

**ИМИДЖ-АГЕНСТВО: РАЗРАБОТКА И АНАЛИЗ
БИЗНЕС-МОДЕЛИ СТАРТАП-ПРОЕКТА****Н. О. Скачеляс***Учреждение образования «Гомельский государственный технический университет им. П. О. Сухого», Республика Беларусь*

Научный руководитель С. Е. Астраханцев

Целью исследования является анализ преимуществ бизнес-моделей перед бизнес-планами, актуальности их применения и удобство в использовании.

Методикой проведения исследования выбрано изучение бизнес-модели на примере имидж-агентства СК.

Сегодня в рамках белорусской экономики созданы все условия для создания, представления и реализации стартап-проектов. Стартап-проект – это временная структура, направленная на поиск и реализацию масштабированной бизнес-идеи. Основные признаки стартап-проектов – это использование новых технологий, новых идей, не использованных ранее, большая скорость развития проекта и чаще всего отсутствие финансирования.

Во время развития стартап-проекта возникает ряд нюансов и проблем. Основная из них – это денежная поддержка. Ввиду того что молодые стартаперы на начальном этапе не имеют репутации и прибыли от своих проектов, они вынуждены искать инвесторов. Другая проблема стартапа – время его развития. Она связана с незнанием теории продвижения стартапов по времени. Сам по себе подобный проект характеризуется не просто развитием, а быстрым развитием, и отводится на этот этап от 6 до 8 месяцев. Далее, если проект не начинает приносить прибыль и окупать себя, его закрывают. Третья проблема связана с тем, что группа людей, объединяясь в стартап-проект, на начальном этапе не обладает достаточным опытом в организации производства (обеспечения) услуг и т. д., что приводит к разногласиям и препятствует развитию стартапа в самостоятельный проект. Как правило, именно на этом этапе стартап-проекты закрываются.

Белорусские стартап-компании – это новые молодые бизнесы, большинство из которых (88,9 %) работает на рынке менее трех лет. Основная часть стартап-компаний (47,1 %) работает менее одного года (рис. 1) [1].

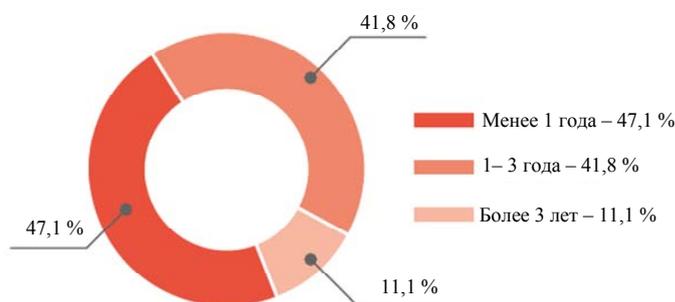


Рис. 1. Данные по белорусским стартап-компаниям

Для правильной организации бизнеса и минимизации издержек составляются бизнес-модели. Бизнес-модель — это новый инструмент проектирования и планирования бизнес-процессов. Они направлены на поиск наиболее эффективных решений в извлечении прибыли. Мощный толчок процесс построения бизнес-моделей полу-

чил с массовым развитием электронной коммерции. Сегодня эти инструменты используются не только в онлайн-сфере, но и в традиционных бизнес-отраслях. Бизнес-модель – это аналитический инструмент, который в схематизированном, визуальном виде дает описание всех процессов в компании и помогает найти точки для получения прибыли.

Любое моделирование начинается с оценки существующей ситуации и формулировки целей. Далее построение бизнес-моделей связано с выбором подходящего шаблона и его грамотным заполнением. Остервальдер – главный идеолог бизнес-моделирования в мире, – говорит, что процесс «дизайна» включает пять основных этапов:

Мобилизация. На этой стадии необходимо провести подготовительные исследования, оценить ресурсы, наметить цели и, главное, собрать необходимую команду.

Понимание. Этот этап связан с погружением в ситуацию, т. е. в это время нужно понять, что происходит на рынке и в каких условиях придется вести бизнес.

Дизайн. Эта стадия связана с порождением идей, чаще всего они появляются в результате «мозгового штурма» команды. На этом этапе необходимо найти несколько жизнеспособных идей для ведения бизнеса и подобрать к ним соответствующие шаблоны бизнес-моделей.

Применение. Эта стадия связана с тестированием выработанной модели к реальным условиям рынка и ее корректировка под существующие обстоятельства.

Управление. Это этап использования модели с периодической оценкой ее эффективности и внесением корректив в ее функционирование.

Для создания бизнес-моделей используется множество различных онлайн и оффлайн схем и методик. Мы рекомендуем онлайн-приложение LEANSTACK. Leanstack – инструмент для разработки бизнес-моделей. Отличительные черты этого приложения – удобство и простота использования, возможность удаленной работы в команде, практичность, а также оно бесплатно и позволяет наглядно анализировать бизнес с разных сторон.

PROBLEM	SOLUTION	UNIQUE VALUE PROPOSITION	UNFAIR ADVANTAGE	CUSTOMER SEGMENTS
Проблемы нашего клиента: – нужно вывести новый продукт на рынок; – нужно повысить узнаваемость компании, создать определенный имидж; – нужно помочь новым сотрудникам быстрее адаптироваться в рабочем процессе; – нужно разгрузить техподдержку компании	1. Создание стильного, короткого рекламного ролика, который обеспечит узнаваемость товара/услуги 2. Создание имиджевого видеоролика с использованием сивмовили, логотипов, названий компании и т. д., который отразит все ценности, приоритеты и позицию компании. Повышение узнаваемости и закрепление имиджа на рынке, что способствует увеличению количества лидов и новых клиентов	Мы готовы решить все ваши проблемы, используя видеоролик. Приступим?	Свежий взгляд Оригинальность Узкая специализация: – мы делаем исключительно рекламные и имиджевые видеоролики и поэтому являемся лучшими в этом сегменте Выдержанный стиль Пунктуальность в работе	Стартап-проекты Индивидуальные предприниматели Субъекты малого бизнеса

Бизнес-модель – это лучшее решение для организации и планирования деятельности стартапа, чем традиционный бизнес-план. Блоки бизнес-модели – это гипотезы основателей стартапа, которые в процессе разработки тестируются и дорабатываются.

Благодаря бизнес-моделям множество стартапов имеют возможность в короткие сроки построить максимально сбалансированную и стабильную систему работы всей организации в целом. Бизнес-модели позволяют осмотреть проект со всех сторон, выявить его сильные и слабые стороны, узкие места, что способствует минимизации издержек, возникающих при тестировании стартапов. Это очень важно, потому что чаще всего стартап-команда ограничена в ресурсах.

Бизнес-модель – верное решение в становлении любого бизнеса!

Л и т е р а т у р а

1. Демографический ежегодник Республики Беларусь, 2017 : стат. сб. – Минск, 2017. – Режим доступа: http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/publications/izdania/public_compilation/index_8031/. – Дата доступа: 03.03.18.