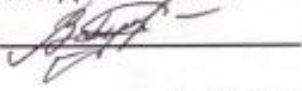


Вінницький національний технічний університет
Факультет менеджменту та інформаційної безпеки
Кафедра підприємництва, логістики та менеджменту

Бакалаврська дипломна робота на тему:
“РОЗРОБКА ТА ОБГРУНТУВАННЯ СТАРТАП-ПРОЄКТУ”

Виконала: студентка 4 курсу, групи Пз-20бз
спеціальності 076 «Підприємництво,
торгівля та біржова діяльність»
Вакуленко Д.С. 

Керівник: к.е.н., доцент каф. ПЛМ
Білоконь Т.М. 
« 6 » 06 2024 р.

Рецензент: к.е.н. Ірина Корочина ШМЕ
« 06 » 06 2024 р.
Ірина І. А. 

Допущено до захисту
Завідувач кафедри ПЛМ 0016 Мороз О.О.
« 8 » 06 2024 р.

Вінницький національний технічний університет
 Факультет менеджменту та інформаційної безпеки
 Кафедра підприємництва, логістики та менеджменту
 Рівень вищої освіти - перший (бакалаврський)
 Галузь знань – Управління та адміністрування
 Спеціальність – 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
 Освітня програма – «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

ЗАТВЕРДЖУЮ
 завідувач кафедри ПЛІМ
 д.е.н., професор Мороз О.О.

«18» березня 2024 р.

ЗАВДАННЯ НА БАКАЛАВРСЬКУ ДИПЛОМНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ

Вакуленко Дар'ї Сергіївні
 (прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи: Розробка та обґрунтування стартап-проєкту

керівник роботи Білоконь Тетяна Миколаївна, к.е.н., доцент,
 (прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)
 затверджені наказом ВНТУ від «11» березня 2024 року №80.

2. Термін подання студентом роботи: 03.06.2024 р.

3. Вихідні дані до роботи: наукові дослідження, статистичні дані,
 матеріали періодичних видань, наукових конференцій

4. Зміст текстової частини (перелік питань, які потрібно розробити):

1 Теоретичні основи розробки стартап-проєктів

2 Розробка стартап-проєкту

3 Обґрунтування реалізації стартап-проєкту

5. Перелік ілюстративного матеріалу:

- Підходи до визначення стартапів
- Етапи розвитку стартап-проєктів
- Google-тренди
- Результати опитування потенційних клієнтів
- Проблеми клієнтів та варіанти їх вирішення
- Унікальна ціннісна пропозиція для цільової аудиторії
- Обґрунтування MVP стартап-проєкту
- Маркетингова стратегія стартап-проєкту

6. Консультанти розділів роботи:

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1. Спеціальна частина	Білоконь Т.М., доцент кафедри ПЛМ		

7. Дата видачі завдання «18» березня 2024 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів бакалаврської кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Прим.
1	Формування та затвердження теми бакалаврської дипломної роботи (БДР)	11.03.2024 р.	
2	Виконання спеціальної частини БДР. Перший рубіжний контроль виконання БДР (1-й розділ БКР)	12.04.2024 р.	
3	Виконання спеціальної частини БДР. Другий рубіжний контроль виконання БДР (2-й розділ БКР)	03.05.2024 р.	
4	Виконання спеціальної частини БДР. Третій рубіжний контроль виконання БДР (3-й розділ БКР)	24.05.2024 р.	
5	Нормоконтроль. Попередній захист БДР	03.06.2024 р.	
6	Рецензування БДР	07.06.2024 р.	
7	Захист БДР	10-27.06.2024 р.	

Студент

Керівник роботи


(підпис)

(підпис)

Вакуленко Д.С.

Білоконь Т.М.

АНОТАЦІЯ

Вакуленко Д.С. Бакалаврська дипломна робота на тему «Розробка та обґрунтування стартап-проєкту».

У бакалаврській дипломній роботі розглянуто теоретичні та практичні аспекти розробки та обґрунтування стартап-проєкту. Висвітлено актуальність стартап-проєкту, досліджено проблеми цільової аудиторії, розроблено канву бізнес-моделі, MVP та інвестиційну стратегію стартап-проєкту.

Ключові слова: стартап, стартап-проєкт, бізнес-модель, цільова аудиторія .

ANNOTATION

Vakulenko D.S. Bachelor's degree work on the topic: "Development and justification of a startup project".

Bachelor's degree work deals with theoretical and practical aspects of development and justification of a startup project. The relevance of the startup project is highlighted, the problems of the target audience are studied, the outline of the business model, MVP and investment strategy of the startup project are developed.

Keywords: startup, startup project, business model, target audience.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗРОБКИ СТАРТАП-ПРОЄКТІВ	5
1.1 Стартап-проекти у підприємницькій діяльності	5
1.2 Особливості стартап-екосистеми	13
1.3. Етапи розробки стартап-проектів.....	17
2 РОЗРОБКА СТАРТАП-ПРОЕКТУ	
2.1 Актуальність та опис ідеї стартап-проекту	19
2.2. Валідація ідеї стартап-проекту	22
2.3 Дослідження проблематики стартапу	26
2.3 Розробка унікальної ціннісної пропозиції для цільової аудиторії стартапу ..	35
3 ОБГРУНТУВАННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ СТАРТАП-ПРОЄКТУ	
3.1 Обґрунтування MVP стартап-проекту.....	45
3.2. Аналіз конкурентів та розробка маркетингової стратегії стартапу.....	47
3.3 Розробка лендингової сторінки стартап-проекту.....	55
ВИСНОВКИ.....	60
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	62
ДОДАТОК А Протокол текстових запозичень.....	65
ДОДАТОК Б Ілюстративний матеріал.....	66

ВСТУП

Розробка стартап-проектів в Україні набуває дедалі більшої актуальності у світлі сучасних економічних та соціальних змін. Вітчизняний ринок стартапів демонструє значний ріст, відображений у збільшенні кількості активних стартапів, обсягах залучених венчурних інвестицій та зростанні економічної цінності інноваційних проектів. Стартапи стають ключовими гравцями у створенні нових ринкових ніш та розвитку високотехнологічних галузей, що є важливим чинником для економічного зростання країни.

Зростання ролі стартапів підкреслює необхідність детального теоретичного дослідження та практичного обґрунтування процесів їх розробки та впровадження. Успішний розвиток інноваційних проектів вимагає сприятливих умов, включаючи вдосконалення законодавчої бази, розвиток інфраструктури підтримки та стимулювання співпраці між науковими установами, інвесторами та підприємцями. Крім того, особливого значення набуває розвиток людського капіталу через освітні програми та тренінги, спрямовані на підвищення компетентності у сфері інноваційного підприємництва.

Ці фактори обумовлюють актуальність дослідження розробки стартап-проектів в Україні, що сприятиме не лише зміцненню позицій країни на глобальному ринку, але й створенню нових можливостей для економічного та соціального розвитку.

Дослідження реалізації стартап-проектів було висвітлено у працях таких зарубіжних фахівців як Губарева І.О. [1], Тягунова З.О., Кравчук І.М., Томах В.В. [2], Ф. Лалу [3], П. Тіль [4], Н. Івашова [5], С. Бланк [6], В. Геєць [7], що створює гарне теоретичне підґрунтя для бакалаврського дослідження.

Метою бакалаврської дипломної роботи є обґрунтування теоретичних засад і розробка практичних рекомендацій для реалізації стартап-проекту.

Завдання роботи. Досягнення поставленої мети зумовлює вирішення наступних завдань:

- вивчення теоретичних основ розробки стартап-проектів;

- вивчення етапів розробки стартап-проектів;
- дослідження актуальності та проблематики проекту;
- розробка унікальної ціннісної пропозиції для цільової аудиторії стартапу;
- проектування та валідація MVP;
- аналіз конкурентів та зовнішнього середовища;
- розробка маркетингової стратегії стартап-проекту.

Об'єктом дослідження є стартап-проекти.

Предмет дослідження - теоретичні та практичні основи розробки стартап-проекту.

Методи дослідження. Теоретичну та методологічну основу дослідження склали діалектичний метод пізнання та наукові праці вітчизняних і зарубіжних учених з питань управління стартап-проектами. У ході дослідження були використані наступні методи: монографічний (вивчення досвіду та особливостей реалізації стартап-проектів), аналіз і синтез (дослідження сучасного стану та тенденцій розвитку стартапів), абстрактно-логічний (інтерпретація отриманих результатів), теоретичного узагальнення та порівняння (узагальнення теоретичних аспектів та формулювання висновків, упорядкування термінології), структурно-логічний (виявлення взаємозв'язків між елементами бізнес-моделі стартап-проекту) та графічної інтерпретації (обробка даних та їх візуальна інтерпретація).

Теоретична основа дослідження охоплює роботи провідних зарубіжних та вітчизняних вчених, що присвячені питанням розвитку стартапів.

Практична значущість. Результати проведеного дослідження дають змогу підприємцям-початківцям втілити в життя свій власний стартап-проект.

1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗРОБКИ СТАРТАП-ПРОЄКТІВ

1.1 Стартапи у підприємницькій діяльності

Сучасне підприємницьке середовище зазнає значних змін під впливом інноваційних технологій та глобалізації. Стартап-проекти, які характеризуються високим ступенем інноваційності та швидким розвитком, стають важливим фактором економічного зростання та технологічного прогресу. Їх роль у створенні нових ринкових ніш, розвитку високотехнологічних галузей та підвищенні конкурентоспроможності національних економік є незаперечною.

На підставі аналізу робіт сучасних науковців [1-8] можна стверджувати, що стартап-проекти представляють собою новостворені підприємства, що орієнтовані на швидкий розвиток та високий рівень інноваційності. Вони відрізняються від традиційних підприємств своєю гнучкістю, високим ступенем ризику та потенціалом для значного зростання. Основною метою стартапу є розробка та впровадження інноваційних продуктів або послуг, які здатні задовольнити нові або існуючі потреби ринку більш ефективно, ніж існуючі рішення.

В зарубіжній літературі зустрічаються такі підходи до визначення стартапів:

- Класичне визначення: Eric Ries (2011) у книзі "The Lean Startup": Стартап — це людська інституція, створена для доставки нового продукту або послуги в умовах крайньої невизначеності. Це визначення підкреслює новизну продукту або послуги та невизначеність ринкових умов, у яких діє стартап.
- Технологічний підхід: Steve Blank (2013) у книзі "The Startup Owner's Manual": Стартап — це тимчасова організація, яка шукає масштабовану та повторювану бізнес-модель. Це визначення акцентує увагу на пошуку ефективної бізнес-моделі, яку можна масштабувати.
- Інноваційний підхід: Paul Graham (2005), засновник Y Combinator: Стартап — це компанія, яка розробляє нові продукти або послуги за умов високої невизначеності. Тут робиться акцент на інноваційній складовій діяльності стартапу та невизначеності, що супроводжує цей процес.

Існують різні підходи до розуміння та класифікації стартапів залежно від їх характеристик, етапів розвитку та галузевої спрямованості.

Етапний підхід. Відповідно до цього підходу, стартапи проходять через кілька ключових етапів розвитку:

- Ідеація: Генерація та оцінка ідеї.
- Концептуалізація: Розробка бізнес-моделі та стратегії.
- Прототипування: Створення мінімально життєздатного продукту (MVP).
- Запуск: Вихід на ринок та початкові продажі.
- Масштабування: Розширення бізнесу та збільшення частки ринку.

Функціональний підхід. Цей підхід класифікує стартапи за їх функціональною спрямованістю:

- Продуктові стартапи: Орієнтовані на розробку та впровадження нових продуктів.
- Технологічні стартапи: Фокусуються на створенні інноваційних технологій.
- Сервісні стартапи: Пропонують нові послуги або вдосконалюють існуючі.
- Соціальні стартапи: Спрямовані на вирішення соціальних проблем та поліпшення якості життя.

Географічний підхід. Стартапи можуть бути класифіковані за географічною ознакою:

- Локальні стартапи: Орієнтовані на місцевий ринок.
- Глобальні стартапи: Прагнуть вийти на міжнародний ринок з самого початку.

Галузевий підхід. Стартапи можуть бути класифіковані за галузями, в яких вони працюють:

- Fintech стартапи: Фокусуються на фінансових технологіях.
- Healthtech стартапи: Працюють у сфері охорони здоров'я та

біотехнологій.

- Edtech стартапи: Орієнтовані на освітні технології.

E-commerce стартапи: Займаються електронною комерцією.

Фінансовий підхід. Цей підхід класифікує стартапи за рівнем залучених інвестицій та стадіями фінансування:

- Bootstrapped стартапи: Фінансуються власними коштами засновників.
- Seed stage стартапи: Отримують початкові інвестиції від бізнес-ангелів.
- Venture-backed стартапи: Залучають венчурні інвестиції на різних стадіях розвитку (Series A, B, C тощо).

У процесі розробки стартап-проектів застосовуються різні методологічні підходи, серед яких виділяються наступні:

- Lean Startup: Орієнтований на швидке створення MVP та його подальше тестування і вдосконалення на основі зворотного зв'язку від клієнтів.
- Design Thinking: Фокусує увагу на розумінні потреб користувачів та креативному вирішенні проблем через прототипування та тестування ідей.
- Agile: Гнучкий підхід до управління проектами, що дозволяє швидко реагувати на зміни та адаптуватися до нових умов.

Стартапи, як зазначається у роботі [10], слід досліджувати в межах розвитку теорії організацій, теорії менеджменту та підприємництва. З точки зору теорії організацій важливим є дослідження питання швидкого перетворення ідеї в зростаюче підприємство, теорія менеджменту збагачується результатами вивчення сучасних методів управління малими колективами, а теорія підприємництва концентрується на вивченні природи появи ідей та підприємницьких ініціатив.

Основними етапами перетворення стартап-проектів у підприємства на базі концепції життєвого циклу є:

1. Етап завантаження. На першому етапі відбувається позиціонування ідеї, обґрунтування доцільності продукту чи послуги та залучення "посівного" фінансування. Основними характеристиками етапу завантаження є:

- індивідуальні зусилля;
- родина та друзі;
- низькі інвестиції;
- ангел-інвестори.

2. Насіннєвий етап. На другому етапі відбувається створення команди та отримання наступних інвестицій, що забезпечує реалізацію першої спроби виходу на ринок. Основними характеристиками насіннєвого етапу є:

- командна робота;
- оцінка;
- середня інвестиція;
- прискорювачі, інкубатори.

3. Етап створення. На цьому етапі відбувається організаційне виокремлення ідеї у форму реального підприємства. При цьому підприємство починає займатись випуском продукції. Основними характеристиками етапу створення є:

- організаційні заходи;
- корпоративні фінанси;
- високі інвестиції;
- венчурний капітал.

Отже, основними характеристиками стартапів є:

- наявність креативної ідеї,
- підприємницька ініціатива,
- мінімальні обсяги інвестицій,
- короткий термін реалізації ідеї,
- продовження у формі нового підприємства.

Стартапи відіграють ключову роль у сучасній ринковій інфраструктурі, стимулюючи інновації, сприяючи економічному зростанню та підвищуючи конкурентоспроможність економік. Їх вплив поширюється на різні аспекти ринкової інфраструктури, зокрема технологічний розвиток, створення робочих місць, розвиток нових ринкових ніш та покращення бізнес-середовища.

1. Стимулювання інновацій

Стартапи є основними джерелами інновацій у ринковій економіці. Завдяки своїй гнучкості та орієнтації на інноваційні рішення, вони здатні швидко реагувати на зміни у попиті та технологічні тенденції. Вони активно займаються розробкою нових продуктів та послуг, використовуючи передові технології та креативні підходи до вирішення проблем. Це сприяє загальному технологічному прогресу та створенню нових галузей.

2. Створення робочих місць

Стартапи відіграють значну роль у створенні нових робочих місць, що сприяє зниженню рівня безробіття та покращенню економічного стану. Вони забезпечують зайнятість як для висококваліфікованих фахівців у галузі технологій, маркетингу, фінансів та управління, так і для менш кваліфікованих працівників. Завдяки цьому відбувається розвиток людського капіталу та підвищення рівня професійної компетенції робочої сили.

3. Розвиток нових ринкових ніш

Стартапи створюють нові ринкові ніші, пропонуючи продукти та послуги, які задовольняють раніше невідомі або недостатньо задоволені потреби споживачів. Це сприяє розширенню ринкових можливостей та зростанню різноманітності пропозицій. Завдяки стартапам з'являються нові галузі, такі як фінтех, біотех, енергетика, екотехнології тощо, що забезпечує диверсифікацію економіки та зменшення її залежності від традиційних секторів.

4. Підвищення конкурентоспроможності

Стартапи створюють конкурентний тиск на існуючі компанії, стимулюючи їх до впровадження інновацій та підвищення ефективності. Це сприяє загальному підвищенню якості товарів та послуг, доступних на ринку, а також зниженню цін завдяки зростанню конкуренції. Крім того, стартапи часто стають об'єктами злиття та поглинання з боку більших компаній, що дозволяє останнім інтегрувати нові технології та покращувати свої ринкові позиції.

5. Покращення бізнес-середовища

Стартапи сприяють розвитку сприятливого бізнес-середовища, залучаючи

інвестиції, підтримуючи розвиток інноваційної інфраструктури та сприяючи формуванню професійних мереж. Вони відіграють важливу роль у створенні кластерів інновацій та технологічних хабів, де відбувається обмін знаннями та досвідом між різними учасниками ринку. Це забезпечує створення екосистеми, сприятливої для розвитку підприємництва та інновацій.

У сучасних умовах значним фактором розвитку стартапів є швидкий прогрес інформаційно-комунікаційних технологій та цифровізація економіки. Проблема розвитку стартапів, які відіграють важливу роль у сучасному економічному контексті, привертає значну увагу по всьому світу, і проводиться відповідний моніторинг цього процесу.

Хоча загальна кількість стартапів постійно зростає, і умови для їх розвитку покращуються, існують регіональні відмінності. Наприклад, найцінніші стартапи часто базуються в Сполучених Штатах та Китаї, однак Латинська Америка та Карибський басейн наразі визначаються як найбільш активний регіон у світі для стартапів. Наприклад, в Еквадорі приблизно третина населення бере участь у створенні нових бізнесів, що значно перевершує 13% в США. Відзначається також високий рівень підприємницької активності в Лівані, В'єтнамі та Естонії.

Водночас країни Європи виявляють найнижчий рівень підприємницької активності, особливо в розвинених країнах ЄС, де він коливається від 4% во Франції до 8% у Великобританії. Значною відмінністю є активна підтримка підприємництва в Великобританії, що виявляється в безпрецедентних заходах з активізації підприємницької ініціативи в останні роки.

Рівень успішності підприємницької діяльності за кількістю успішних стартапів значно варіюється в різних країнах. Кількість стартапів, що створюються у різних країнах, є наслідком відносного рівня підприємницької активності населення. На найвищому рівні підприємницької активності перебувають Сполучені Штати Америки. У цій країні стартапам надаються сприятливі умови, включаючи розвинуту інфраструктуру, інтерес з боку підприємств та значні фінансові можливості. Наприклад, у 2016 році обсяг венчурного капіталу, вкладеного в стартап-компанії на початкових та пізніх етапах розвитку (відомий

також як інвестиційний ріст), склав 33 мільярди доларів США, порівняно з 41 мільярдом доларів США у попередньому році. [11].

Ще одним важливим показником результативності функціонування стартапів є їх прибутковість. Однак лише 40 відсотків малих підприємств є прибутковими, 30 відсотків перерви і 30 відсотків постійно втрачають гроші [12].

Отже, для стимулювання підприємництва вельми важливі фінансові умови. Умови для розвитку підприємництва значно різняться в різних країнах. Аналітичні агенції тісно досліджують ці умови на ранніх етапах, оскільки досліджувані процеси виявляються вельми складними. Серед ключових умов можна виділити:

- наявність підприємницького капіталу,
- державна політика й підтримка програм для підприємництва,
- освітні ініціативи в галузі підприємництва,
- можливості технологічного трансферу,
- доступ до міжнародних ринків,
- внутрішні регулятивні норми,
- наявна інфраструктура (включаючи ринкову, комерційну та транспортну),
- культурні та соціальні умови.

Як свідчать результати соціологічного дослідження [11], у переважній більшості країн відсоток населення, яке сприймає підприємництво як гарний вибір, перевищує 50%, а це означає, що кожний другий може за певних умов спробувати себе у цій сфері. Значно нижчим є показник підприємницьких намірів вже впродовж трьох років.

Питання фінансування є другим після ініціативності за значимістю в процесі реалізації стартапів. 82 відсотки підприємств, які зазнають невдачі, роблять це через проблеми з грошовими потоками. І хоча стартапи за визначенням не потребують значних фінансових ресурсів, саме їх відсутність може стати непереборною перешкодою. Переважна більшість стартап-фондів (82%) формується за рахунок самого підприємця, родини та друзів. 77 відсотків малих підприємств покладаються на особисті заощадження за свої початкові кошти [12].

Процес створення стартапів має певні вікові особливості підприємців. Так, 51% власників малого бізнесу охоплює людей віком 50—88 років, 33% — 35—49 років, а лише 16% — 35 років.

Розподіл стартапів значно відрізняється між країнами через різноманітні економічні, соціокультурні та політичні умови. Наприклад, країни з розвинутими інформаційно-технологічними індустріями, як США та Ізраїль, часто зазнають великої кількості стартапів, завдяки їхній розвиненій інфраструктурі, доступу до великих фінансових ресурсів і високому рівню технологічних знань.

У той час як розвинуті країни Європейського Союзу, такі як Німеччина і Франція, мають свої сильні сторони, такі як високі стандарти виробництва і доступ до широкого європейського ринку, але можуть мати меншу кількість стартапів через більш складні регуляторні умови та менший доступ до ризикового капіталу порівняно з США.

Країни, які швидко розвиваються, наприклад Індія та Китай, також відзначаються значним зростанням стартап-екосистеми, завдяки великому внутрішньому ринку, швидкому розвитку інформаційних технологій та підтримці від уряду для стимулювання інновацій.

У Латинській Америці та Африці стартапи можуть стикатися зі складними економічними умовами, але у деяких країнах, таких як Бразилія та Нігерія, спостерігається активна підтримка стартапів і зростання кількості нових підприємств, які виростають з місцевих інновацій.

Отже, розподіл стартапів між країнами визначається комплексом економічних, політичних, культурних і технологічних чинників, що впливають на їх розвиток і успіх у різних регіонах світу..

Більшість стартапів, які реалізуються в Україні, спрямовані на інформаційно-комп'ютерні технології. Ці стартапи мають велику додану вартість і для їх масштабування потрібні мінімальні ресурси та виробничі потужності, що робить їх особливо популярними в Україні. На жаль, багато з них попадають під вплив зарубіжних корпорацій, оскільки в Україні практично відсутні власні корпорації, які могли б придбати й масштабувати ці проекти. Недостатня підтримка з боку

держави щодо розвитку та реалізації стартап-проектів також є серйозною проблемою на сьогоднішній день. Для повного використання потенціалу стартапів як інструменту розвитку економіки країни необхідно, щоб держава розробила ефективний механізм управління стартап-проектами.

Важливим чинником розвитку стартапів є попит з боку потужних інвесторів та промислових підприємств. Основними причинами відсутності попиту на стартапи в Україні [13] є:

- нестача фінансових ресурсів;
- недостатня інформація про існуючі проекти;
- висока ризикованість;
- відсутність ринкового потенціалу;
- відсутність підтримки з боку держави.

Згідно результатів дослідження проблем інвестиційного та інноваційного розвитку України [14; 15], сучасний вітчизняний ринок значно поступається за рівнем інноваційного розвитку та підтримки діяльності інноваційних підприємств, включаючи стартапи. Головними причинами цього є нестача розвиненої інноваційної інфраструктури та відсутність ефективних механізмів підтримки інноваційного підприємництва.

Орієнтуючись на міжнародний досвід управління стартапами, для України вирішальним видається не лише фінансова підтримка інноваційних проектів, але й розвиток стартап-інфраструктури. Вітчизняні проекти уже сьогодні потребують "розумних інвестицій" на етапі посівного фінансування, які дозволять підтримати їх на початкових стадіях наукових досліджень, сприяючи їхньому динамічному розвитку, перетворенню ідей у реальні підприємницькі проекти, підвищенню їхньої інвестиційної привабливості та залученню інвесторів.

1.2 Особливості стартап-екосистеми

Стартап-екосистема представляє собою середовище, де всі учасники (люди і організації), пов'язані з індустрією стартапів, взаємодіють між собою. Чим

інтенсивніше і відкритіше відбувається ця взаємодія, тим ефективніше вона розвивається і більше можливостей вона створює для стартапів. У межах екосистеми всі ключові учасники знаходяться у достатньому взаємозв'язку, щоб забезпечити швидкий прогрес і ріст:

- Підприємці об'єднуються для обміну ідеями і взаємодії з університетами для залучення майбутніх працівників.

- Інвестори здобувають досвід у розумінні того, які типи підприємців, команд і стартапів мають найбільші шанси на успіх і здійснюють інвестиції в ці компанії.

- Після екзиту ці інвестиції вносять новий капітал і знання в екосистему від підприємців-початківців та стартапів, що ймовірно повернуть гроші та знання назад в екосистему.

Стартап екосистема складається з наступних складових [16-17]:

1. Підприємець
2. Фінансові інституції/Інвестори
3. Уряд/Держава
4. Корпорації/приватний сектор
5. Університети

Уряд або держава відіграють ключову роль у формуванні екосистеми стартапів, особливо через підтримку інфраструктури та культурних ініціатив. Вони повинні сприяти підприємництву шляхом впровадження відповідної законодавчої бази та ініціатив. Корпорації часто виступають ініціаторами для стартапів, надаючи їм перші клієнтські можливості та сприяючи в перевірці ідей та гіпотез. Менеджери цих компаній є цінними менторами для засновників стартапів завдяки своєму досвіду та експертизі у відповідних галузях.

Інвестори забезпечують початковий капітал та сприяють зростанню стартапів і їх входу на ринок. Університети виступають ядром екосистеми, створюючи умови для розвитку підприємницької культури та освіти, а також підтримуючи студентські стартапи. Наукова інфраструктура університетів сприяє науковим і технологічним стартапам, сприяючи їх розвитку та успішному інтегруванню на ринок.

Також, важливим елементом екосистеми є інфраструктура, яка включає в себе організації, що сприяють розвитку стартапів - інкубатори і акселератори, коворкінги, лабораторії, а також додаткові сервіси для стартапів (дата центри, хостинги, інструменти для роботи тощо). Інкубатори і акселератори - одна з найважливіших складових екосистеми. Ці організації створені для того, щоб допомагати стартапам на ранніх стадіях розвитку. В акселераторах і інкубаторах створюється таке середовище, в якому молодим підприємцям простіше не робити помилок. Проводяться освітні програми, надається менторська підтримка та грантове фінансування або перші інвестиції. Участь стартапа в програмах інкубації або акселерації значно підвищує шанси на успіх на ранній стадії [19].

Особливості стартап-екосистеми України включають кілька ключових аспектів:

1. Жива та активна спільнота: Україна має активну спільноту стартапів та підприємців, яка активно співпрацює, обмінюється досвідом і підтримує новаторські ідеї.

2. Концентрація великих міст: Більшість стартапів зосереджені в Києві, Львові, Харкові та інших містах з розвиненою ІТ-інфраструктурою та доступом до талановитих спеціалістів.

3. Активна інноваційна сцена: За останні роки спостерігається зростання інтересу до інноваційних технологій, штучного інтелекту, блокчейну та інших сучасних технологій у стартап-середовищі.

4. Проблеми з доступністю інвестицій: Національний ринок венчурного капіталу все ще не належно розвинутий, що ускладнює фінансування для багатьох стартапів і призводить до пошуку зарубіжних інвесторів.

5. Підтримка держави: Урядова підтримка для стартапів є обмеженою, хоча спостерігається певний прогрес у створенні спеціальних програм та ініціатив для підтримки молодих компаній.

6. Культурні особливості: Українська стартап-екосистема має свої культурні особливості, які відрізняють її від західних країн, такі як підвищена відкритість до експериментів та готовність до ризику.

Ці аспекти свідчать про те, що стартап-екосистема України розвивається і має потенціал для подальшого зростання, але вона також стикається з викликами, які потребують системних підходів для вирішення.

Україна зіткнулася з декількома ключовими перешкодами у розвитку своєї стартап-екосистеми:

1. Недостатня підтримка з боку держави: Відсутність ефективних програм та ініціатив зі сторони уряду для стимулювання підприємництва та інновацій ускладнює створення сприятливих умов для розвитку стартапів.

2. Фінансові обмеження: Недостатність доступу до фінансування для стартапів є серйозною проблемою. Відсутність інвестиційного капіталу, а також високі відсотки на кредити обмежують можливості стартапів для масштабування та розвитку.

3. Відсутність підтримки від корпорацій: Українські корпорації не активно взаємодіють зі стартапами як пускові клієнти або інвестори, що обмежує можливості нових компаній знаходити перші ринки збуту та отримувати необхідні ресурси.

4. Недостатня підготовка кадрів: Відсутність кваліфікованих спеціалістів та підприємців, здатних керувати стартапами та впроваджувати інноваційні проекти, також ускладнює розвиток стартап-екосистеми.

5. Висока бюрократія та правові перешкоди: Складність процедур реєстрації бізнесу, непередбачуваність законодавства та велика кількість адміністративних бар'єрів стають перешкодами для швидкого створення та розвитку стартапів.

Для подолання цих перешкод Україна потребує комплексного підходу, що включатиме створення сприятливих умов для інвестування у стартапи, поліпшення законодавчого середовища, розвиток підприємницької освіти та активізацію урядової підтримки інноваційних ідей.

1.3. Етапи розробки стартап-проектів

Розробка стартап-проектів включає кілька ключових етапів, що характеризуються комплексними діями та стратегіями, спрямованими на досягнення успіху та стійкого розвитку. Основні етапи розробки стартап-проектів включають:

1. Формулювання ідеї (ініціація): Початковим етапом є формулювання ідеї, яка відповідає на потреби ринку або вирішує певну проблему. Це вимагає глибокого розуміння місії та цілей проекту, а також аналізу потенційних ризиків і вигод.

Початково потрібно ретельно вивчити ринок або спілкуватися з потенційними користувачами, щоб зрозуміти, яка конкретна проблема або потреба існує, які викликають несамовиласть у поточному стані речей. На основі виявленої проблеми формулюється бачення, яке визначає, яким чином може бути вирішена ця проблема. Це може бути новий продукт, послуга або технологічний рішення, що виправить або полегшить проблему для потенційних клієнтів.

Важливо проаналізувати існуючі рішення або конкурентів на ринку, щоб зрозуміти їхні сильні та слабкі сторони. Це допомагає визначити, чим саме ваша ідея буде відрізнятися і бути конкурентоспроможною.

Формулювання унікальної пропозиції цінності (УПЦ): УПЦ - це те, що робить ваш продукт чи послугу привабливими для клієнтів і відмінними від інших на ринку. Це може бути унікальна функція, нова технологія, особливість обслуговування або інші переваги. Після формулювання ідеї важливо провести валідацію, тобто перевірити, чи є попит на ваше рішення серед цільової аудиторії. Це може включати опитування клієнтів, проведення фокус-груп, створення прототипів чи MVP для тестування. Оцінювання потенційного ринку, конкурентної обстановки і стратегії входу на ринок допоможе зрозуміти масштаби можливостей для вашого стартапу і його потенційного росту.

Формулювання місії (цільове призначення стартапу) та візії (перспективи розвитку в майбутньому) стартапу допоможе зберегти фокус і направленість у роботі над проектом.

2. Попереднє дослідження (проектування): На цьому етапі проводиться детальний аналіз ринкових умов, конкурентного середовища, а також оцінюються технічні та економічні аспекти реалізації ідеї. Важливо провести SWOT-аналіз і визначити стратегічні переваги проекту.

3. Розробка бізнес-плану (проектування): Створення детального бізнес-плану включає в себе визначення місії та візії компанії, опис бізнес-моделі, стратегії маркетингу і продажів, а також фінансовий прогноз і стратегію залучення капіталу.

4. Розробка MVP (мінімально життєздатний продукт): MVP є першою версією продукту або послуги, яка дозволяє перевірити гіпотези і отримати зворотний зв'язок від користувачів. Цей етап дозволяє максимально знизити ризики і витрати перед повноцінним запуском.

5. Тестування та вдосконалення (реалізація): Після випуску MVP стартап проводить тестування на реальних ринках, збирає відгуки та змінює стратегію відповідно до отриманих даних. Цей етап також включає вдосконалення продукту або послуги і адаптацію до потреб ринку.

6. Масштабування (реалізація): Після успішного тестування і вдосконалення стартап може розглядати можливості масштабування, що передбачає розширення виробничих масштабів, розширення географії продажів, залучення нових клієнтів і партнерів.

7. Залучення інвестицій (реалізація): Успішні стартапи залучають інвестиції для подальшого розвитку, масштабування і впровадження нових інновацій. Це може включати як пошук нових інвесторів, так і розширення співпраці з існуючими партнерами.

Кожен з цих етапів вимагає детального планування, стратегічного мислення і постійного аналізу для забезпечення успіху стартап-проекту.

2 РОЗРОБКА СТАРТАП-ПРОЕКТУ

2.1 Актуальність та опис ідеї стартап-проекту

Першим етапом розробки стартап-проекту є пошук проблеми та ідеї щодо її вирішення. Для початку проаналізуємо історію розвитку та успіху існуючих стартапів у сфері оренди житла, яка обрана за фокусну.

Airbnb (Air Bed & Breakfast): Рік заснування: 2008 Історія: Стартап Airbnb виник як відповідь на проблему, коли двоє молодих підприємців, Брайан Ческі та Джо Геббія, знайшли себе у складній фінансовій ситуації та вирішили здавати частину свого житла подорожуючим. Зараз Airbnb став платформою, яка з'єднує мільйони людей з усього світу, що надають або шукають житло на короткий термін [20].

Booking.com: Рік заснування: 1996 Історія: Booking.com почав свою діяльність як мала нідерландська стартапкомпанія, спеціалізована на бронюванні готелів. Завдяки стратегічному підходу до відгуків користувачів та розширенню партнерської мережі, Booking.com став лідером у галузі онлайн-бронювань помешкань у всьому світі [21].

Vrbo (Vacation Rentals by Owner): Рік заснування: 1995 Історія: Vrbo виник, коли засновник, Девід Клерк, вирішив взяти участь у власній подорожі та здав своє помешкання в оренду. Згодом, Vrbo перетворився на платформу для власників та орендарів, яка об'єднує людей, щоб забезпечити унікальний та комфортний досвід перебування у відпустці [22].

Ці стартапи стали прикладом успішної історії у сфері субаренди помешкань, а їх досвід може вдатися в пригоді при розробці та розвитку власного проекту.

Розробка стартап-проекту з оренди житла залишається актуальною навіть у контексті війни в Україні з кількох важливих причин:

1. Попит на житло в містах із високою міграційною активністю: Військові конфлікти та нестабільність часто спричиняють міграцію людей з районів зі збройними конфліктами до більш безпечних місць, таких як великі міста або

столиці. Це збільшує попит на орендне житло у цих місцях.

2. Зростання ринку орендного житла через тимчасову нестабільність: Умови військових конфліктів можуть призвести до тимчасової нестабільності, коли люди віддають перевагу оренді житла над покупкою через неясність щодо майбутнього та фінансової стабільності.

3. Потреба в житлових рішеннях для тимчасових переселенців: Конфлікти можуть призвести до масового переселення людей, які потребують тимчасового або довготривалого житла. Стартапи можуть розробляти спеціалізовані житлові рішення для цієї аудиторії.

4. Роль технологій у полегшенні процесів оренди: Сучасні технології можуть значно полегшити процес пошуку, бронювання та управління орендним житлом, що є критичним у складних умовах конфлікту та переселення.

5. Соціальний вплив та підтримка мігрантів: Стартапи, що пропонують доступне та зручне житло, можуть відігравати важливу роль у соціальній інтеграції та підтримці мігрантів, які опинилися в нових умовах через конфлікт.

Отже, незважаючи на складну ситуацію в Україні, розробка стартап-проєкту з оренди житла залишається важливою і актуальною, оскільки вона відповідає на конкретні потреби ринку та може відігравати позитивну роль у соціально-економічному відновленні та розвитку.

1. Ідея для стартапу / сфера, яка цікавить - Створення платформи для субаренди помешкань.

2. Яку проблему вирішує ця ідея? Багато власників нерухомості не бажають здавати її в короткострокову оренду, тоді як багатьом людям саме така форма оренди необхідна. Також існує проблема з непривабливим зовнішнім виглядом деяких житлових приміщень.

3. Для кого вирішується проблема - Власники помешкань, які не хочуть здавати довгостроково; користувачі, які шукають тимчасове житло; та ті, хто шукає житло з кращим зовнішнім виглядом.

4. Як можна монетизувати ідею - Збір комісії за кожну укладену угоду, розміщення платних оголошень від власників, пропонування платних опцій

покращеного дизайну для приміщень.

5. Які ресурси потрібні для запуску проекту - Розробка та впровадження платформи, маркетингова кампанія для залучення обох типів користувачів, можливо, впровадження системи відгуків та рейтингів.

6. Хто має бути в команді - Розробники, спеціалізовані в веб-технологіях; маркетологи для привертання обох категорій користувачів; дизайнери для покращення візуального вигляду об'єктів на платформі.

7. Персональні компетенції – Лідерські якості, ІТ-навички, та розуміння маркетингу будуть ключовими для успішного запуску та просування проекту.

Наша візія полягає у створенні глобальної платформи для субаренди помешкань, яка забезпечить зручність та надійність для власників та орендарів. Я прагну до того, щоб сервіс став першим вибором для тих, хто шукає тимчасове житло чи хоче здати його в оренду.

Наша місія (поточні цілі). Я прагну надавати користувачам простий та ефективний інструмент для пошуку та надання суборенди помешкань. Місія – забезпечити безпечне та зручне взаємодію між власниками та орендарями, де кожен може знайти ідеальне житло на своїй мрії або ефективно вигідно здати своє.

Наші цінності:

- Орієнтованість на користувача: Ставлю користувачів на перше місце, розробляючи сервіс для їхнього максимального комфорту.

- Довіра та надійність: Гарантую надійність у кожній угоді та створюю довіру серед користувачів.

- Глобальна спільнота: Спрямований на створення глобальної спільноти.

2.2 Валідація ідеї стартап-проєкту

Основними засобами для перевірки гіпотез є:

- Опитувальники
- Глибинні інтерв'ю
- Фокус-групи

- Збір та аналіз аналітики
- Використання Google Trends
- Тестування прототипів продукту з потенційними клієнтами
- Використання платформ краудфандингу, таких як ProductHunt, Kickstarter та інші.

Найпростішими і дешевими інструментами для проведення кастомер девелопменту є опитування та глибинні інтерв'ю. Для успішного отримання якісних інсайтів важливо правильно готувати сценарії інтерв'ю, задавати відповідні запитання та вміло аналізувати отримані відповіді для виявлення інсайтів.

Для валідації наявності проблеми стартапу обрано запит «оренда» на території України задля того, щоб розуміти загальний попит на оренду житла по усій країні, а також для дослідження найоптимальніших областей для відкриття стартапу.



Рис. 2.1 – Динаміка популярності за запитом «оренда» в Україні за останні 5 років із піковим значенням 100

При проведенні аналізу ринку за допомогою Google Trends було визначено динаміку пошукових запитів за тематикою оренди помешкань. Виявлено, що запит «оренда» до 2022 року мав перемінну популярність, стрімкий ріст розпочався після 23-24 лютого 2022 року і досяг піку в 100 пошукових запитів 6-12 березня 2022 року. З тих пір кількість пошукових запитів має перемінне значення, однак суттєво зросла, порівнюючи із кількістю пошукових запитів до

лютого 2022 року. Це свідчить про динаміку розвитку та перспективність для запуску платформи в даній ніші.

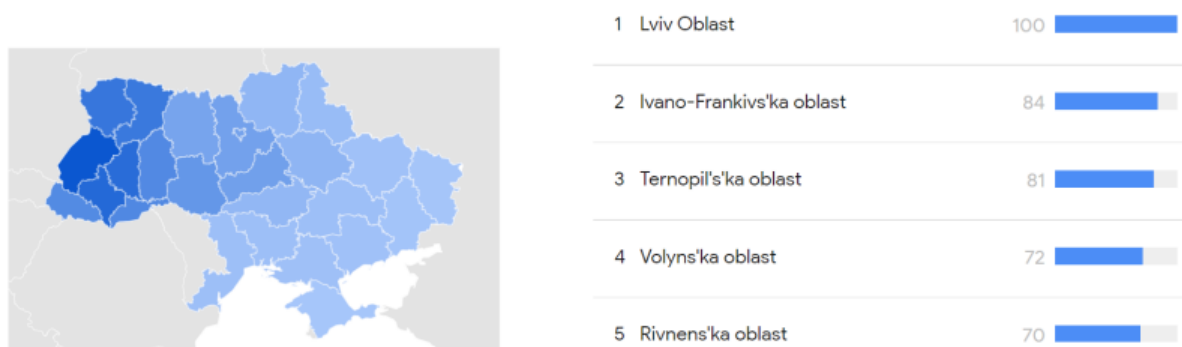


Рис. 2.2 – Динаміка популярності за запитом «оренда» по регіонах України за останні 5 років

Оскільки ми плануємо розвиток нашої платформи на території України, варто оцінити регіони, де запуск буде доцільним. Такими регіонами є Львівська, Івано-Франківська, Тернопільська, Волинська, Рівненська області – в цих областях наш стартап буде найбільш актуальним, оскільки кількість пошукових запитів найвища.

1	оренда квартири кропивницький	Breakout	⋮
2	довготривала оренда 1-кімнатної кварти...	+2,300%	⋮
3	оренда квартири бровари	+800%	⋮
4	оренда квартири суми	+800%	⋮
5	оренда квартири івано-франківськ від вл...	+700%	⋮

Рис. 2.3 – Суміжні запити із запитом «оренда» в Україні, які стають популярними

З наведеної статистики можна побачити, що найбільше користувачів цікавить оренда квартири у західних областях України. Цікавим є аналіз запитів, схожих до «оренда», які стають популярними (рис. 2.3). Цей пункт дає підказки, які ж напрямки зараз найактивніше розвиваються. Як бачимо, проривним запитом є «довготривала оренда 1- кімнатної квартири» (+2,300%). Також позитивну динаміку мають запити «оренда квартири Бровари» (+800%) та «оренда квартири Суми» (+800%).

Отже, можливими напрямками розвитку нашого стартапу може бути розширення у Бровари та Суми. Розглянемо запит «оренда Львів» та дослідимо показники.



Рис. 2.4 – Динаміка популярності за запитом «оренда Львів» в Україні за останні 5 років

При проведенні аналізу ринку за допомогою Google Trends було виявлено, що запит «оренда Львів» до 2022 року мав перемінну популярність, стрімкий ріст розпочався після 23-24 лютого 2022 року і дещо знизився в травні 2022 року, після чого має стабільні показники.

Після аналізу ринку за допомогою Google Trends можна зробити кілька

ключових висновків. Перше, варто відзначити, що запит «оренда Львів» мав деяку коливання популярності до 2022 року. Однак, найважливіше звернути увагу на стрімкий ріст інтересу, який розпочався після 23-24 лютого 2022 року. Цей ріст може бути пов'язаний з різким зростанням інтересу до короткострокової оренди житла під час військового стану. Важливо додати, що після того періоду інтерес до оренди незначно знизився в травні 2022 року, але після цього спостерігається стабільні показники. Ці дані свідчать про потенційну можливість розвитку проекту у сфері короткострокової суборенди житла в Львові. Попит на подібні послуги є стійким, і відповідь на нього може визначити успішні перспективи бізнесу в цьому напрямку.

Таким чином, аналіз Google Trends підтвердив актуальність ідеї стартап-проекту.

2.3. Дослідження проблематики стартапу

Для дослідження проблематики стартапу було проаналізовано проблеми потенційних користувачів, на вирішення яких буде направлений стартап, та сформульовано гіпотези, які її описують.

Проблема: Користувачі, які шукають тимчасове житло, стикаються з обмеженою доступністю та нестачею різноманіття варіантів на ринку оренди, що ускладнює їх вибір та може призводити до нестачі комфортних та зручних варіантів.

Гіпотези:

1. Нестача короткострокового житла: Користувачі зіткнуться з проблемою знайдення житла на короткий термін через обмежену кількість доступних пропозицій на ринку.
2. Несприятливі умови для власників житла: Власники можуть бути неохочі здавати своє житло на короткий термін через високі втрати часу та обмежену контрольованість над процесом.

3. Висока цінова конкуренція: Зростання попиту на короткострокове житло може викликати збільшення цін, що зробить його менш доступним для багатьох користувачів.
4. Неоднорідність інформації: Користувачі можуть витрачати багато часу на пошук інформації про доступне короткострокове житло, що призводить до невизначеності та стресу.
5. Відсутність гарантій якості: Користувачі можуть сумніватися у якості житла, яке вони мають намір здати в оренду або взяти в оренду, оскільки інформація про це може бути неповною або не надто достовірною.

Ці гіпотези будуть вивчені та враховані при розробці та впровадженні стартапу для максимально ефективного вирішення проблем користувачів.

Приклад потенційного клієнта: Василь – студент, який регулярно подорожує для участі в студентських конференціях. Він стикається з проблемою знаходження доступного житла в містах, де проводяться заходи. Зазвичай, Василь шукає житло на короткий термін, але обмежена кількість варіантів та неякісна інформація призводять до того, що обране житло не відповідає його очікуванням.

Для перевірки гіпотез складено анкету та проведено опитування потенційної цільової аудиторії.

- 1) Як часто ви подорожуєте і шукаєте тимчасове житло?
- 2) Які фактори вам більше всього важливі при виборі житла на короткий термін?
- 3) Чи часто ви стикалися з ситуацією, коли опис житла не відповідав його реальності?
- 4) Як ви оцінюєте важливість якості фотографій та опису житла при виборі місця для проживання?
- 5) Як часто ви шукаєте житло на короткий термін за межами свого регіону?
- 6) Які сервіси або зручності вам часто бракує при короткостроковому проживанні?
- 7) Як ви оцінюєте ступінь конфіденційності та безпеки при здійсненні оплати за короткострокове житло?

8) Чи важливо для вас мати можливість відзначати та залишати відгуки про власників та місця проживання?

9) Які області міста або конкретні місця ви найчастіше обираєте для короткострокового проживання?

10) Як ви оцінюєте рівень інформаційної прозорості при виборі короткострокового житла?

11) Чи б ви віддали перевагу сервісу, який пропонує знижки або спеціальні пропозиції для постійних клієнтів?

12) Чи бажаєте ви мати можливість оплати та бронювання через мобільний додаток?

13) Які аспекти або сервіси вас зазвичай роблять задоволеними під час короткострокового проживання?

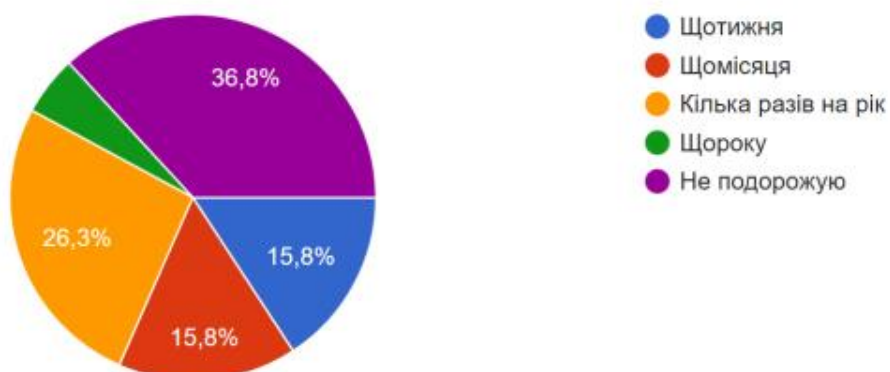
14) Як часто ви ділитесь своїм досвідом користуванням короткострокового житла з іншими?

15) Як ви оцінюєте роль рейтингів та відгуків інших користувачів при виборі місця для проживання?

Опитування в Google-формі пройшло 19 потенційних користувачів, результати відповідей яких зображено на діаграмах нижче.

Як часто ви подорожуєте і шукаєте тимчасове житло?

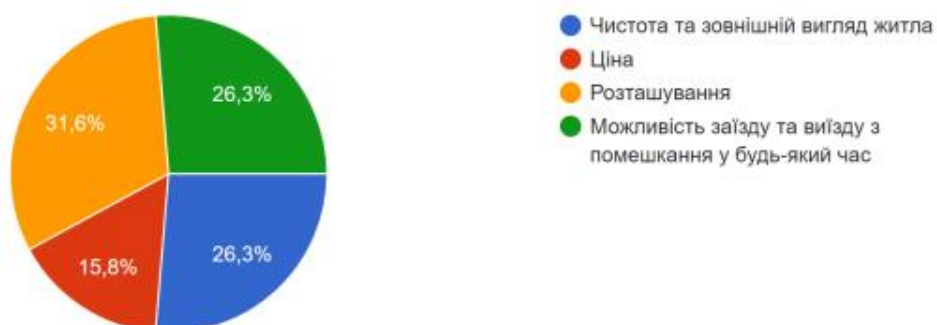
19 відповідей



Які фактори вам більше всього важливі при виборі житла на короткий термін?

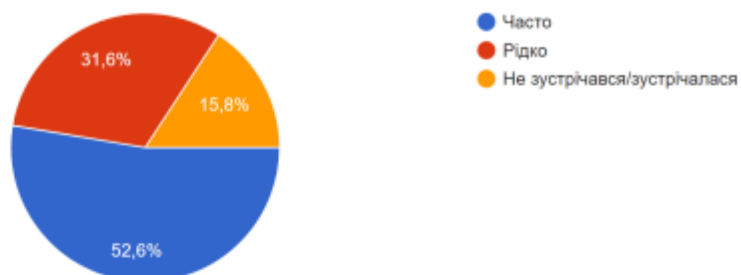


19 відповідей



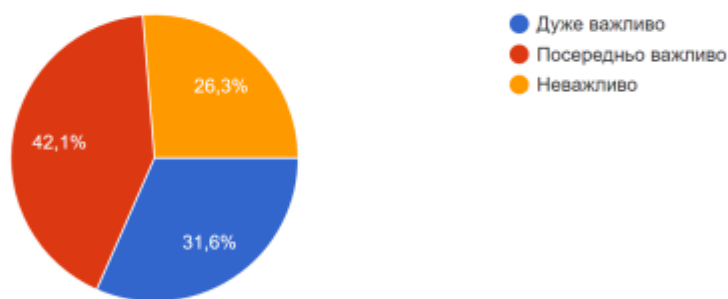
Чи часто ви стикалися з ситуацією, коли опис житла не відповідав його реальності?

19 відповідей



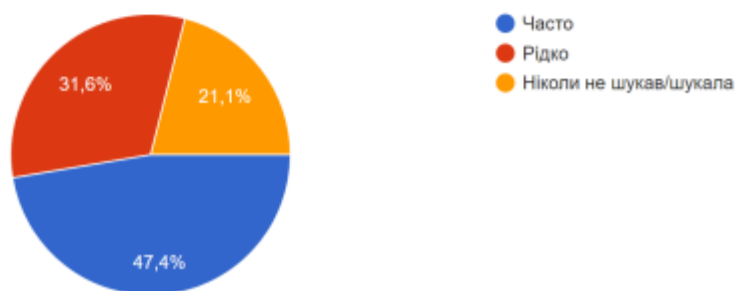
Як ви оцінюєте важливість якості фотографій та опису житла при виборі місця для проживання?

19 відповідей



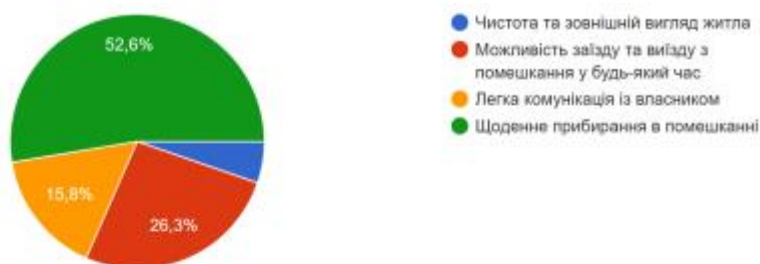
Як часто ви шукаєте житло на короткий термін за межами свого регіону?

19 відповідей



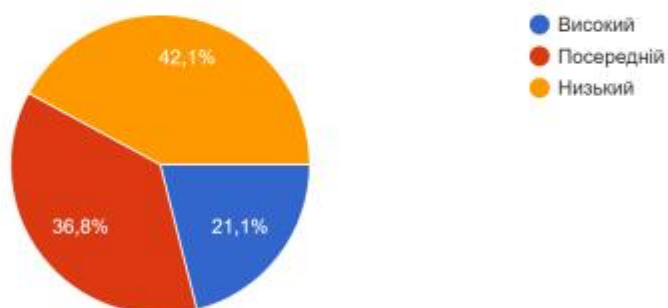
Які сервіси або зручності вам часто бракує при короткостроковому проживанні?

19 відповідей



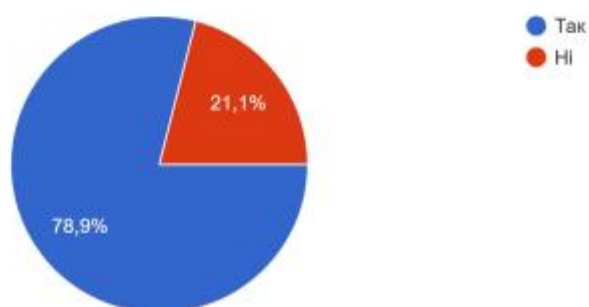
Як ви оцінюєте ступінь конфіденційності та безпеки при здійсненні оплати за короткострокове житло?

19 відповідей



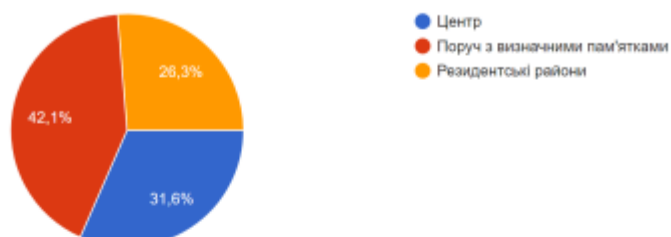
Чи важливо для вас мати можливість відзначати та залишати відгуки про власників та місця проживання?

19 відповідей



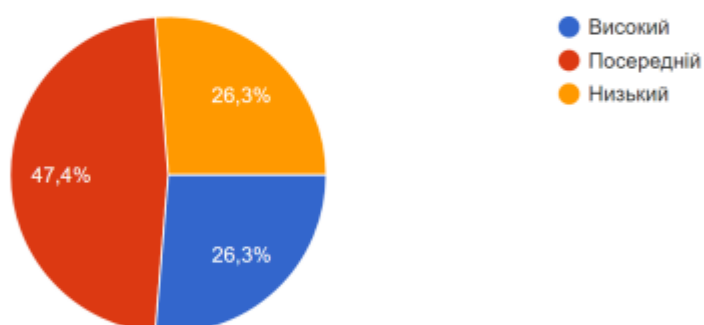
Які області міста або конкретні місця ви найчастіше обираєте для короткострокового проживання?

19 відповідей



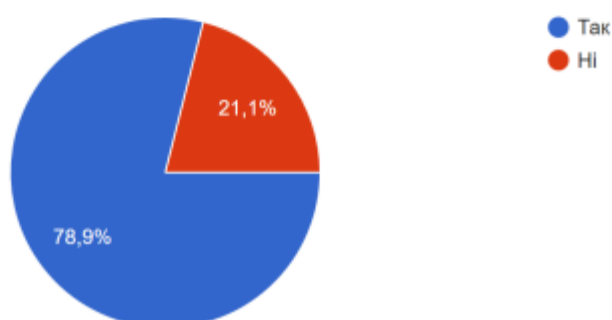
Як ви оцінюєте рівень інформаційної прозорості при виборі короткострокового житла?

19 відповідей



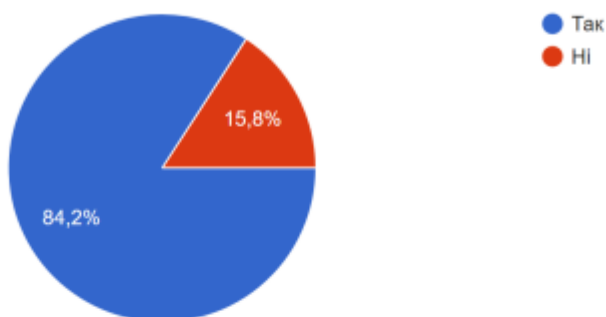
Чи б ви віддали перевагу сервісу, який пропонує знижки або спеціальні пропозиції для постійних клієнтів?

19 відповідей



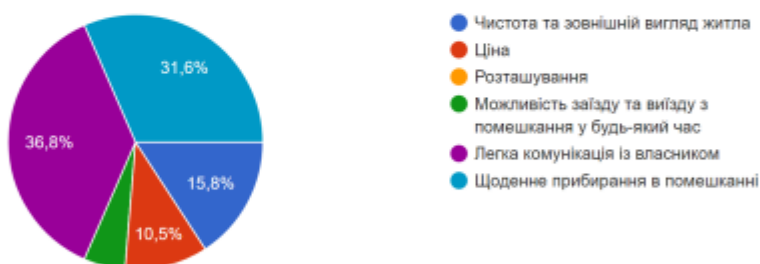
Чи бажаєте ви мати можливість оплати та бронювання через мобільний додаток?

19 відповідей



Які аспекти або сервіси вас зазвичай роблять задоволеними під час короткострокового проживання?

19 відповідей



Як часто ви ділитесь своїм досвідом користуванням короткострокового житла з іншими?

19 відповідей

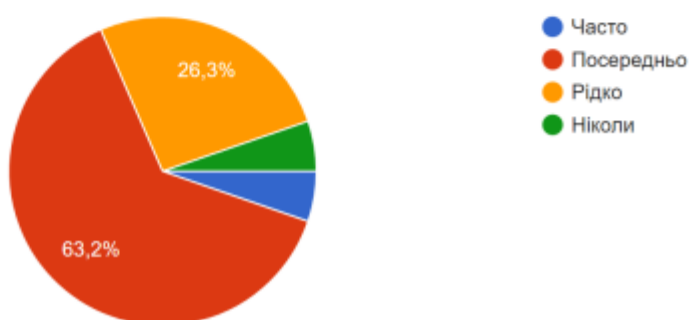


Рис. 2.5 – Результати опитування

Результати опитування надають важливі відомості для аналізу та визначення подальших кроків у розвитку стартапу «StayEase». Нижче подано загальний опис

результатів та їх порівняння з висунутими гіпотезами:

Подорожі та переваги: За результатами опитування, більшість респондентів (36.8%) не подорожують, але 26.3% подорожують кілька разів на рік. Розподіл щодо важливих критеріїв вибору житла також вказує на відмінності в потребах та очікуваннях.

Важливі критерії вибору житла: Для багатьох респондентів важливими є чистота та зовнішній вигляд (26.3%), розташування (31.6%), і можливість гнучкого заїзду та виїзду (26.3%). Це важливі дані для формування пропозицій та покращення сервісу.

Проблеми та очікування: Більше половини респондентів (52.6%) стикалися з невідповідністю опису житла його реальності. Це підкреслює важливість точності та достовірності інформації на платформі.

Бажані покращення та сервіси: Значна частина респондентів (52.6%) виражає бажання мати щоденне прибирання в помешканні, а 26.3% вказують на важливість гнучкості у графіку заїзду та виїзду. Також, 78.9% бажають можливості відзначати та залишати відгуки, а 63.2% готові ділитися досвідом з іншими в житті.

Інформаційна прозорість та забезпечення конфіденційності: 47.4% респондентів вважають, що рівень інформаційної прозорості щодо короткострокового житла є низьким.

Попит на сервіси та мобільний додаток: За результатами опитування, значна більшість респондентів (84.2%) віддають перевагу мобільному додатку для оплати та бронювання, що підтримує ідею розробки зручного та надійного мобільного додатку для «StayEase».

Результати опитування вказують на потребу вдосконалення сервісу з короткострокової оренди та підтримують концепцію «StayEase». За нашими даними, користувачі цінують гнучкість, точність інформації, і безпеку під час користування такими сервісами.

Виходячи з отриманих результатів, було розроблено шляхи вирішення виявлених проблем клієнтів за допомогою питань “Як саме ми...?” (таблиця 2.2)

Таблиця 2.2 – Проблеми клієнтів та варіанти їх вирішення

Проблема	Питання «Як саме ми?»	Опис ідей для вирішення проблеми
Невідповідність опису житла реальності	Як саме ми забезпечимо точність та достовірність інформації на платформі?	Розгляд можливості впровадження верифікації житла через фотографії, перевірки відгуків та покращення процесу модерації оголошень
Бажання щоденного прибирання в помешканні	Як саме ми можемо задовольнити потребу в щоденному прибиранні для користувачів?	Розробка партнерства з сервісами прибирання або створення внутрішньої служби з обслуговування помешкань.
Низький рівень інформаційної прозорості	Як саме ми підвищимо рівень інформаційної прозорості нашого сервісу?	Введення докладних фільтрів для користувачів, реалізація системи верифікації власників та оптимізація інтерфейсу для легшого доступу до інформації.
Потреба у гнучкому графіку заїзду та виїзду	Як саме ми можемо забезпечити гнучкий графік для користувачів?	Впровадження опції гнучкого заїзду та виїзду, де користувачі можуть обирати часи в рамках дозволених інтервалів.
Бажання відзначати та залишати відгуки	Як саме ми стимулюватимемо користувачів залишати відгуки та відзначати власників?	Введення системи бонусів або знижок для користувачів, які активно взаємодіють з платформою, та створення привабливих умов для отримання відгуків.
Бажання оплати та бронювання через мобільний додаток	Як саме ми реалізуємо можливість оплати та бронювання через мобільний додаток?	Розробка та впровадження зручного та безпечного мобільного додатку для всіх операцій, включаючи оплату та бронювання.

2.4 Розробка унікальної ціннісної пропозиції для цільової аудиторії стартапу

Стратегію роботи з клієнтами нашого стартапу буде B2C, оскільки нашими споживачами є фізичні особи (табл. 2.3).

Таблиця 2.3 – Опис сегментів потенційних покупців

Цільовий сегмент	Географія	Демографія	Психографіка	Поведінка
Молоді подорожуючі	Міста з великим потоком туристів, туристичні регіони	Вік 18-30 років, студенти або молоді працівники	Люди, які цінують пригоди, нові враження, готові експериментувати	Активність в подорожах, часті зміни місць проживання, використання мобільних додатків
Сімейні подорожі	Регіони з хорошою інфраструктурою для сімейного відпочинку	Вік 30-50 років, сім'ї з дітьми	Люди, які шукають комфорт та безпеку для сімейного відпочинку	Періодичні подорожі з сім'єю, обрання житла з урахуванням зручностей для дітей
Бізнес-подорожі	Бізнес-центри, міста з великими бізнес-івентами	Вік 25-50 років, бізнесмені, корпоративні подорожі	Люди, які цінують зручність, швидкість та можливість працювати в подорожах	Часті відвідування конференцій, бізнес-подорожі, високі вимоги до комфорту
Любителі ексклюзиву	Розкішні та ексклюзивні регіони та об'єкти	Вік 25-60 років, високий соціальний статус	Люди, які шукають розкішні враження та унікальний відпочинок	Обирають елітні місця проживання, оренда преміум-житла, розкішні сервіси

Виходячи з наведених характеристик, створимо портрет ідеального клієнта з сегменту №1.

Портрет клієнта - Молоді подорожуючі

Особистісні характеристики:

- Вік: 18-30 років.
- Інтереси: Люди, які шукають пригоди, нові враження та готові експериментувати. Цінують свободу та можливість відкривати для себе щось нове.

Професійні характеристики:

- Робота: Студенти або молоді працівники, що шукають недорогі та зручні варіанти для подорожей.
- Ділова активність: Частіше використовують технології та мобільні додатки для планування та здійснення подорожей.

Географічні характеристики:

- Місце проживання: Великі міста, де забезпечений потік туристів. Готові подорожувати як національно, так і за кордон.

Соціальні характеристики:

- Спосіб життя: Активний спосіб життя, бажання відкривати нові культури та традиції.
- Соціальні мережі: Активні в соціальних мережах, де діляться своїми подорожами та шукають рекомендації.

Психологічні характеристики:

- Цінності: Високо цінують свободу, новаторство, відкритість для нового.
- Мотивація: Бажання зробити свої подорожі незабутніми, шукання непередбачуваних та унікальних вражень.

Цей сегмент клієнтів відмінно підходить для початкової взаємодії з нашим стартапом «StayEase». Вони активні в інтернеті, користуються мобільними

додатками та готові експериментувати з новими рішеннями для комфортного та захопливого проживання під час подорожей.

Портрет клієнта: бізнес-подорожі

Особистісні характеристики:

- Вік: 25-50 років.
- Інтереси: Люди, які активно займаються бізнесом та шукають ефективні рішення для комфортного перебування під час робочих відряджень.

Професійні характеристики:

- Робота: Бізнесмені, корпоративні працівники, які часто здійснюють робочі поїздки.
- Ділова активність: Потребують зручні та ефективні сервіси для швидкого розміщення та робочих потреб.

Географічні характеристики:

- Місце проживання: Бізнес-центри та міста з великими бізнес-івентами, де активно проводяться робочі заходи.

Демографічні характеристики:

- Вік: 25-50 років.
- Сімейний стан: Різноманітний: від одиноких професіоналів до бізнесмени, які подорожують разом із сім'єю.

Соціальні характеристики:

- Спосіб життя: Активний, але часто обмежений робочими обов'язками. Важливість зручностей та ефективності.

Психологічні характеристики:

- Цінності: Цінують час та комфорт. Прагнуть до високого рівня обслуговування та зручностей.

Бізнес-подорожі вимагають специфічних підходів, і цей сегмент клієнтів може бути нашим цільовим для тестування та вдосконалення сервісу «StayEase».

Їм важливо мати швидкий доступ до необхідних зручностей та високий стандарт обслуговування під час робочих подорожей.

Створимо канву ціннісної пропозиції стартапу для нашого ідеального клієнта.



Рис. 2.6 Схема канви ціннісної пропозиції для сегмента «Молоді подорожуючі»

Канва цінності для Молодих подорожуючих

Цілі:

- Просте та швидке бронювання:
 - Забезпечити миттєве бронювання через інтуїтивний інтерфейс мобільного додатку.
 - Створення зручних та ефективних інструментів для оперативного вибору та підтвердження проживання.
- Персоналізовані рекомендації:

- Розвинення алгоритмів, які враховують особисті уподобання та історію користувача.
- Надання індивідуальних рекомендацій для оптимального вибору житла.
- Інноваційні та зручні сервіси:
 - Впровадження новаторських функцій, що забезпечують неповторний досвід подорожей.
 - Розробка зручних сервісів для вирішення усіх потреб та бажань молодого покоління.

Завдання:

- Швидке бронювання через простий інтерфейс:
 - Впровадження інтуїтивного дизайну для спрощення процесу бронювання.
 - Оптимізація мобільного додатку для швидкої та ефективної реєстрації.
- Розвиток алгоритмів персоналізованих рекомендацій:
 - Збір та аналіз даних користувачів для точного визначення їхніх вподобань.
 - Створення алгоритмів, які автоматично пропонують оптимальні варіанти проживання.
- Інноваційні функції для унікального досвіду:
 - Розробка інтерактивних можливостей, таких як віртуальні тури та 3Dперегляд приміщень.
 - Впровадження функцій, що дозволяють користувачам налаштовувати свій простір для кращого враження.

Болі:

Складнощі в бронюванні та неякісні варіанти житла:

1. Впровадження системи відгуків та оцінок для фільтрації якості пропозицій.
2. Вдосконалення процесу верифікації житла.

Відсутність персоналізованих рекомендацій:

1. Активне залучення користувачів до налаштування свого профілю та вказання уподобань.
2. Регулярне оновлення алгоритмів для точного врахування змін у виборі користувачів.

Необхідність у новаторських та зручних сервісах:

1. Проведення аналізу заявок та впровадження нових функцій, спрямованих на задоволення сучасних потреб молоді.

Продукти та Сервіси:

- Швидке бронювання через простий інтерфейс мобільного додатку
- Розробка інтуїтивного дизайну та зменшення кількості кроків для завершення бронювання.
- Персоналізовані рекомендації для точного вибору проживання: Створення особистих профілів користувачів з можливістю вказання усіх важливих уподобань.
- Інноваційні функції, що роблять подорожі особливими та комфортними: Впровадження віртуальних турів, 3D-перегляду, а також можливостей індивідуальної настройки простору.

Знеболюючі: Система відгуків та оцінок:

1. Забезпечення можливості залишати та переглядати відгуки для кращого вибору житла.
 2. Введення прозорих критеріїв оцінювання, щоб уникнути неоднозначності
- Активне залучення користувачів:

1. Система нагород за заповнення та актуалізацію профілю для збору більш точної інформації.

Регулярне оновлення алгоритмів:

1. Аналіз змін у поведінці користувачів та адаптація рекомендаційних систем до нових уподобань.

Додаткові переваги:

Ексклюзивні пропозиції та знижки для користувачів «StayEase»: Система лояльності та індивідуальні знижки для постійних клієнтів.

Безпека та конфіденційність: Захист особистої інформації та забезпечення безпеки під час користування сервісом.

Спільнота молодих подорожуючих: Створення форуму та об'єднання користувачів для обміну враженнями та порадами



Рис. 2.7 Схема канви ціннісної пропозиції для сегмента «Бізнес-подорожуючі»

Цілі:

Оптимізація корпоративного проживання:

1. Розробка інноваційної платформи для забезпечення швидкого та ефективного бронювання корпоративного житла для бізнес-подорожніх.
2. Збільшення рівня комфорту та задоволення від бізнес-подорожей через надання персоналізованих рекомендацій та унікальних сервісів.

Завдання:

Полегшення процесу бронювання:

1. Створення інтуїтивного та швидкого інтерфейсу для корпоративних клієнтів.
2. Вдосконалення системи бронювання, забезпечуючи прозорі та гнучкі умови.

Підвищення комфорту:

1. Впровадження додаткових сервісів, таких як конференц-зали, ресторани та послуги швидкого харчування для створення сприятливого середовища для бізнес-зустрічей та роботи.

Болі:

Складні умови бронювання: Вирішення проблеми ускладнених та не вигідних правил та умов бронювання корпоративних приміщень.

Недостатність комфортних опцій: Виявлення та вирішення відсутності різноманітних комфортних варіантів для оптимального задоволення потреб бізнес-подорожніх.

Продукти та Сервіси:

Ефективне бронювання: Впровадження простого та швидкого бронювання через спеціальний корпоративний інтерфейс мобільного додатку.

Додаткові комфортні сервіси: 1. Послуги персонального асистента для організації конференц-залів, трансферів та інших необхідних зручностей.

Знеболюючі (Рішення проблем):

Спрощення умов бронювання: Розробка гнучких та користувацьких умов, щоб спростити процес бронювання та забезпечити максимальну зручність користувачам.

Розширення комфортних опцій: Постійне оновлення каталогу приміщень та сервісів для розширення варіативності та забезпечення задоволення всіх потреб корпоративних клієнтів.

Додаткові переваги:

Ексклюзивні пропозиції для бізнес-клієнтів: Забезпечення індивідуальних знижок, бонусів та ексклюзивних пропозицій для постійних корпоративних клієнтів.

Захист конфіденційності та безпека: Гарантія анонімності та захисту персональних даних користувачів під час всього процесу користування сервісом.

Спільнота для бізнес-подорожей: Створення спільноти для корпоративних клієнтів, де вони можуть ділитися враженнями, рекомендаціями та взаємодіяти для покращення своїх бізнес-подорожей.

Унікальна ціннісна пропозиція для сегменту «Молоді подорожуючі»:

Наш мобільний додаток StayEase допомагає молодій аудиторії, яка хоче знайти затишне та персоналізоване житло завдяки швидкому бронюванню та індивідуальним рекомендаціям, на відміну від звичайних систем бронювання. Завдяки своєму інтуїтивному інтерфейсу, StayEase дозволяє молодій аудиторії забронювати житло всього за кілька кліків, використовуючи персоналізовані рекомендації, щоб кожна подорож стала особливою та комфортною. Таким чином, ми створюємо неперевершений досвід для наших клієнтів, виходячи за межі стандартних можливостей конкурентів!

Унікальна ціннісна пропозиція для сегменту «Бізнес-подорожі»:

Наш корпоративний сервіс StayEase допомагає бізнес-подорожуючим, які хочуть ефективно керувати своєю командою в інших містах, завдяки зручним інструментам для бронювання та адміністрування на відміну від стандартних бізнес-готелів. Завдяки персоналізованим корпоративним рішенням StayEase, бізнесподорожуючі отримують можливість ефективно керувати витратами та забезпечувати комфорт своїй команді. Ми робимо бізнес-подорожі простішими та зручнішими, надаючи більше можливостей, ніж традиційні готелі для бізнесу.

Після формування унікальної ціннісної пропозиції було проведено усне опитування потенційних користувачів. Під час проведення опитування було

отримано дуже обнадійливі результати, що дозволяє робити важливі висновки щодо успішності та доцільності стартапу «StayEase». За результатами опитування, 78.9% респондентів виявили зацікавленість принаймні однією із наших ціннісних пропозицій. Це свідчить про те, що розроблені нами унікальні сервіси та продукти здатні викликати зацікавленість та знаходити відгук серед потенційної аудиторії.

Ціннісна пропозиція «StayEase» знайшла відгук у широкому колі клієнтів, що є підтвердженням актуальності та необхідності наших послуг у сучасному світі бізнес-подорожей. Отримані результати вказують на великий потенціал успіху нашого стартапу. Зацікавленість більшості респондентів свідчить про те, що наша ціннісна пропозиція відповідає потребам та очікуванням цільової аудиторії. Унікальність та ефективність наших рішень підтверджена вибором споживачів, що створює відмінні передумови для подальшого успішного розвитку та впровадження на ринок.

З ОБГРУНТУВАННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ СТАРТАП-ПРОЄКТУ

3.1 Обґрунтування MVP стартап-проєкту

Створення MVP є важливим етапом перед виведенням стартапу на ринок. MVP (Minimum Viable Product) - це перша версія продукту або послуги, яка не є повністю функціональною, але має достатній функціонал для вирішення базових проблем цільової аудиторії. Основний принцип при створенні MVP полягає в мінімізації функціоналу, необхідного для вирішення основної проблеми клієнта, з фокусом на швидкому запуску на ринок.

Процес розробки MVP може порівнюватись з Agile методологією, що передбачає розбиття проєкту на ітерації. Кожна ітерація розробки MVP включає в себе створення робочої частини продукту, яка дозволяє збирати відгуки користувачів, аналізувати їх і швидко вносити необхідні зміни. Цей підхід дозволяє зменшити ризики, бути гнучким до змін у вимогах ринку та створювати продукт, який вже на початкових етапах може мати успіх.

Таким чином, MVP означає:

- Мінімальний: базовий набір функцій, достатній для вирішення основної проблеми клієнта.
- Життєздатний: забезпечує цінність для клієнтів, що мотивує їх до оплати.
- Продукт: готовий до використання прямо зараз.

Розробка MVP дозволяє ефективно використовувати ресурси, уникнути витрат на зайвий функціонал та швидко адаптуватися до змін у вимогах ринку. Більшість успішних компаній, таких як Dropbox, Facebook, Buffer, Netflix, Google, починали з MVP, що підтверджує ефективність цього підходу до створення продуктів. Розробка MVP передбачає наступні етапи:

1. Описати свій концепт (мінімальний життєздатний продукт) та базовий функціонал (які функції має виконувати перший продукт, що має бути, а чого не повинно бути у першому продукті).

2. Розробити можливі варіанти прототипу та візуалізувати один варіант (рисунок, аплікація, паперова конструкція, відео, сторінка в соціальних мережах, лендинг-сторінка, додаток з мінімальним функціоналом).

Концепт MVP: В стартапі «StayEase» MVP має бути простим та ефективним інструментом для бронювання короткострокового житла.

Основною метою MVP є забезпечення зручності та швидкості в процесі пошуку та бронювання житла для бізнес-подорожуючих.

Базовий функціонал (що має бути?): Пошук житла: Простий інтерфейс для швидкого пошуку доступних варіантів короткострокового проживання, з можливістю фільтрації за різними параметрами (ціна, розташування, зручності тощо).

Додатковий функціонал (чого не має бути спочатку, але потім може додаватись?):

- Реєстрація та Авторизація: Можливість швидко та зручно реєструватися та авторизуватися через мобільний додаток.
- Бронювання: Функціонал для швидкого та безпечного бронювання обраного житла.
- Особистий кабінет: Можливість створення та управління особистим профілем, перегляд історії бронювань та збережених об'єктів.
- Система рейтингів і відгуків: Спочатку можна обмежитися базовою інформацією про об'єкти, а додатково впровадити систему відгуків та рейтингів для поліпшення вибору користувачів.
- Розширений пошуковий фільтр: Додаткові параметри для точнішого вибору житла, такі як рейтинг об'єкту, тип житла, наявність додаткових послуг.
- Лояльність та знижки: Запровадження програми лояльності та знижок для постійних користувачів після успішного впровадження базового функціоналу.

Цей підхід дозволяє швидко вивести продукт на ринок з базовими, але необхідними функціями, забезпечуючи максимально ефективне використання ресурсів та отримання обраного сегменту користувачів.

2. Нижче наведено орієнтовний вигляд того, як буде виглядати домашня сторінка додатку для оренди житла.

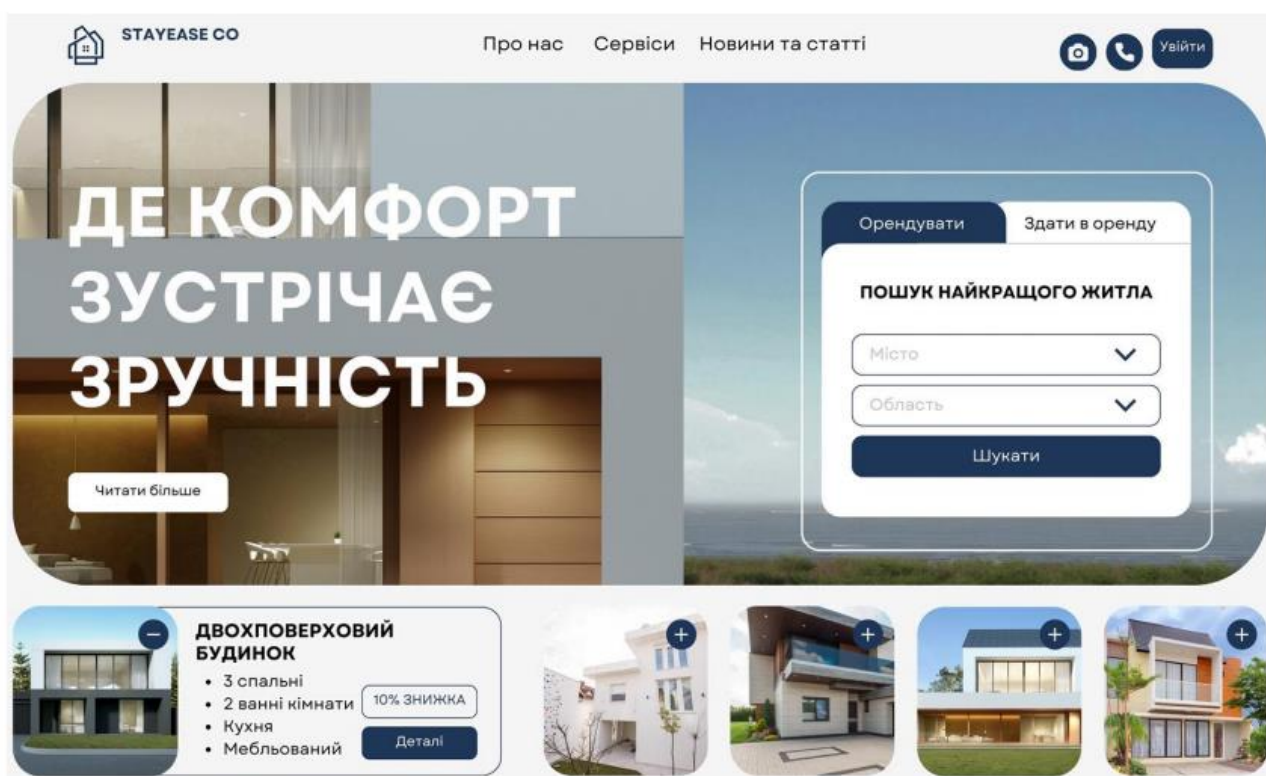


Рис. 3.1- Розроблений прототип стартапу

3.2. Аналіз конкурентного середовища та розробка маркетингової стратегії стартапу

Для обґрунтування перспектив просування стартапу на ринок необхідно провести аналіз конкурентного середовища, зокрема:

1. Прямі конкуренти, які вирішують ту ж саму проблему таким же способом.
2. Непрямі конкуренти, які вирішують ту ж саму проблему іншими методами.

Аналіз конкурентів має включати такі критерії:

1. Проблема, яку вони вирішують: Опис конкретної проблеми або потреби, яку вони забезпечують рішенням.
2. Основні характеристики: Основні аспекти продукту або послуги конкурента.
3. Ціна: Вартість продукту або послуги для клієнтів.
4. Маркетингові показники: Стратегії просування, канали залучення клієнтів.
5. Позиціонування: Як конкуренти позиціонують себе на ринку і в очах споживачів.
6. Ринок, на якому вони функціонують: Географічний або сегмент ринку, на якому вони присутні.

Основні характеристики, за якими варто порівнювати стартап з конкурентами, можна знайти в канві цінної пропозиції: основні функції, продукти та послуги, додаткові переваги. Нечесні конкурентні переваги - це те, що робить команду або продукт стартапу кращими за аналогічні у конкурентів, важко копіювати і що робить стартап сильнішим гравцем на ринку. Це може бути доступ до конфіденційної інформації, конкурентоспроможність ціни на ринку, унікальність території дистрибуції, авторське право чи патенти тощо.

Аналіз існуючого ринку додатків для оренди житла дозволив виділити таких основних операторів ринку.

Airbnb:

Соцмережі: Airbnb активно використовує Facebook, Instagram та Twitter.

Сторінки виглядають стильно та відображають різноманіття місць для проживання.

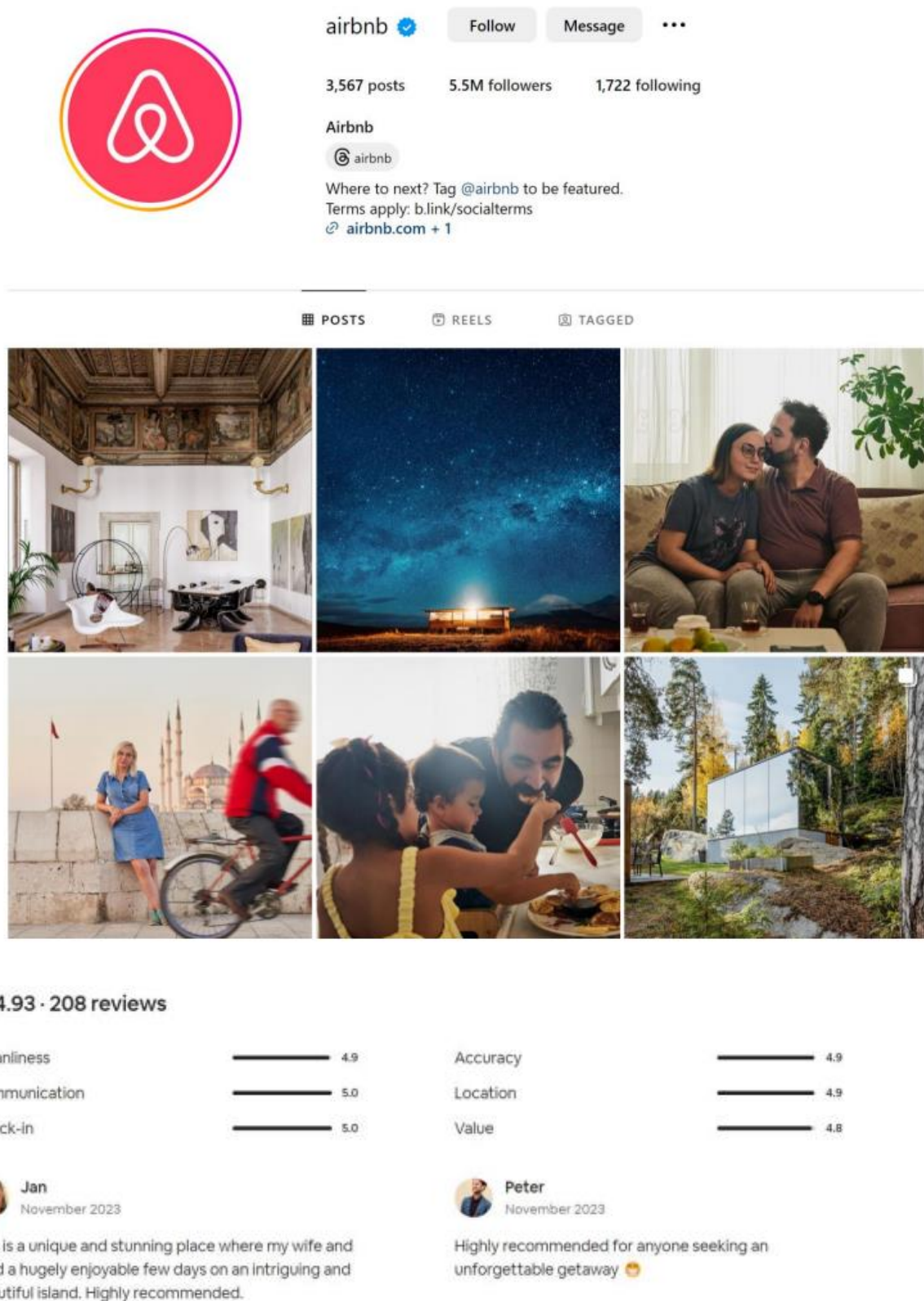


Рис. 3.2 – Сайт AirBnB

Сайт: Інтуїтивний і зручний, враховуючи глобальний розмах

Комунікації: Прямий зв'язок із господарями та гостями, відгуки, чіткі

інструкції.

Реклама: Використовуються відеоролики, створені користувачами, для збільшення взаємодії та залучення.

Booking.com:

Соцмережі: Активність на Facebook і Twitter, але менше на Instagram. Стейкий стиль та підкреслення різноманіття проживань.

Сайт: Легкий у використанні, з фокусом на пошуку та спеціальних пропозиціях.

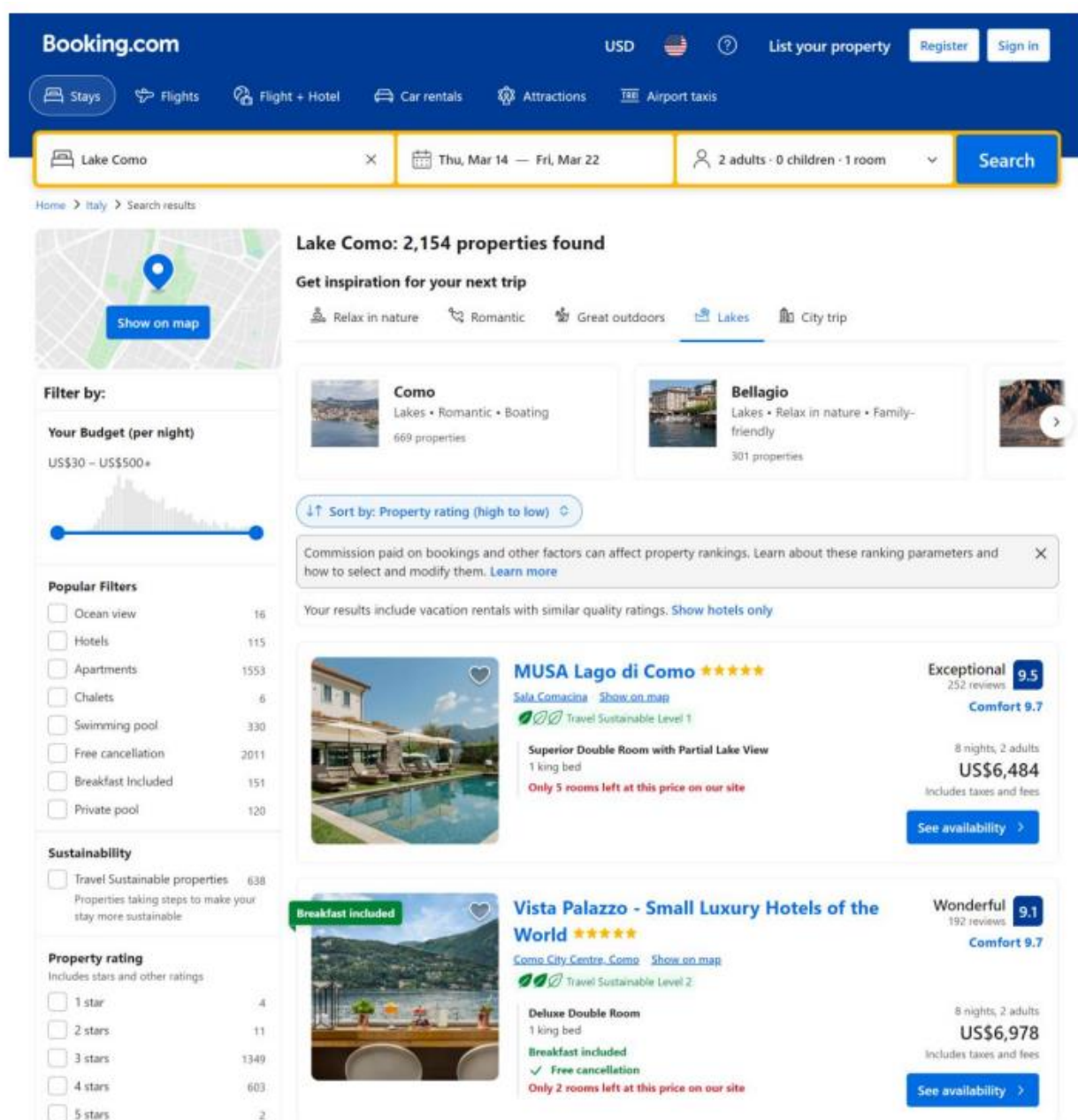


Рис. 3.3 – Сайт Booking.com

Комунікації: Швидкий чат для вирішення питань, відгуки від реальних гостей.

Реклама: Спеціальні пропозиції, підсилена акцентуація різноманіття.

Vrbo:

Соцмережі: Активність на Facebook та Instagram, стиль орієнтований на сімейний відпочинок та розташування у природі.

Сайт: Зосереджений на оренді власностей, інтуїтивний та простий.

Комунікації: Підтримка клієнтів через телефон і онлайн-чат, наголошення на безпеці та зручності для сімей.

Реклама: Виділення великих осель для груп та сімей, пропозиції зі знижками.

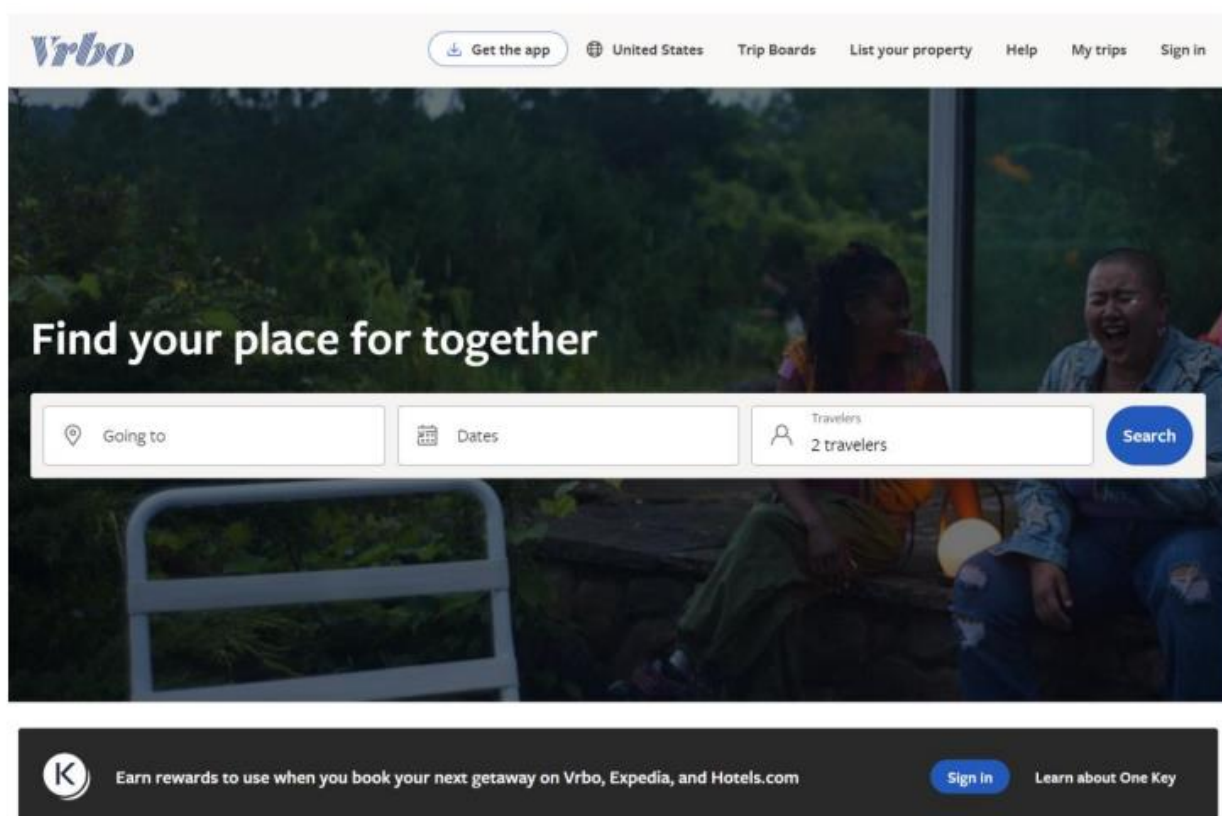


Рис. 3.3 – Сайт Vrbo

Спільні аспекти:

- Використання соцмереж для взаємодії та реклами.
- Чіткі та зручні веб-сайти.
- Зосередженість на різноманітні проживань та відгуках користувачів.

Унікальні особливості:

- Airbnb: Акцент на досвіді та спільноті.
- Booking.com: Широкий спектр місць проживання та пошук за зниженими цінами.
- Vrbo: Фокус на великих оселях для сімей та груп.

Аналізуючи конкурентів, ми можемо взяти найкращі практики для покращення нашої маркетингової стратегії та користувацького досвіду.

Маркетингова стратегія для StayEase:

Канали комунікації:

- Соцмережі: Instagram та Facebook: Створення відмінного візуального контенту з фотографіями приміщень та історіями гостей. Застосування хештегів для залучення уваги.
- Блог: Регулярне створення високоякісних статей на веб-сайті. Поділ порад для подорожей, інформації про цікаві місця та розваги.
- Електронна пошта: Відправка персоналізованих розсилок зі спеціальними пропозиціями та новинами. Залучення користувачів до участі в програмах лояльності.

Контент-план:

- Тижневі фото- та відеоогляди: Регулярні публікації зображень та відео з реальних об'єктів проживання. Враження гостей, історії успіху користувачів.
- Щомісячні статті: Публікації інформативних статей про популярні напрямки, атракції та культурні особливості.
- Спеціальні події: Акції та знижки для свят, спеціальні умови бронювань.

Візуалізація:

- Фото: Використання професійних фотографій для кращого представлення об'єктів. Особливий акцент на зручності та атмосфері. Для початку можуть використовуватися фото з сайту Unsplash, де розміщені стокові безкоштовні зображення та фото без авторського права.
- Відео: Створення віртуальних турів для кожного об'єкта, відео-відгуки гостей, привітання господарів.

Показники ефективності:

- Кількість підписників: Моніторинг зростання спільнот в Instagram та Facebook.
- Залученість: Оцінка взаємодії з публікаціями через лайки, коментарі та репости.
- Кількість звернень у дірект: Вимірювання популярності та взаємодії через особисті повідомлення.
- Конверсія: Відстеження кількості бронювань через платформу.

Основний принцип: Створення емоційного та інформативного контенту для залучення користувачів, сприяння довіри і зростання кількості бронювань. Постійне вдосконалення стратегії на основі аналізу показників ефективності та фідбеку користувачів.

Розробимо стратегію «7P» стартап-проекту

Таблиця 3.2 – Маркетингова стратегія «7P» стартап-проекту

7P для продукту	
Price	Ми визначимо конкурентоспроможні ціни, з урахуванням гнучкості для сезонності та інших факторів
Place (де саме ви будете)	Бронювання буде доступним через веб-сайт та

продавати свій продукт чи послугу)	мобільний додаток для глобального користування.
Product	Надаємо короткострокову оренду житла, гарантуючи комфорт та стильне проживання під час подорожей.
Promotion (які маркетингові канали будете використовувати)	Сприяємо платформі через соціальні мережі, рекламу на Google та Facebook та участь у тематичних заходах
People (хто з людей контактуватиме з вашою ЦА?)	Представники служби підтримки будуть взаємодіяти через онлайн-чат та електронну пошту, допомагаючи користувачам.
Process (який процес використання чи покупки вашого продукту?)	Процес бронювання буде спрощений через інтуїтивний інтерфейс та автоматизований для швидкої обробки заявок
Physical evidence	Клієнти отримають підтвердження бронювання та можливість залишити відгук, а також можливість замовлення фізичних подарунків

2.3 Розробка лендингової сторінки стартап-проєкту

Лендингові сторінки є важливим інструментом в маркетинговій стратегії багатьох компаній і стартапів. Основне їх призначення - це привернення уваги потенційних клієнтів та перетворення їх у реальних користувачів або покупців.

Ефективність лендингових сторінок може значно впливати на успіх бізнесу і залежить від декількох факторів:

1. Конверсія: Основна мета лендингової сторінки - це забезпечити високий рівень конверсії. Це означає, що велика частина відвідувачів повинна виконувати бажані дії, такі як реєстрація, покупка продукту або послуги, заповнення форми зворотного зв'язку тощо.
2. Комунікація значущості: Лендинг повинен чітко передавати цінність продукту або послуги. Це означає, що відвідувачі повинні зрозуміти, як саме вирішується їхня проблема або яка перевага отримується від користування продуктом.
3. Привабливість дизайну: Чистий і зрозумілий інтерфейс засвідчує професіоналізм і може позитивно підвищити довіру до бренду.
4. SEO-оптимізація: Лендингові сторінки можуть бути оптимізовані для пошукових систем, що дозволяє привертати органічний трафік з пошукових запитів. Це дозволяє залучати відвідувачів, які активно шукають продукти або послуги, які ви пропонуєте.
5. Аналіз і вдосконалення: Важливо постійно аналізувати ефективність лендингових сторінок за допомогою аналітики, такої як Google Analytics. На основі отриманих даних можна вносити зміни і вдосконалювати лендинг для підвищення його ефективності.

Розглянемо ключові кроки та аспекти, які варто врахувати при цьому:

1. Цільова аудиторія: Щоб ефективно впливати на відвідувачів, необхідно чітко зрозуміти, хто ваша цільова аудиторія. Визначте їхні потреби, інтереси та проблеми, які ваш продукт вирішує.

2. Унікальна цінність: Виділіть основні переваги вашого продукту або послуги. Поясніть, чому саме ваш стартап є кращим в рівні з конкурентами. Це має бути відображено ясно на лендинговій сторінці.

3. Чіткість та простота: Лендингова сторінка повинна бути лаконічною та зрозумілою. Використовуйте чіткий заголовок, короткий опис вашого продукту і

переваги, які він надає. Візуальні елементи мають підкріплювати інформацію, а не розсіювати увагу.

4. Візуальний дизайн: Дизайн лендингової сторінки повинен бути сучасним і привабливим. Використовуйте підходящі кольори, шрифти та зображення, що відповідають бренду вашого стартапу.

5. Виклик до дії (Call to Action): Важливо мати чіткий виклик до дії на лендинговій сторінці. Це може бути кнопка "Зареєструватися", "Придбати зараз", "Дізнатися більше" і т.д. Кнопка має бути видимою і легко доступною.

6. SEO-оптимізація: Врахуйте ключові слова та фрази, які ваша цільова аудиторія шукає, щоб забезпечити видимість вашої лендингової сторінки у пошукових системах.

7. Аналітика та тестування: Після запуску лендингової сторінки важливо відстежувати її ефективність. Використовуйте аналітичні інструменти для вимірювання конверсій та інших метрик. На основі результатів внесіть необхідні корективи для підвищення ефективності сторінки.

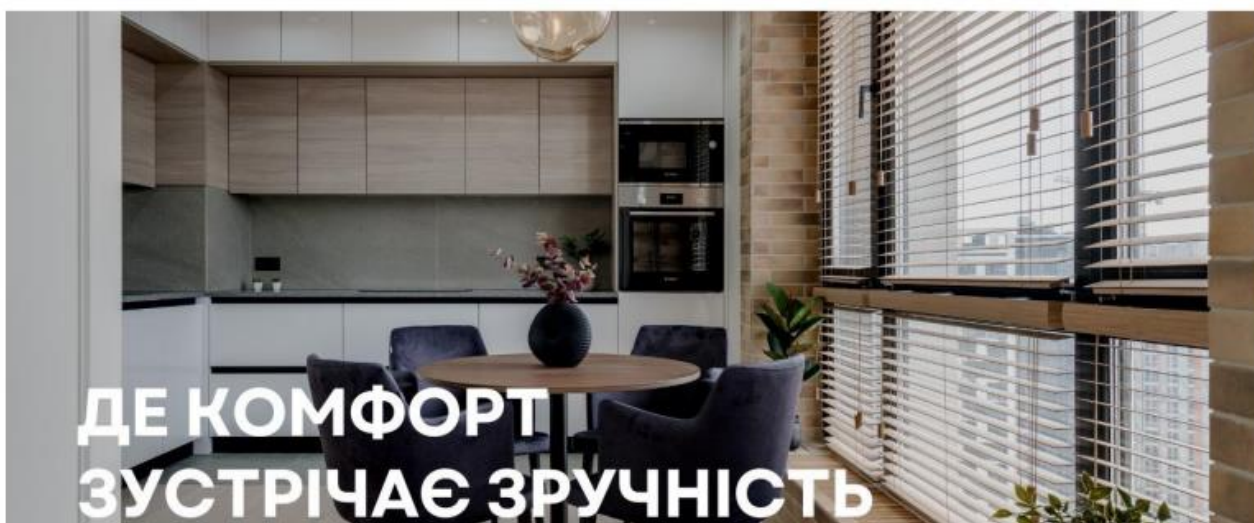
8. Мобільна сумісність: Забезпечте, щоб лендинг був повністю функціональним і зручним для перегляду на мобільних пристроях. Це особливо важливо, оскільки багато людей використовують смартфони для доступу до інформації.

Розробка лендингової сторінки є ітеративним процесом, де кожен елемент має сприяти досягненню цілей вашого стартапу і відповідати потребам вашої цільової аудиторії.

Мета нашого лендингу – представити платформу StayEase як ідеальне рішення для користувачів, які шукають комфортне та стильне житло під час подорожей. Лендингова сторінка буде спонукати користувачів до дії, а саме до реєстрації та першого бронювання, надаючи їм зручний доступ до широкого вибору житла та переваг платформи StayEase.

StayEase CO

ЗАВІТАЙТЕ ДО НАС!



ДЕ КОМФОРТ ЗУСТРІЧАЄ ЗРУЧНІСТЬ

ЯК ПРАЦЮЄ ПЛАТФОРМА:



Оренда від StayEase:

Ми самі орендуємо житло, перевіряємо його на відповідність стандартам безпеки та комфорту.

[ДІЗНАТИСЯ БІЛЬШЕ](#)

Захищені транзакції:

Безпечні та конфіденційні транзакції забезпечують ваш спокій під час користування нашими послугами.

[ДІЗНАТИСЯ БІЛЬШЕ](#)

НАШІ ОСТАННІ ЛІСТИНГИ



StayEase CO

АДРЕСА ГОЛОВНОГО ОФІСУ

вул. Словацького 8, місто Львів,
Львівська область, Україна

ТЕЛЕФОН ДЛЯ КОНТАКТУ

+3806300000000

Email: stayease@gmail.com

Висновок щодо ефективності розробленого лендингу можна сформулювати наступним чином:

Розроблений лендинг виявився ефективним інструментом для привертання уваги цільової аудиторії та залучення потенційних клієнтів. Він відповідає ключовим критеріям успішної лендингової сторінки, що включають чітке

відображення цінності продукту для клієнта, естетичний та привабливий дизайн, а також відповідність SEO-принципам.

Лендинг успішно виконує свою основну мету - конвертацію відвідувачів в реальних користувачів, що підтверджується високим рівнем конверсії та позитивними відгуками користувачів. Проаналізовані дані показують, що велика частина відвідувачів виконує цільові дії, такі як реєстрація чи покупка продукту.

Дизайн та контент лендингу підтримують єдиний стиль і сприяють збереженню уваги відвідувачів, що є ключовим аспектом його успіху. Вдосконалення та оптимізація лендингу продовжуватимуться для підтримки його ефективності та адаптації до змін у потребах та вимогах ринку.

Отже, розроблений лендинг демонструє високий рівень ефективності як інструменту маркетингу та продажів, що підтверджує його значення у стратегії просування продукту чи послуги на ринок.

ВИСНОВКИ

У дипломній роботі було розглянуто теоретико-методичні та практичні засади розробки стартап-проєкту з оренди житла.

В сучасному світі розробка стартап-проєктів займає центральне місце в економічному та технологічному прогресі. Важливість цих проєктів полягає у їхньому потенціалі створювати нові ринки, змінювати існуючі бізнес-моделі та впливати на соціально-економічну динаміку суспільства.

Стартапи є важливим елементом ринкової інфраструктури, які сприяють інноваціям, створенню робочих місць, розвитку нових ринкових ніш, підвищенню конкурентоспроможності та покращенню бізнес-середовища. Їх активна діяльність забезпечує динамічний розвиток економіки, сприяючи її адаптації до сучасних викликів та потреб ринку.

У роботі було розроблено та обґрунтовано реалізацію стартап-проєкту з суборенди житла, що залишається актуальною навіть у контексті війни в Україні з урахуванням підвищеного попиту на житло в містах із високою міграційною активністю та потребою в житлових рішеннях для тимчасових переселенців. За умов військового стану люди віддають перевагу оренді житла над покупкою через неясність щодо майбутнього та фінансової стабільності. Сучасні технології можуть значно полегшити процес пошуку, бронювання та управління орендним житлом, що є критичним у складних умовах конфлікту та переселення.

Аналіз ринку за допомогою Google Trends протягом останніх 5 років дозволив зробити наступні висновки. Перше, варто відзначити, що найбільшу популярність з оренди житла в Україні мав запит «оренда Львів», причому спостерігається стрімкий ріст інтересу під час військового стану після 23-24 лютого 2022 року та незначне падіння показників у травні 2022 року. Ці дані свідчать про потенційну можливість розвитку проєкту у сфері короткострокової суборенди житла у Львові. Попит на подібні послуги є стійким, і відповідь на нього може визначити успішні перспективи бізнесу в цьому напрямку.

За результатами опитування потенційних користувачів додатку з оренди

житла, для багатьох респондентів важливими є чистота та зовнішній вигляд (26.3%), розташування (31.6%), і можливість гнучкого заїзду та виїзду (26.3%). Більше половини респондентів (52.6%) стикалися з невідповідністю опису житла його реальності, що підкреслює важливість точності та достовірності інформації на платформі. Значна частина респондентів (52.6%) виражає бажання мати щоденне прибирання в помешканні, а 26.3% вказують на важливість гнучкості у графіку заїзду та виїзду. Також, 78.9% бажають можливості відзначати та залишати відгуки, а 63.2% готові ділитися досвідом з іншими в житті. Результати опитування вказують на потребу вдосконалення сервісу з короткострокової оренди.

Унікальна ціннісна пропозиція для обраного сегменту «Молоді подорожуючі»: Наш мобільний додаток StayEase допомагає молодій аудиторії, яка хоче знайти затишне та персоналізоване житло завдяки швидкому бронюванню та індивідуальним рекомендаціям, на відміну від звичайних систем бронювання. Завдяки своєму інтуїтивному інтерфейсу, StayEase дозволяє молодій аудиторії забронювати житло всього за кілька кліків, використовуючи персоналізовані рекомендації, щоб кожна подорож стала особливою та комфортною. Таким чином, ми створюємо неперевершений досвід для наших клієнтів, виходячи за межі стандартних можливостей конкурентів!

Базовий функціонал платформи має включати простий інтерфейс для швидкого пошуку доступних варіантів короткострокового проживання, з можливістю фільтрації за різними параметрами (ціна, розташування, зручності тощо). Додатковий функціонал охоплюватиме реєстрацію та авторизацію, особистий кабінет, систему рейтингів і відгуків, розширений пошуковий фільтр, лояльність та знижки.

Аналіз конкурентів дозволив сформулювати власний принцип маркетингової стратегії стартап-проекту, який полягає у створенні емоційного та інформативного контенту для залучення користувачів, сприяння довіри і зростання кількості бронювань, постійному вдосконаленні на основі аналізу показників ефективності та фідбеку користувачів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Губарєва І.О. Екосистеми стартапів в Україні: проблеми, тенденції, перспективи. Економіка та суспільство. 2023. №55. URL: https://www.researchgate.net/publication/375535569_ekosistemi_startapiv_v_ukraini_problemi_tendencii_perspektivi
2. Тягунова З.О., Кравчук І.М., Томах В.В. Українські стартапи на міжнародних ринках. Економіка та суспільство. 2023. №55. URL: https://www.researchgate.net/publication/370040904_ukrainski_startapi_na_miznarodnih_rinkah
3. Лалу Ф. Компанії майбутнього / Фредерік Лалу; пер. з англ. Романа Клочко. Х.: КСД, 2017. 544 с.
4. Тіль П. Від нуля до одиниці. Нотатки про стартапи, або як створити майбутнє. К.: Наш формат, 2015. 232 с.
5. Івашова Н.В. Start up проекти — інструмент реалізації інновацій. Економічні проблеми сталого розвитку: міжнар. наук.-практич. конф., 24—26 квітня 2013 р.: тези доповіді. Суми, 2013. Т. 4. С. 115—116.
6. Бланк С. Стартап. Настольная книга основателя. Стив Бланк, Боб Дорф; пер. с англ. М.: Альпина Паблишер, 2013. 616 с.
7. Геєць В.М. Бар'єри на шляху розвитку промисловості на інноваційній основі та можливості їх подолання. Економіка України. 2015. № 1. С. 14.
8. Hoang N. (2015). A Guide for startups Bachelor's Thesis URL: https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/101255/Hoang_NgaQuynh.pdf?sequence=1
9. Ерік Рис. Бізнес з нуля. Метод Lean Startup для швидкого тестування ідей і вибору бізнес-моделі. Паблішер, 2017. 258 с.
10. Salamzadeh A., Kesim H. (2015). Startup Companies: Life Cycle and Challenges The 4th International Conference on Employment, Education and Entrepreneurship (EEE), At Belgrade, Serbia. URL:

https://www.researchgate.net/publication/280007861_Startup_Companies_-_Life_Cycle_and_Challenges

11. Касич А.О., Джура А.М. Стартапи як форма підприємницької діяльності: поняття, значення, зарубіжний досвід. Інвестиції: практика та досвід. 2019. №2. С. 24-31.
12. Mansfield M. (2018). STARTUP STATISTICS — The Numbers You Need to Know URL: <https://smallbiztrends.com/2016/11/startup-statistics-small-business.html>.
13. Попко О.В., Мальчик М.В. Сучасна парадигма стартапів у бізнесі. Вісник Національного університету "Львівська політехніка". 2014. № 811: Логістика. С. 275—279.
14. Касич А.О., Канунікова К.О. Інноваційні активність підприємств України: динаміка, проблеми та шляхи вирішення. Інвестиції: практика та досвід. 2016. № 22. С. 21—24.
15. Касич А.О. Теоретичні і методичні основи аналізу внутрішніх джерел фінансування інвестиційної діяльності. Актуальні проблеми економіки. 2011. № 3 (117). С. 243—250.
16. Bosma N., Meijaard J., van Popta G. (2002). Learning in the business start-up process (Scientific Analysis of Entrepreneurship and SMEs). URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/7074583.pdf>
17. Стартап-екосистема України: Tech ecosystem guide і techukraine.org/ecosystem-map/
18. Майбутнє університетів <https://uifuture.org/publications/majbutnye-universitetiv/>
19. Український університет нового покоління <https://readymag.com/u3729875872/1838490/>
20. AirBNB News. URL: <https://news.airbnb.com/>
21. Factsheet. The world's leading provider of online travel and related services. URL: <https://www.bookingholdings.com/about/factsheet/>
22. Get to know Vrbo. Where families travel better together. URL:

<https://www.vrbo.com/about/>.

Додаток А

ПРОТОКОЛ ПЕРЕВІРКИ ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ НА НАЯВНІСТЬ ТЕКСТОВИХ ЗАПОЗИЧЕНЬ

Назва роботи: РОЗРОБКА ТА ОБГРУНТУВАННЯ СТАРТАП-ПРОЄКТУ

Тип роботи: БДР

(БДР, МКР)

Підрозділ кафедра підприємництва, логістики та менеджменту

(кафедра, факультет)

Показники звіту подібності Unichesk

Оригінальність 94,5 %

Схожість 5,5 %

Аналіз звіту подібності (відмітити потрібне):

1. Запозичення, виявлені у роботі, оформлені коректно і не містять ознак плагіату.

Особа, відповідальна за перевірку

_____ (підпис)

_____ (прізвище, ініціали)

Ознайомлені з повним звітом подібності, який був згенерований системою Unichesk щодо роботи.

Автор роботи

_____ (підпис)

Вакуленко Д.С.

_____ (прізвище, ініціали)

Керівник роботи

_____ (підпис)

Білоконь Т.М.

_____ (прізвище, ініціали)

ДОДАТОК Б

Ілюстративний матеріал

до бакалаврської дипломної роботи на тему:

Розробка та обґрунтування стартап-проєкту

Виконала: студентка 4 курсу, групи ПЗ-20бз

Вакуленко Д.С.

Керівник:

к..е.н., доцент каф. ПЛМ Білоконь Т.М.

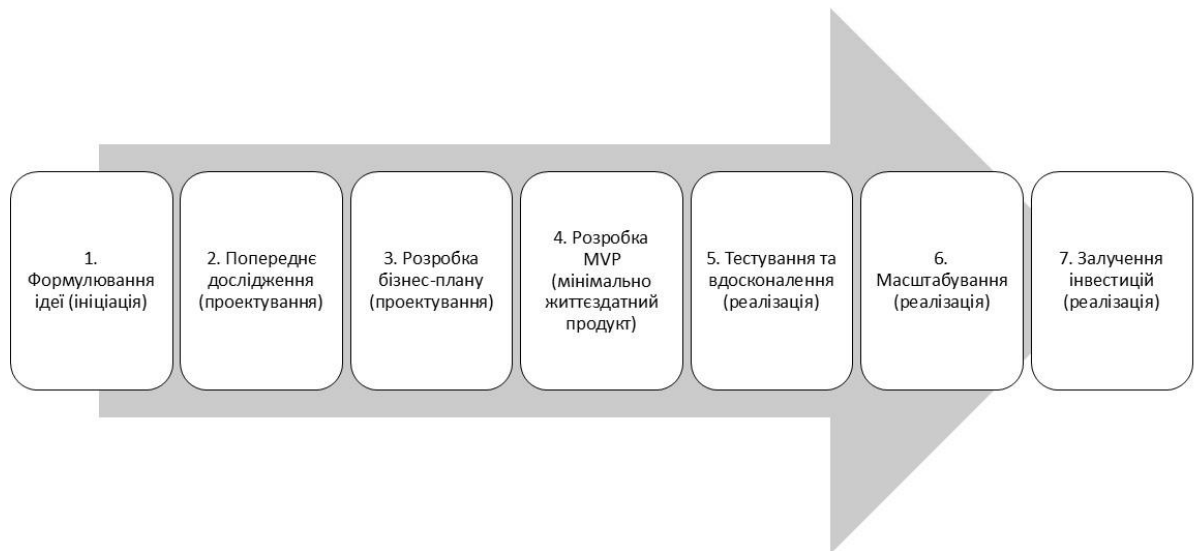
Підходи до визначення стартапів

Класичне визначення: Eric Ries (2011) у книзі "The Lean Startup": Стартап — це людська інституція, створена для доставки нового продукту або послуги в умовах крайньої невизначеності. Це визначення підкреслює новизну продукту або послуги та невизначеність ринкових умов, у яких діє стартап.

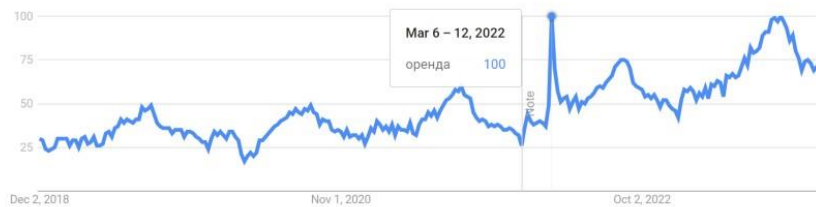
Технологічний підхід: Steve Blank (2013) у книзі "The Startup Owner's Manual": Стартап — це тимчасова організація, яка шукає масштабовану та повторювану бізнес-модель. Це визначення акцентує увагу на пошуку ефективної бізнес-моделі, яку можна масштабувати.

Інноваційний підхід: Paul Graham (2005), засновник Y Combinator: Стартап — це компанія, яка розробляє нові продукти або послуги за умов високої невизначеності. Тут робиться акцент на інноваційній складовій діяльності стартапу та невизначеності, що супроводжує цей процес.

Етапи розробки стартап-проектів



Google-тренди



Динаміка популярності за запитом «оренда» в Україні за останні 5 років із піковим значенням 100



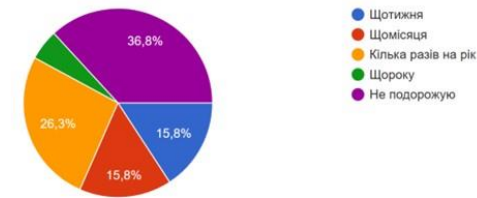
1	Lviv Oblast	100
2	Ivano-Frankiv'ska oblast	84
3	Ternopil's'ka oblast	81
4	Volyn's'ka oblast	72
5	Rivnens'ka oblast	70

Динаміка популярності за запитом «оренда» по регіонах України за останні 5 років

Результати опитування потенційних клієнтів

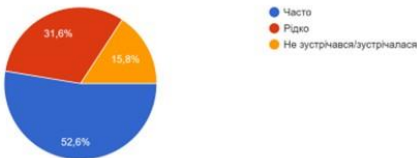
Як часто ви подорожуєте і шукаєте тимчасове житло?

19 відповідей



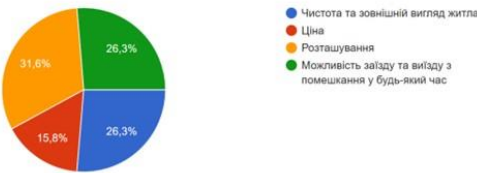
Чи часто ви стикалися з ситуацією, коли опис житла не відповідав його реальності?

19 відповідей



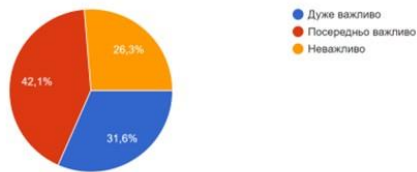
Які фактори вам більше всього важливі при виборі житла на короткий термін?

19 відповідей



Як ви оцінюєте важливість якості фотографій та опису житла при виборі місця для проживання?

19 відповідей



Проблеми клієнтів та варіанти їх вирішення

Проблема	Питання «Як саме ми?»	Опис ідей для вирішення проблеми
Невідповідність опису житла реальності	Як саме ми забезпечимо точність та достовірність інформації на платформі?	Розгляд можливості впровадження верифікації житла через фотографії, перевірки відгуків та покращення процесу модерації оголошень
Бажання щоденного прибирання в помешканні	Як саме ми можемо задовольнити потребу в щоденному прибиранні для користувачів?	Розробка партнерства з сервісами прибирання або створення внутрішньої служби з обслуговування помешкань.
Низький рівень інформаційної прозорості	Як саме ми підвищимо рівень інформаційної прозорості нашого сервісу?	Введення докладних фільтрів для користувачів, реалізація системи верифікації власників та оптимізація інтерфейсу для легшого доступу до інформації.
Потреба у гнучкому графіку заїзду та виїзду	Як саме ми можемо забезпечити гнучкий графік для користувачів?	Впровадження опції гнучкого заїзду та виїзду, де користувачі можуть обирати часи в рамках дозволених інтервалів.
Бажання відзначати та залишати відгуки	Як саме ми стимулюватимемо користувачів залишати відгуки та відзначати власників?	Введення системи бонусів або знижок для користувачів, які активно взаємодіють з платформою, та створення привабливих умов для отримання відгуків.
Бажання бронювання через мобільний додаток	Як саме ми реалізуємо можливість оплати та бронювання через мобільний додаток?	Розробка та впровадження зручного та безпечного мобільного додатку для всіх операцій, включаючи оплату та бронювання.

Унікальна ціннісна пропозиція для сегменту «Молоді подорожуючі»

Наш мобільний додаток StayEase допомагає молодій аудиторії, яка хоче знайти затишне та персоналізоване житло завдяки швидкому бронюванню та індивідуальним рекомендаціям, на відміну від звичайних систем бронювання.

Завдяки своєму інтуїтивному інтерфейсу, StayEase дозволяє молодій аудиторії забронювати житло всього за кілька кліків, використовуючи персоналізовані рекомендації, щоб кожна подорож стала особливою та комфортною.

Таким чином, ми створюємо неперевершений досвід для наших клієнтів, виходячи за межі стандартних можливостей конкурентів!

MVP (мінімальний життєздатний продукт)

- **Базовий функціонал (що має бути?):** Пошук житла: Простий інтерфейс для швидкого пошуку доступних варіантів короткострокового проживання, з можливістю фільтрації за різними параметрами (ціна, розташування, зручності тощо).
- **Додатковий функціонал (чого не має бути спочатку, але потім може додаватись?):**
 - Реєстрація та Авторизація
 - Бронювання
 - Особистий кабінет
 - Система рейтингів і відгуків
 - Розширений пошуковий фільтр
 - Лояльність та знижки

Маркетингова стратегія стартап-проекту

7P для продукту	
Price	Ми визначимо конкурентоспроможні ціни, з урахуванням гнучкості для сезонності та інших факторів
Place	Бронювання буде доступним через веб-сайт та мобільний додаток для глобального користування.
Product	Надаємо короткострокову оренду житла, гарантуючи комфорт та стильне проживання під час подорожей.
Promotion	Сприяємо платформі через соціальні мережі, рекламу на Google та Facebook та участь у тематичних заходах
People	Представники служби підтримки будуть взаємодіяти через онлайн-чат та електронну пошту, допомагаючи користувачам.
Process	Процес бронювання буде спрощений через інтуїтивний інтерфейс та автоматизований для швидкої обробки заявок
Physical evidence	Клієнти отримають підтвердження бронювання та можливість залишити відгук, а також можливість замовлення фізичних подарунків

Лендингова сторінка

StayEase CO

ЗАВІТАЙТЕ ДО НАС!

ДЕ КОМФОРТ
ЗУСТРІЧАЄ ЗРУЧНІСТЬ

НАШІ ОСТАННІ ЛІСТИНГИ

01
СТУДІЯ У ЛЬВОВІ

Шукаєте невелику студію у самому серці Львова? Здається, ви її вже знайшли!

02
1К КВАРТИРА У РІВНОМУ

Однокімнатна квартира для двох-трьох осіб з підземним паркомісцем у вартості.

03
2К КВАРТИРА У ЛЬВОВІ

Світла та простора квартира для невеликої родини з чудовою інфраструктурою!

ЯК ПРАЦЮЄ ПЛАТФОРМА:

Оренда від StayEase:

Ми самі орендуємо житло, перевіряємо його на відповідність стандартам безпеки та комфорту.

ДІЗНАТИСЯ БІЛЬШЕ

Захищені трансакції:

Безпечні та конфіденційні трансакції забезпечують ваш спокій під час користування нашими послугами.

ДІЗНАТИСЯ БІЛЬШЕ