

МЕТОДОЛОГІЯ УПРАВЛІННЯ ПРОДУКТОМ СТАРТАПУ

Грінченко А.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»,
м. Харків*

Економіка України знаходиться на етапі переходу від засад традиційної економіки до ринкової. В умовах зростання конкурентної боротьби вітчизняним підприємствам все складніше утримувати свої ринкові позиції, а новоствореним – шукати своє місце на ринку. За умов ринкової економіки інновації є ефективним засобом конкурентної боротьби підприємств, так як призводять до створення нових потреб споживачів, зниження собівартості продукції, притоку інвестицій, покращення іміджу виробника, відкриття нових ринків. Для отримання довгострокових ефективних конкурентних переваг підприємства повинні впроваджувати інновації. Start-up (стартап) проекти є однією із технологій впровадження інновацій.

Кожна компанія, яка планує вивести на ринок новий продукт, в тій чи іншій формі використовує модель розробки продукту. Іронія полягає в тому, що мало який стартап задовольняє цим критерієм. Стартапи діють в умовах обмеженості ресурсів та на нових ринках. Тому, саме час згадати сучасну методологію Lean Startup для швидкого тестування ідей і вибору бізнес-моделі.

На початковому етапі розвитку стартапу необхідно залишатися гнучким, щоб вчитися на помилках і максимально швидко перевіряти гіпотези засновників, а значить, необхідно уникати великих вливань і витрат. Саме такий підхід лежить в основі методу Lean, мета якого допомогти підприємцям підвищити шанси стартапу на успіх.

Метод Lean Startup спочатку націлює не на створення ідеального продукту, а на випуск мінімально робочого продукту (MVP) і постійне отримання зворотного зв'язку від клієнтів з метою того, щоб зрозуміти їх реальні потреби. Йдеться про розробку моделі зрілого продукту з мінімальними можливостями для зворотного зв'язку, що допомагає у подальшому розвитку.

Якщо початкові припущення не підтверджуються практикою, значить вони помилкові і треба зробити віраж - кардинально переглянути напрямок руху. Такий підхід повністю знижує ризик того, що стартап створить продукт, який виявиться нікому не потрібним. Тому якщо стартап виявляється неприбутковим або недосконалим, можна змінити курс та зробити піво́т. Для того, щоб сформулювати новий напрямок, потрібно скористатися бізнес моделю за методологією ошадливого стартапу. Бізнес-модель допомагає чіткіше зрозуміти які можливості у стартапа та визначити чіткі цілі, унікальність ціннісної пропозиції. Якщо слідувати бізнес-моделі, можна чіткіше спрогнозувати доходи і витрати стартапу і вийти на потрібний курс та подальше масштабування бізнесу.