

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE
SUMY STATE UNIVERSITY
OLEG BALATSKIY ACADEMIC AND RESEARCH INSTITUTE OF FINANCE,
ECONOMICS AND MANAGEMENT
DEPARTMENT OF FINANCE AND ENTREPRENEURSHIP

APPROVED FOR DEFENSE
by the Head of the Department,
Prof.

_____ V. M. Boronos
« ____ » _____ 2020 year

Master's thesis

ON THE TOPIC:

Ways to develop startups as a form of entrepreneurial activity

Master's Educational Qualification Level

Specialty 076– Entrepreneurship, trade and exchange activities

Scientific Supervisor:

(signature)

S. Pokhyko
(name initials and surname)

Student:

(signature)

N. Lukash
(name initials and surname)

Group:

PI.m-91

APPROVED FOR DEFENSE
by the Head of the Department,
Prof.

_____ V. M. Boronos
« _____ » _____ 2020 year

TASK

to a master's thesis

Student groups PI.m-91 Oleg Balatskiy Academic And Research Institute Of
Finance, Economics And Management

Speciality 076 – Entrepreneurship, trade and exchange activities

Lukash Nadiia

Topic : Ways to develop startups as a form of entrepreneurial activity

Approved by the order of SSU № _____ from " _____ " _____ 20 _____
Deadline for submission of completed work by the student " _____ "
_____ 20 _____

Initial data for work: normative and legislative acts, departmental resolutions,
instructions and regulations, materials of monographs, periodicals, textbooks and
manuals, etc.

Contents of the main part of the work (list of issues to be developed):

- research of the essence and stages of startup development;
- to explore the organizational and legal form of startups;
- explore the essence and significance of the business plan;
- develop a business plan for the online studio "Beauty";
- to analyze the advantages and disadvantages of launching startup projects during the economic crisis.

Date of issuance of the task: " _____ " _____ 20 _____

Supervisor of the master's thesis: Assoc. Pokhylko S. _____
(signature)

The task is accepted for execution " _____ " _____ 20 _____ . _____
(student's signature)

SUMMARY

Master's thesis : 36p, 1 drawing, 1 formula, 24 references.

The purpose of the work. Research of the concept of a startup, development of a business plan for your own startup.

Object of study. The object of research is the creation of an online studio "Beauty".

Many world-renowned companies in the early stages of their development took the form of startups, but a combination of favorable conditions allowed them to become known over time and demonstrate how a "new illusion idea" can be implemented in a short period of time.

Over the past few years, there has been a growing trend of entrepreneurial activity in various forms around the world, also in the form of startups.

The following research methods were used to implement the tasks: expert assessment, systematic approach, grouping, own calculations, method of comparison, forecasting method, theoretical research of leading domestic and foreign scientists who studied the evaluation, analysis and implementation of startup projects.

The first section explored the concept of a startup, the characteristics of a startup, and also considered the stages of the life cycle of a startup. The legal basis for regulating the activities of startups and investment activities in Ukraine was also studied.

The second section studied the essence and concept of a business plan, its structure. A business plan for our own startup, an online studio "Beauty", was also developed.

The third section analyzes the work of various scientists on the advantages and disadvantages of starting startups during the economic crisis.

ENTREPRENEUR, STARTUP, ENTREPRENEURSHIP, BUSINESS PLAN, INVESTMENT, DEVELOPMENT.

CONTENT

INTRODUCTION.....	5
1 THEORETICAL ASPECTS OF DEFINITION OF THE CONCEPT OF STARTUP.....	7
1.1 Startup: concept and essence.....	7
1.2 Organizational and legal forms of startups.....	9
2 THEORETICAL AND PRACTICAL CONCEPTS OF BUSINESS PLAN.....	14
2.1 Business plan: concept and essence.....	14
2.2 Development of a business plan for the online atelier "Beauty".....	17
3 ADVANTAGES AND DISADVANTAGES OF STARTING A STARTUP DURING THE ECONOMIC CRISIS.....	27
CONCLUSION.....	32
REFERENCES.....	34

ВСТУП

Актуальність. Значна частина відомих на весь світ підприємств на початкових етапах свого розвитку мали форму стартапу, але сукупність сприятливих умов дала їм з часом стати відомими та продемонструвати, як "нова ілюзійна ідея" може бути реалізована протягом короткого проміжку часу.

Протягом останніх декількох років спостерігається тенденція зростання підприємницької діяльності в різних формах по всьому світу, також і у вигляді стартапів.

В українському економічному середовищі стартапом прийнято називати суб'єкт малого підприємництва, функціонування якого пов'язано з нововведеннями, покликаними покращити реальні умови життя людей. Розвинена конкуренція, непередбачуваність успішності маркетингових стратегій підприємств, розвинена конкуренція та нестабільність соціально-політичного становища країни є важливими проблемами впровадження даного типу господарювання. Сфера венчурного бізнесу та стартапів потребує детального вивчення та аналізу для виявлення перспективних способів подальшого їх розвитку.

Нещодавно створені компанії, які втілюють власні ідеї на основі інноваційних технологій та ще не вийшли на ринок або лише починають на нього виходити. Дуже часто такі проєкти є обмеженими у фінансових ресурсах.

Дослідженню стартап-проєктів присвячено праці багатьох науковців, таких як Н. Івашова, Д.Кузьменко, С. Бланк, О.Білору Б. Дорф, Д. Збанацький та інших.

Однак статті стосовно стартапів, а тим паче в Україні, не є цілісними та такими, що не надають точної інформації про всі частини процесу управління стартапом. Це вказує на актуальність даної теми.

Мета роботи. Дослідження поняття стартапу, розробка бізнес плану для власного стартапу.

Завдання роботи. Для досягнення мети були виконані такі завдання:

- дослідження сутності та етапи розвитку стартапу;
- дослідити організаційно-правову форму діяльності стартапів;
- дослідити сутність та значення бізнес-плану;
- розробити бізнес-план онлайн ательє "Beauty";
- проаналізувати переваги та недоліки запуску стартап- проєктів під час економічної кризи.

Об'єкт дослідження. Об'єктом дослідження є створення онлайн ательє "Beauty".

Предмет дослідження. Предметом дослідження роботи є теоретичні та науково-методичні положення щодо створення та впровадження стартап-проєкту.

Методи дослідження. Підчас написання магістерської роботи застосовувалися такі методи дослідження: експертної оцінки, системний підхід, групування, методи економічного і статистичного аналізу. Для отримання аналітичної інформації були власні розрахунки. Для аналізу конкурентоспроможності стартапу застосовувався метод порівняння, за його допомогою ми побачили переваги та недоліки нашого стартапу перед іншими проєктами; статистичний аналіз прогнозованих показників діяльності підприємства дав можливість розрахувати постійні та змінні витрати. Також було використано метод прогнозування, для розрахунку терміну окупності стартап-проєкту. Теоретичною основою дослідження є роботи провідних вітчизняних та зарубіжних вчених, котрі вивчали питання оцінки, аналізу та впровадження стартап-проєктів.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів основної частини, висновка та переліку посилань.

1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ СТАРТАПУ

1.1 Стартап: поняття та сутність.

Вперше термін «стартап» (з англійської *startup company*, *startup* – «початок процесу») з'явився в США у 1939 році. Двоє американських студентів Паккард та Хьюлетт даним терміном назвали свій невеликий проєкт. Цей стартап з часом перетворився в успішну компанія, сьогодні вона відома як Hewlett-Packard (HP) [1]. З того моменту сформувалася значна кількість поглядів щодо визначення поняття «стартап», однак єдиної загальноприйнятої класифікації підходів визначення даного поняття не існує. Тому на основі дослідження літературних джерел пропонується така класифікація визначення поняття «стартап» (див. табл. 1.1).

Таблиця 1.1 Визначення поняття «стартап»

Автор	Визначення
С. Ф. Легенчук, Г. В. Пилипчук [2]	«Стартап – це новостворена компанія, зареєстрована юридично, що на власний ризик, займаючись інноваційною діяльністю у будь-якій сфері, прагне отримати прибуток».
А. Євсейчев [3]	«Стартап – це процес реалізації ідеї за короткі терміни і, як правило, при обмеженій кількості ресурсів, нетиповий проєкт, що відрізняється новизною».
О.В. Зозульов, О.Є. Кофанов [4]	«Під стартапом розуміється новостворена організація, яка в умовах надзвичайної невизначеності займається розробкою інноваційних товарів або послуг, а також пошуками рентабельної, відтворюваної та здатної розвиватися бізнес-моделі, яку можна масштабувати, для вирощування певного ризикованого проєкту до стадії життєздатного й успішного підприємства».

* складено автором на основі [2-4]

Отже, можна сказати, що стартап – це процес реалізації абсолютно нової бізнес-ідеї при мінімальній кількості фінансових ресурсів та за короткі терміни.

Ознаки стартапу [5]:

- стартапери (носії бізнес-ідеї) не завжди є керівниками реально працюючого підприємства;
- стартапери зазвичай шукають інвестора для реалізації своєї бізнес-ідеї;

- інвестування в стартап пов'язане із значними ризиком, тому часто виникає потреба у співпраці команди стартапу з венчурними підприємствами;
- бізнес-модель, яка перетворюватиме ідею в реально працюює підприємство, повинна мати можливість до масштабування – це необхідна умова ліквідності стартапу-проекту як товару на ринку;
- мета стартапу– продаж бізнесу (працюючої бізнес-моделі);

Розвиток стартап-індустрії відбувається через створення нових компаній, які пропонують інноваційні товари, послуги чи технології для вибраної цільової аудиторії. Позитивна особливість даних новостворених структур полягає в тому, що вони здатні динамічно розвиватися та адаптуватися до нестабільного ринкового середовища. У створенні таких компаній беруть участь насамперед особистості з високим адаптаційним потенціалом та креативним мисленням. До негативних особливостей стартап-компаній можна віднести обмежений рівень ресурсів, відсутність чіткої організаційної структури управління, високий інвестиційний ризик.

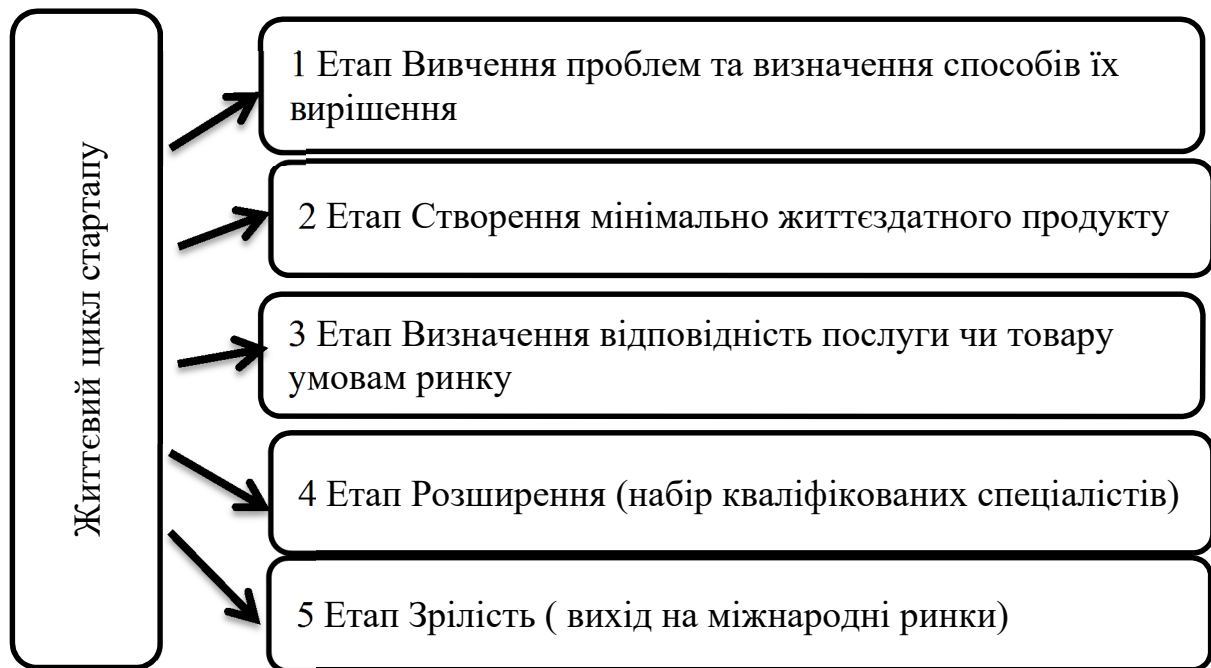
Морган Браун виділяє п'ять послідовних стадій життєвого циклу стартапу (рис. 1.1):

1. вивчення проблем та визначення способів їх вирішення;
2. створення моделі мінімально життєздатного продукту;
3. дослідження цільового ринку та пошук перспективних клієнтських каналів;
4. розширення;
5. зрілість.

На кожному етапі визначаються первинні та вторинні цілі, мета, визначаються мінімальні завдання, які необхідно виконати для досягнення бажаних результатів. Сформулювавши чіткі критерії успішності на кожній стадії життєвого циклу стартапу можна описати ефективність діяльності бізнесу [6].

Розглянемо більш детально вищенаведені стадії життєвого циклу стартапу [6]. Перший етап життєвого циклу стартапу вимагає чіткого формулювання проблем, визначення основних способів їх вирішення та вибір найбільш вдалого плану дій. На другому етапі відбувається створення мінімально-життєздатного продукту з мінімальними затратами часу та капіталу, а також оцінюванням обсяг попиту та вивчаються особливості клієнтів задля мінімізації ризиків. На третьому етапі циклу стартапу визначається відповідність послуги чи товару умовам ринку на основі зворотного зв'язку, також відбувається поділ ринку на сегменти для вивчення потреб споживачів. На четвертому етапі розширення відбувається ріст чисельності команди шляхом набору спеціалістів з глибоким досвідом у різних галузях. На даному

етапі важливо задокументувати виконані кроки, котрі привели до успіху, оскільки етап розширення є найбільш тривалим та часто є наслідком перевтіленням стартапу нову форму підприємницької діяльності. П'ятий етап потребує постійного вдосконалення підприємства шляхом інвестування в команду, пошуку шляхів зменшення собівартості продукту тощо. Цей етап життєвого циклу орієнтований на пошук способів виведення (розширення) стартапу за кордон.



«Рисунок 1.1 Життєвий цикл стартапу»

Джерело: розроблено автором на основі [6]

1.2 Організаційно – правові форми діяльності стартапів

На даний час терміну «стартап» у вітчизняному законодавстві не існує. Тому регулювання даного виду діяльності здійснюється у рамках законодавчих актів та законів, які відносяться до окремих напрямів та особливостей діяльності стартапів.

Нормативно-правову основу регулювання діяльності стартапів та інвестиційної діяльності в Україні становлять законодавчі акти, деякі з них наведені в таблиці 1.2.

Діяльність засновників стартапу (стартаперів) схожа з підприємницькою діяльністю (в деяких випадках стартаперів можна назвати підприємцями).

Згідно з Законом України «Про підприємництво», підприємництво – це систематична, самостійна ланка господарської діяльності, що здійснюється фізичними та юридичними особами (які відповідно до встановленого

законодавства, зареєстровані як суб'єкти підприємницької діяльності) на власний ризик, метою яких є отримання прибутку [7].

Таблиця 1.2 – Законодавчі акти, що регулюють діяльність стартапів в Україні

Законодавчий акт	Характеристика
Закон України «Про режим іноземного інвестування» від 19.03.1996 р. №93/96-ВР [8]	«Визначає особливості режиму іноземного інвестування на території України, виходячи з цілей, принципів і положень законодавства України».
Закон України «Про інвестиційну діяльність» від 18.09.1991 р. №1560-XII [9]	«Визначає загальні соціальні, правові та економічні умови інвестиційної діяльності України».
Закон України «Про підприємництво» від 7 лютого 1991 р. № 698-XI [7]	«Визначає загальні соціальні, правові та економічні засади підприємницької діяльності фізичних та юридичних осіб на території України, також встановлює гарантії державної підтримки та свободи підприємництва».
Закон України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» від 15.12.1993 р. №3689-XII [10]	«Закон який регулює відносини, що виникають у зв'язку з набуттям і здійсненням права власності на знаки для товарів і послуг в Україні».
Закон України «Про інноваційну діяльність» від 04.07.2002 р. №40-IV [11]	«Цей закон визначає правові, економічні та організаційні засади державного регулювання інноваційної діяльності в Україні, встановлює форми стимулювання державою інноваційних процесів і спрямований на підтримку розвитку економіки України інноваційним шляхом».

* складено автором на основі [7-11]

Юридичне оформлення стартапу є важливим етапом переходу його від «бізнес-ідеї» до реального бізнесу, котрий у майбутньому може стати прибутковою та відомою компанією. Для цього, необхідно визначити організаційно-правову форму, яка найбільш підходить даному проєкту.

Організаційно-правова форма передбачає класифікацію підприємств залежно від форм власності та способів розмежування у підприємствах окремих форм власності і управління майном. Враховуючи, що стартап, зазвичай, на початку об'єднує спільною ідеєю невелике коло зацікавлених у її реалізації

осіб, як початковий варіант його юридичного оформлення можна запропонувати такі форми:

- приватне підприємство (ПП);
- фізична особа-підприємець (ФОП);
- товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ).

В таблиці 1.3 наведені певні переваги та недоліки кожної з наведених форм.

Таблиця 1.3 – Переваги та недоліки організаційно-правових форм стартапу

Організаційно-правова форма	Переваги	Недоліки
Приватне підприємство (ПП)	<ul style="list-style-type: none"> – розмір статутного капіталу підприємства визначається на розсуд його засновників; – можливість самостійного визначення, як працюватиме підприємство, передбачивши усі істотні положення в статуті 	– дана форма підприємства є менш пізнаваною для іноземних інвесторів (на відміну від ТОВ)
Фізична особа-підприємець (ФОП)	<ul style="list-style-type: none"> – стартап-підприємець працює на себе; – Відсутні вимоги у формуванні статутного капіталу; – – стартап-підприємець працює з підрядниками на основі договору не зараховуючи їх в штат та не сплачуючи додаткові податки, які нараховуються на заробітню плату; 	<ul style="list-style-type: none"> – У разі невдачі проєкту, ФОП несе відповідальність усім своїм майном; – стартовий капітал обмежується власними заощадженнями підприємця (або незначними позичковими коштами)
Товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ)	<ul style="list-style-type: none"> – закон не обмежує розмір статутного капіталу (визначається на розсуд засновників); – у разі невдачі проєкту, засновники ТОВ відповідають тільки майном підприємства, а не власним; – функціонування стартапу у 	– будь-яка зміна складу учасників товариства, пропорцій їх внесок у статутний капітал або до управлінської структури підприємства передбачає обов'язкове внесення змін до пакету установчих документів.

	формі юридичної особи є більш привабливим для іноземного інвестора ніж просто підприємця	– при створенні ТОВ потрібно вивчити об'єктивну інформацію про його особливості, щоб максимально використати переваги і зменшити можливі його недоліки.
--	--	---

* складено автором на основі [12]

На момент створення проєкту та залучення фінансування найлаконічнішим способом врегулювати відносин між засновниками є підписання засновницького договору з або без подальшого створення юридичної особи. У цьому договорі учасники стартап-проєкту можуть передбачити [12]:

- регулювання права інтелектуальної власності, котре належатиме творцям об'єкта власності, до моменту створення юридичної особи, що дозволить відокремити об'єкт який належить до проєкту, а який неналежить;
- внески засновників у проєкт;
- порядок внесення змін у договір.

Продукт, котрий учасники стартап-проєкту планують просувати на ринок, це результат їх творчої діяльності, тобто об'єкт їх інтелектуальної власності. Права на використання цього продукту повинні бути захищені.

На стадії підготовки товару/послуги до виходу на ринок важливим питанням для учасників стартапу є його подальший розвиток: просувати продукт власними силами, або продати великій корпорації, яка зможе здійснити просування більш ефективно та швидко.

В випадку продажу товару корпорації патентування не потрібно. Проте якщо стартап наважиться на виробництво, то варто залучити спеціалістів, які зможуть коректно та швидко провести процедуру патентування.

Об'єктами патентування можуть бути: об'єкти авторського права (твори або комп'ютерні програми), промислові зразки, корисні моделі, винаходи, (об'єкти патентного права) або ноу-хау (секрети виробництва). Загальних рекомендацій щодо термінів отримання патенту немає, але діє принцип «краще раніше, ніж пізніше»[13].

Державна служба інтелектуальної власності займається питаннями що регулюють діяльності у сфері охорони прав інтелектуальної власності в Україні. Після створення об'єкта інтелектуальної власності автор, котрий займається розробкою об'єктів для стартапу, потрібно отримати свідоцтво, яке

засвідчить його право на цей об'єкт. Для цього йому потрібно до Державної служби інтелектуальної власності подати такі документи [14]:

- заява;
- примірник твору (у матеріальній формі);
- документ, що свідчить про наявність твору і дату його оприлюднення (за наявності);
- документ про сплату збору за підготовку твору до реєстрації авторського права (або його копію);
- документ, що засвідчує сплату збору за оформлення і видачу свідоцтва;
- довіреність, якщо заява подається не автором, а довіреною особою.

Охоронні документи України дійсні тільки на території України. Якщо у стартапу є плани на зарубіжну експансію, потрібно звернути увагу на вибір країн-патентування. Вартість закордонного патентування буде на багато разів вище. Вартість патентування залежить від країни і складається з патентних мит, встановлених національними патентними відомствами, і вартості послуг патентних повірених.

Регулювання відносин між учасниками стартапу є відповідальним етапом захисту прав інтелектуальної власності. Доцільно укласти авторську угоду між автором і засновниками стартапу [12]:

- про передання виключного права на використання об'єкту: автор (або інша особа, яка має авторське право) передає право на використання об'єкту певним способом і у встановлених межах тільки одній особі, котрій ці права передаються, і надає цій особі право забороняти або дозволяти подібне використання об'єкту іншим особам;
- про передання невиключного права на використання об'єкту: автор (чи інша особа, яка має виключне авторське право) передає іншій особі право використовувати об'єкт у встановлених межах і певним.

Отже для юридичного оформлення стартапу підприємцю-стартаперу потрібно визначитись організаційно-правовою формою та з системою оподаткування, враховуючи планову дохідність стартап-проєкту. Далі безпосередня реєстрація об'єкта інтелектуальної власності в державному органі шляхом подачі відповідної реєстраційної заяви.

2 ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ ПОНЯТТЯ БІЗНЕС ПЛАНУ

2.1 Бізнес-план: сутність і значення

Для реалізації будь-якого проєкту потрібно розробити бізнес-план, щоб дати економічне обґрунтування інвестиційного проєкту.

Бізнес-план - це письмовий документ, у якому точно і ясно описується, бізнес - здебільшого, стартап – визначаються цілі та порядок дій для їх досягнення, дозволяє визначити необхідне фінансове забезпечення для реалізації ідеї та отримання вигоди в майбутньому [15].

Розробивши бізнес-план ви зможете вирішити основні завдання:

- 1) чи вигідна реалізація вашого проєкту з економічної точки зору;
- 2) зможете виявити позитивні й негативні сторони на ринку, пов'язані з реалізацією вашої бізнес ідеї;
- 3) проаналізувати, вплив реалізації інвестиційного проєкту на фінансовий стан підприємства, вартість бізнесу його імідж;
- 4) знайти джерела фінансування для вашого проєкту, а також можливість отримання банківського кредиту;
- 5) бізнес-план дає вам можливість прогнозувати ситуацію в майбутньому, що дозволить заздалегідь вжити заходів для зниження інвестиційного ризику.

Також, бізнес-план допомагає підприємцю (стартаперу) вирішити такі завдання [16]:

- визначити напрям діяльності підприємства;
- встановити цільові ринки та місце підприємства на цих ринках;
- сформулювати короткострокові та довготривалі цілі підприємства, а також тактику і стратегію їх досягнення;
- вибрати склад і номенклатуру послуг і товарів, які будуть представлені підприємством, а також оцінити торгові й виробничі витрати по їх створенню та реалізації;
- та інше.

Склад бізнес-плану та рівень його деталізації залежать від різних факторів, наприклад, таких як: цільове призначення проєкту, масштаб проєкту, ступінь ризику та інше [17].

Структура бізнес-плану включає в себе такі розділи [18]:

1. Резюме. В даному розділі наведено короткі підсумки бізнес-плану. Основним завданням даного розділу є виклад у доступній формі суті інвестиційного проєкту, наведено основні його переваги та підведено підсумки

всіх розрахунків. Також в резюме відображаються дані, котрі дають змогу потенційному інвестору зрозуміти суть проєкту, вартість і кінцеві результати.

Важливо відзначити, що резюме бізнес-плану - це так звана візитна картка проєкту, тому що інвестори через відсутність часу спершу вивчають резюме і тільки після цього (якщо воно зацікавило їх) читають бізнес-план повністю. Отже, резюме повинно містити основні показники й характеристики інвестиційного проєкту, які дають можливість оцінити його привабливість.

Даний розділ готується тоді, коли робота над бізнес-планом завершена, тобто проведений весь аналіз і виконані всі необхідні розрахунки, і коротко викладені в даному розділі.

2. Характеристика бізнесу. У цьому розділі потрібно не тільки охарактеризувати підприємство (аналіз майнового і фінансового стану, історію зародження, становище в діловому співробітництві), але і роль даного підприємства в конкретній галузі та в економіці в цілому. Також, потрібно проаналізувати стан галузі та її розвиток, потреби населення в роботах чи послугах які надаватиме підприємство.

Також в цьому розділі наводиться інформація про основних конкурентів, про їх сильні та слабкі сторони.

3. Опис продукції (робіт, послуг). Будь-який інвестиційний проєкт бере свій початок з якої-небудь ідеї виробництва продукції (виконання робіт, надання послуг). У цьому випадку потрібно відобразити їх переваги у порівнянні з аналогами, конкурентоспроможність на ринку, корисний ефект унікальні властивості, заради якого дану продукцію (роботи, послуги) будуть використовувати потенційні покупці.

Вкінці даного розділу потрібно зробити висновок про доцільність нової продукції (робіт, послуг), а також про фінансування бізнес-ідеї.

4. Аналіз ринку. В цьому розділі потрібно провести такий аналіз:

1) загальна характеристика ринку виготовленої продукції (робіт або послуг);

2) поділ ринку за різними критеріями (по групам покупців, за регіональною ознакою тощо);

3) виявлення потенційних покупців;

4) аналіз продажів;

5) визначення основних напрямків просування продукції (робіт, послуг) на ринок;

6) визначення посередників для реалізації продукції (надання послуг, виконання робіт).

Перед запуском продукції (робіт, послуг) потрібно відобразити такі дані:

– якість продукції;

- спосіб доставки;
- ціну реалізації;
- форму збуту;
- обсяги випуску продукції;
- та інше.

5. Маркетинговий план. Цей пункт бізнес-плану ґрунтується на попередніх пунктах та відображає результати аналізу ринку як для нового продукту, так і для бізнесу в цілому, а також в цьому розділі відбувається оцінка конкурентів та інші фактори ринку.

Основна мета цього пункту бізнес-плану – це довести користувачеві бізнес-плану, що на ринку є достатня кількість покупців які віддадуть перевагу саме вашому продукту. Також в цьому пункті бізнес-плану потрібно відобразити обсяги збуту, що має великий вплив на виробничий план і розмір інвестицій.

У загальному вигляді цей розділ містить:

- заходи по максимальному задоволенню споживачів продукції (робіт, послуг) у процесі здійснення інвестиційного проєкту;
- можливі помилки і прорахунки, а також їх вартість при різних варіантах реалізації інвестиційного проєкту;
- заходи, пов'язані з рекламою продукції (робіт, послуг) і витрати на неї;
- методи стимулювання продажів.

6. Виробничий план. Цей пункт бізнес-плану має місце тільки тоді, коли інвестиційним проєктом планується виробництво якої-небудь продукції. Головне завдання цього розділу полягає в тому, щоб показати потенційним інвесторам реальність виробництва продукції в потрібному обсязі та відповідної якості.

У цьому розділі потрібно відобразити таку інформацію:

- техніка і технології які будуть застосовані;
- сировина і матеріали;
- виробнича база й обсяги виробництва;
- постійні і змінні витрати;
- трудові ресурси;
- та ін.

Виробничий план розділяють на такі підрозділи:

- 1) програма виробництва та реалізації продукції;
- 2) матеріально-технічне забезпечення;
- 3) виробничі потужності;
- 4) витрати на виробництво і реалізацію продукції.

Даний пункт потрібен як виробнику продукції, так й іншим зацікавленим особам (банкам, інвесторам та ін), оскільки його дані є важливою складовою ефективності та надійності проєкту.

7. Фінансовий план. Цей пункт потрібен, перш за все, для контролю фінансової забезпеченості інвестиційного проєкту, також в ньому наведено всі майбутні витрати, фінансові результати, джерела фінансування, а також результати всіх розрахунків.

Фінансовий аналіз має супроводжувати розробку інвестиційного проєкту з самого початку, і кожен розділ бізнес-плану повинен бути пов'язаний з фінансовим планом.

Економічне обґрунтування проєкту є головним критерієм при прийнятті інвестиційного рішення, отже розробку фінансового плану потрібно вести дуже ретельно.

8. Додатки. В цьому розділі розміщено всі необхідні документи і дані, які використовувалися при розробці бізнес-плану, але не увійшли до його основного тексту.

Найбільш важливим розділом бізнес-плану є фінансовий план, так як саме тут проводиться економічне обґрунтування інвестиційного проєкту, яке виступає основним критерієм прийняття інвестором свого рішення.

2.2 Розробка бізнес план онлайн ательє “Beauty”

Резюме

1. Які потреби покликаний задовольняти ваш товар?

Ремонт одягу та індивідуальний пошив одягу за ескізами клієнта або за ескізами запропонованими нашими працівниками.

2. Споживач кінцевого товару - приватна особа. Люди з нестандартними параметрами та ті хто бажає виділитися ексклюзивними предметами гардеробу та ін.

3. За рік планується об'єм продаж 1386 одиниць (враховано і індивідуальний пошив і ремонт одягу), виручка-483 303 грн.

4. Стартовий капітал для реалізації проєкту – 135 000грн (35 000 власні кошти, 100 000 кредит в банку).

5. Форма підприємництва - фізична особа підприємець (ФОП).

6. Характеристика товару (послуги)

1 Які потреби покликаний задовольняти ваш товар?

Бізнес на пошитті одягу завжди був і буде актуальним. Чому? Тому що, не всі люди мають правильні пропорції тіла та ідеальні параметри, а в

масмаркетах одяг зазвичай шиють за стандартними розмірами — S, M, L, XL і так далі. Таким «нестандартним» людям доводиться замовляти індивідуальне пошиття одягу в ательє. Також, ексклюзивність та оригінальність завжди були і будуть популярні. І ті люди, які користуються послугами ательє, мають можливість замовити для себе пошиття такої ексклюзивної речі, котра тільки в нього. Або ж зовсім втілити в життя свої власні ескізи на папері.

Особливість нашого товару в тому, що ми шиємо одяг по індивідуальним міркам клієнтам, а також за його власними ескізами. Ще одна особливість нашого ательє в тому, що ми не обмежуємось одним містом, а відправляємо товар по всій країні.

Упакування мінімалістичний стиль (чорні крафтові пакети)

Оцінка ринку збуту:

1) Споживач кінцевого товару - приватна особа. Від інших ми відрізняємось якістю, оригінальністю (пошив одягу за ескізами клієнта), мобільністю (можливість замовлення товару через інтернет та доставка товару по всій країні)

2) У кожному місті нашої країни є величезна кількість магазинів, які не можуть повністю задовольняти попит на одяг. Незважаючи на різноманітність асортименту, практично, весь одяг складається з стандартних моделей. Саме цим і обумовлений ,безумовний попит на ательє, де можуть зшити оригінальний одяг під конкретну людину.

Пошиття одягу на замовлення є гарним початковим бізнесом тому що:

- по-перше, це хороший бізнес для майстра з пошиття одягу;
- по-друге, в даному бізнесі з самого початку видно перспективи і зрозуміло, як можна досягти успіху - знайти зацікавлених клієнтів, які в майбутньому стануть постійними і будуть приносити стабільний дохід.

Опис підприємства: дане ательє буде працювати за індивідуальними замовленнями на пошиття та ремонт одягу.

Опис послуг: послуги ательє входить пошив одягу на замовлення клієнта, а також ремонт та реставрація одягу клієнта.

Конкуренція:

1) Ательє My Atelier - це одне з найвідоміших і прогресивних ательє України, яке надає своїм клієнтам можливість підкреслити свою індивідуальність. Стилисти і конструктора ательє My Atelier постійно стежать за світовими новинками в сфері моди і створюють найстильніші й ультрамодні вироби.

2) Основна реклама це сторінка в соціальній мережі Facebook та Instagram.

3) В ательє представлений повний спектр робіт з пошиття будь-яких видів одягу на замовлення - повсякденного та святкового, для чоловіків і жінок, для будь-якого сезону; ремонту чоловічого і жіночого одягу за доступними цінами для великих міст. Ціна товару залежить від складності пошиття та додаткових деталей одягу, наприклад ціна на жакет варіюється від 485 грн до 1 150 грн, вечірня сукня 650-950 грн, рубашка 430-630 грн, та ін.[19].

4. Стратегія маркетингу

Основним споживачем товару буде приватна особа. Розповсюдження товару буде здійснюватися через соціальну мережу Instagram (відправка товару здійснюватиметься «Новою поштою» та «Укрпоштою»), а також прямі продажі в мастерській за адресою м. Кролевець вул Європейська 1.

Реклама в цьому бізнесі дуже важлива, особливо на початкових етапах діяльності.

Планується декілька видів реклами:

- просування ательє в інтернеті через Facebook та Instagram (реклама у відомих блогерів України);
- яскрава вивіска на вході в ательє;
- видача дисконтної-накопичувальної карти клієнтам за відмітку нашого ательє в своїх соціальних мережах.

(На рекламу планується витратити близько 10 тис грн)

Стимулювання продажу товару буде проводитися за допомогою акцій, бонусних та дисконтних карток.

5. Виробничий план

Оренда приміщення, площа – 74,10 кв м, орендна плата – 185 дол США (+ комунальні послуги). У приміщенні проведені всі необхідні комунікації. Приміщення знаходиться в центрі міста (за адресою м. Кролевець вул Європейська 1).

На ремонт приміщення планується витратити 15-20 тис грн.

В таблиці 2.1 наведені кількість та вартість основних фондів, які необхідні на початкових етапах роботи даного ательє.

Таблиця 2.1 – Розрахунок вартості основних фондів і амортизаційних відрахувань

Найменування об'єктів основних фондів	К-ть, шт	Вартість об'єкту, грн./шт	Загальна вартість		Річна норма амортизації, %	Річна сума амортизаційних відрахувань, грн.
			Гр	н.		
1	2	3	4	5	6	
Розрахунок			Гр.2*гр.3			Гр.4*гр.5/100

Продовження таблиці 2.1

група б – інструменти, прилади, інвентар (меблі)					
Стіл	2	6 000	12 000	12,5	1 500
Машина швейна	2	9 000	18 000	12,5	2 250
Оверлок	1	5 000	5 000	12,5	625
праска побутова	1	4 500	4 500	12,5	563
Стелаж	1	1 500	1 500	12,5	188
Машинка для розкроювання тканини	1	9 500	9 500	12,5	1 188
Стілець	3	900	2 700	12,5	338
Всього	11	36 400	53 200	88	6 650

В таблиці 2.2 наведено потреби в сировині і матеріалах на прикладі жіночої сорочки.

Таблиця 2.2 – Розрахунок потреби в сировині і матеріалах

Сировина та матеріали	Норма витрати на одиницю продукції, нат. од.	Загальна потреба в сировині і матеріалах, нат. од.	Ціна придбання, грн.	Витрати на сировину та матеріали, грн.
1	2	3	4	5
Розрахунок		гр.2 * Q		гр.3 * гр.4
Тканина, м	1,4	1,4	65	91
Дублерин, м	0,4	0,4	40	16
Гудзики, шт	5	5	2	10
Нитки, г	30	30	0,29	8,7
Всього	х	х	х	125,7

Організаційний план

Для роботи підприємства мати кваліфікованих працівників. Для нашого ательє потрібні такі спеціалісти як:

- 1) Швея - закрійниця -2 людини

ВИМОГИ:

- Досвід роботи швачкою.
- Уміння рівно прокладати строчку, акуратність, уважність, дисциплінованість.
- Виконання на машинах або вручну складних операцій з пошиття виробів з різних матеріалів.
- Знання технологій методів пошиття швейних виробів.
- Без шкідливих звичок.
- Здатність якісно і вчасно виконувати виробничі завдання.

Обов'язки:

- пошив трикотажний виробів;
- якісне виконання завдань.

2) Бухгалтер (дистанційно) -1 людина

ВИМОГИ:

- Вища освіта (бухгалтерський облік і аудит);
- Досвід роботи за фахом;
- Досвідчений користувач ІС: Бухгалтерія 8, Клієнт-банк;
- Знання ПК MS OFFICE (Word, Excel, Outlook), Інтернет;
- Досвід роботи з контролюючими органами; подача звітності.

Функціональні обов'язки:

- Повний цикл ведення бухгалтерського обліку ;
- Робота з Клієнт-банком, проведення банківських операцій;
- Складання і здача бухгалтерської, податкової;
- Складання, обробка, первинної документації всіх ділянок бухгалтерського обліку.

3) Адміністратор -1 людина

Вимоги:

- Знання ПК
- Знання Facebook та Instagram;
- Уважність, дисциплінованість.

Обов'язки:

- Оформлення замовлень;
- Закупівля сировини;
- Відправлення замовлень.

Отже, ще однією статтею витрат буде фонд оплати праці (таблиця 2.3)

Таблиця 2.3 – Фонд оплати праці

Посада	К-ть, чол.	Заробітна плата, грн.	Додаткова з/п, грн.	Фонд оплати праці, грн.
1	2	3	4	5
				(гр.2*(гр.3+гр.4))
Швея - закрійниця	2	6000	4000	20000
Бухгалтер	1	8000	0	8000
Адміністратор	1	8000	0	8000
Всього	4	22000	4000	36000

Оцінка ризику та страхування

Можливі ризики:

– Необхідність роботи з нестандартними фігурами. Цього ризику не оминати, тому що людина зі стандартною фігурою може придбати одяг в звичайному магазині.

– Некваліфікований персонал. На жаль, професія швачки в останні роки перестає бути затребуваною, тому знайти дійсно хороших майстрів складно.

– Постійна зміні модних тенденцій. Новини зі світу моди постійно доведеться вивчати і підлаштовуватися під них.

– Протидії конкурентів . Проведення маркетингових досліджень ринку, приділити особливу увагу рекламі.

– Фінансовий ризик. Більш ретельна аналітична робота при визначенні пріоритетних напрямків діяльності підприємства.

– Пожежі. Встановлення протипожежної системи та оформлення страховка від пожежі.

Отже, проаналізувавши всі витрати, ми визначили, що для відкриття онлайн ательє нам потрібен стартовий капітал в розмірі 135 тис. грн (таблиця 2.4)

Таблиця 2.4 – Стартовий капітал

Види витрат	Сума, грн.
Одноразові витрати на створення підприємства	5 000
Капітальні витрати (придбання основних фондів)	50 000

Продовження таблиці 2.4

Створення виробничого запасу	35 000
Інші одноразові витрати, пов'язані із запуском виробництва (ремонт приміщення і т.д.)	45 000
Разом	135 000

Для відкриття ательє потрібен стартовий капітал в розмірі 135 000 грн.

Джерелами фінансування є власні заощадження та кредит в банку

Райффайзен Банк Аваль

Кредитні відомості:

Процентна ставка 39%

Сума кредиту: 100 000 грн

Метод погашення кредиту: Ануїтетний (рівними частинами)

Термін кредиту (в місяцях) 24 (приклад графіку погашення кредиту наведено в таблиці 2.5)

Таблиця 2.5 – Графік погашення кредиту

місяць	погашення кредиту	погашення %	загальний внесок	Залишок кредиту
1	2814.90	3250.00	6064.90	97185.10
2	2906.38	3158.52	6064.90	94278.72
3	3000.84	3064.06	6064.90	91277.88
4	3098.37	2966.53	6064.90	88179.51
5	3199.07	2865.83	6064.90	84980.44
6	3303.04	2761.86	6064.90	81677.40
7	3410.38	2654.52	6064.90	78267.02
8	3521.22	2543.68	6064.90	74745.80
9	3635.66	2429.24	6064.90	71110.14
10	3753.82	2311.08	6064.90	67356.32
11	3875.82	2189.08	6064.90	63480.50
12	4001.78	2063.12	6064.90	59478.72
13	4131.84	1933.06	6064.90	55346.88
14	4266.13	1798.77	6064.90	51080.75
15	4404.78	1660.12	6064.90	46675.97
16	4547.93	1516.97	6064.90	42128.04

Продовження таблиці 2.5

17	4695.74	1369.16	6064.90	37432.30
18	4848.35	1216.55	6064.90	32583.95
19	5005.92	1058.98	6064.90	27578.03
20	5168.61	896.29	6064.90	22409.42
21	5336.59	728.31	6064.90	17072.83
22	5510.03	554.87	6064.90	11562.80
23	5689.11	375.79	6064.90	5873.69
24	5874.01	190.89	6064.90	0.00
	100000.00	45557.27	145557.27	

Поділ витрат на змінні й постійні потрібен для розрахунку точки беззбитковості, котра показує, необхідний обсяг продукції або послуг яку підприємство повинне реалізовувати, для здійснення своєї діяльності без збитків.

Умовно змінні витрати - витрати що змінюються в прямій залежності від рівня виробництва (пов'язані безпосередньо з виробництвом продукції).

Умовно постійні витрати – це витрати які залишаються незмінними при зміні рівня виробництва (орендна плата, плата за теплопостачання і т.д.). В таблиці 2.6 наведено розрахунок цих витрат для нашого ательє.

Таблиця 2.6 – Розрахунок змінних і постійних витрат

Статті калькуляції	Змінні витрати грн	Постійні витрати грн
Сировина і матеріали	20 000	-
Тара і упаковка	5 000	-
Ел. енергія	1 067	-
Оплата праці:	-	-
- управлінського персоналу	-	16 000
- основних працівників	20 000	-
Соц. відрахування:	-	-
- управлінського персоналу	-	2 880
- основних працівників	3 600	-
Орендна плата	-	5 000

Продовження таблиці 2.6

Реклама	-	10 000
Відсоток по кредиту	-	6 064,9
РАЗОМ	49 667	39 945

Для узагальнення всі доходів і витрат, було складено фінансовий план (таблиця 2.7)

Таблиця 2.7 – Фінансовий план з врахуванням ПДВ, грн.

Показники	Місяць			2	2 пів-річчя	Всього за 1й рік
	1	2	3	квартал		
Обсяг продажів	4	105	147	350	700	1 386
1. Доходи (виручка від реалізації продукції) з ПДВ	22 250	31 150	41 900	96 950	200 089	392 339
В т.ч.:						
ремонт одягу	6 972	8 715	12 201	29 050	58 100	115 038
індивідуальний пошив одягу	3 600	4 500	5 400	14 063	28 125	55 688
2. Податок на додану вартість (НДС=1 x0.1667), «кредит»	3 709	5 193	6 985	16 162	33 355	65 403
3. Доход без ПДВ (1 - 2)	18 541	25 957	34 915	80 789	166 734	326 936
4. Всього витрат в т.ч. витрати з врахуванням ПДВ:						
матеріали	20 000	20 000	20 000	60 000	120 000	240 000
комунальні	1 067	1 067	1 067	3 201	6 402	12 804
реклама	10 000	10 000	10 000	30 000	60 000	120 000
Всього витрат з врахуванням ПДВ	31 067	31 067	31 067	93 201	186 402	372 804
4.1. ПДВ (дебет) витрати без врахування ПДВ:	53 545	53 545	53 545	160 635	321 269	642 539
оренда	5 000	5 000	5 000	15 000	30 000	60 000
зарплата	36 000	36 000	36 000	108 000	216 000	432 000
соціальні платежі	6 480	6 480	6 480	19 440	38 880	77 760

Продовження таблиці 2.7

кредит	6 065	6 065	6 065	18 195	36 389	72 779
5. Витрати без ПДВ(4.4.1)	- 22 478	- 22 478	-22478	-67434	-134867	- 269735
6. Валовий прибуток (3-6)	41 019	48 435	57 393	148 222	301 601	596 671
7. Податок на прибуток (7 x 0.19)	7 794	9 203	10 905	28 162	57 304	113 367
8. Чистий прибуток (7 -8)	33 225	39 233	46 488	120 060	244 297	483 303

Останнім етапом розробки бізнес плану є визначення терміну окупності проекту, згідно розрахунків термін окупності нашого проекту 3 місяці.

Термін окупності проекту

(2.1)

$$T_{ок} = \frac{СК}{П + А}$$

СК – розмір стартового капіталу;

П – чистий прибуток підприємства за рік;

А – амортизаційні відрахування підприємства за рік

$$T=135000/(483\,303+6650)=0,3$$

Проект окупиться через 3 місяці

3 ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ЗАПУСКУ СТАРТАПУ ПІД ЧАС ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ

Криза – складний час для ринку стартапів. Проте багато відомих і успішних підприємців починали свою справу саме в період кризи. Однак коли постає питання «Чи варто починати стартап в кризу?» існує стереотипна точка зору. Багато підприємців вважають, що під час кризи треба «заховатись в нірку» і взагалі не висовуватися. Тобто дивитися і чекати, що буде відбуватися далі. Думка про створення бізнесу під час кризи у більшості взагалі не виникає, навіть у тих, хто збирався відкрити власну справу найближчим часом (ще до настання кризи). Така позиція є цілком зрозумілою, тому що в період нестійкої економіки під вагою курсів валют, невпевненості в майбутньому – ризики які можуть виникнути від запуску власного бізнесу стримують стартаперів від впровадження своїх ідей.

Сьогодні в бізнес колах досить активно обговорюється питання запуску бізнесу в кризу. Проте в теорії недостатньо досліджено питання доцільності запуску стартапів, а також потребують вивчення питання у визначені та систематизації переваг та недоліків запровадження таких стартап-проектів, це говорить про перспективність дослідження в цьому напрямі.

Варто зауважити, що ситуація яка склалась на сьогодні допускає тільки негативне трактування кризи як явища на ринку стартап-проектів. Відомий стереотип, що стартап – це максимально ризиковане підприємство, яке тільки може людина придумати в бізнесі. Дана позиція є цілком зрозумілою, тому що, наприклад, тільки 6 з мільйона бізнес-ідей виробничих компаній досягають певного успіху, щоб вийти на Initial Public Offering (IPO). За статистикою 60% стартап-проектів, котрі отримали інвестиції від венчурних компаній, закінчують банкрутством [20].

Стартапи в період кризи знаходяться в дуже скрутному становищі, так як їх діяльність фактично в усіх аспектах пов'язана з невизначеністю.

Невпевненість чи правильно вибраний напрямок розвитку, економія на ресурсах, постійні коливання валюти – це лише малий перелік проблем, з якими доводиться стикатися стартапам.

Також, сьогодні люди більше сконцентровані на тому, як заробити гроші на базові потреби такі як їжа та одяг, а всі інші питання відходять на другорядний план, а отже, і шляхи для розвитку стартапів стають менш перспективними, ніж до кризи.

Проте, криза також є одним з вдалих моментів для створення нового стартапу. Генеральний директор Startup Ukraine Анна Петрова вдало зазначає:

«...не варто вважати, що криза – це фінальна точка в розвитку всіх проєктів. Навпаки, це гарний тест для стартапів, що дає можливість визначити слабкі місця, оцінити можливості і тенденції»[21].

Будь-яка криза дає нові можливості. Наприклад, такі як можливість переглянути бізнес-моделі та знайти нових клієнтів серед організацій, які інвестують в діджиталізацію. Також це час для пошуку креативних рішень і відкриття нових ринків. Безліч талановитих спеціалістів втрачають роботу, тому криза — дає можливість почати новий власний бізнес для тих, хто давно не осмілювався, а також можливість найняти в свою стартап-команду талановитих фахівців при помірному бюджеті. Саме в період фінансової кризи 2008 року виникли такі відомі сьогодні компанії як Instagram, Uber, WhatsApp і Slack.

Звичайно, багато що залежить від умов, в яких ви перебуваєте на початкових етапах. Одна справа, коли ви починаєте з «нуля» і у вас практично немає накопичень, а інша – коли до початку кризи ви змогли зібрати достатню суму грошей.

Насправді починати новий бізнес можна в обох цих випадках. Звичайно, це будуть різні бізнеси, втім, запускати стартап можна маленькою сумою або практично без грошей.

Багато хто вважає, що перший варіант кращий. Проте, Олександр Карпов, керівник інтернет-проєкту smart-venture.ru та автор книги “Створення та розвиток ефективного бізнесу з нуля” вважає, це не зовсім так, на його думку велика кількість грошей тебе розслабляє. Часто це призводить до того, що гроші витрачаються неефективно і при розвитку вже діючої компанії і при створенні бізнесу з нуля. В тому чи іншому випадку можна починати новий бізнес під час кризи [22].

Андрій Колодюк, інвестор та засновник «A Ventures Capital» наголошує: «До будь-якої кризи потрібно відноситися, як до можливості почати, щось нове. В китайській мові ці два слова мають одне значення. Не треба сприймати кризу як перешкоду. Цілі корпорації з'явилися саме завдяки кризі. Для прикладу війна в Ізраїлі стала рушійним поштовхом для розвитку стартапів, Війна змотивувала багатьох створювати стартапи, і як результат вивела Ізраїль в лідери»[23].

Цікавою думкою поділився бізнес-ангел Андрій Хорсев, він співставляє період кризи з психологічним станом стартапера: «Люди, що задаються питанням, варто чи ні запускати стартап-проєкт в період кризи, скоріш за все ніколи не займалися власною справою. Підприємець (стартапер), запускаючи щось успішне, робить це на межі власних сил, перебуваючи в глибокій особистій кризі, стресі, відсутності фінансових коштів, підтримки з боку близьких і постійної нестачі часу. Так що зовнішня економічна криза швидше

гармонує з внутрішнім станом підприємця.» Андрій Хорсев вважає, що завдяки кризі ми можемо отримати робочу силу кваліфікованих фахівців за доступнішими цінами. Також в цей період стартапер може ефективніше переконувати людей в доцільності своєї ідеї, через те що вони знаходяться в емоційно-нестабільному стані, зазвичай у них порушується критичність мислення. Для підприємця з раціональним мисленням криза – це стрімке знищення стару і поява нових можливостей. Пережити це стартапу на ранніх етапах, можливо, легше, оскільки за великим рахунком втрачати нічого»[23].

Відома аудиторська компанія «Baker Tilly» наводить такі переконливі аспекти того, що криза – найкращий час для запуску стартапу: [24]

1) Найкращий час для початку свого бізнесу —завжди “тут і зараз”

Якщо ви будете чекати кращих умов для виходу на ринок, то ваш стартап так і залишиться планом на папері. Ви можете прорахувати все до найменших дрібниць, намагатися передбачити майбутнє, зробити найточніші прогнози, для розуміння, того коли настане саме та година для створення бізнесу. А потім щось трапиться, ваша схема «дасть тріщину» і ви так нічого й почнете.

2) Умови виживання — це умови для успіху

Якщо ви починаєте стартап в умовах кризи, то в короткостроковій перспективі ви маєте більше ризиків, але у довгостроковій перспективі ваш проєкт буде міцнішим за інших.

Нині підприємці, котрі відкрили бізнес в спокійні часи, переживають стрес: не розуміють, що робити, для порятунку компанії, як зберегти співробітників та клієнтів. Втім підприємці які вже пережили, наприклад, кризу 2008-2009 років, відносяться до ризиків спокійніше, їх погляди у майбутнє реалістичніші, а дії більш скоординовані. Вони почувають себе більш впевнено та знають, як вже діяти під час кризи.

Коли ви починаєте стартап із боротьби, вам простіше буде розвивати свій бізнес далі. Не в плані, що чіткий порядок дій, ви також будете нервувати— але будете знати, що ви в змозі подолати всі складнощі.

До того ж в такі часи залучити інвестиції в свій стартап набагато важче, але, якщо вам вдасться отримати інвестиції — це означає, що ваш стартап має високий потенціал для розвитку.

3) Сформується надійний колектив з великою історією боротьби

Вивчаючи поведінку людей, вчені довели, що чим важчий старт колективу, тим більш згуртована команда в майбутньому. Дослідження, проведене ще в 1959 році, підтверджує, що чим більше страждань переживає людина, тим більше вона цінує отриманий досвід, і тим вищий ступінь лояльності до команди, з якою вона розділила виклики.

Команда який багато пережив болю, щоб домогтися чогось, зазвичай, цінує це вище, а ніж люди, які досягають того ж але з мінімальними зусиллями. Колектив, який стикається з різноманітними складнощами, як правило матиме високу спорідненість колективу і як наслідок — низьку плинність кадрів.

4) Можливість прийняття на роботу найкращих спеціалістів

Однією з переваг збільшення рівня безробіття — є збільшення загальної якості та чисельності потенційних спеціалістів на ринку праці, та зниження витрат на підбір персоналу. І ще під час кризи навіть видатні фахівці часто погоджуються на заробітні плати нижче ринкових, в обмін на деякі вигоди: відсоток від прибутку в майбутньому, акції компанії, тощо.

Але з іншого боку, ринкова нестабільність зменшує довіру людей до нових бізнес-ідей та готовність іти на ризики. Тому спочатку добре продумайте, що ви в змозі запропонувати шукачам перш ніж публікувати вакансію.

5) Простіше привернути увагу до своєї компанії

Коли ринок активний та переповнений, одна з головних проблем нового бізнесу — зробити так, щоб тебе помітили. Ваша реклама, інформація про вас на інформаційних сайтах, ваша унікальна пропозиція — все губиться в інформаційному просторі.

Під час кризи, коли вичікують кращого моменту, ви маєте шанс заявити про себе з мінімальними витратами. Дешевшає маркетинг та реклама, привернути увагу журналістів та заявити про себе стає легше. Можливо у вас не відразу почнуть купувати, особливо у великих обсягах, проте тут варто попрацювати на майбутнє та зацікавити людей своєю продукцією зараз. І в майбутньому коли в них з'являться гроші, вони обов'язково прийдуть до вас.

6) Можливість знайти партнера з вигідними умовами договору

Під час економічної кризи майже більшість бізнесменів надає перевагу менше грошей отримати сьогодні, ніж більше втратити — завтра. Тому саме зараз у вас є можливість укласти довгострокові угоди з орендодавцями, підрядниками та постачальниками на вигідних умовах.

В час економічної кризи, багато бізнесів не витримали натиску та зачинилися, а їх місце залишилось вільним, знизилась конкуренція. У людей сформувались нові звички, котрі дають можливість створювати інноваційний бізнес та зайняти вільні ніші. Бути першим — це дорого та складно, а зараз для цього навіть не потрібно докладати надзвичайних зусиль.

7) Раціональне використання ресурсів

Якщо ви не маєте грошей — то ви й не зможете їх витратити. Брати кредит, для того щоб інвестувати в якусь справу, що не принесе вам результату, не раціонально. Ви не будете орендувати дорожче приміщення, наймати

невмотивованих людей, або купувати щось заради бренду. Ви будете вкладатись лише в найнеобхідніше, те без чого ваш бізнес не зможе взагалі існувати, а все інше залишите на кращі часи.

Якщо вам все вдасться, ваш бізнес подолає всі складнощі економічної кризи і ви зможете розвинути свою діяльність. Також, ви будете знати, як і на чому можна зекономити, та як і в подальшому можна оптимізувати ваші витрати.

ВИСНОВОК

Стрімкий темп розвитку ринку стартап-проектів в Україні, має потребу необхідності визначення порядку правового регулювання діяльності стартапів та питань що до охорони прав об'єктів інтелектуальної власності.

На сьогодні визначення терміну «стартап» в українському законодавстві тому регулювання їх діяльності здійснюється шляхом використання законодавчих актів та законів відповідно до певних напрямів діяльності таких підприємств. Важливим етапом юридичного визнання стартапу є вибір організаційно-правової форми. Беручи до уваги всі особливості їх функціонування, на початковому етапі пропонується використання однієї з таких форм:

- товариство з обмеженою відповідальністю;
- приватне підприємство;
- фізична особа-підприємець.

Для регулювання відносин між учасниками стартап-проектів потрібно укласти засновницький договір, для захисту прав інтелектуальної власності – укладається авторський договір між автором та засновниками стартапу. Реєстрацію прав на об'єкт інтелектуальної власності та патентування, рекомендується здійснювати відповідно до поставлених цілей проекту та із залученням провідних спеціалістів.

Нами було розглянуто поняття бізнес-плану, і ми можемо сказати, що це— активний робочий інструмент управління підприємством, важливий пункт усієї виконавчої та планової діяльності підприємства. Бізнес план дає змогу контролювати, аналізувати й оцінювати успішність діяльності стартап-проекту в процесі його реалізації, а також виявляти відхилення від плану та швидко і своєчасно скоригувати напрямки розвитку бізнесу.

Також, нами було розроблено бізнес план онлайн ательє “Beauty”. Головною відмінністю даного ательє від інших є те, що воно не прив'язане до одного міста, а здатне працювати по всій країні. І те що важливо в наш час, це можливість економити свій час, так як не обов'язково їхати для зняття мірок при пошитті одягу, все це можна зробити за допомогою відео-дзвінка.

Бізнес на пошитті одягу завжди був і буде актуальним. Так, як не всі люди мають правильні пропорції та ідеальні параметри, таким людям доводиться замовляти індивідуальне пошиття одягу в ательє. Ще одна причина це оригінальність і ексклюзивність завжди були і будуть в ціні. І ті, хто користується послугами ательє, мають можливість замовити пошиття такої речі, яка буде у нього в єдиному екземплярі.

Основний вид діяльності підприємства – це ремонт та індивідуальний пошив одягу за ескізами клієнта або за ескізами запропонованими нашими працівниками.

Споживач кінцевого товару - приватна особа. Люди з нестандартними параметрами та ті хто бажає виділитися ексклюзивними предметами гардеробу та ін.

За рік планується об'єм продаж 1386 одиниць (враховано і індивідуальний пошив і ремонт одягу), виручка-483 303 грн.

Стартовий капітал для реалізації проєкту – 135 000грн (35 000 власні кошти, 100 000 кредит в банку).

Форма підприємництва - фізична особа підприємець (ФОП).

Також, нами було досліджено переваги та недоліки запуску стартапу під час економічної кризи.

До переваг запуску стартапу під час економічної кризи, можна віжнести:

- можливість прийняття на роботу найкращих спеціалістів;
- раціональне використання ресурсів;
- через меншу конкуренцію простіше привернути увагу до свого проєкту;
- можливість знайти партнера з вигідними умовами договору;
- можливість сформувати надійний колектив;
- низька плинність кадрів;
- та інше.

До недоліків відносять:

- невпевненість в майбутньому;
- невелика кількість інвесторів на ринку.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Мельничук Г.С. Стартапи як особлива організаційна структура ринку інновацій [Електронний ресурс] / Г.С. Мельничук // Формування ринкових відносин в Україні №2 (189) – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <http://ir.nusta.edu.ua/bitstream/123456789/2338/1/2533>
2. Легенчук С. Ф. Історичні аспекти виникнення і особливості діяльності стартапкомпаній: обліково-економічні аспекти [Електронний ресурс] / С. Ф. Легенчук, Г. В. Пилипчук // Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. – 2016. – Вип. 1 (34).- Режим доступу до ресурсу: <http://eztuir.ztu.edu.ua/handle/123456789/4720;jsessionid=0F66CB8C014FC36D21EBC915A080F569>
3. Ситник Н. І. Концептуальні основи стартапів: їх сутність і класифікація [Електронний ресурс]/ Н. І. Ситник // Бізнесінформ. – 2016. – № 8. –С. 64–68. Режим доступу до ресурсу: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=binf_2016_8_11
4. Зозульов О. В. Маркетинг у забезпеченні стартап-проектів [Електронний ресурс]/ О. В. Зозульов, О. Є. Кофанов // Вісник Запорізького нац. ун-ту: збірн. наук. праць. Економічні науки. – 2016. – Вип. № 4 (32). Режим доступу до ресурсу: <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/37233>
5. Колесник В.І. Управління стартапами в Україні: проблеми та перспективи [Електронний ресурс]/ В.І. Колесник//ЕКОНОМІКА ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ– 2017. – Том 9, Випуск 4/Режим доступу до ресурсу: <https://journals.onaft.edu.ua>
6. 5 Phases of the Startup Lifecycle: Morgan Brown on What it Takes to Grow a Startup. [Електронний ресурс] Режим доступу до ресурсу:<https://medium.com/tradecraft-traction/5-phases-of-the-startup-lifecycle-morgan-brown-on-what-it-takes-to-grow-a-startup-50b4350f9d96>
7. ЗАКОН УКРАЇНИ «Про підприємництво» [Електронний ресурс] Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/698-12#Text>
8. ЗАКОН УКРАЇНИ «Про режим іноземного інвестування» [Електронний ресурс] Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/93/96>

9. ЗАКОН УКРАЇНИ «Про інвестиційну діяльність» [Електронний ресурс] Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1560-12#Text>
10. ЗАКОН УКРАЇНИ «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» [Електронний ресурс] Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3689-12#Text>
11. ЗАКОН УКРАЇНИ «Про інноваційну діяльність» [Електронний ресурс] Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text>
12. Підодвірна Ю. Як оформити стартап: юридична тяганина [Електронний ресурс] / Юлія Підодвірна // STUDWAY. – Режим доступу: <http://studway.com.ua/startup-issue/>.
13. Полякова Н. Советы юриста: Как стартапу защитить свои разработки [Электронный ресурс] / Наталия Полякова // Ведомости, № 4160 от 14.09.2016. – Режим доступа: <http://www.vedomosti.ru/management/blogs/2016/09/14/656845-startapu-zaschitit-razrabotk>
14. Державна реєстрація авторського права і договорів, які стосуються права автора на твір [Електронний ресурс] // Офіційний сайт Державної служби інтелектуальної власності України. – Режим доступу: http://sips.gov.ua/ua/copyright_registration.html.
15. Investopedia [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.investopedia.com/terms/b/business-plan.asp>
16. Business Plan Template for a Startup Business [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.score.org/resource/business-plan-template-startup-business>
17. Write a business plan [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.gov.uk/write-business-plan>
18. Бізнес-план, його сутність і значення для економічного обґрунтування інвестиційного проекту [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://studme.com.ua/130911096857/investirovanie/biznes-plan_ego_suschnost_znachenie_dlya_ekonomicheskogo_obosnovaniya_investitsionnogo_proekta.
19. Офіційний сайт Ательє Му Atelier [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://myatelier.top/ceny-na-poshiv/>
20. Лядов Александр. Стартап vs Кризис/ DOU/ — [Електронний ресурс] — Режим доступа: dou.ua/lenta/articles/startup-vs-crisis/
21. Петрова Анна. Создание стартапов в кризис: почему это так необходимо? / Insider/ — [Електронний ресурс] — Режим доступа: theinsider.ua/rus/business/5594ddc4e9afb

22. Карпов Александр . Можно ли создавать бизнес в кризис.— [Электронный ресурс] — Режим доступа: http://smart-venture.ru/startup_in_crisis.html

23. Светлана Кирпа. БЫТЬ ИЛИ НЕ БЫТЬ: ЭКСПЕРТЫ О ТОМ, СТОИТ ЛИ ЗАПУСКАТЬ КОМПАНИЮ В КРИЗИС/ IGate/ — [Электронный ресурс] — Режим доступа: igate.com.ua/news/6664-byt-ili-ne-byt-ehksperty-o-tom-stoit-li-zapuskat-kompaniyu-v-krizis

24. 10 переконливих доказів того, що криза — найкращий час почати бізнес [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://bakertilly.ua/news/id48429>