

МЕТОДИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ТА ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ СТАРТАПІВ

Іванова Н. Ю.¹, Корольова О. О.², Тадай Т. А.³
Національний університет «Києво-Могилянська академія»
E-mail: ¹n.ivanova@ukma.edu.ua, ²korolyovaoo@ukma.edu.ua,
³tatyanataday@gmail.com

Важливою глобальною тенденцією, яка спостерігається в останні десятиліття, є те, що підприємницька діяльність продовжує зростати у всьому світі у самих різноманітних формах, в тому числі у вигляді стартапів. Появу такого нового типу активного підприємця, який у своїй діяльності застосовує нові технології, інновації та передові досягнення науки зумовила знаннева економіка.

Не обійшла ця тенденція і Україну. Наразі Україна опинилась в таких економічних умовах, коли активізація стартап руху є однією з основоположних передумов, що забезпечує технологічне оновлення та інноваційний розвиток країни в цілому. Однак, надзвичайно велика кількість стартапів припиняє своє існування на тих чи інших стадіях. Зокрема, платформа Startup Genome фіксує, що протягом трьох років питома вага таких стартапів становить 92 % [1]. Головними причинами провалів такої великої кількості стартапів є: неправильно сформована команда, неправильна бізнес-модель, висока конкуренція, продукт не потрібен ринку, слабкий маркетинг, відсутнє інвестування [2].

Дослідивши основні причини провалів стартапів можна зробити висновок, що життєздатність стартапу можна продовжити, якщо використовувати різні методи оцінки їх ефективності та життєздатності. Наприклад, product-market fit (PMF), який є одним з головних показників якості стартапу. Термін ввів в 2007 році інвестор і підприємець Марк Андресс, співзасновник венчурного фонду в IT Andreessen Horowitz. На його думку, саме product-market fit визначає життєздатність стартапу. Маркетолог Шон Елліс, який свого часу «придумав» growth hacking вважає product-market fit ключовим кроком у побудові високоприбуткової компанії [3].

Експерт з управління продуктами, автор книги Lean Product Playbook Ден Олсен під PMF розуміє кінцевий результат – коли стар-

тап, нарешті, створив продукт, що володіє цінністю для споживачів. Продукт відповідає реальним потребам клієнтів і перебуває у виграшному становищі порівняно з аналогами, які є на ринку.

Дослівно *product-market fit* перекладається як «відповідність продукту ринку». Якщо ж заглибитися в теорію, то РМФ можна визначити як наявність продукту, що задовольняє потребу конкретного ринку і має цінність для споживача.

Досягнення відповідності продукту ринку – одна з найбільш важливих для стартапу цілей (при оцінці стартапу експерти Rocket DAO завжди враховують ці критерії). У той же час те, як цього можна досягти, зрозуміло далеко не завжди і не всім.

Product-market fit досягається зі створення ціннісної пропозиції і не може народитися з точкових поправок в продукті – наприклад, зміни дизайну, кольору та ін. Трьома складовими РМФ є: Клієнт (ви знаєте, кому потрібен ваш продукт); Проблема (ви вирішуєте конкретну проблему Клієнта) і Рішення (Клієнт готовий платити за це Рішення). Алгоритм застосування РМФ передбачає декілька кроків:

1) вивчення клієнта. На цьому кроці здійснюється сегментація ринку з тим, щоб чітко визначити цільового клієнта;

2) визначення потреби клієнта, причому, потреби, яка поки або не задоволена, або задоволена, але слабо;

3) визначення ціннісної пропозиції вашого продукту;

4) визначення функцій, які буде мати мінімально життєздатний продукт (*minimum viable product* – MVP);

5) створення прототипу MVP і випуск MVP;

6) просування продукту;

7) вивчення реакції користувачів;

8) доробка продукту [3].

Однак, на цьому етапі не варто зупинятися. Реакція користувачів повинна вивчатися регулярно, адже конкуренти теж не стоять на місці і в один прекрасний день вони створять аналог вашого продукту, який буде краще відповідати потребам ринку.

Таким чином, досягнення РМФ – це циклічний процес, що складається зі створення/вдосконалення якоїсь цінності продукту, її масштабування, залучення клієнтів і вивчення їх реакції.

Література

1. <https://www.getautopsy.com/research/top-startup-failure-reasons>
2. <http://startupgraveyard.io/#>
3. <https://vc.ru/marketing/88908-product-market-fit-что-это-takoe-i-pochemu-bez-nego-startap-ne-vzletit>