

Юлія ШВЕДЮК,

кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри менеджменту,

Національний лісотехнічний університет України,

вул. Ген. Чупринки 105, м. Львів, 79057, Україна.

Електронна адреса: Shvediukluliia@nltu.edu.ua.

ORCID ID: 0000-0001-5337-6173.

ДОСЛІДЖЕННЯ РОЛІ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ СТАРТАП-ПРОЄКТАМИ

Шведюк Ю. Дослідження ролі маркетингових стратегій у системі управління стартап-проєктами. *Вісник економіки*. 2025. Вип. 1. С. 9–22. DOI: 10.35774/visnyk2025.01.009.

Shvediuk, lu. (2025). Doslidzhennia roli marketynhovykh stratehii v systemi upravlinnia startap-proiektamy [Study of the role of marketing strategies in the startup project management system]. *Visnyk ekonomiky – The Herald of Economics*, 1, 9-22. DOI: 10.35774/visnyk2025.01.009.

Анотація.

Вступ. У сучасних мінливих умовах здійснення підприємницької діяльності особливої важливості набуває вміння керівництва чітко оцінювати ефективність функціонування системи управління підприємством. Це дає змогу вчасно адаптуватись до змін, викликаних чинниками зовнішнього середовища (воєнний стан, політичне становище, соціально-економічний розвиток, технологічні нововведення), та значно швидше реагувати на нестабільні чинники внутрішнього середовища (маркетингова політика, стратегічний менеджмент, операційний менеджмент, кадрова політика, облікова політика).

Мета статті полягає в дослідженні маркетингових стратегій ІТ-компаній та розробленні практичних рекомендацій для покращення системи управління стартап-проєктами.

Методи дослідження. Основою дослідження є загальнонаукові та спеціальні методи: пояснення, узагальнення, порівняння, аналіз, індукція, дедукція, комплексний підхід, концепція Lean, PEST-аналіз, методика SMART, матриця Ейзенхауера, метод Pomodoro, карта потоку цінностей (Value Stream Mapping).

Результати. Досліджено зміст системи управління стартап-проєктами та особливості фінансування стартапів. Об'єктом дослідження обрано ТОВ «ДЖАСТАНСВЕР Україна», побудовано Lean бізнес-модель і виконано PEST-аналіз впливу чинників зовнішнього середовища. Обґрунтовано алгоритм постановки

завдання та делегування повноважень між керівництвом та працівниками ІТ-компанії. Запропоновано механізм формування та реалізації маркетингової стратегії ІТ-компанії і розроблено практичні рекомендації для покращення системи управління стартап-проєктами.

Перспективи. Подальші дослідження повинні сприяти популяризації та ширшому використанню концепції менеджменту «ощадливого виробництва» в різних сферах економіки для виявлення потреб ринку і створення максимальної цінності для клієнта за мінімальних витрат виробничих ресурсів. Обґрунтування основних елементів системи стратегічного маркетингу компанії сприятиме зміцненню позицій на ринку, збільшенню обсягів збуту продукції та підвищенню якості послуг. Методологію Lean доцільно застосовувати для розроблення механізму маркетингової стратегії компанії.

Ключові слова: стратегічний маркетинг; управління проєктами; стартап; менеджмент; концепція ощадливого виробництва; тайм-менеджмент.

Формули: 0, **рис.:** 6; **табл.:** 2; **бібл.:** 12.

Iuliia SHVEDIUK,

PhD (Economics), Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Management,
Ukrainian National Forestry University,
105, Gen. Chuprynky Str., Lviv, 79057, Ukraine.
E-mail: ShvediukIuliia@nltu.edu.ua.
ORCID ID: 0000-0001-5337-6173.

STUDY OF THE ROLE OF MARKETING STRATEGIES IN THE STARTUP PROJECT MANAGEMENT SYSTEM

Abstract.

Introduction. In today's changing conditions of entrepreneurial activity, the ability of management to clearly assess the effectiveness of the management system is key important. This allows for timely adaptation to changes caused by external factors (war, political situation, socio-economic development, technological innovations), and much faster response to unstable internal factors (marketing policy, strategic management, operational management, human resource policy, accounting policy).

The purpose of the article is to study the marketing strategies of IT companies and to develop practical recommendations for improving the startup project management system.

Research methods. The basis of the research is general scientific and special methods: explanation, generalization, comparison, analysis, induction, deduction, integrated approach, Lean model, PEST-analysis, SMART method, Eisenhower matrix, Pomodoro method, Value Stream Mapping.

Results. The content of the startup project management system and the features of startup financing were studied. "JUSTANSWER Ukraine" LLC was chosen as a case study, a Lean business model was developed and a PEST-analysis of the influence of external

factors was performed. The algorithm for setting the task and delegating authority between the management and employees of the IT company was substantiated. A mechanism for forming and implementing the marketing strategy of the IT company was proposed, and practical recommendations for improving the startup project management system were developed.

Prospects. Further research should contribute to the popularization and wider use of the concept of lean production management in various sectors of the economy to increase market needs and create a maximum value for the client at minimal cost of production resources. Substantiation of the key elements of the company's strategic marketing system will contribute to strengthening market positions, increasing product sales and improving the quality of services. It is advisable to replace the Lean methodology for developing a mechanism for the company's marketing strategy.

Keywords: strategic marketing; project management; startup; management; lean production concept; time management.

Formulas: 0, **fig:** 6; **tabl.:** 2; **bibl:** 12.

JEL classification: L26; M15; M31; O31; O32.

Постановка проблеми. Стартуп-проекти є одним із нових напрямів розвитку національної економіки. В Україні останніми роками представлені компанії, які працюють у галузі інновацій, реалізують ідею глобальної масштабованості без географічної приналежності, демонструють швидкі темпи зростання в умовах тотальної невизначеності, об'єднують невеликі групи осіб, що мають спільні цінності та фахові компетентності, які доповнюють один іншого [6, с. 414–415]. Важливим аспектом є дослідження особливостей стратегічного маркетингу для розвитку стартапів (представників малого та середнього бізнесу), взаємовідносин авторів бізнес-ідеї (розробників інноваційного продукту) та потенційних інвесторів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Стартуп-проект – новостворена компанія або окремих проект, який містить інноваційну ідею, об'єднує команду, має достатнє ресурсне забезпечення для виходу на ринок [4, с. 10]. Виокремлюють сім раундів фінансування діяльності стартап-підприємств (рис. 1).

Загальний обсяг інвестицій у технологічні компанії в Україні у 2021 р. становив 832 млн дол., зокрема 58% від загального обсягу венчурних інвестицій залучили компанії Firefly Aerospace, Grammarly і People.ai. Сьогодні вартість компанії Firefly Aerospace перевищила 1 млрд дол., капіталізація People.ai досягла 1,1 млрд дол., водночас Grammarly оцінюють у 13 млрд дол. [7, с. 284–286; 8, с. 44]. Важливими сферами економіки для розвитку стартапів є освіта, медицина, фінансові послуги, автоматизація бізнес-процесів, екологічні технології, маркетинг і продажі. Міжнародні венчурні фонди віддають перевагу інвестувати кошти в стартапи на ранніх стадіях, зокрема у 2021 р. фінансування збільшилося на 50%.

1. Раунд попереднього фінансування (*Pre-Seed*) – використання наявних власних ресурсів для створення оригінальних інноваційних ідей і забезпечення масштабування стартапу (обсяг фінансування до 50 тис. дол.).

2. Раунд початкового фінансування (*Seed*) – залучення коштів на створення інноваційного продукту, розроблення маркетингової стратегії, формування команди, дослідження ринку (обсяг фінансування від 50 тис. дол. до 3 млн дол.).

3. Раунд фінансування серії А – перша стадія фінансування венчурного капіталу для стартапу, який має розроблений продукт, базу клієнтів, стабільний дохід і має намір масштабувати бізнес (обсяг фінансування до 10 млн. дол.).

4. Раунд фінансування серії В – інвестори фінансують кошти в розширення видів діяльності та збільшення частки ринку, створення нових відділів – маркетингу, комунікації з клієнтами (обсяг фінансування до 30 млн. дол.).

5. Раунд фінансування серії С – пошук інвесторів для створення нових інноваційних продуктів, вихід на нові ринки, купівля стартапів у своїй галузі (обсяг фінансування до 50 млн. дол.).

6. Раунд фінансування серії D (додатково) – стартап ще не є публічним підприємством, але планує об'єднання компаній на прийнятних умовах (обсяг фінансування до 100 млн. дол.).

7. Первинне публічне розміщення (IPO) – можливість для власників стартапів продати акції широкій громадськості з метою частково або повністю позбутися права власності.

Рис. 1. Основні стадії фінансування діяльності стартап-підприємств
Джерело: розроблено авторкою [1, с. 125–128].

Основні результати дослідження. ТОВ «ДЖАСТАНСВЕР Україна» – компанія, яка була заснована в Сан-Франциско (США) у 2003 р. Енді Курцігом як стартап-проект. Основна ідея стартапу полягала у вирішенні проблеми пошуку швидкого рішення, кваліфікованої відповіді на запит від клієнтів. База експертів формується таким чином, щоб охопити якомога ширші сфери суспільного життя, надавати медичну, технічну, правову, ветеринарну, консалтингову підтримку своїм клієнтам в усьому світі.

Керівництво компанії має свої представництва в Україні (офіси в м. Ужгород та м. Львів) та Індії. Специфіка діяльності ТОВ «ДЖАСТАНСВЕР Україна»: широка база експертів; безперервна підтримка в режимі реального часу; гарантія якості наданих послуг, високі професійні навички та досвід роботи експертів у відповідній сфері; гнучка цінова політика залежно від пакету послуг і терміновості виконання завдання, отримання відповіді. Алгоритм роботи ТОВ «ДЖАСТАНСВЕР Україна» відображено на рис. 2.

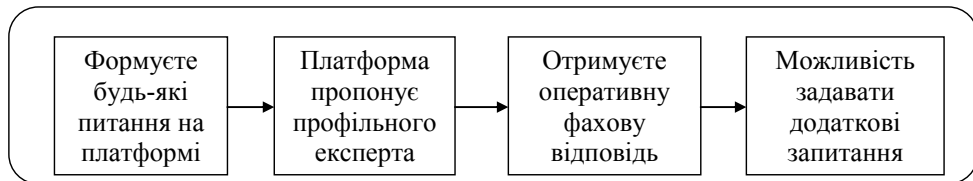


Рис. 2. Алгоритм роботи ТОВ «ДЖАСТАНСВЕР Україна»

Джерело: розроблено авторкою.

Конкурентними перевагами ТОВ «ДЖАСТАНСВЕР» є: зручність, оперативність, доступність, достовірність, чіткість, зрозумілість, простота використання, універсальність, актуальність, практична цінність.

Компанія отримує дохід від клієнтів, які зареєструвалися на платформі і здійснюють щомісячно фіксовану плату за доступ до широкого переліку послуг. Також є можливість отримати відповідь на окремі питання, оплачуючи за кожний запит. ТОВ «ДЖАСТАНСВЕР Україна» використовує методологію Lean (табл. 1).

Таблиця 1

Модель Lean ТОВ «ДЖАСТАНСВЕР Україна»

Проблема Запит на отримання термінових відповідей на будь-які запитання	Рішення Онлайн-платформа JustAnswer з великою базою кваліфікованих експертів	Унікальна ціннісна пропозиція Допомога 24/7; доступна ціна; оперативна відповідь; широкий спектр послуг; фаховість експертів.	Конкурентні переваги Зручність, оперативність, доступність, достовірність, чіткість, зрозумілість, універсальність, актуальність практична цінність.	Цільова аудиторія Сегмент потенційних клієнтів, створення портрета клієнта для кожного сегменту, чітке з'ясування, хто клієнт, а хто користувач, хто інноватори, а хто перші послідовники.
	Ключові показники А/В-тестування; кількість запитів в день; кількість повторних звернень; зворотний зв'язок від клієнтів.		Канали просування B2C, продукт для масового ринку	
Структура витрат Підтримання роботи онлайн-платформи; Залучення нових клієнтів, маркетинг		Потоки доходів Дохід від клієнтів, які зареєструвалися на платформі і сплачують щомісячно фіксовану плату за доступ до послуг. Також є можливість отримати відповідь на окремі питання, оплачуючи за кожний запит.		

Джерело: розроблено авторкою.

Методологія Lean відповідає концепції ощадливого виробництва [12, с. 109–110], суть якої полягає в оптимізації бізнес-процесів на етапі розроблення, виробництва та просування інноваційного продукту, усуненні будь-яких втрат, залученні працівників, постачальників і споживачів, чіткій клієнтоорієнтованості у веденні бізнесу, використанні сучасних маркетингових інструментів.

Застосування моделі Lean, запропонованої Стівом Бланком [3, с. 365–372], характерно для стартапів, які динамічно розвиваються і створюють високотехнологічні продукти. Варто зазначити, що така модель не є статичною і керівництво компанії має вчасно реагувати на будь-які зміни на ринку у функціональних характеристиках продукту тощо. Рекомендуємо використовувати інструменти дизайн-мислення для заповнення Lean Canvas (рис. 3).



Рис. 3. Інструменти дизайн-мислення [2, с. 72–86; 10; 11, с. 211–218]

На етапі ідентифікації проблеми доцільно використовувати інструменти «емпатії» та «пошуку і формулювання проблеми». Важливо точно зрозуміти «болі» клієнта, тобто максимально перевтілитися в тіло та розум іншої людини, визначити проблеми тих, кому ви хочете допомогти. На етапі пошуку рішення варто застосовувати інструмент «генерування ідей». Далі компанія «ДЖАСТАНСВЕР Україна» переходить до створення мінімального життєздатного продукту (MVP), проведення експериментів для перевірки гіпотез і валідації своїх бізнес-ідей, тому необхідно використовувати такі інструменти дизайн-мислення, як «прототипування» та «тестування». Отримані результати дозволять керівництву компанії забезпечити оптимізацію використання ресурсів (людських, матеріальних, фінансових, технічних), мінімізувати витрати, пов'язані із запуском нового продукту, швидко адаптуватися до змін запитів потенційних клієнтів, розробити ефективну маркетингову стратегію компанії, розширити ринки збуту та асортимент послуг.

Важливим аспектом дослідження ефективності управління ТОВ «ДЖАСТАНСВЕР Україна» є PEST-аналіз чинників макросередовища (політичних, економічних, соціальних і технологічних) [9, с. 2–3], які впливають на результати діяльності ІТ-компанії (табл. 2).

Таблиця 2

**PEST-аналіз впливу основних чинників зовнішнього середовища
на результати діяльності ТОВ «ДЖАСТАНСВЕР Україна»**

Чинник	Заходи на підприємстві щодо їх урахування
Політичні	
Політична ситуація	Війна в Україні змусила керівництво компанії переглянути підходи до операційного менеджменту та маркетингової політики, зокрема дослідити можливість виходу на нові ринки, забезпечити безперервність у логістиці постачання обладнання та програмного забезпечення, посилити захист бази даних від кібератак.
Співпраця з іншими країнами	Крім двох офісів в Україні, компанія відкрила ще один в Індії для диверсифікації ризиків, охоплення більшої аудиторії клієнтів, розширення асортименту послуг і залучення більшої групи експертів для роботи на онлайн-платформі.
Правова база	Моніторинг змін чинного законодавства України та норм міжнародного права, контроль з боку держави, покращення інфраструктури.
Економічні	
Тенденції ринку	Виявлення причин зменшення ринкової активності та попиту на IT-послуги, дослідження ринку, пошук резервів, залучення нових клієнтів, посилення позицій компанії на міжнародному ринку.
Рівень інфляції	Обґрунтування цінової політики, валютні коливання, зміна вартості послуг, підвищення якості та швидкості їхнього надання.
Рівень безробіття	Зацікавленість керівництва підприємства у висококваліфікованих кадрах, зниження плинності кадрів, підвищення продуктивності праці, формування резерву для заміщення керівних посад.
Соціальні	
Потреби клієнтів	Дослідження та моніторинг запитів споживачів, онлайн підтримка та консультації експертів у різних сферах, доступна ціна та широкий асортимент послуг.
Вимоги працівників	Гідна оплата праці, прозора система мотивації працівників, заохочення та залучення до процесу прийняття рішень.
Розширення бази експертів	Пошук висококваліфікованих фахівців у сфері освіти, медицини, права; зворотний зв'язок від клієнтів щодо повноти та корисності отриманої інформації; верифікація компетентностей експертів.
Технологічні	
Інновації	Застосування новітніх технологій, розроблення інноваційних продуктів, створення мінімального життєздатного продукту, швидкий вихід на ринок, урахування побажань клієнтів для покращення функціональних характеристик продукту.
Інтернет-маркетинг	Дієві інструменти з просування послуг – емоційний маркетинг, нейромаркетинг, контент-маркетинг, персоналізований маркетинг, сервісне обслуговування клієнтів.

Джерело: розроблено авторкою.

Результати PEST-аналізу як інструменту стратегічного управління дають змогу керівництву ТОВ «ДЖАСТАНСВЕР Україна» дослідити перспективні напрями розвитку

компанії, диверсифікувати ризики, розширити асортимент послуг та інноваційних продуктів, які пропонує компанія, залучити більше клієнтів і розширити їхню географію. Це корисно для розроблення ефективної маркетингової стратегії управління ІТ-компанією та адаптації своєї поведінки на ринку залежно від зміни умов зовнішнього середовища. Нестабільна ситуація в Україні вимагає від суб'єктів господарювання розробляти декілька альтернативних стратегій розвитку для утримання стабільних позицій на ринку. Компанія ТОВ «ДЖАСТАНСВЕР Україна» є клієнтоорієнтованою, тому комунікація між користувачами онлайн-платформи та експертами дає змогу працівникам вчасно виявляти потреби, запити споживачів і розробляти дієві механізми для їхнього оперативного задоволення. У розробленні продукту ІТ-компанії важливе місце належить інноваціям, які здатні забезпечити безперервний розвиток і фінансову стабільність діяльності.

Для ефективного управління компанією керівництво має чітко формулювати стратегічні цілі, раціонально розподіляти робочий час і службові обов'язки працівників. Для зрозумілості та досяжності стратегічних і тактичних завдань ТОВ «ДЖАСТАНСВЕР Україна» рекомендуємо використовувати методику SMART (Specific, Measurable, Achievable, Relevant, Time-bound). Мета є специфічною з описом конкретного результату, який необхідно досягнути, виконавців завдання, чітких обмежень і додаткових вимог, які можуть безпосередньо впливати на фінальний результат. Мета є вимірною з переліком критеріїв, які дозволяють простежити прогрес у досягненні бажаного результату. Ціль має бути досяжною, тобто враховувати наявні ресурси, знання, компетентності та засоби, які забезпечують виконання конкретних завдань. Мета є важливою і повинна відповідати загальній стратегії розвитку компанії. Досягнення мети має окреслювати приналежність до часу, встановлення крайніх термінів виконання і контроль за їхнім дотриманням. Чіткий алгоритм формування SMART-цілей розвитку компанії [5, с. 4–5]: ідентифікація проблеми, визначення запиту; обґрунтування актуальності та необхідності нагального вирішення проблеми; розроблення системи кількісних показників (метрик) для оцінювання досягнення бажаного результату; ресурсне забезпечення (матеріальні, людські, фінансові ресурси, бюджет проекту); встановлення термінів виконання конкретних завдань, врахування ризиків і невизначеностей; постійний моніторинг і контроль за процесом досягнення мети.

Пріоритетність завдань та можливість їхнього делегування є важливим етапом успішного управління компанією. Одним з методів, який можна використовувати для ТОВ «ДЖАСТАНСВЕР Україна», є матриця Ейзенхауера (рис. 4).



Рис. 4. Матриця Ейзенхауера ТОВ «ДЖАСТАНСВЕР Україна»
Джерело: розроблено авторкою.

У процесі ухвалення рішень менеджер компанії повинен проаналізувати витрати часу на виконання завдання і виокремити місця, де були необґрунтовані втрати (рис. 5).

Ефективне управління ТОВ «ДЖАСТАНСВЕР Україна» передбачає також боротьбу з поглиначами часу – це перебування працівників у соціальних мережах, надмірне листування в корпоративних чи особистих чатах. Щоби зменшити кількість таких ситуацій, необхідно дотримуватись розробленого плану щодо тайм-менеджменту та проводити хронометраж робочого часу. Це має здійснювати кожен співробітник компанії для аналізу своєї поведінки на роботі, а також у разі дефіциту робочого часу. Отримавши інформацію, потрібно зробити висновки, що може підкреслити сильні сторони і допомогти раціонально використовувати час, що, навпаки, негативно впливає на роботу.

Особистий аналіз – здійснення власної самооцінки: ✓ визначення своїх сильних і слабких сторін, ідентифікація можливостей і загроз (SWOT-аналіз); ✓ тип особистості (екстраверт, інтроверт), логічність мислення, розвиток інтуїції, критичне мислення; ✓ оцінка сфер життя людини (здоров'я, кар'єра, сім'я, друзі, особистий і духовний розвиток, фінанси, відпочинок). Досягнення балансу в кожній із цих сфер дозволяє ефективно управляти своїм часом.	SMART-критерії – цілі повинні бути конкретними, вимірюваними, досяжними, релевантними та реальними в часі: ✓ стратегічне планування – глобальні цілі в різних сферах життя; ✓ тактичне планування – визначення цілей на рік, із деталізацією щомісячно; ✓ поточне планування – щотижневі цілі, які в кінцевому результаті мають забезпечити реалізацію стратегічних цілей.
Визначення пріоритетних цілей і завдань – метод АБВГД: ✓ А – завдання, які мають найважливіше значення; ✓ Б – завдання, які варто було б виконати, так як їхнє невиконання призведе до м'яких наслідків; ✓ В – завдання, які не дуже важливі, але було б корисно виконати, мають рекомендаційний характер; ✓ Г – завдання, які за можливості можна делегувати комусь із співробітників, рутинні справи; ✓ Д – завдання, які можна вилучити із порядку денного, втратили свою актуальність.	Дисципліна – формування корисних звичок крок за кроком: ✓ Використання методу Pomodoro – поділ завдання на 25-хвилинні інтервали. Після завершення кожного інтервалу рекомендується зробити коротку 3-5 хвилинну перерву. Даний метод показав свою ефективність у роботі програмістів. Він дає змогу покращити продуктивність праці та виробити дисциплінованість. Також можна дещо коригувати тривалість роботи та відпочинку в залежності від особливостей працівників.

Рис. 5. Схема ефективного використання часу працівниками
ТОВ «ДЖАСТАНСВЕР Україна»

Джерело: розроблено авторкою.

Для розроблення маркетингової стратегії ТОВ «ДЖАСТАНСВЕР Україна» доцільно використовувати карту потоку цінностей (Value Stream Mapping) – перелік послідовних дій, необхідних для надання продукту чи послуги потенційному клієнту, сукупність матеріалів для інформування клієнтів про рішення. Спочатку потрібно проаналізувати поточну карту потоку створення цінності (наявний процес) для виявлення можливостей для покращення, наприклад скорочення часу від пошуку рішення до його запуску. Потім розробити карту потоку цінності в майбутньому. Алгоритм картування потоку цінності охоплює три послідовні етапи:

1) формування команди – експерти предметної області та члени технічної команди (розробники, тестувальники, архітектори, операційна підтримка);

2) вибір нового продукту чи послуги, який буде запускатися, призначення відповідальної особи (власника) карти потоку створення цінності;

3) визначення корисності (споживчої цінності) інноваційного продукту та перелік показників (метрик), які дозволять моніторити досягнення цілі.

Практичні рекомендації керівництву ТОВ «ДЖАСТАНСВЕР Україна» для покращення системи управління стартап-проектами надано на рис. 6.

1. Оптимізація операційних процесів компанії шляхом скорочення терміну від появи бізнес-ідеї, планування проекту, пошуку рішення та створення інноваційного продукту.

2. Посилення комунікації між структурними підрозділами шляхом проведення періодичних зустрічей, нарад, консультацій (автор бізнес-ідеї, розробники, бізнес-аналітики, дизайнери, архітектори).

3. Контролінг проектів шляхом оцінювання, моніторингу та контролю за дотриманням термінів виконання та повноти поставлених завдань.

4. Оновлення підходів до тайм-менеджменту керівництвом компанії, хронометраж робочого часу працівників, вибір стилю управління залежно від професійної кваліфікації співробітників, особистих якостей.

5. Розроблення адаптивних стратегій розвитку компанії в умовах невизначеності шляхом ідентифікації ризиків, попередження їхньої появи, розроблення алгоритму дій на випадок форс-мажорних ситуацій.

6. Розширення сфери послуг, які надає компанія шляхом ініціювання розроблення та реалізації стартап-проектів, фінансування створення мінімальних життєздатних продуктів, прототипування та тестування.

7. Вихід на нові ринки збуту, розширення географії потенційних клієнтів, відкриття нових офісів в країнах Європи, дослідження ринку та розроблення дієвих стратегій посилення своїх позицій на ринку.

8. Розроблення маркетингової стратегії, покращення ефективності управління стартап-проектами компанії, випуск інноваційних товарів і послуг

9. Продовження популяризації міжнародного бренду, покращення іміджу компанії шляхом фінансування соціальних проектів, долучення до екологічних ініціатив, волонтерства та благодійництва.

Рис. 6. Практичні рекомендації керівництву ТОВ «ДЖАСТАНСВЕР Україна» для покращення системи управління стартап-проектами

Джерело: розроблено авторкою.

Реалізація запропонованих заходів керівництвом ТОВ «ДЖАСТАНСВЕР Україна» дасть змогу компанії розвиватися швидкими темпами, масштабувати свій бізнес, створювати інноваційні продукти, покращувати функціональні характеристики онлайн-платформи JUSTANSWER та максимізувати прибуток.

Висновки. У процесі дослідження ознайомлено з основними видами діяльності та алгоритмом діяльності ТОВ «ДЖАСТАНСВЕР Україна», побудовано модель Lean, зокрема ідентифіковано проблему, запропоновано рішення, визначено основні метрики та унікальну ціннісну пропозицію, описано конкурентні переваги, проаналізовано канали просування та досліджено цільову аудиторію, сформовано структуру витрат і потік доходів. Виконано PEST-аналіз впливу основних чинників (політичних, економічних, соціальних і технологічних) зовнішнього середовища на результати діяльності ТОВ «ДЖАСТАНСВЕР Україна». Описано застосування методики SMART для формулювання стратегічних цілей розвитку компанії. Для удосконалення системи управління запропоновано схему підвищення ефективності робочого часу, зокрема використання матриці Ейзенхауера, методів АБВГД та Pomodoro. Для оптимізації операційного процесу та розроблення ефективної маркетингової стратегії досліджено карту потоку цінностей ТОВ «ДЖАСТАНСВЕР Україна». Для підвищення ефективності управління стартап-проектами та покращення діяльності компанії загалом розроблено обґрунтовані практичні рекомендації керівництву компанії.

Подальші дослідження повинні сприяти популяризації та ширшому використанню концепції менеджменту «ощадливого виробництва» в різних сферах економіки для виявлення потреб ринку і створення максимальної цінності для клієнта за мінімальних витрат виробничих ресурсів. Обґрунтування основних елементів системи стратегічного маркетингу компанії сприятиме зміцненню позицій на ринку, збільшенню обсягів збуту продукції та підвищенню якості послуг. Методологію Lean доцільно застосовувати для розроблення механізму маркетингової стратегії компанії.

Література

1. Адамів М. Є., Лиса Д. С. Сутність та особливості фінансування стартап-підприємств. *Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку*. 2023. № 1 (9). С. 123–129.
2. Барнет Б., Еванс Д. Книга дизайн-мислення. Спроектуй своє життя. Київ : Наш формат, 2018. 224 с.
3. Бланк С., Дорф Б. Священна книга стартапера. Як збудувати успішну компанію. Київ : Наш формат, 2019. 512 с.
4. Белялов Т. Е., Гріник Я. С. Стартап-проект як форма розвитку інноваційного підприємництва. *Журнал стратегічних досліджень. Серія : Проблеми розвитку економіки*. 2024. № 2 (19). С. 8–15.
5. Боришкевич І. І., Жук О. І., П'ятничук І. І. Використання основних інструментів тайм-менеджменту задля підвищення особистої ефективності. *Ефективна економіка*. 2020. № 5. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=7876>.
6. Кульчицька Е. А., Шведюк Ю. В. Інновації у сфері рекреації : матеріали XVII Міжнар. наук. конф. «Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід». Львів, 2023. С. 413–417.

-
7. Литвин І. В., Булак Ю. В. Венчурний бізнес в Україні в умовах воєнного часу. *Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку*. 2022. № 2 (8). С. 283–290.
 8. Сак Т. В., Шостак Л. В., Вознюк Ю. С. Розвиток стартапів в Україні: теоретичні аспекти, тенденції, можливості. *Інфраструктура ринку*. 2022. Вип. 65. С. 43–48.
 9. Сало Я. В., Марчук І. С., Орловська С. С. PEST-аналіз малого та середнього підприємництва в Україні. *Економіка та суспільство*. 2021. № 32. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/801>.
 10. An Introduction to Design Thinking Process Guide. URL: <https://web.stanford.edu/~mshanks/MichaelShanks/files/509554.pdf>.
 11. Ries E. *The Lean startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Business*. Crown Currency. 2011. 336 p.
 12. Shvediuk I., Wils T. Educational HUB for New European Bauhaus Projects to Rebuilt Ukraine. *Modern challenges of management and marketing development in the conditions of European integration: Proceedings of International Scientific and Practical Conference (May 16-17, 2024. Lviv, Ukraine)*. 2024. P. 108–111.

References

1. Adamiv, M. I., Lysa, D. S. (2023). Sutnist ta osoblyvosti finansuvannia startup-pidpriemstv [The essence and features of financing start-up enterprises]. *Menedzhment ta pidpriemnytstvo v Ukraini: etapy stanovlennia ta problemy rozvytku – Management and enterprise in Ukraine: stages of formation and problems of development*, 1 (9), 123-129. [in Ukrainian].
2. Barnet, B., Evans, D. (2018). Knyha dyzain-myslennia. Sproektui svoje zhyttia [Design-thinking book. Design your life]. K.: Nash format – K.: Our format. 224 p. [in Ukrainian].
3. Blank, S., Dorf, B. (2019). Sviashchenna knyha startapera. Yak zbuduvaty uspishnu kompaniiu [The holy book of a startup. How to build a successful company]. K.: Nash format – K.: Our format. 512 p. [in Ukrainian].
4. Belialov, T. E., Hirnyk, Ya. S. (2024). Startup-proiekt yak forma rozvytku innovatsiinoho pidpriemnytstva [Startup project as a form of development of an innovative enterprise]. *Zhurnal stratehichnykh doslidzhen. Serii: Problemy rozvytku ekonomiky – Journal of strategic research. Series: Problems of economic development*, 2 (19), 8-15. [in Ukrainian].
5. Boryshkevych, I. I., Zhuk, O. I., Piatnychuk, I. I. (2020). Vykorystannia osnovnykh instrumentiv taim-menedzhmentu zadlia pidvyshchennia osobystoi efektyvnosti [Using basic time management tools to improve personal efficiency]. *Efektyvna ekonomika – Efficient economy*, 5. Retrieved from <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7876>. [in Ukrainian].
6. Kulchytska, E.A., Shvediuk, Yu.V. (2023). Innovatsii u sferi rekreatsii [Innovations in the field of recreation]. *Materialy XVII Mizhnarodnoi naukovoï konferentsii «Heohrafiia, ekonomika i turyzm: natsionalnyi ta mizhnarodnyi dosvid» – Materials*

- of the XVII International Scientific Conference "Geography, Economy and Tourism: National and International Experience". Lviv. P. 413-417. [in Ukrainian].
7. Lytvyn I. V., Bulak Yu. V. (2022). Venchurnyi biznes v Ukraini v umovakh voiennoho chasu [Venture business in Ukraine in wartime conditions]. *Menedzhment ta pidpriemnytstvo v Ukraini: etapy stanovlennia ta problemy rozvytku – Management and enterprise in Ukraine: stages of formation and problems of development*, 2 (8), 283-290. [in Ukrainian].
 8. Sak, T.V., Shostak, L.V., Vozniuk, Yu. S. (2022). Rozvytok startapiv v Ukraini: teoretychni aspekty, tendentsii, mozhlyvosti [Development of startups in Ukraine: theoretical aspects, trends, opportunities]. *Infrastruktura rynku – Infrastructure market*, 65, 43-48. [in Ukrainian].
 9. Salo, Ya.V., Marchuk, I. S., Orlovska, S. S. (2021). PEST-analiz maloho ta serednoho pidpriemnytstva v Ukraini [PEST analysis of small and medium enterprises in Ukraine]. *Ekonomika ta suspilstvo – Economy and society*, 32. Retrieved from <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/801>. [in Ukrainian].
 10. An Introduction to Design Thinking Process Guide. Retrieved from <https://web.stanford.edu/~mshanks/MichaelShanks/files/509554.pdf>. [in English].
 11. Ries, E. (2011). The Lean startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Business. Crown Currency. 336 p. [in English].
 12. Shvediuk, I., Wils, T. (2024). Educational HUB for New European Bauhaus Projects to Rebuilt Ukraine. *Modern challenges of management and marketing development in the conditions of European integration: Proceedings of International Scientific and Practical Conference (May 16-17, 2024. Lviv, Ukraine)*. P. 108-111. [in English].

Статтю отримано 03 січня 2025 р.

Article received January 3, 2025.