

Срібна Є.В.,

здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,

четвертого курсу спеціальності: 073 Менеджмент,

Науковий керівник: професорка **Ушкаренко Ю.В.,**

Херсонський державний університет

РОЗРОБКА СТРАТЕГІЙ ПОДОЛАННЯ КРИЗИ ІННОВАЦІЙНИХ СТАРТАПІВ ЧЕРЕЗ ВПРОВАДЖЕННЯ БІЗНЕС-МОДЕЛІ

Світ швидко змінюється і найбільшими рушіями економіки сьогодні є інновації, інформаційні технології та наука. Інноваційні стартапи можуть стати основою економічного розвитку і навіть економічного зростання. Україна має повільніший темп розвитку стартап-проектів порівняно з європейськими країнами, такими як Великобританія та Німеччина. Тим не менш, в Україні є велика кількість розробників програмного забезпечення та динамічна стартап-екосистема з такими успішними стартапами, як Gitlab, Grammarly, People.ai та Liki24. Однак індустрія технологічних стартапів перебуває в кризі через пандемії та повномасштабне вторгнення.

Однією з причин невдач багатьох стартапів є те, що вони обрали нежиттєздатну бізнес-модель. Бізнес-модель – це спрощена версія бізнесу, його потоків доходів і цінності, яку він створює для своїх користувачів, описує, як організація створює, доставляє та фіксує цінність (економічну, соціальну чи іншу) для своїх клієнтів [3]. Включає в себе елементи бізнесу, такі як бізнес-ідея, фінансове забезпечення, основна діяльність, грошові потоки, маркетинг і стратегія розвитку.

Практичне значення бізнес-моделі для стартапів полягає в її призначенні [3]:

- оцінити та проаналізувати ефективність стартапів у порівнянні з іншими подібними бізнес-ідеями;
- оцінити потенціал та інвестиційну привабливість стартапів;

— визначити вартість бізнесу, обсяг грошових потоків, що надходять у бізнес та виходять з нього, а також базові параметри ціноутворення;

— оптимізувати бізнес-ідею зі стратегічної точки зору та максимізувати створення цінності для клієнтів та інших зацікавлених сторін.

Бізнес-моделі можна розділити на типи відповідно до характеристик організації бізнесу та способу отримання доходу. У табл. 1 представлені можливі типи бізнес-моделей відповідно до основних видів діяльності стартапу.

Таблиця 1

Основні види бізнес-моделей залежно від особливостей ключової діяльності стартапів

| Вид бізнес-моделі | Характеристика | Приклад компаній / стартапів |
|---|--|--|
| 1 | 2 | 3 |
| Модель «Виробник» | бізнес, в основі якого лежить виготовлення продукції з сировини, комплектуючих та продаж посереднику чи безпосередньо кінцевому споживачу. | BMW, IBM, ПрАТ «Чумак» |
| Модель «Дистриб'ютор» | передбачає закупівлю продукції у виробників та розповсюдження її роздрібним продавцям чи кінцевим споживачам. | DDS, ELKO, Diawest, група компаній «Всесвіт» |
| Модель «Роздрібний продавець (ритейлер)» | в основі бізнес-моделі здійснення торговельної діяльності, де клієнтом виступає кінцевий споживач (населення). | Walmart, «АТБ-Маркет» |
| Модель «Франчайзинг» | модель, за якої одна сторона (франчайзер), що володіє успішним бізнесом, відомою торговою маркою, ноу-хау дозволяє іншій стороні (франчайзі) користуватися цією системою на певних умовах та сплачуючи роялті. | McDonald's, Novus |
| Модель «Електронна комерція (e-commerce)» | передбачає здійснення комерційної діяльності дистанційно з використанням інформаційно-телекомунікаційних систем [9]. | Taobao.com, TMall.com, Amazon, Prom.ua |

| | | |
|---------------------|---|---|
| Інтегрована модель | передбачає присутність бізнесу як в Інтернеті, так і в режимі офлайн. | Епіцентр, Rozetka, ZARA, Ikea |
| Модель «Передплата» | бізнес-модель, що базується на ідеї продажу товару чи послуги для отримання щомісячного (щорічного) періодичного доходу від підписки. Це дає змогу утримувати клієнтів та отримувати періодичні доходи за допомогою платної підписки, довгострокових договорів. | Netflix, HotPod, Forbes |
| Модель «Фриміум» | компанії пропонують частину послуг безплатно, а за інші існує визначена плата. Може існувати кілька тарифних планів. Прибутки стартап може акумулювати через рекламу чи інші канали. | Dropbox, стартапи Grammarly |
| Модель «Агентство» | модель, що передбачає співпрацю з іншими суб'єктами щодо надання послуг на умовах аутсорсингу (охорона, збір інформації, реклама, підбір персоналу, цифровий маркетинг, піар тощо). | Associated Press (AP), Reuters, Defense |

*Створено автором на основі джерел [1;4]

Вибір бізнес-моделі має значний вплив на успіх стартапу. Для того, щоб визначити правильну бізнес-модель стартапу, майбутні проекти повинні пройти через наступні дев'ять пунктів шаблону Lean Canvas: сегмент клієнтів; проблема плюс доступні альтернативи; джерело доходу; рішення; унікальна ціннісна пропозиція; канали зв'язку з клієнтами; ключові показники; витрати; несправедлива конкурентна перевага [2]. Детальна інформація в кінцевому підсумку допоможе стартапу обрати основну та допоміжні бізнес-моделі.

Розробка стратегій подолання кризи інноваційних стартапів через впровадження нових бізнес-моделей є важливим кроком для сталого розвитку стартапів у конкурентному ринковому середовищі. Аналіз поточної ситуації, вивчення ринку та конкурентів, розробка бізнес-моделей, орієнтованих на цільові потреби, та впровадження інноваційних підходів є ключовими елементами

успішної стратегії. Враховуючи специфіку українського ринку та виклики, з якими стикаються стартапи в країні, важливо підкреслити необхідність гнучкості та адаптивності в процесі розробки та впровадження бізнес-моделей. Успішні стратегії виходу інноваційних стартапів з кризи базуються на ефективному управлінні, постійному моніторингу та аналізі результатів і готовності швидко коригувати стратегії у відповідь на зміни у внутрішньому та зовнішньому середовищі.

Список використаних джерел

1. Гавриш О. А., Бояринова К. О., Копішинська К. О. Розробка стартап-проектів: навч. посіб. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського. 2019. 188 с.
2. Сак Т. В. Електронна комерція: світові тренди, діагностика, стратегічні орієнтири. *Маркетинг і цифрові технології*. 2021. Т. 5. № 3. С. 30–42. URL: <https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/146> (дата звернення: 18.02.2024).
3. Скриль В. В. Бізнес-моделі підприємства: еволюція та класифікація. *Економіка і суспільство*. 2016. № 7. С. 490–496. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/7_ukr/82.pdf (дата звернення 18.02.2024).
4. Подальчак Н. Ю., Шаповалова Т., В. Технології розробки стартапів: навч. посіб. К.: МФСА. 2021. 128 с.