

Бреус Світлана Василівна,
доктор економічних наук, професор,
професор кафедри менеджменту
та інноваційного провайдингу;
Омельченко Андрій Анатолійович,
магістр;
Європейський університет

СТАРТАП-ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ТРЕНД СУЧАСНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ

Розвиток технологій, перед усім інформаційних, обумовлює тенденції сучасного менеджменту, однією із яких у даний час є орієнтація на використання технологій стартапів для створення нових продуктів та послуг. Стартап (англ. Startup – букв. «запуск»), стартап-компанія – нещодавно створена компанія (можливо, ще не зареєстрована офіційно, але планує стати офіційною), що будує свій бізнес на основі інновацій або інноваційних технологій, не вийшла на ринок або почала на нього виходити і що володіє обмеженими ресурсами [1].

Глобалізація ринків збуту та праці, доступність технологій як створення продуктів та послуг, так і їхнього просування на ринок, перед усім соцмережі, спростили створення стартапів для окремих підприємців. Тепер заснувати та розвивати стартап компанію простіше, ніж раніше, та їх починає все більше людей, і створені в результаті компанії стають більш цінними. Це змінило баланс сил між засновниками та інвесторами. Раніше, коли запуск стартапу означав, наприклад, будівництво заводу, був потрібний дозвіл інвесторів. Але тепер інвестори потребують засновників більше, ніж засновники — інвесторів [2].

Також, в теперішній час, стартап технології використовують не тільки окремі підприємці, але й великі компанії, для створення принципово нових для себе продуктів та послуг. Переважна більшість великих компаній або корпорацій працюють на великих, зрозумілих і найчастіше консервативних ринках. На таких ринках багато проривних ідей негативно сприймаються, тому інновації корпорацій зазвичай не виходять за межі тривіального покращення існуючого продукту. В результаті корпорації стикаються з великою конкуренцією та низькою прибутковістю. Стартапи вирішують проблеми клієнтів. Незалежно від ризиків ринку пробиваються ті фірми, які найуспішніше вирішують проблему людей.

Коли корпорація купує компанію, яка має на ринку успішний продукт, менеджмент корпорації зберігає ціну акцій на біржі або навіть забезпечує її зростання. Саме ця логіка дозволяє стартапам продаватися корпораціям, а корпораціям – отримувати доступ до нових продуктів та ринків. При поглинанні стартапу корпорація разом із продуктом отримує доступ до унікальної експертизи, яка до цього була для неї недоступна [3].

Однак, стартап-технології мають певні недоліки, обумовлені їхньою сутністю: оскільки стартапи створюються для виводу на ринок принципово нових продуктів та послуг, зазвичай неможливо провести достатнє вивчення цільової аудиторії та інші дослідження. Як наслідок, стартап-технології передбачають значну «свободу волі» керівника при прийнятті управлінських рішень. Із точки зору теорії управління аналогом подібної структури є системи управління із розімкнутим контуром (open loop, рис. 1а), які на відміну від замкнутих систем (closed loop, рис. 1б), в яких можливо отримати зворотній зв'язок від керованого об'єкту, є менш стійкими до будь-яких, навіть незначних, криз.

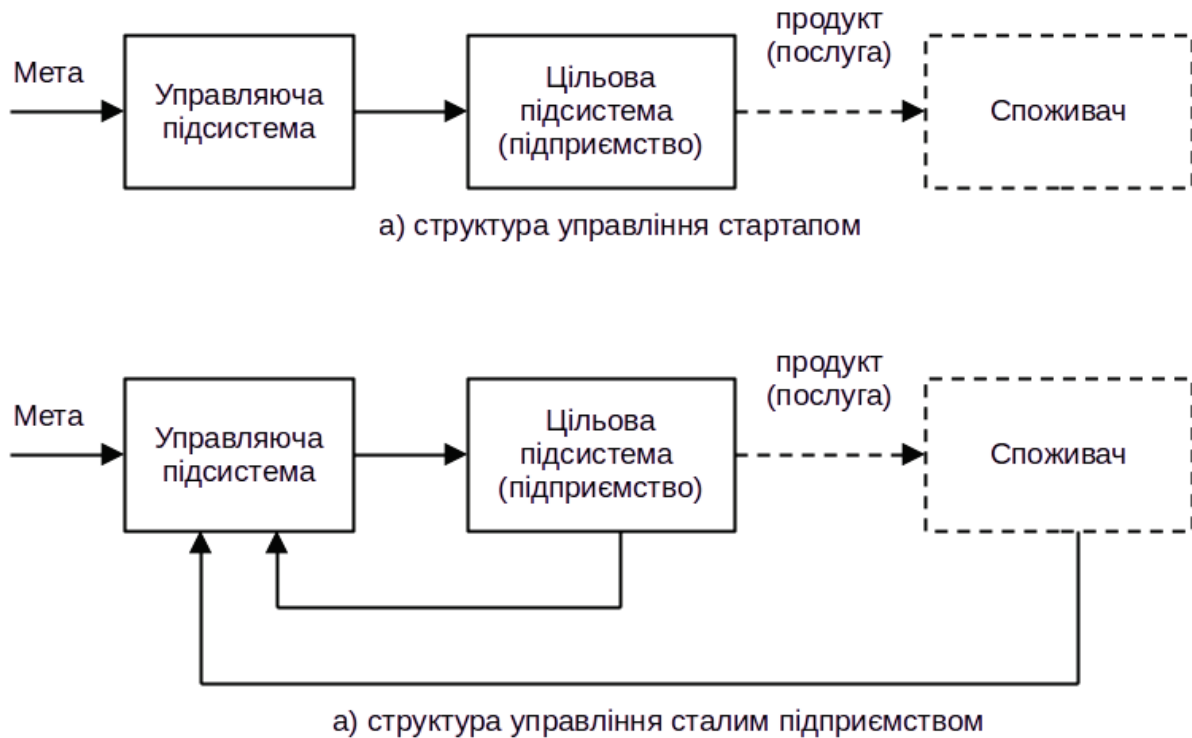


Рис. а,б. Відмінності структури управління стартапом та сталим підприємством

Зважаючи на викладене, слід зазначити, що використання стартапів для створення нових прибуткових бізнесів дійсно є одним із трендів сучасного менеджменту, який наряду із перевагами має ряд недоліків, усунути які можливо за умов якнайшвидшого отримання зворотнього зв'язку від споживачів продукту або послуги.

Список використаних джерел

1. Стартап. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Стартап>.
2. Graham P. How people get rich now. URL: <http://paulgraham.com/richnow.html>.
3. Довгополий Д. Зачем корпорациям стартапы. URL: <https://www.epravda.com.ua/rus/columns/2016/11/4/610088/>.