

Методологія «Ощадливого Стартапу» Стива Бланка та Єріка Ріса

Ольга Скірто

здобувачка освітньої програми,
«Фінанси, банківська справа та страхування»,
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,
e-mail: SkyrtoOS@krok.edu.ua

Ірина Мала

Науковий керівник:
старший викладач кафедри управлінських технологій,
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,
e-mail: IrynaMB@krok.edu.ua,
ORCID: 0000-0003-0773-5336

Актуальність теми визначається методологією «Ощадливого Стартапу».

Об'єктом дослідження є вивчення наукового підходу Стива Бланка та Єріка Ріса.

Предметом дослідження є шаблон бізнес-моделі, який дозволяє збирати ключову інформацію про стартап на одній сторінці.

Метою дослідження є вивчення література Стива Бланка та Єріка Ріса.

Для здійснення мети необхідно виконати наступні завдання:

- Зрозуміти, що таке стартап
- Приділити основну увагу методології «ощадливого стартапу»
- Визначити ідеї з яких починається стартап

Інформаційною базою дослідження послужили наукові публікації, монографії, матеріали наукових конференцій і досліджень, звіти та аналітичні матеріали, звітні дані офіційних статей та сайтів.

Методологія дослідження: В ході проведення дослідження був проведений аналіз джерел, ідей стартапів, стартапів, які пов'язані з методологією «ощадливого стартапу».

Стартап – це молоді підприємства або проект, що знаходяться на ранній стадії свого розвитку. Вони створюються, щоб вирішити конкретну споживчу проблему шляхом реалізації інноваційної ідеї, яка розвивається з нуля. Головне завдання швидкий пошук джерел фінансування і вихід на IPO.

Відомими стартапами є: Google, Facebook, HP, Apple та ін.

«Ощадливий стартап» (Lean Canvas) — це шаблон бізнес-моделі, який дозволяє зібрати ключову інформацію про стартап на одній сторінці.

Автори наукового підходу: Стів Бланк, Єрік Ріс, Алекс Остервальдер, Єш Марія.

Цим стартапом багато хто користується, прикладом є PayPal, LinkedIn, Dropbox та інші [1].

Стартап починається з ідеї продукту, який лежить в основі бізнесу. Проте лише однієї ідеї замало для реалізації успішного стартапу. Серед основних елементів успіху стартапу можна виділити: ідею, команду, ресурси та невизначеність [2].

По-перше – ідея. Вона може бути скопійована, модернізована або унікальна – все це не важливо, головне, щоб ідея була спрямована на реалізацію продукту, який вирішує проблеми споживачів і має цінність для них. Проєкт буде успішним тоді, коли розроблений продукт буде зрозумілим для споживачів і їх кількість буде достатньою, щоб проєкт виправдав своє існування і був комерційно вигідним.

По-друге стартап – це команда. В її обов'язки входить планування створення продукту та реалізація цього плану. Для успішної реалізації продукту команда має вірити у те, що її продукт буде вирішувати якусь існуючу проблему у споживачів [2].

По-третє стартап – це своєчасне залучення необхідних ресурсів. При цьому варто зауважити, що на початковому етапі при розробці MVP – minimum viable product (мінімально життєздатний продукт), наприклад демо-версія сайту, інвестиції взагалі не потрібні. Більш того зайві залучені кошти на початку розробки ідеї можуть спричинити проблеми в команді, втрату мотивації.

По-четверте стартап – це невизначеність, адже на етапі виробництва ніхто не знає як зустріне споживач продукт. Тому треба звертати увагу на його думку якомога раніше і вносити зміни у продукт, а вже тільки тоді виводити на ринок вдосконалений зразок [2].

На основі вище перерахованих складових успіху стартапу можна сформулювати наступне визначення. Отже, стартап – це команда, яка об'єднана ідеєю і яка своєчасно залучає необхідні інвестиції для створення продукту, який здатен вирішити проблему споживачів. Ерік Ріс у своїй книзі «Бізнес з нуля» дає наступне визначення: стартап – це створена організація, яка займається розробкою нових товарів і послуг в умовах надзвичайної невизначеності [3]. В свою чергу «економічний стартап» – (концепція створена Еріком Рісом) це такий стартап, який включає гнучкі методи розвитку, які швидко змінюються та концепцію «розвитку клієнта» яку розробив Стівен Бланк [3; 4].

За методологією «економічний стартап» компанія спочатку створює MVP і тестує його з фокус-групами чи проводить інтерв'ю зі споживачами, щоб виявити недоліки, перевірити їх та виправити. В цьому і полягає суть навчання – зрозуміти що подобається споживачу і втілити це у своєму продукті. Тут слід зауважити, що розробники не питають спочатку, що б хотів отримати споживач, адже клієнти і самі не знають, чого хочуть. Як казав Генрі Форд: «Якби я питав у людей, чого вони хочуть, то вони б відповіли – швидших коней».

Стівен Бланк назвав цикл «ідея-перевірка-навчання» – методологією «Customer development» (розвиток клієнта) і описав її у своїй книзі «Чотири кроки до прозріння» [4]. Більш того вважається, що методології «економічний стартап», «розвиток клієнта», та модель стратегії розвитку є запорукою успішного стартапу. На цьому наголошує Еш Маурія – гуру технологічного підприємництва, який адаптував для стартапів модель «Lean canvas» (модель розробки стартапа), яку розробив Олександр Остервальдер [5; 6]. Він стверджує, що крім вище перерахованих методологій важливо ще врахувати методику самофінансування,

яка і англомовних виданнях отримала назву «Bootstrapping» [5].

Таким чином, методологія "ощадливого стартапу" (lean startup) Стіва Бланка та Еріка Ріса відрізняється від інших методологій створення бізнесу тим, що вона базується на гіпотезах, експериментах та зборі даних в реальному часі. Головна ідея полягає в тому, щоб максимально ефективно використовувати ресурси, уникати витрат на зайві функції та фічі, та створювати продукти, які максимально відповідають потребам користувачів.

Основні принципи методології оощадливого стартапу включають:

- розробка продукту відбувається швидко і в ітераціях;
- тестування гіпотез про користувачів та їх потреби;
- мінімізація витрат на розробку та маркетинг;
- орієнтація на взаємодію з користувачами та збір зворотнього зв'язку;
- фокус на створенні продуктів, які максимально відповідають потребам користувачів.

У результаті використання цієї методології стартап може більш ефективно використовувати свої ресурси та прискорити процес створення та розвитку продукту.

Отже, успішний стартап – це не просто реалізований проект – це в першу чергу згурпована команда, яка вірить у те, що її продукт вирішує проблеми споживачів і яка здатна навчатися на своїх помилках і не зупинятися на шляху розробки свого проекту. Найважливіше правило стартапу – кожен провал – це досвід, який допоможе зробити надзвичайний продукт, який зможе залучити достатньо велику аудиторію споживачів, щоб бути комерційно вигідним.

Вважаємо, що використання вищезазначеного підходу до організації діяльності на основі «ощадливого стартапу» дозволить значно зекономити ресурси під час створення стартапів українськими підприємцями.

Ключові слова: стартап; методологія «Оощадливого Стартапу»; MVP; принципи створення стартапу.

Список використаних джерел

1. Як влаштована модель «ощадливого стартапу» (Lean Canvas): <https://cases.media/article/yak-vlshtovana-model-oshadlivogo-startapu-lean-canvas>.
2. Магдануров Г. *Предпринимательство в IT: методич. пособ.* / Г. Магдануров. – 2013. – 135 с.
3. Рис Э. *Бизнес с нуля: Метод Lean Startup для быстрого тестирования идей и выбора бизнес-модели* / Э. Рис; пер. с англ. – 2-е изд. – М.: Альпина Паблишер, 2013. – 253 с.
4. Blank S. G. *The Four Steps to the Epiphany* / S. G. Blank. – М.: Cafepress, 2005. – 176 с.
5. Ash Maurya. *Running Lean* / Maurya Ash. – 2013. – 278 с.
6. Osterwalder A. *Business model generation [Електронний ресурс]* / A. Osterwalder. – Режим доступу: <http://www.alexosterwalder.com/books.html>.