

Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

УДК 334.722.24:330.341.1

Майорова Тетяна Володимирівна

доктор економічних наук, професор,

професор кафедри корпоративних фінансів і контролінгу

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Mayorova Tetiana

Doctor of Economic Sciences, Professor,

Professor of the Department of Corporate Finance and Controlling

Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

ORCID: 0000-0001-9153-8460

Тимошенко Ірина Павлівна

кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри корпоративних фінансів і контролінгу

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Tymoshenko Iryna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,

Associate Professor of the Department of Corporate Finance and

Controlling Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

ORCID: 0000-0001-7885-3685

КОНЦЕПТУАЛЬНА МОДЕЛЬ ЛАНЦЮГОВОЇ ІДЕАЦІЇ СТАРТАПУ CONCEPTUAL MODEL OF CHAIN IDEATION OF STARTUP

Анотація. Вступ. В умовах швидких технологічних змін і зростаючої конкуренції на глобальних ринках питання ефективного формування стартап-ідей набуває особливої актуальності. Більшість інноваційних проєктів зіштовхується з труднощами ще на початкових етапах, коли ідея залишається фрагментарною та неперевіреною. Попри наявність

сучасних підходів, таких як *design thinking*, *lean startup* чи *effectuation*, у науковій та практичній площині досі бракує системних моделей, здатних відобразити логіку та послідовність процесу ідеації у зрозумілій і відтворюваній формі. Це створює потребу у розробці нових концептуальних рішень, які поєднували б теоретичну глибину та прикладну цінність для підприємців, інвесторів і освітніх інституцій.

Мета. Метою дослідження є поглиблення теоретико-методичних засад ідеації стартапу в частині визначення її змісту та побудови її концептуальної ланцюгової моделі з використанням інструментарію IDEF3, в результаті чого буде представлено її етапи.

Матеріали і методи. Дослідження ґрунтується на працях провідних вітчизняних і зарубіжних науковців, що описували етапи розробки стартап-проєктів, а також на практичному досвіді, здобутому під час роботи в межах ініціативи «Підприємницький університет», курсу «Інноваційне підприємництво та управління стартап-проєктами» (YEP, 2021-2022).

Для опрацювання матеріалів застосовано загальнонаукові методи - спостереження, аналіз, синтез, узагальнення, а також метод класифікації для групування підходів до валідації проблеми та ідеї стартапу. Специфічним інструментом виступила методологія IDEF3, яка використовується для моделювання бізнес-процесів і дозволяє візуалізувати логіку ланцюгової ідеації стартапу - від пошуку болю споживача і виявлення проблеми до тестування концепту. Її перевага полягає у здатності робити процес прозорим, структурованим і придатним до практичного відтворення та оптимізації.

Результати. У статті визначено атрибути ланцюгової ідеації стартапу, що дало змогу описати її як систематичний, творчий і ітеративний процес виникнення та розвитку ідеї стартапу, що розглядає ідеацію як послідовний ланцюг взаємопов'язаних етапів: від пошуку болю

споживача до ідентифікації проблеми та потреб користувачів, генерації множини ідей, їх комбінації та уточнення, відбору найбільш перспективних рішень і, насамкінець, трансформації у бізнес-ідею, готову до подальшого тестування й комерціалізації.

Побудовано концептуальну модель ланцюгової ідеації стартапу у вигляді діаграми IDEF3, що дало змогу виконати низку наукових завдань. Так, обґрунтовано, до ідеація стартапу розпочинається з пошуку болю споживача, на основі якого тоді буде сформульовано проблему, причому болі поділено на дві категорії - латентна пристрасть споживача та споживчий дистрес. Виявлено, що етапи валідації проблеми та ідеї стартапу є критичними, адже за результатами їх проходження перша чи друга можуть бути відхилені, що поверне команду стартап-проєкту на попередні етапи. У зв'язку з важливістю цих етапів додатково виокремлено та згруповано методи валідації проблеми та ідеї стартапу.

Зазначено, що успішний процес ідеації завершується остаточним формулюванням ідеї стартапу, яка втілює конкретне рішення проблеми споживача, після чого команда стартапу може перейти на наступний рівень - *Customer Development*, розробку бізнес-моделі та мінімально-життєздатного проудкту. Також вказано, що запропонована концептуальна модель ланцюгової ідеації стартапу на основі IDEF3 дозволяє системно відобразити процес розвитку підприємницької ідеї та може слугувати інструментом для структуризації ідеації, виявлення критичних точок та використання в освітніх і бізнес-інкубаційних практиках.

Перспективи. У ході подальших напрацювань модель потребуватиме уточнення (зокрема щодо етапів генерації й відбору ідей), а перспективи досліджень охоплюють її порівняння з іншими підходами, аналіз впливу зовнішніх чинників та розробку метрик оцінки результативності.

Ключові слова: стартап, методологія IDEF3, ланцюгова ідеяція стартапу, біль споживача, проблема, ідея.

Summary. *Introduction.* In the context of rapid technological change and growing competition in global markets, the issue of effective startup idea generation is becoming increasingly relevant. Most innovative projects face difficulties at the earliest stages, when the idea remains fragmented and unvalidated. Despite the existence of modern approaches such as design thinking, lean startup, or effectuation, both research and practice still lack systemic models capable of capturing the logic and sequence of the ideation process in a clear and reproducible way. This creates the need for new conceptual solutions that combine theoretical depth with practical value for entrepreneurs, investors, and educational institutions.

Purpose. The aim of the study is to deepen the theoretical and methodological foundations of startup ideation by defining its content and constructing a conceptual chain model using the IDEF3 methodology, which will present its key stages.

Materials and methods. The research is based on the works of leading domestic and foreign scholars who have described the stages of startup project development, as well as on practical experience gained within the "Entrepreneurial University" initiative and the course "Innovative Entrepreneurship and Startup Project Management" (YEP, 2021–2022). To analyze the materials, general scientific methods such as observation, analysis, synthesis, and generalization were applied, along with the classification method for grouping approaches to problem and idea validation in startups. A specific tool employed was the IDEF3 methodology, which is used for business process modeling and enables the visualization of the logic of chain startup ideation - from identifying consumer pain points and defining the problem to concept

testing. Its advantage lies in the ability to make the process transparent, structured, and suitable for practical reproduction and optimization.

Results. The article identifies the attributes of chain ideation of startup, which makes it possible to describe it as a systematic, creative, and iterative process of generating and developing a startup idea. Ideation is considered as a sequential chain of interconnected stages: from identifying consumer pain points to defining user problems and needs, generating multiple ideas, combining and refining them, selecting the most promising solutions, and finally transforming them into a business idea ready for further testing and commercialization. A conceptual model of chain ideation of startup was constructed in the form of an IDEF3 diagram, which enabled the solution of several scientific tasks. It was substantiated that startup ideation begins with identifying consumer pain, which then serves as the basis for problem formulation. Consumer pain was classified into two categories - latent consumer passion and consumer distress. It was revealed that the stages of problem and idea validation are critical, as the outcome may lead to rejecting either and returning the startup team to earlier stages. Due to their importance, methods of problem and idea validation were additionally identified and grouped. The study emphasizes that a successful ideation process culminates in the final formulation of a startup idea that provides a specific solution to the consumer's problem, after which the team can proceed to the next level - Customer Development, business model design, and MVP development. The proposed conceptual model of chain startup ideation based on IDEF3 enables a systematic representation of entrepreneurial idea development and can serve as a tool for structuring ideation, identifying critical points, and applying it in educational and business incubation practices.

Discussion. The model requires further refinement (particularly regarding the stages of idea generation and selection). Promising research directions include its comparison with other approaches, analysis of external factors

influencing ideation outcomes, and the development of metrics for evaluating its effectiveness.

Key words: *startup, IDEF3 methodology, chain ideation of startup, consumer pain, problem, idea.*

Постановка проблеми. Сучасна стартап-екосистема характеризується високим рівнем динамічності та невизначеності, що зумовлює постійну потребу у нових підходах до формування бізнес-ідей. Незважаючи на наявність численних методик (Design Thinking, Lean Startup, Effectuation), процес ідеації часто залишається фрагментарним, інтуїтивним і недостатньо структурованим. Це призводить до того, що значна частина підприємницьких задумів не проходить етапу первинної валідації або не доходить до стадії комерційної реалізації.

У науковій літературі досі не сформовано єдиного уніфікованого підходу до опису та аналізу процесу ідеації. Більшість досліджень зосереджені на окремих його складових – генерації ідей, пошуку ринкових можливостей чи перевірці гіпотез. Проте відсутня комплексна модель, яка б дозволяла відтворювати послідовність кроків від ідентифікації проблеми до тестування життєздатності ідеї та її перетворення на бізнес-концепт. Це ускладнює як практичне застосування результатів досліджень, так і їх використання в освітніх програмах.

Особливої актуальності набуває розробка візуалізованих концептуальних моделей, які могли б поєднати теоретичні напрацювання та практичні інструменти підприємництва. Застосування методології IDEF3 для побудови моделі ланцюгової ідеації стартапу дає змогу відобразити логіку та взаємозв'язки між етапами, а також забезпечити можливість стандартизації та адаптації процесу до різних контекстів. Таким чином, існує наукова й практична потреба в систематизації процесу ідеації

стартапу у вигляді концептуальної моделі, здатної підвищити якість підприємницьких рішень та результативність інноваційної діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Огляд наукових публікацій останніх років засвідчив високий інтерес до теми стартапів та їх етапізації. Найбільше нас цікавили ті праці, у яких було приділено достатньо уваги саме питанню зародженню ідеї стартап-проєкту.

Так, Д. Дімов у своїй статті хоч і пише не про стартапи, однак наголошує, що ідеї не є «готовими», а поступово розвиваються через навчання, уточнення та перевірки [1, с. 562]. Ми знаходимо його зауваження слушним, оскільки воно містить вказівку на процесний характер формулювання бізнес-ідей.

На думку П. Фогеля ідея стартапу є попереднім та переважно неповним ментальним уявленням про майбутнє підприємство. Вона може виникати під впливом різних тригерів - від наявних ресурсів і технологій чи потреб ринку до особистого бажання розпочати власну справу. Формування ідеї відбувається як у результаті цілеспрямованого пошуку, так і випадкових відкриттів чи запозичення від інших. Автор підкреслює, що процес від ідеї до можливості не лінійний, оскільки сама вона часто розвивається через цикл: генерація – уточнення – перевірка – можливе повернення назад, щоб її доопрацювати [2]. Цю нелінійність важливо врахувати під час побудови моделі процесу формулювання ідеї стартапу, причому ми наголошуємо, що вона при цьому не суперечить нашій концепції ланцюгової ідеації.

Дж. Комбс, М. Грубер та Ш. Захра описали різні підходи до пояснення того, як і коли формується ідея стартапу. Так, у межах Lean Startup вона розглядається як попередня гіпотеза про продукт, клієнтів чи бізнес-модель, що уточнюється через низькозатратні експерименти та мінімально-життєздатний продукт (MVP). У концепції Effectuation ідея виникає на основі вже наявних у підприємця ресурсів, знань і соціальних зв'язків, а її

розвиток відбувається завдяки взаємодії зі стейкхолдерами. Згідно з Creation Theory підприємницька ідея народжується у процесі «розмовних експериментів», коли обмін думками та пропозиціями резонує з групою людей, здатних підтримати цю ідею ресурсами. У рамках Theory-based View формування ідеї пов'язується з висуванням контрарних припущень і пошуком рішень, що дозволяють перевірити життєздатність теоретичного ядра задуму [3]. Таким чином, автори дійшли висновку, що момент і спосіб виникнення ідеї стартапу залежить від обраної підприємцем логіки дій та контексту взаємодії з ринком і середовищем. Проте у них відсутнє чітке формулювання тези про те, що виокремленню ідеї стартапу має передувати виявлення проблеми клієнта, яку вона в разі успішного втілення має вирішити.

Аналіз же доробку вітчизняних науковців показав, то вони приділили мало уваги питанню процесу появи і формулювання ідеї стартапу, зосередивши більше уваги на дорожній карті його реалізації загалом. Серед тих, хто все ж висвітив певним чином це питання, варто згадати О. Левчук та Д. Опрю, які писали про методику Customer Development. У ній вони, зокрема, виокремили такі етапи, як вивчення потреб та бажань клієнтів, розроблення та тестування проміжних гіпотез щодо того, як можна їх ефективніше задовольнити [4, с. 163]. І хоча Customer Development варто розглядати не як окремий етап ідеації стартапу, а як набір інструментів і практик для перевірки проблеми, ціннісної пропозиції та бізнес-гіпотез, він може бути ефективно використаний як методологія валідації ідеї.

Вартує згадки праця М. Хаустова, який докладно описує життєвий цикл стартап-проєкту, де в рамках початкової стадії другим етапом вказує генерацію бізнес-ідеї. І хоча автор не деталізує, як саме вона відбувається, він зазначає, що генерація передбачає пошук ідеї, її розробку та тестування, а її результатом має стати визначена нова й унікальна бізнес-ідея, що була успішно протестована [5, с. 129].

Майже не розкривають питання, що передує генерації ідеї, О. Гавриш, К. Бояринова та К. Копішинська, зосередивши увагу більше на методах відбору ідей нових продуктів [6, с. 41-45]. Частково цей нелодік було виправлено Т. Сак у ході опису змісту методу дизайн-мислення, застосування якого вимагає проходження таких етапів: емпатія, визначення проблеми, генерація ідей, прототипування, тестування. Для нас головною є теза авторки про те, що проблема виступає джерелом ідей для стартапів, мета якого – знайти «біль» людей, який потенційно можна мінімізувати [7, с. 16-17]. Таким чином, для нас важливим є усвідомлення того, що ідея стартапу обов'язково має включати пошук болю споживача та формулювання проблеми, яку необхідно вирішити.

Підсумовуючи аналіз досліджень і публікацій із заданої тематики, ми виявили, що автори приділяють мало уваги процесу ідеації стартапу як окремому етапу його реалізації, розглядаючи його лише як складову початкової або посівної стадії стартап-проєкту. Також мало висвітлено є проблема послідовної залежності формулювання ідеї стартапу від виявлення болю клієнта та формулювання на цій основі конкретної проблеми, яка і буде вирішена за допомогою такої ідеї, втіленої в продукт або послугі.

Метою статті є поглиблення теоретико-методичних засад ідеації стартапу в частині визначення її змісту та побудови її концептуальної ланцюгової моделі з використанням інструментарію IDEF3, в результаті чого буде представлено її етапи.

Матеріали і методи. Робота написана на матеріалах публікацій авторитетних зарубіжних та вітчизняних науковців, присвячених тематиці ініціації стартап-проєктів. До уваги взято досвід, отриманий під час підвищення кваліфікації в межах ініціативи «Підприємницький університет», курсу «Інноваційне підприємництво та управління стартап-проєктами» від YEP (вересень-грудень 2021, 2022 рр.).

Під час опрацювання матеріалів та представлення основних результатів статті було використано такі загальнонаукові методи, як спостереження, аналіз, синтез, узагальнення. Окремо доцільно виділити метод класифікації, що був застосований для групування методів валідації проблеми та ідеї стартапу.

Специфічним інструментом дослідження виступила DEF3 (Integrated DEFinition for Process Description Capture Method) - методологія моделювання процесів (FIPS 183), яка реалізована у вигляді графічної нотації. Вона була вперше описана і представлена Р. Майєром, К. Менцель, М. Пейнтером, П. деВітте, Т. Блінном та Б. Перакатом у 1995 р. [8]. Синтаксис і приклад застосування IDEF3 можна знайти у багатьох україномовних джерелах, а от у посібнику С. Лелюк [9, с. 22-24], тому ми не будемо докладно зупинятись на описі методології. Лише зазначимо, що вітчизняні науковці виявляють до неї певний інтерес, використовуючи у своїх напрацюваннях. Як приклад - побудова бізнес-моделі процесу організації проєктного фінансування за методологією IDEF3, запропонована Я. Шевчуком [10, с. 8].

IDEF3 призначена для фіксації та опису послідовності подій і сценаріїв, що відображають логіку функціонування системи чи процесу. На відміну від інших методів сімейства IDEF, що орієнтовані переважно на структурний аналіз (IDEF0) або управління даними (IDEF1X), IDEF3 фокусується саме на динамічних аспектах діяльності. Його головною метою є представлення процесів у вигляді наочних діаграм, які демонструють причинно-наслідкові зв'язки між подіями та дозволяють формалізувати сценарії поведінки системи.

У контексті бізнес-процесів IDEF3 застосовується для моделювання та аналізу логіки роботи організацій, взаємодії учасників і ключових етапів діяльності. Використання діаграм IDEF3 дає можливість:

- відобразити послідовність операцій та рішень у вигляді структурованого ланцюга;
- ідентифікувати критичні точки процесу, де можуть виникати ризики чи невизначеність;
- уніфікувати комунікацію між учасниками проєкту завдяки використанню спільної графічної мови;
- підтримати подальший аналіз та оптимізацію процесів, зокрема шляхом інтеграції з методами бізнес-інжинірингу та управління інноваціями.

Методологія IDEF3 є ефективним інструментом для опису процесів формування стартап-ідей, оскільки дозволяє візуалізувати ланцюгову логіку ідеації від виникнення болю і проблеми до тестування концепту, роблячи процес прозорим, структурованим і придатним для відтворення в практичному середовищі.

Виклад основного матеріалу. Насамперед, розпочнемо з визначення змісту ідеації стартапу. Цей термін є відносно новим і практично не вживається в науковій літературі. Його загадку ми віднайшли у публікації І. Волощук, Н. Глінки та Л. Сац, які вживають його в контексті лінгвістичного аналізу пітчингу стартапу і зазначають, що стратегічною комунікативною метою ідеації є впровадження певної інноваційної ідеї у соціальну практику через вплив на інвесторів [11, с. 7]. Проте таке застосування цього терміну зовсім не відображає того змісту, який вкладаємо у нього ми.

Найбільш наближеним до нашого розуміння ідеації є підхід К. Бібі, який вказує, що це не просто мозковий штурм, а систематичне генерування, розвиток та керування новими ідеями, в рамках якого сіється зерно інновацій, пропонуючи рішення, удосконалюючи існуючі продукти або відкриваючи нові ринкові шляхи [12].

Отже, у широкому сенсі ідеяція – це процес генерації, розвитку та уточнення ідей. Він є складовою ранньої стадії створення нового продукту, стартапу чи проєкту, коли виникають перші зародки ідей (часто у вигляді задумів чи інсайтів), які в подальшому осмислюються, комбінуються та розвиваються через дискусії, мозкові штурми, аналіз потреб ринку. Наприкінці з-поміж множини варіантів відбираються найперспективніші, які далі тестуються і перетворюються на концепції або прототипи.

В рамках роботи над стартапом ми пропонуємо уточнене поняття, а саме - ланцюгову ідеяцію стартапу, що акцентує увагу на тому, що це не є разовим актом когнітивного прориву. Його природа характеризується структурованістю, де кожен етап зумовлює наступний. Ми виокремили наступні атрибути ланцюгової ідеяції стартапу (рис. 1):

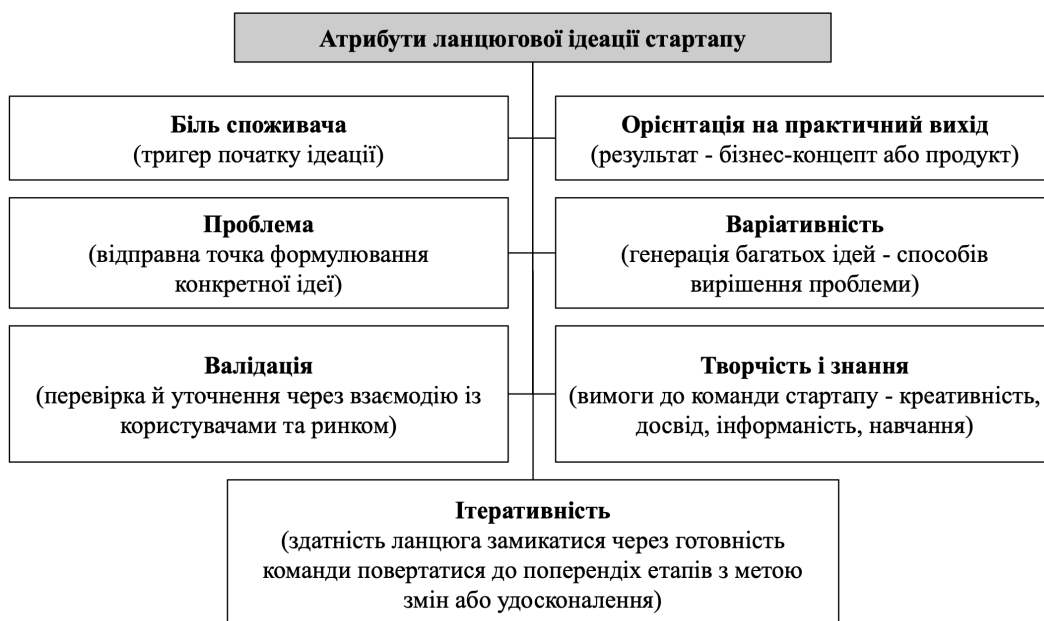


Рис. 1. Атрибути ланцюгової ідеяції стартапу

Джерело: розроблено авторами

Як видно з рисунку, для ланцюгової ідеяції стартапу важливим є усвідомлення болю клієнта, що активує власне сам її процес, який складається з низки послідовних етапів з можливістю повернення на попередній для доопрацювання. При чому на виході ми маємо отримати

чітко сформульовану ідею, представлену уже у вигляді концепції бізнесу, продукту чи його прототипу.

Таке розуміння специфіки ідеанції стартапу дає нам змогу розглядати його як бізнес-процес і відобразити його як діаграму IDEF3.

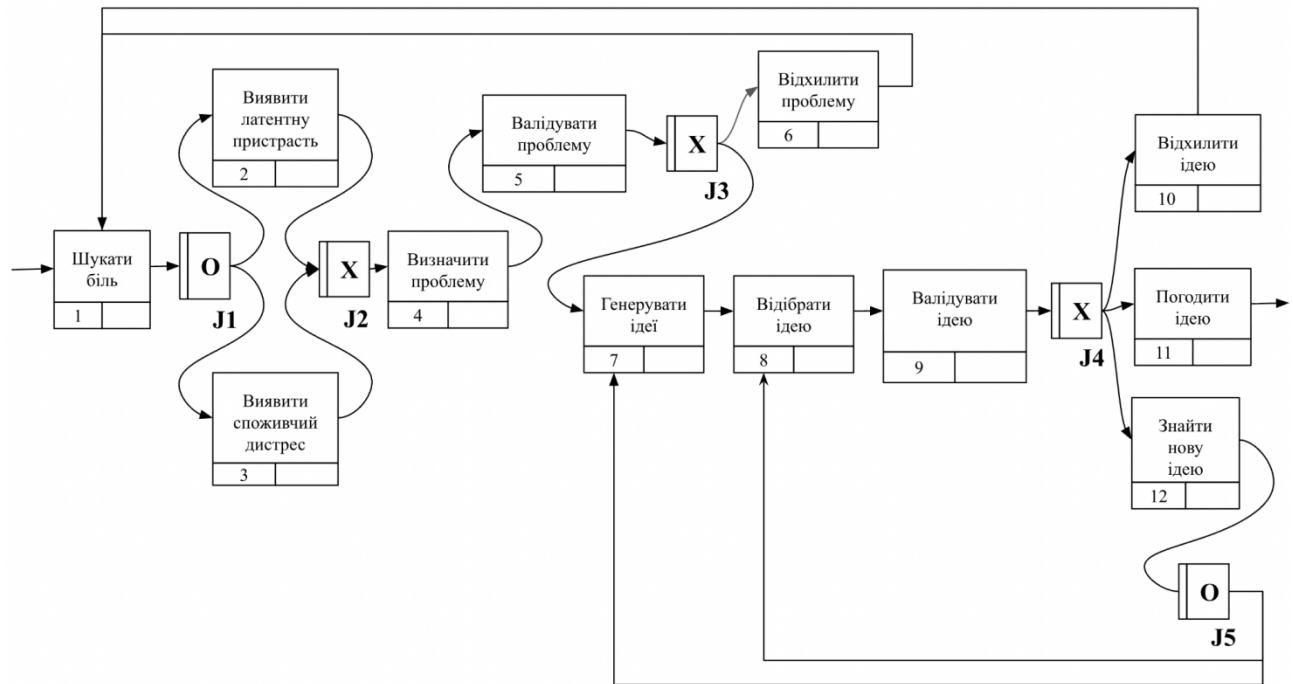


Рис. 2. Модель ланцюгової ідеації стартапу у вигляді діаграми IDEF3

Джерело: розроблено авторами

Далі ми прокоментуємо побудовану модель та детальніше опишемо кожен етап ідеації у стартапі.

Вхідна стрілка до першої дії (етапу) вказує на те, що вона була ініційована зовні, а саме - рішенням засновника та / або команди стартапу про його реалізацію.

Дія (етап) 1 передбачає ініціацію активного пошуку болю споживача, що здійснюється за допомогою інтерв'ю, опитування, спостереження. Це приводить команду стартапу до першого перехрестя (J1), за яким слідує можлива ідентифікація більш двох типів. На розкритті їх змісту ми хочемо зупинитися детальніше, оскільки це є нашим нововведенням.

Латентна пристрасть споживача (дія 2) описує сильне захоплення, яке ще не реалізоване у вигляді конкретного продукту. Водночас споживчий дистрес (дія 3) є проявом дискомфорту потенційного користувача, що виникає внаслідок незадоволеної потреби через відсутність відповідного товару чи послуги. Перехрестя J1 типу «АБО», яке веде до них (дії 2 і 3) демонструє, що у ході пошуків команда стартапу може розглядати обидва ці варіанти з метою подальшої розробки. Однак зрештою вони мають обрати якийсь один біль, про що говорить тип перехрестя J2 - «Ексклюзивне АБО».

Чітка й однозначна детермінація болю споживача дозволяє зрештою сформулювати проблему (дія / етап 4), над вирішенням якої надалі працюватиме команда стартапу.

Дія 5, покликана валідувати проблему, є критичним етапом ідеації, бо якщо вона обрана хибно, то ідеї / рішення не матимуть попиту серед споживачів. Валідація проблеми, як правило, відбувається за допомогою комбінації методів, які ми згрупували таким чином (див. табл. 1):

Таблиця 1

Цільові групи методів валідації проблеми стартапу

Цільова група	Методи	Призначення
1. Перевірка існування та масштабу	- аналіз пошукових запитів (Google Trends, SEO) - скарги на форумах та у соцмережах - відгуки споживачів на продукти / сервіси - галузеві дослідження та статистика	Підтвердити, що проблема є масовою і реально турбує значну кількість людей
2. Кількісне підтвердження	- опитування / анкетування - картування пріоритетів проблем (ранжування) - оцінка готовності платити за гіпотетичне рішення	Виміряти поширеність проблеми, її гостроту та важливість у житті споживачів

3. Аналітичне уточнення	- Job-to-be-Done (формулювання завдання, яке «наймає» користувач) - root cause analysis («5 Чому», діаграма Ішікави) - аналіз розриву між проблемою та рішенням	Перевірити, чи проблема не поверхнева, а справді критична, і виявити, де існує «розрив» між потребою та поточними рішеннями
-------------------------	---	---

Джерело: розроблено авторами

За результатами завершення цього етапу ми потрапляємо на перехрестя J3 («Ексклюзивне АБО»), де:

- дія (етап) 6 - проблему буде відхилено на предмет подальшої розробки (в такому разі команда стартапу буде змушена повернутися до пошуку більш потенційних споживачів);

або

- дія (етап) 7 - проблему буде визнано як перспективну, команда стартапу візьме її в розробку і перейде до генерації ідей для проєкту.

На цьому етапі головним завданням є пропозиція максимальної кількості можливих рішень проблеми. Для цього можна використати цілу низку методів та їх комбінацію, як от Brainstorming, SCAMPER, Mind Mapping, аналіз аналогій тощо. Докладно їх описали О. Гавриш, К. Бояринова, К. Копішинська [6, с. 40-52]. Тоді ж відбувається обговорення ідей в команді, застосування різних підходів, активна робота з фільтрами, як от цільова аудиторія, доступність технологій, відповідність трендам, а також комбінація та уточнення ідей.

Надалі команда стартапу розпочинає дію (етап) 8, де здійснюється оцінка та відбір ідей з відсіюванням слабких варіантів. Це відбувається за низкою критеріїв, як от потенційна цінність для користувача, масштабованість, конкурентна перевага, ресурси тощо, та з використанням таких методів, як Idea Scoring або простих матриць. Результатом етапу має стати одна ідея, яка в подальшому піддається валідації (дія / етап 9). Методи, які при цьому використовуються, ми узагальнили в табл. 2:

Таблиця 1

Цільові групи методів валідації ідеї стартапу

Цільова група	Методи	Призначення
1. Первинне тестування інтересу	- інтерв'ю з користувачами на тему конкретної ідеї - фокус-групи для обговорення концепції - оцінка реакцій на опис/скетч ідеї	Перевірити, чи ідея «резонує» з аудиторією та чи бачать користувачі в ній цінність
2. Тестування попиту	- онлайн-опитування з описом ідеї - A/B-тести різних формулювань цінності - Landing Page з Call-to-Action («zareestruysya», «pidpishysya na onovlennya»)	Зібрати кількісні дані про рівень інтересу та конверсії
3. Імітація рішення	- фейкова кнопка «Buy Now» чи «Get Started» (без продукту) - відео-концепт - Concierge-тест (надання послуги вручну) - Wizard of Oz (користувач думає, що це автоматизовано, але працює команда)	Перевірити, чи люди готові зробити дію, яка підтверджує інтерес до ідеї
4. Перевірка готовності платити	- попередні замовлення (Pre-Orders) - Crowdfunding-кампанія - пропозиція «цінових пакетів» на лендингу - тестова реклама з СТА «купити»	Довести, що ідея не просто цікава, а потенційні споживачі готові віддати гроші
5. Аналітичне уточнення	- SWOT для ідеї - аналіз конкурентів (Benchmarking) - Unit-економіка (базові фінансові розрахунки) - PESTEL-аналіз середовища	Перевірити життєздатність ідеї з точки зору ринку, конкуренції та економіки

Джерело: розроблено авторами

Можемо бачити, що для валідації проблеми та ідеї нерідко застосовують схожі методи, однак ціль цих перевірок різна. Валідація проблеми спрямована на підтвердження того, що потреба є реальною, масовою та достатньо гострою для пошуку рішення. Валідація ідеї ж перевіряє, чи конкретне запропоноване рішення викликає інтерес у

користувачів, чи готові вони діяти та платити, а також наскільки воно життєздатне в ринковому середовищі.

За результатом цього етапу ми переходимо на перехрестя J4 («Ексклюзивне АБО»), де команда опиняється перед альтернативним вибором:

- дія (етап) 10 - повністю відхилити ідею стартапу як нежиттєздатну. Така ситуація може виникнути, якщо на етапі валідації проблеми було допущено помилку, тоді команда приймає рішення повернутися до пошуків нового болю споживача і запустити ланцюг дій заново;

або

- дія (етап) 11 - знайти нову ідею для вирішення тієї ж самої проблеми, при цьому команда стартапу може одночасно розглядати (перехрестя J5 типу «АЛЕ») як варіант вибору серед раніше відсіяних ідей, так і повернутися до опції генерації нових;

або

- дія (етап) 12 - погодити ідею в разі її успішної валідації і взяти в розробку як базову для стартап-проєкту.

Таким чином, на виході ланцюгової ідеації стартапу ми отримуємо чітко сформовану бізнес-ідею, яка є втіленням рішення конкретної проблеми споживача і яка готова до подальшого циклу перевірок (як от MVP).

Висновки і перспективи подальших досліджень. Таким чином, в результаті поглиблення теоретико-методичних засад пошуку і розробки ідей для стартап-проєктів було запропоновано застосування нового терміну - ланцюгової ідеації стартапу. Її варто розглядати як систематичний, творчий і ітеративний процес виникнення та розвитку ідеї стартапу, яка розглядає ідеацію як послідовний ланцюг взаємопов'язаних етапів: від пошуку болю споживача до ідентифікації проблеми та потреб користувачів, генерації множини ідей, їх комбінації та уточнення, відбору найбільш

перспективних рішень і, насамкінець, трансформації у бізнес-ідею, готову до подальшого тестування й комерціалізації.

Запропонована концептуальна модель ланцюгової ідеації стартапу, побудована за допомогою методології IDEF3, дозволяє системно представити процес формування та розвитку підприємницької ідеї як послідовність логічно взаємопов'язаних етапів. Її практична цінність полягає в тому, що вона може бути використана як інструмент:

- структуризації творчого процесу ідеації;
- ідентифікації критичних точок, де потрібна валідація чи додаткове тестування;
- навчання та підготовки майбутніх підприємців, а також як методичний орієнтир у бізнес-інкубаторах і стартап-школах.

Модель сприяє підвищенню прозорості й відтворюваності процесу зародження стартап-ідей, що особливо важливо в умовах високої невизначеності інноваційного середовища. При цьому ми хочемо наголосити, що вона може бути удосконалена та уточнена, зокрема, в частині деталізації етапів генерації та відбору ідей для стартапу.

Перспективними напрямками подальших досліджень є порівняльний аналіз ефективності ланцюгової ідеації з іншими підходами до генерації стартап-ідей (Design Thinking, Effectuation, Lean Startup), а також дослідження впливу зовнішніх чинників (економічних, соціокультурних, технологічних) на якість та результативність кожного етапу процесу. Окремої уваги потребує розробка метрик для кількісної оцінки успішності ідеації, що дозволить не лише якісно описувати, а й вимірювати результативність застосування моделі в освітньому та практичному середовищі стартапів.

Література

1. Dimov D. From opportunity insight to opportunity intention: the importance of person–situation learning match. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2007. Vol. 31, Issue 4. P. 561-583. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2007.00188.x>
2. Vogel P. From venture idea to venture opportunity. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2017. Vol. 41, Issue 6. P. 943-971. DOI: <https://doi.org/10.1111/etap.12234>
3. Combs J. G., Gruber M., Zahra S. A. Four Approaches to new venture creation: taking stock and moving forward. *Journal of Management*. 2024. Vol. 50, Issue 8. P. 3105-3119. DOI: <https://doi.org/10.1177/01492063241264226>
4. Левчук О. М., Опря Д. І. Стартап як форма підприємницької діяльності: методика просування Customer Development. *Обрії друкарства*. 2023. № 1 (31). С. 158-170. DOI: [https://doi.org/10.20535/2522-1078.2023.1\(13\).287531](https://doi.org/10.20535/2522-1078.2023.1(13).287531)
5. Хаустов М. Стартапи: створення та масштабування : монографія. Харків : ФОП Лібуркіна Л. М., 2023. 224 с.
6. Розробка стартап-проектів: Конспект лекцій : навч. посіб. для студ. спеціальностей 151 - «Автоматизація та комп'ютерно-інтегровані технології» та 152 - «Метрологія та інформаційно-вимірювальна техніка» / О. А. Гавриш, К. О. Бояринова, К. О. Копішинська; КПП ім. Ігоря Сікорського. Київ : КПП ім. Ігоря Сікорського, 2019. 188 с.
7. Сак Т. В. Тренінг-курс «Start-up»: курс лекцій. Луцьк: ВНУ імені Лесі Українки, 2022. 43 с.
8. Mayer R. J. et al. IDEF3 Process Description Capture Method Report. Interim Technical Report AL-TR-1995-XXXX. College Station, Texas: Knowledge Based Systems, Inc., 1995. 234 p. URL: <https://www.staratel.com/iso/IDEF/IDEF3/Idef3.pdf> (дата звернення: 23.09.2025).

9. Моделювання бізнес-процесів у фінансовій сфері : методичні рекомендації до практичних завдань для студентів спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа та страхування» освітньої програми «ІТ-фінанси» першого (бакалаврського) рівня / уклад. С. В. Лелюк. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2023. 40 с.

10. Шевчук Я. В. Розвиток проєктного фінансування в Україні в умовах євроінтеграції : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.08. Київ, 2020. 21 с.

11. Voloshchuk I., Glinka N., Sats L. The linguistic status of ideation in startup discourse. *Advanced Linguistics*. 2023. Vol. 12. P. 6-12. DOI: <https://doi.org/10.20535/2617-5339.2023.12.289222>

12. Bibey K. What Is Startup Ideation? Definition, Process and Tips. *Benzinga*. 15 вересня 2023. URL: <https://www.benzinga.com/money/what-is-startup-ideation-definition-process-and-tips> (дата звернення: 23.09.2025).

References

1. Dimov, D. (2007). From Opportunity insight to opportunity intention: the importance of person-situation learning match. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(4), pp. 561–583. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2007.00188.x>.

2. Vogel, P. (2017). From venture idea to venture opportunity. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(6), pp. 943–971. DOI: <https://doi.org/10.1111/etap.12234>.

3. Combs, J.G., Gruber, M. and Zahra, S.A. (2024). Four approaches to new venture creation: taking stock and moving forward. *Journal of Management*, 50(8). DOI: <https://doi.org/10.1177/01492063241264226>.

4. Levchuk, O.M. and Opria, D.I. (2023). Startup як форма підприємницької діяльності: методика просування Customer Development. [Startup as a form of entrepreneurial activity: promotion method of Customer

Development]. *Obrii drukarstva*, 1(31), pp. 158–170. DOI: [https://doi.org/10.20535/2522-1078.2023.1\(13\).287531](https://doi.org/10.20535/2522-1078.2023.1(13).287531) [in Ukrainian].

5. Khaustov, M. (2023). *Startapy: stvorennia ta masshtabuvannia: monohrafiia*. [Startups: creation and scaling: monograph]. Kharkiv: FOP Liburkina L. M. [in Ukrainian].

6. Havrysh, O.A., Boiarynova, K.O. and Kopishynska, K.O. (2019). *Rozrobka startup-proektiv: Konspekt leksii*. [Development of startup projects: lecture notes]. Kyiv: KPI im. Ihoria Sikorskoho [in Ukrainian].

7. Sak, T.V. (2022). *Trening-kurs "Start-up": kurs leksii*. [Training course "Start-up": lecture course]. Lutsk: VNU imeni Lesi Ukrainky [in Ukrainian].

8. Mayer, R., Christopher, P., Menzel, Michael, K., Painter, P., Dewitte, T., Blinn, B. and Perakath (1995). *Information integration for concurrent engineering (IICE) IDEF3 process description capture method report*. Retrieved from <https://www.staratel.com/iso/IDEF/IDEF3/Idef3.pdf>.

9. Leliuk, S.V. (2023). *Modeliuvannia biznes-protsesiv u finansovii sferi: metodychni rekomendatsii do praktychnykh zavdan dlia studentiv spetsialnosti 072 "Finansy, bankivska sprava ta strakhuvannia" osvitnoi prohramy "IT-finance" pershoho (bakalavrskoho) rivnia*. [Business process modelling in the financial sphere: methodological guidelines for practical tasks for students of speciality 072 "Finance, banking and insurance", educational program "IT-finance", bachelor's level]. Kharkiv: KhNEU im. S. Kuznetsia. [in Ukrainian].

10. Shevchuk, Ya.V. (2020) *Rozvytok proiektnoho finansuvannia v Ukraini v umovakh yevrointehratsii* [Development of project financing in Ukraine under European integration conditions]. Abstract of PhD thesis (Economics). Kyiv [in Ukrainian].

11. Voloshchuk, I, Glinka, N. and Sats, L. (2023). The linguistic status of ideation in startup discourse. *Advanced linguistics*, (12). DOI: <https://doi.org/10.20535/2617-5339.2023.12.289222>.

12. Bibey, K. (2023) 'What Is Startup Ideation? Definition, Process and Tips', *Benzinga*, 15 September. Retrieved from <https://www.benzinga.com/money/what-is-startup-ideation-definition-process-and-tips>