги споживачів та ефективно просування свого продукту/послуги на ринку; 5) масштабування чи вихід бізнесу на нові ринки, залучення інвестицій, збільшення обсягу продажів чи частки ринку [8, с.25-27].

Вищенаведені етапи розвитку стартапу показують наскільки важливе початкове планування для стартапів у мінливих умовах ринку. Зокрема цю тему досліджувала О. Мрихіна, зазначаючи: «чим вдалішою є обрана підприємством модель провадження бізнесу, тим стійкішою й ефективнішою буде реалізація його стратегії надалі, а організування бізнес-процесів набуде оптимальності» [6, с. 66]. Відповідно у практичному застосуванні було описано різні методики, чи як їх називають бізнес-моделі, які допомагають ефективно показати організаційний та економічний потенціал для розвитку підприємства.

Нижче ми опишемо три методики реалізації стартапів: Business Model Canvas, Customer Development і Lean Startup. Вони найчастіше застосовуються стартапами для планування та подальшого розширення своєї діяльності.

Ми розпочнемо із методу Business Model Canvas. Основний процес розробки стартапу за цим методом полягає у виокремленні та розробці 9 ключових показників для успішності майбутнього стартапу. О. Бланк описав їх як: 1) цінність (value proposition); 2) аудиторія (customer segments); 3) канали (channels); 4) профіль користувача (customer interface); 5) ключові активності (key activities); 6) ресурси (key resources); 7) партнери (key partners); 8) модель монетизації (revenue model); 9) цінова структура (cost structure). Основний процес який варто зробити, це перевірити різні гіпотези з цих дев'яти блоків, після чого буде легше сформулювати кінцевий вигляд свого стартапу [11].

Метод Customer Development фокусується на пошуку споживачів, їхньому аналізі та розумінні їхньої поведінки, потреб та

пошуку рішень, які задовольняють потенційних користувачів і знизять загальні ризики провалу стартапу. Як ми бачимо, споживачі є пріоритетом для цього методу, оскільки стартапи на початкових етапах більше розвивають споживачів ніж знайомляться із їхніми продуктами [17].

Lean Startup - це методика, яка допомагає на початкових етапах планування та розвитку стартапів. У її основі лежить декілька ключових принципів, які вирізняють її з поміж інших методів розвитку стартапів. Першим таким пунктом визначають створення базисної гіпотези, яку потім перевіряють та допрацьовують у результаті діяльності стартапу. Цю гіпотезу зазвичай реалізують у вигляді мінімально-життєздатного продукту (*minimal viable product*), який можливо випускати на ринок і представляти споживачам [11]. Наступним етапом є перевірка гіпотези у режимі реального зворотного зв'язку. Найчастіше стартапи відшукують свою цільову аудиторію на ринку, після чого демонструють їм прототип продукту і просять надати свої коментарі. Таким чином, цей метод полягає у безперервному діалозі між стартапом та споживачем. Основні переваги цього методу полягають у:

- 1) Чіткому розподілі обмежених ресурсів, які спрямовуються на вдосконалення продукту чи послуги відповідно до фідбеку споживачів;

- 2) Зменшуються терміни розробки продукту, що також допомагає зі зменшенням кількості початкових інвестицій, а також прогнозує швидший вихід на ринок;

- 3) Безпосередня співпраця із споживачами також допомагає знизити ризики провальності продукту і стартапу в непередбачуваних ринкових умовах.

Після опису всіх трьох методів можемо бачити як спільні так і відмінні риси між ними. Насамперед, зосередимось на спільних рисах, а саме на факті, що метод Lean Startup має у своєму змісті частину від методу Customer Development, точніше звернення до безпосередньої аудиторії у пошуку фідбеку на свої продукти і послуги з метою вдосконалення. Також варто зазначити про спільну рису між методами Lean Startup і Business Model Canvas, що полягає у побудові та перевірці різних гіпотез щодо функціонування свого стартапу. Якщо ж аналізувати відмінності ми можемо спостерігати, що метод Business Model Canvas є доволі теоретичним і більше сконцентрований на плануванні стартапу в ключових дев'яти

методиках, коли Customer Development та Lean Startup концентруються на практичному розробленні продукту, який після цього видозмінюється за допомогою зворотного зв'язку споживачів.

Таким чином, у даному дослідженні було коротко описано основні тези щодо поняття стартап, його етапи розвитку та три методики, які використовують для планування стартапу. Подальше дослідження може орієнтуватись на більш детальне порівняння описаних методів між собою, пошук їхніх недоліків, опис даних методів на практичних прикладах стартапів та можливі способи їхнього вдосконалення.

Список використаних джерел:

1. Волинець Н. О., Яценко О. В. Особливості формування бізнес-плану для стартапу. *Актуальні проблеми природничих і гуманітарних наук у дослідженнях молодих учених «Родзинка – 2019»*. 2019. С. 75–76.
2. Сутність поняття «startup» як економічної категорії, типологія/ Л. М. Ганас та ін. *Щомісячний інформаційно–аналітичний журнал*. 2019. Т. 3, № 1. С. 20–25.
3. Дергач А. В., Дюгованець О. М., Гончар Г. П. Механізм управління діяльністю стартапів. *Економіка та держава*. 2021. № 89. С. 79–84.
4. Іванченко Н. О., Подскребко О. С., Сідлецька А. О. Основні проблеми та перспективи розвитку ринку стартапів в Україні. *Бізнес Інформ*. 2020. № 4 (507). С. 303–311.
5. Касич А. О., Джура А. М. Стартапи як форма підприємницької діяльності: поняття, значення, зарубіжний досвід. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. № 2. С. 24–31.
6. Козевич Р. І., Мрихіна О. Б. Сучасні особливості бізнес-моделювання українських підприємств. *Collection of scientific papers "SCIENTIA"*. 2020. С. 66–67.
7. Ковальова А. Ю. Підходи до створення успішного стартапу: світовий досвід. *Стратегія економічного розвитку країн в умовах глобалізації: збірник наукових праць*. Дніпро, 2014. С. 111–113.
8. Менеджмент стартап проектів : підручник для студентів технічних спеціальностей другого (магістерського) рівня вищої освіти / О. А. Гавриш, В. В. Дергачова, М. О. Кравченко та ін.; Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, Видавництво «Політехніка», 2019. 337 с
9. Паладченко О. Ф. Подолання основних проблем у діяльності стартапів: досвід ЄС для України. *Наука, технології, інновації*. 2017. № 3. С. 52–60
10. Ситник Н. І. Концептуальні основи стартапів: їх сутність і класифікація. *Бізнес Інформ*. 2016. № 8 (463). С. 64–68.
11. Черкас О. А. Особливості фінансування стартапів в Україні. *Збірник тез доповідей укладено за матеріалами доповідей наукової інтернет-*

конференції з економіки, інформаційних систем і технологій, психології та педагогіки "Світ наукових досліджень". 2021. № 6. С. 61–63.

12. Aleisa E, Recker J, Liddle R, Brown T. *Startup Ecosystems: Study of the Ecosystems Around the World; Focusing on Silicon Valley, Toronto and Moscow. Project Report.* 2013.

13. Bajwa, S. S., Wang, X., Nguyen Duc, A., & Abrahamsson, P. (2016). "Failures" to be celebrated: an analysis of major pivots of software startups. *Empirical Software Engineering*, 22(5), 2373–2408.

14. Blank, Steve. "Why the lean start-up changes everything." (2018).

15. Bortolini, Rafael Fazzi, Marcelo Nogueira Cortimiglia, Angela de Moura Ferreira Danilevicz, and Antonio Ghezzi. "Lean Startup: a comprehensive historical review." *Management Decision* (2018).

16. Ghezzi, Antonio, and Angelo Cavallo. "Agile business model innovation in digital entrepreneurship: Lean startup approaches." *Journal of business research* 110. 2020. C. 519-537.

17. Ghezzi, A., Cavallaro, A., Rangone, A. and Balocco, R A Comparative Study on the Impact of Business Model Design & Lean Startup Approach versus Traditional Business Plan on Mobile Startups Performance. In *ICEIS* (3) (pp. 196-203).

18. Oliva FL, Kotabe M. *Barriers, practices, methods and knowledge management tools in startups.* *Journal of knowledge management.* 2019.

19. Silva, Diego Souza, et al. "Lean Startup, Agile Methodologies and Customer Development for business model innovation: A systematic review and research agenda." *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research* 26.4 (2020): 595-628.

20. York, Jonathan L., and Jeffrey E. Danes. "Customer development, innovation, and decision-making biases in the lean startup." *Journal of small Business strategy* 24.2 (2014): 21-40.

Volska O.

*doctor of Public Administration Sciences, professor,
professor Department of Humanities and Social Sciences and
Innovative Pedagogy, Kherson State Maritime Academy*

THE INFLUENCE OF SOCIO-PSYCHOLOGICAL MANAGEMENT METHODS ON THE STRESS LEVEL OF SEAFARER

The maritime is a complex industry that requires high professionalism, special knowledge and skills. Working on a ship requires the use of heavy physical labor in very specific conditions with a high degree of danger to the life and health of a specialist. The negative side of