

Маковоз Оксана

доктор економічних наук, доцент
професор кафедри менеджменту та оподаткування
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»
м. Харків, Україна

Вакарева Єлизавета

студентка Навчально-наукового інституту
економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»
м. Харків, Україна

Oksana Makovoz

Dr.sc.(Econ.), associate professor,
professor of department of management and taxation
National technical university «Kharkiv polytechnic institute»
Kharkiv, Ukraine

Ielyzaveta Vakareva

student of the Educational and Scientific Institute of Economics,
Management and International Business
National technical university «Kharkiv polytechnic institute»

ДИЗАЙН-МИСЛЕННЯ ПРИ СТВОРЕННІ БІЗНЕС-ПЛАНУ СТАРТАПУ DESIGN THINKING DURING THE CREATION OF A STARTUP BUSINESS PLAN

У сучасних умовах господарювання вітчизняний бізнес знаходиться у активному пошуку найкращого способу задоволення потреб своїх клієнтів. Сьогодні для отримання конкурентних переваг на ринку суб'єкти господарювання повинні бути найбільш технологічними та сервісними. Саме розробка інноваційного продукту для покращення наявного потенціалу виступає фундаментом для лідерства на ринку. Інновація – це кращий спосіб вирішення наявної потреби, який дає додаткову цінність для клієнта та має комерційний сенс для компанії. Для того, щоб інновація була успішною застосовують методологію дизайн-мислення, що підвищує вірогідність успіху, швидкість виходу на ринок та зниження інвестиційних ризиків в інновації. Дизайн-мислення – це лінійна послідовність традиційних підходів планування, які застосовують чутливість дизайнера та методи, щоб відповідати потребам людей для того, щоб технологічно здійснений і який життєздатний бізнес-стратегія може конвертуватися в клієнта вартість і ринкові можливості [1, с. 85]. Дизайн-мислення – це підхід до вирішення майже будь-якої задачі, який базується на методології проектування рішень з фокусом на потреби людини, як кінцевого споживача продукту чи сервісу. Цей термін почав активно використовуватись у бізнесі починаючи з 1991 року, коли брати Келлі зі Стенфордського університету адаптували методологію та започаткували дизайнерську консалтингову компанію IDEO. В основі дизайн-мислення знаходиться нелінійний процес, який складається з 5 етапів: емпатія (дослідження середовища проекту), визначення проблеми, генерація ідей, тестування та впровадження. Таким чином, в умовах модернізації бізнесу, дизайн-мислення є найуспішнішою методикою для створення інновації не тільки для роботи всім відомим компаніям, як Facebook, Google, Apple, Procter&Gamble, Samsung, IBM, IKEA, а ще при розробці стартапу [2]. Процес дизайн-мислення являє собою набір конкретних кроків. Головне в цій методології – діяти, намагатись щось робити, набувати досвіду і знову діяти. Цей метод відкриває інструменти, за допомогою яких ви зможете почати мислити інноваційно [3]. В останнє десятиліття стартапи стали невід'ємною частиною інноваційної модернізації багатьох високорозвинених країн. Велика кількість стартапів реалізується, та допомагає людству. Але, незважаючи на

настільки ефективні здобутки, стартапи в більшості випадків залишаються без належної підтримки та фінансування і реалізуються на власний ризик.

Під час пандемії COVID-19 стрімко зросла кількість стартапів, які розробляють програмне забезпечення. Сам термін «стартап» з'явився в журналі Forbes в 1976 р і Business Week в 1977 р для позначення компаній з короткою історією операційної діяльності. Щорічно відкривається близько 100 млн. стартапів і більше 1,35 млн. з них – це стартапи пов'язані з новими технологічними рішеннями, на жаль не всі вони реалізуються через ризикованість. Найбільш привабливим інвестиційним кліматом можуть похизуватися сфери ІТ-технологій та винахідники штучного інтелекту. Примітно, що однією з найдинамічніших напрямів є сфера фінансових послуг. Час – це гроші, а стартапи, здатні заощадити цей дорогий ресурс і провести фінансові операції в будь-якій точці світу в лічені секунди, на вагу золота [4].

«Стартап» – в перекладі з англійської мови означає «запускати». Це вид бізнесу, який не існував раніше та направлений на отримання доходу шляхом реалізації новітньої ідеї. У нашій країні ця ланка малорозвинена, хоча перспективна.

Сьогодні однією з основних організацій, що займається розвитком стартапів у нашій країні, є державний Український фонд стартапів. Він був започаткований за ініціативи Уряду та зареєстрований у 2018 році. Фонд розпочав свою активну діяльність лише з 11 липня 2019 року. Його місія полягає у сприянні створенню та розвитку технологічних стартапів на ранніх стадіях (pre-seed та seed), з метою підвищення їх глобальної конкурентоспроможності. Бюджет Фонду формується за рахунок коштів держави, які були закладені для його роботи. Окрім цього, джерелами фінансування можуть бути благодійні та добровільні внески від юридичних та фізичних осіб, іноземних, міжнародних організацій та донорів. На кінець жовтня 2021 року Українським фондом стартапів зареєстровано приблизно 3700 Заявок, на 160 млн. грн. розмір наданих грантів приблизно 229 стартапів профінансовано [5].

На жаль, на українському ринку є дуже багато бар'єрів, котрі перешкоджають вдалому існуванню стартапів та традиційного бізнесу. Податкова система, недосконале законодавство – це негативні риси, котрі стримують розвиток проєктів. До позитивних рис українського бізнес-середовища, можна віднести низьку конкуренцію в різних сферах діяльності, навіть ІТ-сфера, котра складає лівову частку всіх бізнес-проєктів України, є вільно-доступною в порівнянні з іноземними країнами. Тому шлях для реалізації власних проєктів, відкритий для кожного. Розвиток інноваційного бізнес-середовища, стартапів, традиційного бізнесу в Україні стимулює науково-технічний прогрес, сприяє впровадженню новітніх світових досягнень, тому необхідно розвивати дану сферу діяльності [6].

Таким чином, перш ніж започаткувати стартап, необхідно скласти оптимальний бізнес-план його розвитку. Детальний план підприємницької діяльності – візитна картка, яка допоможе знайти інвестора або переконати банк надати кредит і підстрахуватися. Застосування методології дизайн-мислення інноваційні стартапи отримують додаткові конкурентні переваги та більше шансів на успіх за рахунок зростання прихильності клієнтів.

Перелік використаних джерел:

1. Brown T. et al. Design thinking. *Harvard business review*. 2008. Т. 86. №. 6. р. 84 – 92.
2. Андрій Губинський. Навіщо дизайн-мислення бізнесу? Raft Innovations. URL: <https://www.craftinnovations.com.ua/post/design-thinking-for-business> (дата звернення: 28.10.2021).
3. Олена Зубкова. Розвиток дизайн-мислення в освіті. URL: <https://naurok.com.ua/stattya-rozvitok-dizayn-mislennya-v-osviti-63870.html> (дата звернення: 28.10.2021).
4. Інформаційне видання TRISTAR.com. URL: http://tristar.com.ua/1/art/kakie_startapy_v_sfere_strahovaniia_sushestvuut_i_chem_oni_mogut_byt_polezny_564_7.html (дата звернення: 28.10.2021).
5. Український фонд стартапів. URL: <https://usf.com.ua/#usf-sc-4> (дата звернення: 28.10.2021).
6. Нагорський Назар Олександрович. Інноваційний стартап чи традиційний бізнес? URL: <https://www.businesslaw.org.ua/innovaciyni-startup-chy-tradyciyni-bisness/> (дата звернення: 28.10.2021).