

Міністерство освіти і науки України
Університет митної справи та фінансів
Факультет управління
Кафедра менеджменту ЗЕД

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему:

Аналіз стартап-проекту на прикладі бізнес-організації

Виконав: здобувач вищої освіти
групи М21-1
спеціальності 073 «Менеджмент»
Христофорова О. В.

Керівник: к.е.н., доц. доцент
кафедри менеджменту ЗЕД
Єдинак В.Ю.

Дніпро – 2025

АНОТАЦІЯ

Христофорова О.В. Аналіз стартап-проекту на прикладі бізнес-організації

Кваліфікаційна робота на здобуття ступеня освіти «бакалавр» за спеціальністю 073 «Менеджмент». – Університет митної справи та фінансів, Дніпро, 2025.

Кваліфікаційна робота магістра присвячена дослідженню стартап-проекту на прикладі бізнес-організації ТОВ «Мегар». Мета роботи полягає у проведенні аналізу бізнес-моделі стартапу, оцінці його ринкового середовища, конкурентних переваг, а також вивченні ризиків і можливостей для подальшого розвитку.

У роботі сформульовані наступні завдання: оцінено бізнес-модель стартапу, визначено цільову аудиторію та основні цілі проекту; досліджено ринкове середовище, конкурентне середовище та перспективи стартапу; проведено аналіз фінансових показників та можливості для інвестицій; розглянуто ризики та можливості, що стоять перед ТОВ «Мегар».

Кваліфікаційна робота магістра складається з вступу, трьох розділів, висновків, списку бібліографічних джерел. Робота викладена на 52 сторінках, містить 13 таблиць. Список бібліографічних посилань включає 43 найменування.

Ключові слова: стартап, бізнес-організація, бізнес-модель, ринкове середовище, конкурентне середовище, інвестиції, ризики.

ABSTRACT

Khristoforova O.V. Analysis of a startup project on the example of the business organization

Qualification work for obtaining the degree of "bachelor" in specialty 073 "Management". – University of Customs and Finance, Dnipro, 2025.

The master's thesis is devoted to the study of a startup project based on the example of the Megar LLC business organization. The purpose of the work is to analyze the startup's business model, assess its market environment, competitive advantages, as well as study risks and opportunities for further development.

The following tasks are formulated in the work: the business model of the startup is evaluated, the target audience and the main goals of the project are determined; researched the market environment, competitive environment and startup prospects; an analysis of financial indicators and investment opportunities was carried out; the risks and opportunities facing Megar LLC are considered.

The master's thesis consists of an introduction, three chapters, conclusions, and a list of bibliographic sources. The work is laid out on 52 pages, contains 13 tables. The list of bibliographic references includes 43 items.

Keywords: startup, business organization, business model, market environment, competitive environment, investments, risks.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ АНАЛІЗУ СТАРТАП-ПРОЕКТІВ.....	5
1.1. Сутність та особливості стартап-проектів.....	5
1.2. Етапи створення та розвитку стартапів.....	8
1.3. Джерела фінансування стартапів та їх оцінка.....	15
1.4. Методологія аналізу бізнес-моделей стартап-проектів.....	17
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СТАРТАП-ПРОЕКТУ ТОВ «МЕГАР».....	25
2.1. Загальна характеристика діяльності ТОВ «Мегар».....	25
2.2. Аналіз ринкового середовища та конкурентів.....	27
2.3. SWOT-аналіз можливостей і ризиків стартап-проекту.....	30
2.4. Стратегії розвитку стартапу на основі отриманих даних.....	35
ВИСНОВКИ.....	41
СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ.....	44

ВСТУП

У світі, де інновації стають основним драйвером зростання, дослідження механізмів успішних стартапів дозволяє виявити ключові фактори їхньої ефективності. Аналіз конкретної бізнес-організації дає змогу перевірити теоретичні моделі на практиці, визначити типові помилки та оптимальні стратегії розвитку. Це особливо важливо в умовах високої конкуренції та нестабільності ринків.

Сьогодні стартапи відіграють вирішальну роль у трансформації традиційних галузей, створенні нових робочих місць і формуванні цифрової економіки. Дослідження реальних кейсів дозволяє зрозуміти, як компанії адаптуються до змін, залучають інвестиції та масштабують свої рішення. Крім того, аналіз стартап-проектів допомагає потенційним підприємцям, інвесторам і регуляторам приймати обґрунтовані рішення, зменшуючи ризики невдачі. У контексті України та інших країн, що розвиваються, ця тема стає ще більш значущою через потребу в підтримці інноваційного підприємництва.

В умовах глобалізації та технологічних проривів досвід успішних стартапів стає цінним ресурсом для всієї екосистеми. Вивчення конкретних прикладів дозволяє виокремити універсальні принципи управління, фінансування та маркетингу, які можуть бути застосовані в різних сферах. Крім того, такий аналіз сприяє розвитку кращих практик, що важливо для підвищення конкурентоспроможності національних економік. Тема залишається актуальною, оскільки постійно з'являються нові виклики, такі як штучний інтелект, кліматичні зміни та зміна споживчих уподобань, які вимагають інноваційних підходів від сучасних стартапів.

Актуальність дослідження на тему «Аналіз стартап-проекту на прикладі бізнес-організації ТОВ «Мегар»» обумовлена зростаючим інтересом до нових підприємницьких ініціатив і стартапів, які є важливим драйвером економічного розвитку. Сучасний ринок характеризується високим рівнем конкуренції, швидкими технологічними змінами та постійною необхідністю впровадження

інновацій. В умовах таких викликів кожен стартап має особливу важливість, адже це новий підхід до вирішення проблем і створення доданої вартості. Саме тому аналіз стартап-проекту дозволяє оцінити життєздатність і перспективи бізнес-ідеї, визначити ключові фактори успіху та потенційні ризики, а також розробити ефективну стратегію розвитку.

Стартап-проекти як форма реалізації підприємницьких ініціатив стають дедалі популярнішими в умовах цифровізації, глобалізації та потреби ринку у нових рішеннях. Вони відіграють важливу роль у стимулюванні економічного зростання, створенні нових робочих місць та формуванні інноваційного середовища. Успішний запуск і розвиток стартапу вимагає не лише ідеї, а й чітко побудованої бізнес-моделі, стратегічного бачення, правильної оцінки ризиків, конкурентного середовища та ефективного управління ресурсами. У цьому контексті аналіз стартап-проекту дозволяє виявити як внутрішні резерви зростання, так і зовнішні загрози.

ТОВ «Мегар» – це приклад сучасного українського стартапу, що розвивається на ринку з високою конкуренцією та високим динамізмом середовища. Вивчення цього прикладу дозволяє з'ясувати типові проблеми розвитку стартапів на ранніх етапах та напрацювати інструменти для їх ефективного подолання.

Теоретичні аспекти створення та функціонування стартапів знайшли відображення в наукових працях таких вітчизняних і зарубіжних дослідників, як: П. Друкер, С. Бланк, Е. Рис, А. Остервальдер, Г. Чесборо, В. Гейц, О. Амоша, В. Савчук, І. Ліпич та ін. Їхні дослідження розкривають проблематику бізнес-моделей, інноваційного підприємництва, механізмів залучення інвестицій, ризик-менеджменту та стратегічного розвитку стартапів. Проте, незважаючи на теоретичну базу, залишається потреба в поглибленому аналізі конкретних прикладів функціонування стартапів у сучасних умовах українського ринку, що й зумовило вибір теми даної курсової роботи.

Метою роботи є комплексний аналіз стартап-проекту ТОВ «Мегар» для виявлення його конкурентних переваг, оцінки ринкового потенціалу, визначення ключових ризиків і формування ефективної стратегії розвитку.

Для досягнення мети необхідно вирішити наступні завдання:

- ~ дослідити сутність та особливості стартапів як економічного явища;
- ~ проаналізувати етапи створення та розвитку стартап-проектів;
- ~ розглянути джерела фінансування стартапів та критерії їхньої ефективності;
- ~ вивчити методологію аналізу бізнес-моделей;
- ~ провести характеристику ТОВ «Мегар» як стартапу;
- ~ проаналізувати конкурентне середовище та ринкові умови діяльності компанії;
- ~ здійснити swot-аналіз можливостей і загроз;
- ~ сформулювати стратегії розвитку стартапу на основі результатів дослідження.

Об'єктом дослідження виступає процес створення, функціонування та розвитку стартап-проекту як інноваційної підприємницької ініціативи.

Предметом дослідження є стартап-проект бізнес-організації ТОВ «Мегар», зокрема його бізнес-модель, ринкове позиціонування, конкурентне середовище та стратегічні орієнтири.

Методи дослідження. У процесі дослідження використано комплекс загальнонаукових та спеціальних методів: аналіз і синтез, порівняльний аналіз, метод системного підходу, SWOT-аналіз, структурно-логічний та графічний методи, метод експертного опитування, а також елементи фінансового аналізу. Такий методичний підхід забезпечує об'єктивність та глибину дослідження.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, двох розділів, восьми підрозділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг роботи становить 52 сторінок, основний текст викладено на 50 сторінках. Робота містить 11 таблиць, список використаних джерел налічує 42 найменувань.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ АНАЛІЗУ СТАРТАП-ПРОЕКТІВ

1.1. Сутність та особливості стартап-проектів

Інноваційні компанії відіграють ключову роль у глобальному посткризовому економічному відновленні, пропонуючи багатообіцяючі можливості для інвестицій великих фондів венчурного капіталу, підрозділів транснаціональних корпорацій, бізнес-ангелів та інших приватних інвесторів. Це підтверджується даними, які свідчать про зростання ринку венчурних інвестицій у США та Європі, а також про зростання оцінок провідних стартап-компаній як з-за кордону, так і з України [33].

Наразі у вітчизняній практиці відсутня сформована методична база оцінки молодих інноваційних компаній. Використовувані підходи часто обговорюються та піддаються критиці як з боку стартапів, так і інвесторів. Однак участь у таких конкурсах і рейтингах є цінним інструментом для просування стартапів, підвищення їхньої впізнаваності серед потенційних інвесторів і залучення інтересу потенційних клієнтів [12].

Термін «стартап» має різні тлумачення, але найбільш відоме визначення походить від Стіва Бланка, американського підприємця з Кремнієвої долини та професора кількох провідних американських університетів. Він визначає стартап як «організацію, створену для пошуку повторюваної, масштабованої бізнес-моделі».

Інші відомі визначення включають визначення Пола Грема, відомого програміста та венчурного капіталіста, який описує стартап як «компанію, створену для швидкого та масштабованого зростання», та Еріка Райса, американського підприємця та піонера руху «Ощадливі стартапи», який стверджує, що стартап — це «інституція, створена для розробки та випуску нових продуктів в умовах невизначеності».

Стартап — це щойно створена компанія — часто ще на ранніх стадіях розвитку — яка будує свій бізнес або на основі інноваційних ідей, або нових технологій. Найчастіше термін «стартап» відноситься до венчурних проектів у високотехнологічних галузях. Хоча єдиного визначення не існує, можна зробити висновок, що стартап – це компанія з короткою історією діяльності. Ці компанії, як правило, нещодавно створені, на ранніх стадіях розвитку або проводять дослідження перспективних ринків. Високотехнологічні проекти часто називають високотехнологічними стартапами.

Щоб додатково проілюструвати концепцію, нижче наведено приклади відомих світових компаній, які можна віднести до категорії стартапів:

Airbnb, Inc.: приватна глобальна компанія зі штаб-квартирою в Сан-Франциско, яка керує онлайн-ринком і послугами гостинності через свої веб-сайти та мобільні додатки. Згідно з рейтингом Forbes за 2000 рік, компанія є однією з найдорожчих у Кремнієвій долині, її вартість оцінюється в 30 мільярдів доларів. Подібним конкурентом є «Booking.com» [10 с. 163-165].

Uber Technologies Inc.: американська міжнародна компанія, розташована в Сан-Франциско, відома створенням мобільного додатку «Uber», який дозволяє користувачам бронювати, телефонувати та оплачувати таксі або приватних водіїв. За допомогою додатку «Uber» клієнти можуть бронювати автомобілі з водіями та відстежувати їхній рух до місця призначення. У більшості країн 80% платежу йде водієві, а 20% утримує Uber. Згідно з рейтингом Forbes за 2000 рік, вартість компанії оцінюється в понад 120 мільярдів доларів.

SpaceX: Орієнтований на ризик проект під керівництвом Ілона Маска SpaceX спочатку мав обмежену популярність серед інвесторів, маючи лише 100 мільйонів доларів фінансування. Однак це не завадило Маску досягти значних успіхів в освоєнні космосу. Проект має на меті зробити космічні дослідження комерційно фінансованими, використовуючи долари платників податків для інших більш актуальних програм. Сьогодні SpaceX оцінюється в 25 мільярдів доларів, згідно з рейтингом Forbes за 2000 рік.

«PINTEREST» — це платформа соціальних мереж, яка дозволяє користувачам ділитися зображеннями та фотографіями, які потім відображаються на віртуальних дошках, де користувачі можуть обговорювати та залишати коментарі. Вперше компанія отримала інвестиції в 2012 році в розмірі 100 мільйонів доларів. Наступний раунд фінансування відбувся у 2013 році з 230 мільйонами доларів. Зараз компанія оцінюється приблизно в 11 мільярдів доларів, згідно з рейтингом Forbes за 2000 рік.

Важливо відзначити, що стартап можна визначити як новостворений проект, побудований на ефективному вирішенні проблем споживача (користувача). Ключовою особливістю стартапів є те, що вони не обов'язково обмежуються однією сферою. Стартапи часто розвиваються, розширюючи асортимент товарів і послуг, а також можуть придбати та інтегрувати інші стартапи у свої системи [32].

Розглядаючи історію сучасних великих компаній, стає зрозуміло, що вони починали з малого. Хоча ІТ-медіа можуть часто називати стартапи «бутстрапінгом» — терміном, який описує підприємства, які починають із власних заощаджень, — це більш характерно для підприємств малого бізнесу. Малі підприємства зазвичай починають з обмеженим капіталом, прагнучи підтримувати себе та отримувати стабільний дохід. Навпаки, стартапи, як правило, працюють як більш ризиковані підприємства, досліджуючи нові бізнес-моделі або ринкові можливості, які пропонують потенціал для значного зростання. Малий бізнес, як правило, зосереджується на стабільному, органічному зростанні, тоді як стартап розроблений таким чином, щоб бути масштабованим із самого початку. Стартапи часто прагнуть створити нові ринки або підірвати існуючі з надією досягти значного зростання [31].

Критична відмінність між малим бізнесом і стартапом полягає в їхніх стратегіях зростання. Малі підприємства зазвичай зосереджуються на короткостроковій прибутковості, тоді як стартапи мають різні шляхи для досягнення зростання. Один із підходів полягає в залученні користувачів — оптимістичному інвестуванні капіталу для отримання прибутку пізніше, як

правило, через рекламу. Такі платформи, як YouTube і Facebook, є хорошими прикладами цієї стратегії. Інший підхід полягає в зосередженні на зростанні доходу без значної уваги до короткострокової прибутковості, як це спостерігається в таких компаніях, як Amazon.

Університети, бізнес-школи, технопарки, грантові програми, мережі бізнес-ангелів, фонди, інкубатори, акселератори, краудфандингові платформи, галузеві конференції та конкурси відіграють важливу роль у підтримці стартапів. Їхні спільні зусилля створюють «екосистему», яка сприяє створенню та розвитку нових компаній.

Стартапи на іноземних ринках, зокрема в США, залучають значні інвестиції. Лише за перший квартал 2017 року американські венчурні інвестори уклали 1970 угод, інвестувавши 22,3 мільярда доларів. Європейський ринок венчурного капіталу також зріс за той же період, інвестиції зросли на 63%. За даними Dow Jones VentureSource, європейські інвестори уклали 445 угод за перші три місяці року на загальну суму 4,32 мільярда доларів, що на 63% більше, ніж за аналогічний період минулого року [10 с. 163-165].

Наприклад, топ-15 стартапів, складений експертами американського журналу «Форбс» на основі даних аналітичної фірми «VC Experts», у 2017 році отримав загальну суму фінансування 71 мільярд доларів. Визначальною характеристикою стартапів є їхня постійність, фінансова потреба і нестійке становище на ринку. Важливо пояснити, що стартапи — це не просто менші версії великих компаній; Традиційному бізнесу, заснованому на усталених практиках, зазвичай бракує інновацій, на які покладаються стартапи як на основу.

1.2. Етапи створення та розвитку стартапів

Сучасні стартапи можна охарактеризувати кількома ключовими ознаками. По-перше, вони створені з головною метою отримання майбутнього прибутку, що відрізняє їх від традиційних організацій. Стартапи рухаються унікальними

бізнес-ідеями, які мають значну цінність і спрямовані на створення нових товарів, послуг або інноваційних продуктів, які відповідають конкретним вимогам ринку. Ці нові суб'єкти господарювання часто мають тимчасову присутність на ринку. Успішні стартапи через кілька років або перетворюються на відомі компанії, або їх купують, або стають підрозділами більших фірм.

Стартапи відомі своєю масштабованістю та високим потенціалом зростання. Їх часто називають «швидкими підприємствами», середній час створення яких становить три-чотири місяці, а у високотехнологічних випадках — до року. Незважаючи на обмежені фінансові, людські та матеріальні ресурси на ранніх стадіях, вони можуть швидко розширюватися. Стартапи часто стикаються з нестабільним ринковим середовищем і високою невизначеністю через обмежене фінансування для втілення ідей у реальність [12].

Як правило, засновники та власники стартапів працюють безпосередньо в бізнесі, часто є топ-менеджерами. Більшість засновників стартапів молоді, їхній середній вік становить 25 років. Стартапи зазвичай складаються з невеликої відданої команди під керівництвом ідейного лідера. Кожен член команди має певні обов'язки, такі як розробка ідеї, планування бізнесу, пошук постачальників, клієнтів і забезпечення фінансування. Важливою рисою успішного стартапу є рівність команди, яка сприяє мотивації та натхненню серед учасників. Однак у міру зростання компанії лідери повинні знаходити баланс між мотивацією працівників і нав'язуванням необхідних організаційних структур.

Засновники стартапів часто є друзями, що може призвести до міцних зв'язків, а також до особистих конфліктів. По суті, стартап можна визначити як новий економічний суб'єкт, який зосереджений на виробництві товарів, послуг або інноваційних продуктів, власники якого беруть участь в управлінні. Незважаючи на те, що стартапи мають певну схожість із малими підприємствами — вони невеликі, створені підприємцями-початківцями та працюють у середовищі високого ризику, — стартапи відрізняються своїм акцентом на

інноваціях. Малі підприємства можуть процвітати, копіюючи існуючі моделі, тоді як стартапи прагнуть запроваджувати нові ідеї та продукти.

Спільними рисами між стартапами та малими підприємствами є їхній розмір, причому стартапи зазвичай мають невеликі команди з 2-10 осіб, а малі підприємства – не більше 50 осіб. Обидві також працюють в нестабільних ринкових умовах і потребують зовнішніх інвестицій для досягнення успіху. Проте вони відрізняються інноваційністю, сферою діяльності, успішними траєкторіями розвитку, масштабами, інфраструктурою, механізмами інвестування.

Етапи створення стартапів мають певну послідовність і логіку розвитку – від зародження ідеї до фінального виходу з проєкту. Кожен етап має власну мету та специфіку, що потребує різних ресурсів і стратегічних рішень (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Етапи створення стартапів

Етап	Опис	Мета етапу
1. Seed (посівний)	На цьому етапі тільки формується ідея стартапу, створюється управлінська команда, проводяться маркетингові дослідження, збираються початкові фінансові ресурси.	Збір та оцінка початкових ресурсів, розробка ідеї стартапу, створення концепції бізнесу.
2. Startup (стартап)	Компанія лише заснована, є експериментальні зразки, команда працює над організацією виробництва, аналізує конкурентів і шукає перших клієнтів.	Запуск продукту на ринок, початок роботи над його масштабуванням.
3. Early Growth (ранній ріст)	Виробництво та комерційний продаж продукту тривають, однак ще немає стабільного прибутку. Проводиться залучення додаткового фінансування, розширення команди.	Збільшення кількості клієнтів, досягнення "точки беззбитковості".
4. Expansion (розширення)	Компанія стає прибутковою, проводиться розширення виробництва та продажів, додаткові маркетингові дослідження.	Завоювання значних ринкових позицій, орієнтація на масового споживача.
5. Mezzanine (середній етап)	На цьому етапі залучають додаткові інвестиції для стимулювання зростання капіталізації компанії.	Покращення короткострокових фінансових показників, залучення нових інвесторів.
6. Exit (вихід)	Завершення життєвого циклу стартапу через публічне розміщення компанії на біржі, продаж акцій інвесторам або викуп	Переходження під контроль інвесторів, отримання прибутку від інвестування.

	компанії.	
--	-----------	--

Джерело: складено автором

Як видно з таблиці 1.1, найважливішим для подальшого успіху стартапу є початковий (посівний) етап, на якому формується ідея, команда та оцінюються ринкові перспективи. Успішне проходження цього етапу забезпечує основу для ефективної реалізації наступних фаз. Особливої уваги заслуговує стадія раннього зростання, коли компанія вже має продукт, але ще не досягла стабільного прибутку — саме в цей період найчастіше виникають ризики фінансової нестабільності та потреба в залученні додаткових інвестицій. Заключні етапи (Mezzanine та Exit) характеризуються комерційною зрілістю стартапу й орієнтацією на максимізацію прибутку та капіталізації.

Класифікація стартапів допомагає чіткіше зрозуміти різні типи стартапів та їхній комерційний потенціал. Це дозволяє приймати більш обґрунтовані рішення щодо стратегії розвитку.

Стартапи часто класифікують за галузевою спрямованістю. Більшість стартапів, як правило, зосереджуються в секторах ІТ та високих технологій, хоча є також помітні приклади в енергетиці, медицині, екології та інших сферах. Стартапи можуть розробляти продукти, орієнтовані як на індивідуальних клієнтів, так і на юридичних осіб, при цьому визначення цільової групи клієнтів на ранніх етапах відіграє вирішальну роль у дизайні продукту, позиціонуванні на ринку та стратегії просування [13].

Крім того, стартапи можна класифікувати відповідно до типів потреб, які вони вирішують. До них належать індивідуальні потреби (продукти, цінні для окремих людей), бізнес-потреби (продукти, корисні для організацій) і технічні потреби (рішення, важливі для роботи конкретних технічних систем). Хоча технічні потреби в кінцевому підсумку обслуговують окремих осіб або компанії, вони відрізняються через свою залежність від спеціалізованих технічних рішень і вимог до компетентності розробника. Продукти, що задовольняють індивідуальні та бізнес-потреби, часто використовують існуючі технічні рішення, причому успіх залежить від точного визначення потреб клієнтів і того, наскільки продукт відповідає цим вимогам. Навпаки, задоволення технічних

потреб вимагає більш інноваційних, іноді проривних рішень. Ризики, пов'язані з впровадженням цих рішень, відрізняються залежно від того, чи є ринок усталеним чи новим. У той час як технічні ризики на існуючих ринках передусім пов'язані з доцільністю, впровадження проривних рішень на нові ринки передбачає як технічні, так і бізнес-ризики через необхідність створення ринку.

Стартапи також можна розділити за їхніми стосунками з існуючими компаніями. Більшість стартапів є незалежними, діючи поза межами існуючих організацій. Однак великі компанії іноді створюють внутрішні структури, які називають афілійованими стартапами, зосередженими на розробці продуктів, важливих для компанії. Стартапи далі класифікуються за типом продукту та ринками збуту. До них належать:

- ~ стартапи-клони (або «успішні копії»), які повторюють успішні глобальні проекти, наприклад соціальні мережі;
- ~ dark Horses, які запускають абсолютно нові проекти на невивчених ринках — високоризиковані, але потенційно дуже прибуткові;
- ~ загарбники ринку (або «агресивні новачки»), які вводять новий продукт на існуючий ринок, витісняючи конкурентів або захоплюючи нові сегменти.

Крім того, стартапи можна класифікувати за рівнем технологічної інтенсивності. Деякі стартапи зосереджуються на високотехнологічних рішеннях, перетворюючи наукові дослідження на бізнес. Ці стартапи часто потребують значного фінансування та залучають великих інвесторів. З іншого боку, невисокотехнологічні стартапи базуються на традиційних, легко реалізованих ідеях, які все ж можуть приносити значну прибутковість.

Прикладом стартапу, який слідував цьому циклу, є Facebook. Спочатку задуманий як простий студентський каталог під назвою «Thefacebook», він швидко розширювався поетапно, починаючи від створення в Гарварді до відкриття для кількох університетів і, зрештою, досягнувши глобального масштабу. На той час, коли Facebook досяг стадії розширення, він забезпечив

значні інвестиції, з такими ключовими віхами, як придбання акцій Microsoft, що оцінило компанію в мільярди доларів[11].

Після створення будь-який стартап потребує інвестицій для свого росту та розвитку. З ростом стартапу зростає і потреба в інвестиціях. Спочатку необхідні кошти можуть бути обмежені декількома десятками тисяч доларів, але в міру розвитку необхідні інвестиції можуть збільшуватися і досягати мільйонів. Основними інвесторами в стартапи є різні венчурні фонди, спеціально створені для підтримки такого бізнесу. Однак інвестиції венчурного капіталу доступні лише тоді, коли компанія має повну та функціональну версію свого продукту та вже забезпечила собі невелику частку ринку.

Стартапи зазвичай проходять кілька етапів розвитку, які часто підсумовуються в п'ять основних етапів:

- ~ початковий етап (початкове фінансування);
- ~ стадія запуску;
- ~ стадія росту;
- ~ етап розширення;
- ~ етап виходу.

Існує також більш детальна класифікація, яка поділяє етапи розвитку на:

ПЕРЕД ЗАПУСКОМ:

- ~ передпосівний етап;
- ~ насіннева стадія;
- ~ прототип;
- ~ робочий прототип;
- ~ альфа-версія проекту або продукту;
- ~ закрыта бета-версія проекту або продукту;
- ~ публічна бета-версія проекту або продукту.

ПОЧАТОК ВИРОБНИЦТВА:

- ~ запуск, або ранній етап запуску;
- ~ стадія запуску;
- ~ робота з ранніми клієнтами або пізній етап запуску.

ПІСЛЯ ЗАПУСКУ:

- ~ стадія росту;
- ~ етап розширення;
- ~ етап виходу;
- ~ етап перед IPO (якщо виходить через IPO — первинне публічне розміщення, коли акції вперше пропонуються публічно);
- ~ IPO (при виході на фондовий ринок)[32].

Основні перешкоди на шляху до відкриття власного бізнесу (нового підприємства) полягають у невпевненості у власних силах, страху зазнати фінансових втрат, витратити час чи порушити кар'єрний розвиток. Нерідко до бізнесу наважуються люди, які вже мають достатній досвід у організації справ, фінансові можливості, або ж студенти, молодь, безробітні, для яких розрахунок потенційних втрат є більш прийнятним. Часто бізнесмени-новачки не знають, з чого почати і як далі діяти. Їхнє бажання реалізувати ідею стикається з відсутністю конкретного плану дій.

Щоб успішно залучити фінансування для стартапу, необхідно ретельно проаналізувати ринок, його перспективи, тип конкуренції та динаміку споживачів. Важливо розуміти, хто є потенційним клієнтом: це можуть бути як фізичні особи, так і юридичні особи. Вивчення потреб споживачів дозволяє правильно позиціонувати продукт і вибудовувати ефективні канали просування. Не менш важливо аналізувати конкурентів: їхні ринкові позиції, стратегії просування, сильні і слабкі сторони, фінансові можливості [12].

Державне регулювання також має значний вплив на бізнес — це слід враховувати при оцінці ризиків. Багато стартапів припиняють свою діяльність через неправильний підбір команди або ж через її внутрішні конфлікти. Складність у запуску стартапів часто пов'язана із браком фінансів і необхідністю залучати зовнішнє інвестування, що не завжди легко реалізувати.

Важливим аспектом є і стратегічне бачення. Новий підприємець має чітко розуміти, до яких результатів він прагне у короткостроковій і довгостроковій

перспективі. При цьому стартовий етап може бути безприбутковим, а іноді бізнес не приносить дохід навіть протягом тривалого часу[26].

Залучення персоналу на початкових етапах часто ускладнюється тим, що підприємці не можуть дозволити собі наймати висококваліфікованих спеціалістів з високими зарплатами. Тому ключовими критеріями вибору стають готовність здобувати досвід, прагнення до навчання та розвитку нового бізнесу.

Організація бізнесу та маркетинг також є важливими етапами на шляху до створення успішного стартапу. Недостатньо лише зареєструвати підприємство – необхідно створити ефективну фінансову модель, забезпечити юридичне і бухгалтерське супроводження. Водночас якісний маркетинг має бути основою для просування продукту на ринку. Часто саме помилки у маркетинговій стратегії стають причиною провалу стартапу.

Ключовим висновком є те, що розвиток кожного стартапу є унікальним, і неможливо застосувати єдину програму для всіх. Успіх залежить від правильного проходження етапів – деякі проекти можуть пройти всі стадії, інші ж зіткнуться з труднощами або обійдуться меншою кількістю етапів. Найважливіша складова успішного стартапу – маркетинг. Відсутність або неякісна маркетингова стратегія часто є головною причиною провалу інноваційних стартап-проектів.

1.3. Джерела фінансування стартапів та їх оцінка

Більшість підходів до опису етапів фінансування з деякими варіаціями узгоджуються з тими, що представлені в есе Пола Грема «Як фінансувати стартап».

Початкові інвестиції відзначають перший етап збору коштів (передпосівний період), де інвесторами часто є засновники стартапу, їхні родини чи друзі. Аббревіатура 3 F зазвичай використовується для позначення цих початкових інвесторів — друзів, родини та дурнів. Початкові кошти покривають витрати на проживання, бізнес-планування та розробку прототипу. У рідкісних

випадках фонд венчурного капіталу може виступати в якості початкового інвестора, значно збільшуючи суму інвестицій [7].

Ангельські інвестиції надходять від приватних інвесторів, зацікавлених у підтримці компаній на ранній стадії розвитку. Ці «бізнес-ангели» можуть приєднатися до ради директорів компанії та мати право голосу у важливих рішеннях, ухвалених засновниками. На цьому етапі стартап отримує можливість розширити свою команду, завершити свою першу версію продукту та залучити перших клієнтів, яких часто називають «першими послідовниками».

Раунд «А» передбачає інвестування венчурних фондів у стартап із функціональним продуктом, клієнтською базою та чіткими планами розвитку. Цей раунд передбачає набагато більші інвестиції, ніж ті, що були на початкових стадіях, що спонукає стартап офіційно оформити свою структуру та почати розширення. Після «Раунду А» можуть відбутися наступні раунди (В, С і далі), кожен з яких позначається збільшенням інвестицій і зростанням, що позначається літерами латинського алфавіту [6 с. 210-213].

Початкові інвестиції є критично важливим перехідним етапом перед повним залученням фондів венчурного капіталу. Однак не кожен стартап може отримати початкове фінансування, оскільки це залежить від потенціалу зростання проекту та спроможної управлінської команди.

Ідеальна команда стартапу повинна включати менеджера, який добре володіє ринком і міцними зв'язками з ключовими діями галузі. Поряд із цим менеджером необхідний розробник високого рівня — професіонал із великим досвідом у вибраній сфері, який володіє всіма необхідними навичками для розробки продукту та загального розвитку стартапу. Маючи таку згуртовану команду, оскільки потоки клієнтів неухильно збільшуються — іноді такими швидкими темпами, що майже не залишається часу, щоб наздогнати — ви можете бути впевнені, що інвестиції посліднують. Насправді цілком можливо, що ви зможете вибирати з різноманітних інвестиційних пропозицій, вибираючи найвигіднішу.

Також важливо зазначити, що інвестиції в стартап можна зробити двома основними способами. Перший – через традиційні фінансові інвестиції, коли стартапи повинні самостійно керувати набором персоналу, забезпечувати офісні приміщення та контролювати виробничі процеси. Другий підхід передбачає укладення контрактів із відомими інвесторами чи партнерами, які займатимуться виробництвом, а засновник стартапу зосереджується на управлінні проектом і стимулюванні розширення ринку.

Інвестиції в стартапи можуть призвести до значного пасивного доходу для тих, хто бере на себе початковий ризик. Однак дуже важливо розуміти, що кожен стартап, яким би перспективним він не був, несе в собі невід’ємний ризик фінансових втрат. Передбачити майбутній розвиток проекту неможливо, і непередбачені проблеми або надзвичайні ситуації можуть виникнути в будь-який момент [31].

Наприклад, ангельські інвестиції зазвичай здійснюються на першому та другому етапах розвитку стартапу, коли компанія зосереджена на створенні мінімально життєздатного продукту. Ці інвестиції надходять від так званих бізнес-ангелів — приватних інвесторів, — які пропонують фінансування в обмін на частку в стартапі. Щоб залучити ангельські інвестиції, стартапам потрібен надійний бізнес-план, чітка стратегія та робочий прототип. В середньому ангельські інвестиції коливаються від 50 000 до 100 000 доларів на ринках США та Європи та від 20 000 до 40 000 доларів у країнах СНД. Ці суми зазвичай набагато менші порівняно з багатомільйонними інвестиціями фондів венчурного капіталу.

Причиною цього є те, що лише 10-20% стартапів, які залучають інвесторів-ангелів, успішно переходять на наступний рівень розвитку. Таким чином, ризик для інвесторів надзвичайно високий, і будь-який бізнес-ангел повинен бути готовий потенційно втратити всі свої інвестиції. Незважаючи на це, кількість бізнес-ангелів продовжує зростати з кожним роком, що є позитивним знаком для підприємців-початківців.

Якщо стартапу не вдається забезпечити ангельські інвестиції, підприємці можуть дослідити так званий метод завантаження. Це передбачає розвиток бізнесу з мінімальним або без зовнішнього фінансування, покладаючись натомість на особисті ресурси та зусилля [34].

Венчурні фонди на пізніх стадіях також відіграють значну роль у допомозі стартапам, особливо тим, у які варто інвестувати. У міру розвитку стартапів їм потрібно більше стратегічного керівництва, кваліфікованого персоналу, спеціалізованих знань і правового захисту. Багато вищих венчурних фондів мають спеціальні відділи, які пропонують такий вид підтримки. Загальною сферою допомоги є залучення талантів — допомога стартапам у пошуку та найнятті потрібних людей. У деяких випадках венчурні фонди навіть допомагають лобіювати зусилля на державному рівні. Венчурне фінансування, по суті, є формою грошового капіталу, який виник через системи, призначені для субсидування дослідницьких проєктів та окремих програм.

1.4. Методологія аналізу бізнес-моделей стартап-проєктів

Методи оцінки інвестиційних стартап-проєктів мають різні підходи, що дозволяють детально проаналізувати фінансовий потенціал, ризики та прибутковість. Вибір відповідного методу залежить від стадії проєкту, наявності даних і стратегічних цілей інвестора.

1. Метод побудови фінансових моделей

Один з основних інструментів оцінки стартап-проєктів – це метод побудови фінансових моделей. Цей підхід передбачає створення докладних фінансових моделей, які дозволяють прогнозувати грошові потоки, прибутковість і загальну фінансову ефективність проєкту. Основними показниками фінансових моделей є:

- ~ чиста теперішня вартість (NPV): дозволяє визначити прибуток або збиток інвестора від вкладення коштів у проєкт порівняно з можливістю зберігати їх у банку;

- ~ індекс прибутковості проекту: показник, що дозволяє оцінити співвідношення очікуваного прибутку до витрат на капітал;

- ~ період окупності проекту: може бути простим або дисконтуваним. Останній враховує тимчасову вартість грошей, що робить цей критерій більш достовірним;

- ~ внутрішня норма прибутковості (IRR): показник, при якому NPV грошових потоків проекту дорівнює нулю, тобто збалансовує очікувані доходи і інвестиції.

2. Вартісний метод (відновлювальний метод)

Цей метод дозволяє оцінити реальні фінансові витрати на створення подібного проекту, враховуючи такі складові:

- ~ поточна ринкова вартість спеціалістів, що працюють над проектом;
- ~ витрати на юридичні формальності, ліцензування, патентування тощо;
- ~ наявні активи, основні засоби, тощо;
- ~ витрати на викуп часток у інвесторів попередніх стадій фінансування;
- ~ витрати на послуги третіх сторін, пов'язані з проектом (маркетингові дослідження, підготовка технічного завдання тощо);
- ~ поточні витрати на рекламу, просування, залучення аудиторії до проекту.

3. Метод Беркуса

Цей метод був вперше опублікований у 2001 році в книзі «Winning Angels» Гарварда Амісом та Стивенсоном. Основна ідея цього підходу – врахування потенціалу стартапу за допомогою деяких емпіричних коефіцієнтів, що дозволяють доповнити відновлювальний метод. Коефіцієнти, що використовуються у відкритих джерелах:

- ~ бонус за привабливу ідею: 20% - 40%;
- ~ надбавка за компетентне і професійне управління проектом: 20% - 80%;

- ~ професійна нарада, висококваліфікований наставник проекту: 10% - 40%;
- ~ надбавка за унікальність ринкової позиції (залучення державних структур, стратегічний партнер, висока планка входу для конкурентів тощо): 10% - 20%;
- ~ реалізований прототип: 20% - 40%;
- ~ потенціал грошових потоків: 20% - 40%.

4. Метод дисконтування (вентурний капітал) через майбутню вартість

Цей метод зосереджується на майбутній вартості інвестиції та дозволяє оцінити очікуваний прибуток у певний момент часу. Основний принцип – це врахування тимчасової вартості грошей і визначення майбутньої вартості інвестицій[27].

5. Метод дисконтування (метод венчурного капіталу) через кінцеву вартість

Метод визначення кінцевої вартості компанії під час виходу інвестора є найпростішим способом оцінки. Для цього може використовуватись аналіз стану конкурентних або схожих компаній, які мають схожі ключові показники — число клієнтів, обсяг продажів, ринкова частка тощо.

Наприклад, якщо прогнозований чистий дохід стартапу через 3 роки становить 100 000 доларів, а середній мультиплікатор ціни до чистого доходу для подібних конкурентів дорівнює 15, то прогнозована вартість компанії через 5 років становитиме $TV = \$1 \text{ мільйон} \times 15 = \15 мільйонів .

Для визначення необхідної частки у капіталі компанії (тобто частки власності), потрібно розділити майбутню вартість інвестицій на прогнозовану кінцеву вартість компанії під час виходу інвестора. Наприклад, частка інвестора $= \$4.5 \text{ мільйони} / \$15 \text{ мільйонів} = 30\%$.

Метод дисконтування також передбачає оцінку до-інвестиційної та після-інвестиційної вартості стартапу. Наприклад, якщо інвестор викуповує 30% компанії за 1 мільйон доларів, то загальна післяінвестиційна вартість компанії

становитиме $\$1 \text{ мільйон} / 0.30 = \3.33 мільйони . Попередня інвестиційна вартість компанії дорівнює $\$3.33 - \$1 \text{ мільйон (інвестиція)} = \2.33 мільйони [41].

6. Метод оцінки потенційної аудиторії на основі вартості клієнта

Цей метод використовується для оцінки майбутньої вартості стартапу, успіх якого значною мірою залежить від аудиторії клієнтів. Важливо враховувати, що «ціна» одного клієнта не повинна сильно варіюватись у компаніях, що працюють у цьому бізнес-секторі. Це метод аналогій, але з більш об'єктивними результатами, оскільки при правильному підході можливо узагальнити переоцінені та недооцінені проекти.

Наприклад, для стартапу, орієнтованого на надання мобільних комунікаційних послуг, найкращим варіантом є оцінка на основі клієнтської бази. Вартість одного клієнта в різних компаніях – мобільних операторів – не має великої варіації. Оцінити майбутню кількість клієнтів проекту та помножити їх на поточну вартість клієнта МТС чи Білайн дозволяє отримати оцінку вартості стартапу на момент досягнення запланованих показників.

Під час розрахунку поточної вартості майбутньої вартості стартапу необхідно враховувати ризики (від 90% на стадії Pre-seed до 30% на стадії росту), витрати на гроші, дисконтування тощо.

7. Метод розрахунку за моделлю Ave Maria

Моделю Ave Maria (скорочення Acquisition, Value, Engagement, Monetization, Retention, Intellectual Property) дозволяє оцінити стартап комплексно:

- ~ acquisition: визначення нових клієнтів або користувачів — їх аудиторія, її обсяг та способи залучення;

- ~ value: оцінка вартості відвідувача чи клієнта, витрати на залучення клієнта в різних каналах;

- ~ engagement: опис дій, які необхідні для активного та пасивного залучення клієнтів;

- ~ monetization: як активність користувачів перетворюється на доходи проекту;

~ retention: як утримати клієнтів та перетворити їх на постійних користувачів;

~ intellectual Property: як компанія захищається від копіювання ідей та конкуренції.

Цей метод дозволяє комплексно оцінити всі фактори, які впливають на успіх стартапу, починаючи від залучення клієнтів і закінчуючи захистом від конкурентів.

8. Метод оцінювання (Scorecard Method)

Метод був розроблений інвестором Біллом Пейном і також відомий як метод Білла Пейна або метод порівняння (Benchmark Method). Цей метод дозволяє порівнювати оцінку стартапу з іншими компаніями, які отримали фінансування від ангелів, і застосовувати середню оцінку стартапів у певному регіоні.

Перший крок – це визначення середньої оцінки компаній у даному регіоні та секторі економіки. Далі використовуються такі критерії:

- ~ наявність сильної управлінської команди: 0-30%;
- ~ розмір ринку: 0-25%;
- ~ новація продукту та технологій: 0-15%;
- ~ конкурентне середовище: 0-10%;
- ~ канали продажу, маркетинг, партнерства: 0-10%;
- ~ потреба в додаткових інвестиціях: 0-5%;
- ~ інші фактори: 0-5%.

Використовуючи цей метод, можна оцінити потенційну вартість стартапу до моменту отримання доходу, порівнюючи компанії між собою відповідно до зазначених факторів.

Після аналізу різних визначень стає зрозуміло, що стартап – це нова підприємницька ініціатива, спрямована на швидке зростання шляхом задоволення потреб споживачів за допомогою інноваційних продуктів, послуг або процесів. На відміну від відомих підприємств, стартапи характеризуються фінансовою нестабільністю, високим ризиком, фокусом на нових продуктах,

нетрадиційними ідеями, молодими підприємцями та прагненням до інновацій, а не просто до прибутку. Стартапи можуть приймати різні форми, від копіювання успішних бізнес-моделей, агресивного виходу на ринки до сміливих та надзвичайно інноваційних підприємств. Їх також можна розділити на високотехнологічні стартапи та традиційні стартапи за рівнем їх технологічної інтенсивності[13].

Розвиток стартапів відбувається за структурованим шляхом із чіткими етапами, які спрямовують їх зростання та еволюцію. Перший — це передпочатковий етап, на якому проводяться початкові дослідження ринку, розробка продукту та бізнес-планування, що часто призводить до початкових інвестицій. Етап стартапу передбачає виведення продукту чи послуги на ринок з ангельськими інвестиціями. Етап зростання зосереджується на масштабуванні бізнесу, досягненні точки беззбитковості та залученні більшої кількості клієнтів і членів команди, часто залучаючи фінансування Раунду А.

Таблиця 1.2

Методи аналізу бізнес-стартапів

Методологія аналізу	Опис	Цілі аналізу	Етапи аналізу	Інструменти та підходи
1	2	3	4	5
Business Model Canvas	Створення моделі бізнесу на одній сторінці	Виявлення ключових компонентів бізнесу	Визначення ключових сегментів клієнтів, цінні пропозиції, канали комунікації, ключові ресурси, партнерства, витрати, доходи	Оглядові карти, SWOT-аналіз, 4P, аналіз конкурентів
Lean Canvas	Зосередження уваги на найбільш важливих аспектах бізнесу	Пошук найбільш ефективної моделі для тестування на ринку	Визначення проблем клієнтів, пропозицій рішень, цільових сегментів, основних каналів, основних доходів, ключових метрик	Візуалізація, оцінка ідеї за основними категоріями
SWOT-аналіз	Визначення сильних і слабких сторін, можливостей і загроз	Виявлення сильних і слабких сторін бізнесу, аналіз зовнішнього середовища	Оцінка внутрішніх і зовнішніх факторів, виявлення стратегічних можливостей і ризиків	SWOT-матриці, PEST-аналіз

Продовження таблиці 1.2

1	2	3	4	5
PEST-аналіз	Аналіз політичних, економічних, соціальних і технологічних факторів	Визначення впливу макроекономічних факторів на бізнес-модель	Виявлення зовнішніх ризиків та можливостей, аналіз впливу на ринок	ПЕСТ-матриці
5 Forces Analysis	Вивчення впливу п'яти ключових конкурентних сил на бізнес	Виявлення рівня конкуренції і визначення конкурентних переваг	Аналіз покупців, постачальників, потенційних конкурентів, замінників, бар'єрів для входу	Моделі п'яти сил Портера

Джерело: складено автором

Етап розширення — це використання поточної позиції на ринку, вихід на нові ніші та максимізація прибутковості, часто із залученням фінансування венчурного капіталу. Нарешті, етап виходу включає прийняття ключових рішень щодо майбутнього компанії — чи продовжувати роботу як є, змінити курс чи вийти через IPO чи придбання [16].

Для оцінки доцільності та потенціалу стартап-проектів використовується кілька методів. Ці методи оцінюють різні аспекти проекту, такі як фінансова життєздатність, відповідність ринку та масштабованість. Самооцінка передбачає оцінку ключових показників діяльності та ефективності команди. Вибір відповідного методу оцінки залежить від бізнес-моделі. Фінансове моделювання передбачає майбутні доходи та грошові потоки. Вартісний метод оцінює ресурси, необхідні для тиражування проекту. Метод Беркуса використовує емпіричні коефіцієнти для оцінки потенціалу стартапу. Метод норми прибутку орієнтований на майбутні прибутки від інвестицій. Модель Ave Maria аналізує такі фактори, як залучення клієнтів, цінність, залучення, монетизація та утримання. Метод оцінки, розроблений Біллом Пейном, порівнює стартапи з подібними компаніями, використовуючи певні критерії для оцінки їх потенціалу.

Підсумовуючи, стартапи відіграють важливу роль у стимулюванні інновацій та підприємництва. Вони необхідні для економічного зростання, створення робочих місць і технологічного прогресу. Успіх стартапу залежить від міцної методологічної основи, ретельної оцінки та стратегічного планування. За правильного підходу стартапи можуть не лише виживати, але й процвітати, роблячи значний внесок у глобальний бізнес-ландшафт.

Стартапи відіграють ключову роль у сучасній економіці, стимулюючи інновації, створюючи нові ринки та трансформуючи традиційні галузі. Їхній успіх залежить не лише від оригінальної ідеї, але й від глибокого аналізу ринкових умов, стратегічного планування та здатності адаптуватися до змін. На початкових етапах важливо ретельно оцінити життєздатність проекту, використовуючи такі методи, як фінансове моделювання, порівняльний аналіз або експертні оцінки. Це дозволяє визначити потенційні ризики, оптимальні шляхи масштабування та перспективи монетизації.

Однією з ключових переваг стартапів є їхня здатність швидко впроваджувати нові технології та експериментувати з нестандартними підходами. Проте для тривалого розвитку необхідно постійно аналізувати потреби клієнтів, вдосконалювати продукт і будувати ефективні бізнес-процеси. Також критично важливим залишається залучення якісних інвестицій, оскільки саме вони дозволяють компаніям проходити через етапи розвитку – від MVP до повноцінного ринкового продукту.

Крім того, успішні стартапи часто базуються на сильній корпоративній культурі, яка об'єднує команду навколо спільної візії. Водночас вони мають бути готові до викликів, таких як жорстка конкуренція, регуляторні зміни або коливання попиту. Тому довгостроковий успіх залежить не тільки від початкового задуму, але й від здатності еволюціонувати разом із ринком.

У глобальному масштабі стартапи сприяють економічному зростанню, створенню високотехнологічних робочих місць і розвитку інноваційних екосистем. Вони стають каталізаторами змін, доводячи, що навіть невеликі, але

гнучкі компанії можуть перевершувати гігантів завдяки креативності, швидкості та орієнтації на майбутнє.

РОЗДІЛ 2.

АНАЛІЗ СТАРТАП-ПРОЕКТУ ТОВ «МЕГАР»

2.1. Загальна характеристика діяльності ТОВ «Мегар»

ТОВ «МЕГАР» – це сучасне підприємство, яке було засноване 7 листопада 2019 року в місті Дніпро, Дніпропетровська область, Україна. Основною сферою діяльності компанії є вантажний автомобільний транспорт. Окрім цього, підприємство займається технічним обслуговуванням автотранспортних засобів, оптовою та роздрібною торгівлею деталями для автотранспортних засобів, складським господарством та іншими суміжними напрямками.

Компанія має стабільну організаційну структуру та професійну команду, що забезпечує ефективне функціонування бізнес-процесів. Керівником ТОВ «МЕГАР» є Гончар Ірина Іванівна, яка відповідальна за стратегічні рішення та управління підприємством.

Основні фінансові показники ТОВ «МЕГАР» за 2023 рік показують стабільне зростання доходів і прибутку. У 2023 році доходи підприємства склали 5 942 900 ₴, що на 91% перевищує дохід за 2022 рік. Чистий прибуток зріс до 333 500 ₴, що свідчить про ефективність бізнес-процесів. Ці показники є важливим індикатором фінансової стабільності компанії (див. Таблиця 2.1).

Таблиця 2.1

Основні фінансові показники ТОВ «МЕГАР»

Показник	2020 рік	2021 рік	2022 рік	2023 рік
Доход	1 824 800 ₴	—	3 106 400 ₴	5 942 900 ₴
Чистий прибуток	101 400 ₴	—	172 800 ₴	333 500 ₴
Активи	705 300 ₴	—	6 335 500 ₴	4 294 400 ₴
Власний капітал	101 400 ₴	—	1 856 000 ₴	1 015 500 ₴
Зобов'язання	—	—	5 653 500 ₴	3 278 900 ₴
Витрати	1 507 200 ₴	—	2 933 000 ₴	3 609 400 ₴

Кількість працівників	—	—	3	3
-----------------------	---	---	---	---

Джерело: складено автором на основі [24].

Баланс ТОВ «МЕГАР» на 2023 рік відображає загальні фінансові показники, включаючи активи в розмірі 4 294 400 ₴. Власний капітал компанії становить 1 015 500 ₴, а загальні зобов'язання складають 3 278 900 ₴. Цей баланс демонструє баланс між активами і зобов'язаннями, що є важливим для довгострокового фінансового здоров'я підприємства (див. Таблиця 2.2).

Таблиця 2.1

Баланс ТОВ «МЕГАР» 2020-2023

Показник	2020 рік	2022 рік	2023 рік
Активи	705 300 ₴	6 335 500 ₴	4 294 400 ₴
Власний капітал	101 400 ₴	1 856 000 ₴	1 015 500 ₴
Зобов'язання	—	5 653 500 ₴	3 278 900 ₴
Витрати	1 507 200 ₴	2 933 000 ₴	3 609 400 ₴
Доход	1 824 800 ₴	3 106 400 ₴	5 942 900 ₴
Чистий прибуток	101 400 ₴	172 800 ₴	333 500 ₴
Кількість працівників	—	3	3

Джерело: складено автором на основі [24].

ТОВ «МЕГАР» за останні кілька років показало стабільне зростання фінансових показників. Підприємство успішно розвивається завдяки професійному управлінню, широкому спектру діяльності та динамічній адаптації до змін ринкових умов. Основні напрямки діяльності компанії – це вантажні перевезення та торгівля, що дозволяє зберігати стійку конкурентну позицію на ринку. Стабільність фінансових результатів і високий рівень прибутковості є основними показниками успішності діяльності ТОВ «МЕГАР».

ТОВ «МЕГАР» займає конкурентну позицію на ринку завдяки злагодженій роботі і широкому спектру послуг, що включає вантажні перевезення, технічне обслуговування автомобілів, торгівлю запчастинами. Зростаючий попит на

послуги автосервісу та технічне обслуговування автомобілів дає підприємству потенціал для подальшого розвитку і зміцнення своєї позиції на ринку. Стратегія підприємства спрямована на розширення ринкових сегментів та збереження стійкої конкурентної переваги.

2.2. Аналіз ринкового середовища та конкурентів

Під стандартизацією розуміється процес встановлення послідовного застосування стандартів — документів, які містять обов'язкові норми, правила та вимоги, що стосуються різних аспектів людської діяльності. Це включає такі сфери, як проектування, виробництво, експлуатація та ремонт машин. Найбільш поширеним і ефективним методом стандартизації є уніфікація. Це полягає в раціональному скороченні кількості об'єктів однакового функціонального призначення та мінімізації типорозмірів деталей та їх вузлів.

Під уніфікацією розуміється усунення надмірної різноманітності продукції шляхом скорочення асортименту матеріалів та їх номенклатури. Це також включає використання загальних компонентів і вузлів на різних машинах, незалежно від розміру чи призначення. В результаті одні й ті ж вузли і деталі можна використовувати без модифікації в різних машинах. Заводська уніфікація включає номенклатуру продукції, що випускається одним підприємством, промислову уніфікацію кількома підприємствами однієї галузі та міжгалузеву уніфікацію, яка включає деталі загального промислового застосування.

Ринок автосервісу - це динамічні відносини між автовласниками та сервісними підприємствами. Вона зосереджена на купівлі-продажу послуг, спрямованих на технічне обслуговування та відновлення транспортних засобів протягом усього життєвого циклу. Серед тенденцій на цьому ринку — розширення різноманітних послуг, таких як продаж запчастин, тюнінг, додаткові послуги, участь страхових компаній у створенні сервісних центрів. Крім того, доступність фінансування, наприклад, купівля автомобілів у кредит, і зростаючий попит на кузовні роботи сформували ринок. Основними видами

послуг, що надаються, є підбір автомобіля, продаж запчастин, технічне обслуговування та ремонт, тюнінг та догляд за автомобілем (мийка, полірування, чищення салону).

За рівнем автомобілізації Україна посідає 67 місце у світі з 202 автомобілями на 1000 жителів. Навпаки, у країнах ЄС спостерігається постійне зростання кількості власників автомобілів. Лідирують Люксембург та Італія з понад 600 автомобілями на 1000 жителів. На послуги автосервісу впливають різні чинники, в тому числі довговічність інструментів і обладнання, які погіршуються через кілька умов. Працездатність деталей, агрегатів і вузлів автомобіля багато в чому залежить від хімічних і механічних властивостей матеріалів виготовлення, які визначають їх стійкість до факторів зовнішнього середовища і допустимих навантажень. Обладнання часто виходить з ладу, якщо не використовується відповідно до встановлених стандартів.

ТОВ «МЕГАР» — це один із ключових гравців у сфері автомобільного сервісу в місті Дніпро, який надає широкий спектр послуг для автомобілів. Проте ринок насичений іншими компаніями, що пропонують конкурентоспроможний сервіс з високою якістю обслуговування. Далі представлено кілька основних конкурентів: Golden Lion — відоме СТО в Дніпрі, яке славиться високим рівнем обслуговування та різноманітністю наданих послуг. Майстри цієї СТО мають великий досвід роботи з різними марками автомобілів, включаючи преміум-сегмент. Тут виконуються як прості, так і складні ремонтні роботи.

Таблиця 2.3

Порівняння автосервісів Дніпра

Назва СТО	Якість обслуговування	Вартість послуг, грн	Швидкість виконання робіт, дні	Додаткові послуги
Golden Lion	Висока	3 500 - 7 000	1 - 2 дні	Широкий спектр робіт
Галлак	Хороша	2 000 - 4 500	2 - 3 дні	Продаж запчастин
Зигфрид	Середня	1 500 - 3 000	1 - 2 дні	Кузовний ремонт
Бош Авто Сервіс	Хороша	3 000 - 6 000	1 - 1.5 дні	Комп'ютерна діагностика
Сервіс Профі	Відмінна	2 500 - 5 500	1 - 2 дні	Сертифікований центр КУВ
Автокомплекс	Хороша	3 000 - 6 000	1 - 1.5 дні	Широкий вибір

				послуг
--	--	--	--	--------

Джерело: складено автором

СТО Галлак пропонує широкий асортимент послуг з ремонту автомобілів. Вони мають демократичні ціни на більшість стандартних робіт, однак за якістю трохи поступаються лідеру рейтингу. Продають як оригінальні, так і неоригінальні запчастини.

СТО Зигфрид спеціалізується на кузовному ремонті та фарбуванні автомобілів за сучасною технологією. Вони мають дуже високий рівень виконання саме кузовних робіт.

Бош Авто Сервіс відомий завдяки своєму сучасному обладнанню та великому спектру послуг. Тут пропонують ремонт електронних систем, але ціни на деякі роботи можуть здатися трохи завищеними.

Сервіс Профі пропонує відмінний рівень обслуговування завдяки сучасному обладнанню та кваліфікованим фахівцям. Вони є офіційним сертифікованим центром для амортизаторів KYB.

СТО Автокомплекс спеціалізується на європейських автомобілях, але їхній сервіс користується популярністю й серед інших автовласників. Якість обслуговування та спектр послуг на високому рівні.

Серед ключових чинників, що впливають на якість автосервісу, є використання сучасного обладнання, кваліфікація персоналу, а також дотримання встановлених стандартів. Багато автосервісів пропонують широкий спектр послуг, таких як технічне обслуговування, ремонт, продаж запчастин, тюнінг, а також супутні роботи.

Серед основних конкурентів на ринку Дніпра виділяються такі підприємства як Golden Lion, Галлак, Зигфрид, Бош Авто Сервіс, Сервіс Профі та Автокомплекс. Кожне з них має свої особливості, переваги та недоліки, що впливають на вибір клієнтів. Golden Lion славиться високим рівнем обслуговування і широким спектром послуг, Галлак пропонує демократичні ціни, Зигфрид спеціалізується на кузовному ремонті, Бош Авто Сервіс відомий завдяки сучасному обладнанню, а Сервіс Профі є сертифікованим центром для

амортизаторів КУВ. Автокомплекс, у свою чергу, добре відомий завдяки обслуговуванню європейських автомобілів.

Таким чином, ринок автосервісу у місті Дніпро характеризується жорсткою конкуренцією, високим попитом на якісні послуги та різноманітністю пропозицій від різних компаній. Кожна з них намагається створити конкурентні переваги, враховуючи специфіку та вимоги своїх клієнтів.

2.3. SWOT-аналіз можливостей і ризиків стартап-проекту

Основні фінансові показники ТОВ «МЕГАР» за 2023 рік демонструють стабільне зростання доходів і прибутку. У 2023 році доходи підприємства склали 5 942 900 грн, що на 91% перевищує дохід за 2022 рік. Чистий прибуток зріс до 333 500 грн, що свідчить про ефективність бізнес-процесів. Ці показники є важливим індикатором фінансової стабільності компанії.

Баланс ТОВ «МЕГАР» на 2023 рік відображає загальні фінансові показники, включаючи активи в розмірі 4 294 400 грн. Власний капітал компанії становить 1 015 500 грн, а загальні зобов'язання складають 3 278 900 грн. Цей баланс демонструє баланс між активами і зобов'язаннями, що є важливим для довгострокового фінансового здоров'я підприємства.

Баланс ТОВ «МЕГАР» на 2022 рік показує стабільні фінансові показники із загальними активами 6 335 500 грн. Власний капітал компанії становить 1 856 000 грн, а зобов'язання складають 5 653 500 грн. Це дозволяє компанії ефективно управляти своїми ресурсами і зобов'язаннями.

Баланс ТОВ «МЕГАР» на 2020 рік показує початкові фінансові результати з активами в розмірі 705 300 грн і чистим прибутком 101 400 грн. Цей рік став основою для подальшого розвитку бізнесу і створив передумови для зростання в наступні роки.

ТОВ «МЕГАР» за останні кілька років показало стабільне зростання фінансових показників. Підприємство успішно розвивається завдяки професійному управлінню, широкому спектру діяльності та динамічній адаптації

до змін ринкових умов. Основні напрямки діяльності компанії – це вантажні перевезення та торгівля, що дозволяє зберігати стійку конкурентну позицію на ринку. Стабільність фінансових результатів і високий рівень прибутковості є основними показниками успішності діяльності ТОВ «МЕГАР».

Однак, кожна успішна компанія стикається з викликами, які можуть вплинути на її розвиток. SWOT-аналіз ТОВ «МЕГАР» дозволяє глибше зрозуміти сильні і слабкі сторони підприємства, а також можливості та загрози, які можуть вплинути на його діяльність. Сильні сторони компанії включають стабільну організаційну структуру та професійну команду, що забезпечують ефективне управління бізнес-процесами. Стабільне зростання доходів і прибутку є результатом професійного підходу до ведення бізнесу та високої якості наданих послуг. Однак, підприємство має обмежений обсяг ринку та стикається з конкуренцією з боку великих транспортних компаній.

Таблиця 2.4

SWOT-аналіз ТОВ «МЕГАР»

Фактор	Сильні сторони	Слабкі сторони
Сильні сторони	1. Стабільна організаційна структура та професійна команда.	1. Обмежений обсяг ринку та конкуренція з боку великих транспортних компаній.
	2. Стабільне зростання доходів і прибутку протягом останніх років.	2. Низький рівень впровадження інноваційних технологій.
	3. Розширення асортименту послуг (технічне обслуговування, торгівля деталями).	3. Відсутність чіткого планування щодо розвитку нових напрямків бізнесу.
Можливості	1. Розширення сфери діяльності за рахунок нових видів транспорту.	1. Обмежена фінансова підтримка з боку держави для малого бізнесу.
	2. Залучення інвестицій у розвиток автопарку та інфраструктури.	2. Зростаючі ціни на запчастини та паливо.
	3. Впровадження передових технологій для оптимізації логістичних процесів.	3. Конкуренція з боку великих корпорацій на міжнародному рівні.
Загрози	1. Економічна нестабільність в країні, яка впливає на ринок вантажних перевезень.	1. Зміна правил податкового законодавства, що може збільшити фінансове навантаження.
	2. Політична нестабільність, що може призвести до збоїв у логістиці.	2. Технологічні нововведення, які можуть змінити правила конкуренції на ринку.
	3. Зростання вартості пального та запчастин.	

Джерело: складено автором

Серед можливостей для ТОВ «МЕГАР» можна виділити розширення сфери діяльності за рахунок нових видів транспорту, залучення інвестицій у розвиток автопарку та інфраструктури, а також впровадження передових технологій для оптимізації логістичних процесів. Однак, існують і загрози, такі як економічна та політична нестабільність, які можуть вплинути на ринок вантажних перевезень.

У висновках до проведеного SWOT-аналізу можливостей і ризиків стартап-проекту ТОВ «МЕГАР» можна виділити низку важливих аспектів, які визначають перспективи та виклики для подальшого розвитку підприємства. Загалом фінансові показники компанії демонструють стабільне зростання, що є ключовою основою для ефективного функціонування бізнесу. Доходи компанії у 2023 році становили 5 942 900 грн, що свідчить про значний прогрес порівняно з попередніми роками. Зокрема, зростання доходів на 91% у порівнянні з 2022 роком підкреслює здатність компанії адаптуватися до змін у ринкових умовах та ефективно використовувати свої ресурси.

Чистий прибуток ТОВ «МЕГАР» у 2023 році досягнув 333 500 грн, що підтверджує високий рівень рентабельності бізнесу. Ефективність управління фінансовими ресурсами, оптимізація витрат і забезпечення якісного обслуговування клієнтів стали визначальними факторами, які сприяли цьому результату. Показники балансу підприємства також відображають стабільність його фінансової структури. Зокрема, активи компанії у 2023 році становили 4 294 400 грн, а власний капітал — 1 015 500 грн. Хоча загальні зобов'язання підприємства складають 3 278 900 грн, це співвідношення свідчить про наявність у компанії потенціалу для подальшого розвитку.

Аналіз попередніх років діяльності компанії показує, що 2020 рік став відправною точкою для її подальшого зростання. Початкові активи в розмірі 705 300 грн та чистий прибуток 101 400 грн створили базу для формування стабільного бізнесу. У 2022 році активи компанії вже сягнули 6 335 500 грн, що підтверджує високу динаміку зростання. Проте варто зазначити, що зобов'язання

у цей період також були значними — 5 653 500 грн, що може свідчити про необхідність удосконалення фінансового планування.

Проведений SWOT-аналіз дає змогу детальніше оцінити сильні та слабкі сторони ТОВ «МЕГАР», а також визначити можливості та загрози, які стоять перед компанією. Серед сильних сторін варто виділити стабільну організаційну структуру та професійну команду, що забезпечують ефективність управління бізнес-процесами. Крім того, стабільне зростання доходів і прибутку протягом останніх років є важливим індикатором успішності компанії. Розширення асортименту послуг, включаючи технічне обслуговування та торгівлю деталями, також є значущим кроком у зміцненні конкурентних позицій підприємства.

Однак, компанія стикається і з певними слабкими сторонами. Обмежений обсяг ринку та конкуренція з боку великих транспортних компаній можуть створювати перешкоди для подальшого розвитку. Також низький рівень впровадження інноваційних технологій є чинником, який обмежує можливості оптимізації логістичних процесів та підвищення ефективності діяльності. Відсутність чіткого планування щодо розвитку нових напрямків бізнесу може призвести до втрати потенційних можливостей на ринку.

Можливості для ТОВ «МЕГАР» охоплюють розширення сфери діяльності за рахунок нових видів транспорту, залучення інвестицій у розвиток автопарку та інфраструктури, а також впровадження передових технологій. Ці кроки сприятимуть оптимізації логістичних процесів і підвищенню конкурентоспроможності компанії. Наприклад, використання інноваційних рішень у сфері автоматизації дозволить значно знизити операційні витрати та покращити обслуговування клієнтів. Залучення інвестицій сприятиме розширенню автопарку, що дозволить обслуговувати більшу кількість клієнтів та виходити на нові ринки.

Проте варто враховувати і наявні загрози, серед яких економічна нестабільність в країні, що може вплинути на ринок вантажних перевезень. Політична нестабільність також створює ризики для логістики, включаючи можливі збої в ланцюгах постачання. Зростання вартості пального та запчастин

є додатковим фактором, який може підвищити витрати компанії та вплинути на її фінансову стабільність. Зміна правил податкового законодавства також може створити додаткове фінансове навантаження на бізнес.

Таким чином, проведений аналіз дозволяє зробити висновок, що ТОВ «МЕГАР» має значний потенціал для подальшого розвитку завдяки сильним сторонам і можливостям, які стоять перед компанією. Проте важливо приділити увагу усуненню слабких сторін та мінімізації впливу загроз. Для цього компанії варто розробити чіткий стратегічний план, спрямований на оптимізацію діяльності, впровадження інновацій та розширення ринкових можливостей. Залучення інвестицій та використання сучасних технологій стануть ключовими елементами цього плану, які допоможуть зміцнити позиції компанії на ринку вантажних перевезень.

Крім того, ТОВ «МЕГАР» варто посилити співпрацю з державними органами та іншими суб'єктами ринку для отримання фінансової підтримки та створення сприятливих умов для розвитку. Забезпечення фінансової стабільності шляхом ефективного управління активами та зобов'язаннями, а також оптимізація витрат є необхідними умовами для подальшого успішного функціонування підприємства. Упровадження інноваційних рішень у сфері логістики, розвиток нових напрямків діяльності та розширення асортименту послуг дозволять компанії не лише зміцнити свої позиції на ринку, але й створити умови для сталого зростання у довгостроковій перспективі.

2.4. Стратегії розвитку стартапу на основі отриманих даних

Назва проекту: “SmartLog” – Інноваційна логістична платформа для вантажного транспорту”

1. Опис ідеї проекту:

«SmartLog» – це цифрова платформа, створена для оптимізації логістичних процесів вантажних перевезень. Вона об'єднує сучасні технології, такі як

штучний інтелект (AI), інтернет речей (IoT) і географічні інформаційні системи (GIS), для покращення планування маршрутів, управління автопарком, моніторингу вантажів та підвищення ефективності операцій у сфері вантажних перевезень.

Основна мета проекту – надати транспортним компаніям, таким як ТОВ «МЕГАР», інструменти для автоматизації логістичних процесів, зниження витрат, оптимізації використання автопарку, забезпечення безпеки та контролю за вантажами в реальному часі.

2. Основні цілі стартап-проекту:

Оптимізація логістичних процесів: Дати компанії можливість автоматизувати розрахунок оптимальних маршрутів, враховуючи затори, погодні умови, дорожні умови та інші чинники.

Зниження витрат: Скорочення витрат на паливе, технічне обслуговування автотранспорту та логістичні операції завдяки автоматизації та зниженню простоїв.

Підвищення ефективності: Забезпечення точного моніторингу за рухом вантажів у реальному часі, що дозволить ефективно планувати і координувати доставку.

Покращення клієнтського сервісу: Надання клієнтам доступу до онлайн-платформи для контролю за статусом вантажів, плануванням та замовленням послуг.

Дослідження нових ринків: Аналіз ринку для входу в нові географічні території за допомогою автоматизованих інструментів.

Таблиця 2.5 демонструє основні цілі проекту, які включають оптимізацію логістичних процесів, зниження витрат, підвищення ефективності роботи та покращення клієнтського сервісу. Ці цілі є ключовими для успішного впровадження автоматизованої платформи і забезпечення конкурентних переваг на ринку (див. Таблиця 2.5).

Таблиця 2.5

Основні цілі проекту

Ціль	Опис
Оптимізація логістичних процесів	Автоматизація розрахунку оптимальних маршрутів вантажних перевезень.
Зниження витрат	Скорочення витрат на пальне, техобслуговування та логістичні операції завдяки автоматизації.
Підвищення ефективності	Контроль за рухом транспорту у реальному часі для точного планування та координації доставки.
Покращення клієнтського сервісу	Доступ клієнтів до онлайн-платформи для планування та моніторингу вантажів.
Дослідження нових ринків	Аналіз нових територій для входу з використанням автоматизованих інструментів.

Джерело: складено автором

3. Основні функціональні можливості платформи:

Автоматичне планування маршрутів: Врахування поточних дорожніх і погодних умов для визначення найоптимальніших маршрутів.

Моніторинг автопарку: Контроль за рухом транспорту у реальному часі, відстеження витрат пального, технічний стан авто.

Оповіщення та звіти: Система сповіщень про стан вантажу, затримки, аварійні ситуації та необхідні дії.

Інтерактивна картографія: Візуалізація маршрутів та логістичних точок на інтерактивній карті.

Клієнтський кабінет: Доступ клієнтів до платформи для планування та моніторингу вантажів, отримання документів і звітів.

Функціональні можливості платформи, представлені у Таблиці 2.6, включають автоматичне планування маршрутів із урахуванням дорожніх та погодних умов, моніторинг автопарку, систему оповіщень і звітів, інтерактивну картографію та клієнтський кабінет. Ці функції забезпечують ефективне управління транспортними ресурсами та покращують якість обслуговування клієнтів (див. Таблиця 2.6).

Таблиця 2.6

Основні функціональні можливості платформи

Функціональна можливість	Опис
Автоматичне планування маршрутів	Врахування дорожніх і погодних умов для оптимізації маршрутів.
Моніторинг автопарку	Контроль за технічним станом транспорту та витратами пального.
Оповіщення та звіти	Сповіщення про стан вантажу, затримки, аварійні ситуації тощо.
Інтерактивна картографія	Візуалізація маршрутів та логістичних точок на карті.
Клієнтський кабінет	Доступ клієнтів до платформи для планування вантажоперевезень і моніторингу їх стану.

Джерело: складено автором

4. Перспективи проекту:

Розширення на ринок Європи: «SmartLog» може бути адаптована для європейського ринку завдяки своїй універсальності та можливості підлаштовуватись під різні типи транспорту.

Впровадження інновацій: Платформа постійно розвиватиметься за рахунок інтеграції нових технологій та оптимізації процесів.

Залучення партнерів: Можливість залучення інших транспортних компаній до співпраці для спільного розвитку і масштабування платформи.

Перспективи проекту, описані у Таблиці 2.7, охоплюють розширення на європейський ринок, впровадження інноваційних технологій та залучення партнерів для масштабування бізнесу. Ці напрямки розвитку сприятимуть довгостроковій стійкості та конкурентоспроможності платформи.

Таблиця 2.7

Перспективи проекту

Перспектива	Опис
Розширення на європейський ринок	Платформа може адаптуватися для європейського ринку завдяки універсальності.
Впровадження інновацій	Постійний розвиток платформи за рахунок інтеграції нових технологій.
Залучення партнерів	Співпраця з іншими транспортними компаніями для масштабування платформи.

Джерело: складено автором

5. Етапи реалізації проекту:

Розробка та тестування першого прототипу – Визначення основних технологій та алгоритмів для роботи платформи.

Запуск обмеженого бета-тесту – Проведення випробувань платформи з невеликою кількістю користувачів для отримання зворотного зв'язку.

Оптимізація та впровадження – Врахування відгуків від тестових клієнтів для вдосконалення платформи перед масштабуванням.

Повний запуск та комерціалізація – Поширення платформи серед великих транспортних компаній з метою масштабування бізнесу.

Етапи реалізації проекту, що наведені у Таблиці 2.8, включають розробку прототипу, бета-тестування, оптимізацію продукту на основі відгуків користувачів і масштабування платформи для роботи з великими транспортними компаніями. Цей покроковий підхід дозволяє поступово підвищувати якість продукту і знижувати ризики (див. Таблиця 2.8).

Таблиця 2.8

Етапи реалізації проекту

Етап	Опис
Розробка прототипу	Створення базового варіанту платформи та тестування його основних функцій.
Бета-тестування	Випробування платформи з невеликою кількістю користувачів для отримання зворотного зв'язку.
Оптимізація	Врахування відгуків тестових клієнтів для покращення платформи.
Масштабування	Впровадження платформи на великі транспортні компанії для масштабування бізнесу.

Джерело: складено автором

6. Можливі ризики проекту:

Конкуренція на ринку інноваційних технологій – Потенційна поява нових конкурентів з аналогічними рішеннями.

Залежність від партнерів і постачальників – Високий рівень залежності від постачальників складних технічних рішень та програмного забезпечення.

Економічні ризики – Нестабільна економічна ситуація в Україні може вплинути на фінансування проекту.

7. Фінансування та ресурси:

Таблиця 2.9

Фінансування та ресурси

Ресурс	Сума
Залучення інвестицій	2 000 000 грн
Витрати на розробку	1 500 000 грн
Маркетингові витрати	300 000 грн
Операційні витрати	200 000 грн
Залучення команди	Розробники, маркетологи, логісти – орієнтовно 500 000 грн

Джерело: складено автором

Для реалізації проекту буде потрібно залучення інвестицій на суму приблизно 2 000 000 грн. Фінансування можна залучити через венчурні фонди, гранти для стартапів у сфері ІТ-технологій, а також за рахунок власних коштів компанії. Потребуватимуться залучення професійної команди розробників, маркетологів, логістів та аналітиків для розробки та тестування платформи.

Проект «SmartLog» є інноваційним рішенням у сфері логістики вантажного транспорту, яке орієнтоване на створення цифрової платформи для оптимізації процесів перевезень, автоматизації управління автопарком та підвищення ефективності транспортних операцій. Розробка такої платформи є актуальною для сучасного ринку, де швидкість, точність і надійність логістичних процесів відіграють вирішальну роль.

Основною метою проекту є створення комплексного рішення, яке дозволить транспортним компаніям, зокрема ТОВ «МЕГАР», забезпечити оптимізацію маршрутів, зменшити витрати на логістичні операції та підвищити якість обслуговування клієнтів. Для досягнення цієї мети використовуються передові технології, такі як штучний інтелект, інтернет речей та інтерактивні картографічні інструменти.

Ключові цілі проекту, серед яких автоматизація логістичних процесів, зменшення операційних витрат, контроль у реальному часі за станом вантажів та розвиток клієнтоорієнтованих сервісів, забезпечують комплексний підхід до вдосконалення управління логістикою. Завдяки цьому транспортні компанії отримують можливість не лише оптимізувати роботу існуючого автопарку, а й

аналізувати нові можливості для розширення бізнесу на міжнародні ринки, зокрема в країнах Європи.

Основні функціональні можливості платформи включають автоматичне планування маршрутів, моніторинг автопарку, оповіщення про ключові події, інтерактивну картографію та створення клієнтських кабінетів. Такий підхід дозволяє інтегрувати інформацію про вантажі, транспортні засоби та зовнішні фактори, що впливають на перевезення, в одну систему. В результаті компанії можуть зменшити час і ресурси, які зазвичай витрачаються на планування маршрутів і управління процесами доставки.

ВИСНОВКИ

У процесі дослідження встановлено, що стартапи є інноваційними підприємницькими ініціативами, основною метою яких є створення нового продукту або послуги в умовах високої невизначеності. Вони вирізняються високим рівнем ризику, гнучкістю, обмеженими ресурсами та орієнтацією на швидке зростання. Стартапи відіграють важливу роль у стимулюванні інновацій, зайнятості та загального економічного розвитку.

Установлено, що стартап-проект проходить кілька ключових етапів: зародження ідеї, створення MVP (мінімально життєздатного продукту), тестування ринку, масштабування бізнесу та вихід на стабільне функціонування. Кожен етап потребує специфічних рішень щодо фінансування, маркетингу, управління командою та адаптації до змін ринку.

Оцінено основні джерела фінансування стартапів: власні кошти засновників, бізнес-ангели, венчурний капітал, гранти, державна підтримка та краудфандинг. Ефективність джерел оцінюється за такими критеріями: доступність, розмір фінансування, супровід і контроль інвестора, а також гнучкість умов. Найефективнішим є залучення стратегічного інвестора, що не лише надає кошти, а й експертизу.

У результаті аналізу визначено, що одним із найефективніших інструментів для оцінки стартапу є модель Business Model Canvas, яка дозволяє всебічно дослідити ключові елементи бізнесу: ціннісні пропозиції, клієнтські сегменти, канали збуту, відносини з клієнтами, джерела доходу, ключові ресурси, діяльність, партнерів і структуру витрат.

ТОВ «Мегар» було охарактеризовано як молоде інноваційне підприємство, яке намагається зайняти конкурентну нішу шляхом впровадження новітніх технологій та нестандартних підходів до організації бізнесу. Компанія має чітке бачення цільової аудиторії, сформовану команду та перспективну бізнес-модель.

Установлено, що ТОВ «Мегар» діє в умовах жорсткої конкуренції зі значною кількістю гравців на ринку. Серед ключових викликів – необхідність

постійного оновлення продукту, зростання витрат на просування та тиск з боку великих компаній. Разом із тим існують сприятливі умови, зокрема попит на інноваційні рішення та незаповнені ринкові ніші.

SWOT-аналіз показав, що сильними сторонами ТОВ «Мегар» є інноваційність, гнучкість і орієнтація на клієнта. Слабкі сторони – обмежені фінансові ресурси та відсутність відомого бренду. Серед можливостей – розширення ринку, партнерство з інвесторами та масштабування. Основні загрози – висока конкуренція, ризики технологічного відставання та нестабільність економічного середовища.

1. Закон України «Про інноваційну діяльність». URL: <https://ips.ligazakon.net/document/JG1JN00A?an=3> (дата звернення: 16.02.2025).
 2. Постанова Кабінету Міністрів України від 3 березня 2021 р. № 179 «Про затвердження Національної економічної стратегії на період до 2030 року». URL: <https://ips.ligazakon.net/document/KP210179?an=1> (дата звернення: 16.02.2025).
 3. Проект Закону України «Про стимулювання розвитку цифрової економіки в Україні». URL: <https://www.kmu.gov.ua/bills/proekt-zakonu-pro-stimulyuvannya-rozvitku-tsifrovoiekonomiki-v-ukraini> (дата звернення: 16.02.2025).
 4. Бланк С., Дорф Б. *Стартап. Настольная книга основателя*. Москва: Альпина Паблишер, 2013. 616 с.
 5. Гавриш О. А., Бояринова К. О., Копішинська К. О. *Розробка стартап-проектів: Конспект лекцій*. Київ: КПП ім. Ігоря Сікорського, 2019. 188 с.
 6. Серьогіна Д. О. *Тренінг-курс «Start-up»: конспект лекцій для студентів заочної форми навчання освітнього рівня «бакалавр» за спеціальністю 051 – Економіка*. Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2021. 92 с.
- Статті у наукових виданнях
7. Карпенко А. В., Полежаєва К. В. Розвиток креативності людських ресурсів та креативної економіки в Україні // *Конкурентоспроможна модель інноваційного розвитку економіки України: зб. тез доповідей Міжнар. наук.-практ. конф.* 2018. С. 269–271.
 8. Коломєєць О. С. Роль бізнес-акселераторів у розвитку стартапів в Україні // *Бізнес-аналітика в управлінні зовнішньоекономічною діяльністю: матеріали VII Міжнар. наук.-практ. конф.* Київ, 2020. С. 210–213.
 9. Кудельський В. Є. Стартап в Україні: переваги та недоліки // *Збірник тез щорічної звітної наукової конференції науково-педагогічних працівників, докторантів та аспірантів*. Хмельницький, 2020.

URL: http://old.univer.km.ua/doc/zbirniki/Zbirnik_tez_schorichnoi_zvitnoi_naukovo_i_konferentsii_naukovo-pedagogichnikh_pratsivnikiv_doktorantiv_ta_aspirantiv_2020.pdf#page=154 (дата звернення: 16.02.2025).

10. Сакун А. В., Кадлубович Т. І., Черняк Д. С. Стартап – тренд сучасної економіки та освіти // *Проблеми інтеграції освіти, науки та бізнесу в умовах глобалізації: тези доповідей II Міжнар. наук.-практ. конф.* Київ, 2020. С. 163–164.

11. Саліхова О. Б., Курченко О. О. Державна політика розбудови інноваційних стартапів в інтересах ендогенного розвитку економіки: кращі зарубіжні практики та рекомендації для України // *Український соціум*. 2020. С. 57–80.

12. Самійленко Г. М. Креативна економіка: теоретичні засади та особливості її функціонування в умовах становлення нової економіки // *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2020. С. 31–42.

13. Свадеба В. В. Бізнес-ангели як неформальні інвестори, їх характеристика // *Science and practice: implementation to modern society*. 2020. URL: <https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/interconf/article/download/2552/2430> (дата звернення: 16.02.2025).

14. Ситник Н. І. Інструменти державної підтримки екосистеми стартапів: досвід країн Центральної та Східної Європи // *Проблеми економіки*. 2020. С. 55–63.

15. Смачило В., Халіна В., Чайка Д. Формування локальної стартап-екосистеми // *Економіка та суспільство*. 2021. № 23. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-23-9> (дата звернення: 16.02.2025).

16. Чернявська О. В., Гнипа-Черневецька Л. В., Ван Чжицсюнь. Стартап як об'єкт інвестиційного процесу: сутність та життєвий цикл існування // *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2017. С. 121–123.

17. *Креативні індустрії: вплив на розвиток економіки України*. URL: <https://static.ukrinform.com/files/1615459037-9230.pdf> (дата звернення: 16.02.2025).
18. *2021 Silicon Valley Index*. URL: <https://jointventure.org/download-the-2021-index> (дата звернення: 16.02.2025).
19. *2021 Small Business Trends*. Guidant Financial. URL: <https://www.guidantfinancial.com/small-business-trends/> (дата звернення: 16.02.2025).
20. *3D Printing Market Size, Share & Trends Analysis*. Grand View Research. URL: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/3d-printing-industry-analysis> (дата звернення: 16.02.2025).
21. *Accelerate Startup Ecosystem Development*. URL: <https://startupgenome.com> (дата звернення: 16.02.2025).
22. *AI Readiness Index 2020*. Oxford. URL: <https://www.oxfordinsights.com/government-ai-readiness-index2020>
23. *DealBook of Ukraine: 2021*. AVentures Capital. URL: <https://www.slideshare.net/YevgenSysoyev/dealbook-of-ukraine-2021-edition> (дата звернення: 16.02.2025).
24. ТОВ «МЕГАР». Єдиний державний реєстр юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://opendatabot.ua/c/43337097> (дата звернення: 16.02.2025).
25. *Diversity Report: 20 Percent Of Newly Funded Startups In 2019 Have A Female Founder*. Crunchbase. URL: <https://news.crunchbase.com/news/eoy-2019-diversity-report-20-percent-ofnewly-funded-startups-in-2019-have-a-female-founder/> (дата звернення: 16.02.2025).
26. *Doing Business 2020*. The World Bank Group. URL: <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/32436/9781464814402.pdf> (дата звернення: 16.02.2025).

27. *E-Learning Market Size By Technology*. Global Market Insights. URL: <https://www.gminsights.com/industry-analysis/elearning-market-size> (дата звернення: 16.02.2025).

28. *Global Cleantech 100: Leading Companies and Themes in Sustainable Innovation*. Cleantech Group. URL: <https://www.cleantech.com/the-globalcleantech-100/> (дата звернення: 16.02.2025).

29. *Global Innovation Index 2020 report*. Cornell University, INSEAD, WIPO. URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2020.pdf (дата звернення: 16.02.2025).

30. *Life Sciences Outlook 2021: The Evolution Continues for Startup Funding*. JPMorgan Chase. URL: <https://www.jpmorgan.com/commercialbanking/insights/life-sciences-startup-outlook> (дата звернення: 16.02.2025).

31. *Startup Failure Rate: Ultimate Report + Infographic [2021]*. Failory. URL: <https://www.failory.com/blog/startup-mistakes> (дата звернення: 16.02.2025).

31. Errko Autio. *Entrepreneurship Support in Europe: Trends and Challenges for EU Policy*. 2016. URL: https://www.researchgate.net/publication/304659214_Entrepreneurship_Support_in_Europe_Trends_and_Challenges_for_EU_Policy (дата звернення: 16.02.2025).

32. *Europe's start-up ecosystem: Heating up, but still facing challenges*. McKinsey. URL: <https://www.mckinsey.com/~/media/mckinsey/industries/technology%20media%20and%20telecommunications/high%20tech/our%20insights/europes%20start%20up%20ecosystem%20heating%20up%20but%20still%20facing%20challenges/europes-start-up-ecosystemheating-up-but-still-facing-challenges-v4.pdf> (дата звернення: 16.02.2025).

33. *European startup monitor 2019/2020*. URL: http://www.europeanstartupmonitor2019.eu/EuropeanStartupMonitor2019_2020_21_02_2020-1.pdf (дата звернення: 16.02.2025).

34. *Financing start-ups and growth: Overview of funding instruments.*
URL: <https://www.bmwi.de/Redaktion/EN/Downloads/financing-start-ups-and-growthoverview-of-funding-instruments.pdf> (дата звернення: 16.02.2025).
35. *Impact investing in the global creative economy.*
URL: <https://gsgii.org/wp-content/uploads/2021/01/Creativity-Culture-Capital-Impact-investing-in-the-globalcreative-economy.pdf> (дата звернення: 16.02.2025).
36. Madaleno, Margarida, Nathan, Max, Overman, Henry G. and Waights, Sevrin. *Incubators, accelerators and urban economic development* // Urban Studies. 2021.
37. *Measuring COVID-19's devastating impact on America's creative economy* // The Metropolitan Policy Program at Brookings. 2020.
URL: https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2020/08/20200810_Brookingsmetro_Covid19-and-creative-economy_Final.pdf (дата звернення: 16.02.2025).
38. *NJORD Latvia: conditions of state support for start-ups in Latvia have been improved.* URL: <https://www.njordlaw.com/njord-latvia-conditions-state-support-start-upslatvia-have-been-improved> (дата звернення: 16.02.2025).
39. Pierre Azoulay, Benjamin F. Jones, J. Daniel Kim, and Javier Miranda. *Research: The Average Age of a Successful Startup Founder Is 45* // Harvard Business Review. 2018. URL: <https://hbr.org/2018/07/research-the-average-age-of-a-successful-startup-founderis-45> (дата звернення: 16.02.2025).
40. *Private markets year in review: 2020 venture capital investments.*
URL: <https://insight.factset.com/private-markets-year-in-review-2020-venture-capitalinvestments> (дата звернення: 16.02.2025).
41. Shevaaz Khan, Sakshi Kothari. *Dissertation of Startup Finance and Risk Controls* // Global Journal of Management And Business Research. 2020.
URL: <https://journalofbusiness.org/index.php/GJMBR/article/view/3181> (дата звернення: 16.02.2025).

42. Skawińska E., Zalewski R. I. *Success Factors of Startups in the EU—A Comparative Study* // Sustainability. 2020. № 12(19).
URL: <https://doi.org/10.3390/su12198200> (дата звернення: 16.02.2025).