

Реалізація стартап-проекту засобами вікі-порталу

Олександра Коновалова, Анна Колбаснікова, Антонія Яновська, Соломія Федушко

Кафедра СКІД

Національний університет "Львівська політехніка"

Львів, Україна

ssashakonovalova@gmail.com, annakolbasnikova@gmail.com, yanovskaa@gmail.com, solomiia.s.fedushko@lpnu.ua

Abstract. This article discusses the implementation of the project startup with the tools of the wiki portal.

Ключові слова: стартап, вікі-портал, вікі-розмітка.

ВСТУП

Стартап – це нещодавно створена компанія із обмеженими ресурсами. Товари та послуги, які пропонуються на вікі-порталах безперешкодно сприймаються користувачем, бо супроводжуються фото контентом, що полегшує сприйняття інформації про продукт чи послугу. Багато досліджень показує, що більше $\frac{3}{4}$ малих підприємств, ліквідованих протягом перших 3-5 років з моменту створення, мали слабкий менеджмент або помилкові маркетингові стратегії. Таким чином, успішність стартап-проектів в більшості визначається внутрішньою організацією малого бізнесу. Для початку, потрібно чітко усвідомлювати як саме працює вікі-портал. Загалом, портали Вікі – це сторінки, які мають наступні властивості:

- корегування текстового змісту;
- наявність вікі-розмітки;
- перегляд історії редагувань сторінки;
- наявність великої кількості авторів;
- гіперпосилання;
- миттєве редагування тексту реклами.



Рис. 1. Напрями дії стартапів

Також існує таке поняття як безкоштовні «вікі-хостинги», що допомагає початківцю створювати маркетингову стратегію на основі стартап-проект у форматі вікі-проекту.

Згідно із формулюванням на вікі-порталі бізнес-ідея стартап-проекту пов'язана із трьома взаємопов'язаними задачами:

1. Що продавати – визначення послуги або продукту, найбільш приваблиючих для потенційних споживачів.
2. Кому продавати – вибір цільової аудиторії і розуміння його специфіки – цінностей, очікувань, критеріїв вибору, платоспроможності та інших факторів.
3. Як продавати – рішення усього комплексу проблем: від організації виробничого процесу до сервісного обслуговування нової продукції чи послуги. Нерідко у процесі розробки бізнес-ідеї стартапу уточняється і докорінно переглядається сама ідея інноваційних технологій. Практика показує, що розробка бізнес-ідеї – це ключовий момент для створення успішного стартапу. Ідея і бізнес-ідея стартапу – це тільки половина майбутнього успіху. Успіх малого інноваційного бізнесу пов'язане також із організацією власної справи і виконавчої дисципліни.

Рішення в області організації діяльності і менеджменту стартап-проектів, хоча і являються унікальними для кожного з підприємств, проте існують типові помилки і раціональні правила, які підвищують шанс на існування малих інноваційних підприємств на ранніх стадіях розвитку.

Є два умовних способи побудувати стартап:

1. За допомогою грошових вкладень.
2. За допомогою команди однодумців.

Перший варіант, у вас, скажімо, є 100 тисяч доларів, ідея, і ви хочете свій стартап. На розхідні матеріали ви наймаєте програмістів, дизайнерів, можливо, також менеджерів, якщо самі не будете всім керувати. Купуєте обладнання, орендуєте приміщення і починаєте працювати.

Другий варіант, це коли у вас є друзі, які вже мають власний бізнес і своє приміщення, рекламу і хотіли б розширитися.

Стартап-проект

ключові характеристики реалізації



Рис. 2. Характеристики реалізації стартап-проекту

Для того, щоб створити власний стартап-проект потрібно пам'ятати про такі речі як:

- **Чіткість.** Будь-який стартап – це бізнес, як було написано на початку. Не має значення з ким ви збираєтеся його створювати, з другом або з малознайомою людиною, мають бути домовленості, бажано у письмовій формі. Не завжди потрібно заключати договір, завірений нотаріусом – це занадто, просто потрібно на папері розділити обов'язки кожного учасника проекту, співвідношення прибутку з проекту, варіанти вибуття одного з учасників, варіанти вирішення суперечок, мету на найближчий рік розвитку проекту та інші подібні питання. Маючи такий документ, вам буде легше

працювати у команді. Домовленості на словах – у деякому роді вважається нісенітницею, навіть якщо ви домовляєтеся із близькою вам людиною. Справа не у тому, що є ймовірність того, що вас обмануть, просто письмова домовленість дисциплінує і надає серйозності вашій справі.

- **Мотивація.** Ви повинні мотивувати вашого партнера. Якщо після ваших спроб створити проект, партнер тягне час – не намагайтеся його змусити, краще шукайте іншого партнера.

- **Фінанси.** Гроші, які вкладаються у стартап повинні регламентуватися письмовою домовленістю. Не буває такого, коли одна людина з учасників вкладає 90% капіталу, а інший – 10%, а прибуток ділиться навпіл. У бізнесі все повинно бути чітко, по-іншому це вже не бізнес, а гра.

- **Час.** Ви самі розпоряджаєтеся своїм часом. Але у письмовій домовленості потрібно прописати основні терміни створення реклами у соціальних мережах, моніторингу сторінок і т.д. Варіанти, розраховували зробити за місяць, а зробили частину через рік не підходить. Потрібно вчитися оцінювати реальні терміни, які можуть знадобитися для створення успішного стартап-проекту.

- **Цілі.** У вас повинна бути основна ціль-дохід. Як це зробити? Створити цікаву, якісну продукцію чи послугу, яка буде подобатися людям і буде користуватися попитом.

ЛІТЕРАТУРА

- [1] Р. Змисна, С. Федущко Соціальні мережі як форма сучасної комунікації: плюси і мінуси. Актуальні проблеми гуманітарних та природничих наук. Херсон, 2016. С. 149-151.
- [2] Р. Волощак, М. Занов'як, М. Карапата, С. Федущко Соціальна мережа Instagram як засіб просування товарів і послуг. Економіка та право: проблеми взаємодії та перспективи розвитку, 2016. с. 94-96.
- [3] У. Сікорська, К. Усик, С. Федущко, Проблеми відображення суспільно значимої інформації в мас-медіа. Наука, освіта, суспільство: актуальні питання і перспективи розвитку, 2016. 2. с. 185-187.
- [4] Ю. Василевська, Р. Кохановська, С. Федущко Розвиток електронних бібліотек у сучасному суспільстві. Сучасна наука: теорія і практика, 2016. с. 147-150.