

УДК 658.114

Морозова Марія Миколаївна

*к.п.н., доцент кафедри товарознавства,
торгівельного підприємництва та експертизи товарів,
ДЗ «Луганський національний університет
імені Тараса Шевченка», м. Старобільськ,
e-mail: mariya.2186@gmail.com,
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7485-0102>*

START-UP ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ФОРМАТ ЗАПОЧАТКУВАННЯ БІЗНЕСУ

Формат «Start-up» для започаткування бізнесу набув всеосяжної популярності серед підприємців-початківців в наші дні. Все більше людей зацікавлені стати підприємцями і, отже, відкривають власний бізнес. У цьому аспекті варто відзначити, що саме концепція «Start-up» характеризується актуальністю, визначається як сучасний та інноваційний формат. У науковій літературі для підприємців, виокремлюють шість різних форм Start-up (Howe, J., 2006) :

- 1) Start-up стилю життя;
- 2) Start-up малого бізнесу;
- 3) масштабовані Start-up;
- 4) Start-up для продажу;
- 5) Start-up крупних компаній;
- 6) соціальні Start-up.

Проте, з високою вірогідністю, експерти визначають, що формат «Start-up» у започаткуванні бізнесу характеризується високим ступенем ризику. Так, наприклад, Ніла Блюменталь (співорганізатор компанії Warby Parker) дав таке визначення «Start-up»: ««Start-up» це компанія, яка працює над вирішенням проблеми, у такому підході рішення не очевидно, а успіх не гарантований». Ми погоджуємось із цим визначенням, але відзначимо, що для успіху у започаткуванні «Start-up» обов'язковою є інноваційна складова. Адже для цього типу бізнесу засновникам необхідно мати диференціаторну конкуренцію, щоб отримати конкурентну перевагу на ринку. І тому інновації мають бути враховані для продукції або бізнес-моделі, з якими підприємець пов'язує розробку «Start-up». Інновація відіграє важливу роль в успіху стартапу, тому всі підприємці повинні серйозно розглянути цей аспект (John L., 2000). Проте існує ризик, який пов'язаний із «гіперперебільшенням» ролі інноваційної складової, що потенційно може привести до невизначеностей щодо забезпечення успіху бізнесу. Саме з цієї причини започаткування бізнесу у форматі «Start-up» вважається інвестиціями з ризиком з високим рівнем відмов.

Ще однією особливістю «Start-up» є той факт, що це завжди – нова компанія, яка характеризується такими ознаками: бізнес знаходиться на

ранніх стадіях управління торговельною маркою, продажем та стадії формування персоналу.

Наступною рисою формату «Start-up» є заплановане, а точніше, потенційно прогнозоване, швидке зростання та розширення. Відомі випадки, коли з часом «Start-up» перетворюється у потужні підприємства. Адже концепція «Start-up» – це формат започаткування бізнесу, який заснований на бізнес-моделі, спроможній до масштабування та відтворювання без залучення великої кількості людських чи фінансових ресурсів.

Важливим аспектом та запорукою успіху, пов'язаною із інноваційною складовою є місія «Start-up». У цьому ракурсі доречно її спрямовувати на вирішенні будь-якої існуючої проблеми на ринку. І тому глибинна мета «Start-up» має зосереджуватись на тому, щоб змінити не лише ринок, але й життя людей завдяки новому товару чи послугі, який супроводжує бізнес.

У висновку зазначимо, що для досягнення успіху авторам бізнес-моделі на етапі започаткуванні бізнесу на основі формату «Start-up» необхідно враховувати такі складові: наявність глибинної мети – спроможної оновити чи змінити на краще життя людей; потужне інноваційне підґрунття; спроможність проекту динамічно розвиватись;

Список використаних джерел та літератури

1. **Howe, J. (2006).** The rise of crowdsourcing. *Wired Magazine*, 14(6): 1-4.
2. **Warby Parker.** Офіційна стрінка бренду: <https://www.warbyparker.com/neil-blumenthal>
3. **John L. (2000).** *The Complete Handbook For Creating Successful New High Tech Companies*, New York, 265.