

Сас Н. М.

*доктор педагогічних наук, доцент,
запрошений міжнародний дослідник I категорії,
Федеральний інститут Парана
м. Курітіба, Бразилія*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-290-9-4>

ДОСВІД Г. ФОРДА ЯК ЗРАЗОК ДЛЯ РОЗВИТКУ САМОРЕГУЛІВНИХ СТАРТАПІВ

В останні роки в Україні набула поширення така форма підприємницької діяльності, як стартап (англ. startup). Стартап-компанії часто називають гаражними, що характеризує їх як нещодавно створені, в яких відсутні виробничі потужності (можливо, не зареєстровані офіційно, що тільки в планах). Як правило, стартап-компанії володіють обмеженими ресурсами і знаходяться на початку виходу на ринок. Приваблює в діяльності стартап-компаній те, що вони є мобільними, гнучкими; будуть свій бізнес на основі інновацій та інноваційних технологій (власних, чи здійснюють дифузю інновації); сприяють розвитку самозайнятості та створенню нових галузей і робочих місць.

Найбільш відомі такі етапи розвитку стартапу: визначення проблем, пошук і відбір ідей, валідація ідеї стартапу, розробка канви бізнес-моделі, формування портрету клієнта, попереднє дослідження ринку, формування команди, вироблення стилю управління командою, виробництво перших варіантів товару або послуги, що мають комерційну вартість (мінімально життєздатний продукт (MVP), оцінка ринку, аналіз конкурентів... тощо.

Нам уявляється цікавим і корисним розгляд досвіду діяльності Г. Форда (за визначеними складовими) у якості зразку для розвитку саморегульованих стартапів. Досвід Г. Форда розвивався, за сучасними уявленнями, саме як стартап. Спочатку прагнення винайти «візок, що сам рухається», його постійне вдосконалення (автор 161 патенту США); згодом, створення виробництва з виготовлення автомобілів; розробка технологічної лінії (конвеєра); і, врешті – налагодження виробництва «автомобіля для всіх». Результати своїх міркувань, аналіз та узагальнення власного досвіду Н. Форд виклав у роботі «Моє життя і

мої досягнення». Ця робота і послугувала автору як первинний матеріал для розгляду досвіду діяльності Г. Форда (за визначеними складовими).

Г. Форд, як син фермера, знав, що фермерська праця вимагає багато часу і для поїздок у місто, походів у театр, кіно часу не залишається. Однією з найбільших переваг автомобіля він вважав благотворний вплив, створення можливостей для розширення кругозору фермера (у зв'язку зі скороченням часу на такі та інші поїздки). Тому, як досвідченому механіку, який мав у своєму розпорядженні непогану майстерню, прийшла в голову думка про створення парового візка і використання його як засобу пересування. В той час, ідея створення *візка, що сам рухається*, була суголосна ідеї *безлошадного екіпажу*.

На той час паралельно створювалися прилади, у тому числі й в галузі машинобудування, які працювали на паровому двигуні, двигуні внутрішнього згорання та електродвигуні. Г. Форд віддав перевагу бензиновому двигуну і працював над його удосконаленням (читав про них усе, що знаходив, але більше вчився на власному досвіді).

За свідченнями Г. Форда, в цей час, робота велась з відбору потрібних матеріалів, інструментів, удосконалювались деталі майбутнього авто. Та найбільше, не вистачало грошей та часу для придбання найкращих матеріалів для кожної окремої частини його машини. Близько 1893 року авто було поставлено на хід і з'явилася можливість випробувати конструкцію та матеріали на сільських дорогах. «Бензиновий візок» Форда був першим і довгий час єдиним автомобілем у Детройті. Г. Форд намагався не пропускати повз увагу успіхи інших «автобудівників» (наприклад, німецький автомобіль Бенца), які порівнював з можливостями своїх авто. У власній приватній майстерні Н. Форд зібрав три різні автомобілі, кожен з яких по кілька років бігав Детройтом.

Виробництво перших варіантів товару або послуги, що мають комерційну вартість (мінімально життєздатний продукт (MVP). Своє «перше авто Детройта» після кількох тисяч миль пробігу було продано за 200 доларів. Це був перший продаж. Невдовзі була створена Детройтська автомобільна компанія, (де Г. Форд був головним інженером і у певних межах – акціонером), яка протягом трьох років займалася зборкою автомобілів за зразком першої моделі. Це був досвід ведення бізнесу.

Валідація ідеї старту, розробка канви бізнес-моделі. У плани Г. Форда входило створення великого виробництва. Він був

перекоаний, що виробництво потрібно починати з малого та поступово розширювати за рахунок власного прибутку.

Це мало бути виробництво, яке б задовольняло потреби великої кількості користувачів. Тобто автомобіль мав бути найбільш універсальним, а технології, які б застосовувалися на виробництві такі, що дозволили б випускати автомобіль за найменшою вартістю. За цих умов можна було б очікувати на великий попит.

Ще одна ідея, яка відповідала ідеям Г. Форда стосовно постійного покращення автомобіля і обслуговування якомога більшої кількості користувачів була ідея післяпродажного обслуговування автомобіля (станцій техобслуговування на той час не було).

У березні 1902 року Г. Форд припинив співробітництво з Детройтською автомобільною компанією, через різницю у бізнес стратегіях (позицією опонентів була – нічого не вдосконалювати, а набирати якнайбільше замовлень і продавати якомога дорожче).

Формування портрету клієнта. Пригадаємо, що прагнення створити можливості для розширення кругозору фермера (у зв'язку зі скороченням часу на такі та інші поїздки) наштовхнуло Г. Форда на створення *візка, що сам рухається*. Автомобіль мав задовольняти потребам максимальної кількості користувачів, бути універсальним.

Проте, довгий час автомобіль вважався предметом розкоші через високу вартість та індивідуальну технологію виготовлення.

Попереднє дослідження ринку. На той час загальна думка була такою: першокласний автомобіль повинен розвивати максимальну швидкість. У 1903 році Г. Форд разом з Т. Коппером зібрали дві машини, що розвивали велику швидкість і за участю Олдфілда у якості гонщика взяли участь в гонках. Олдфілд на моделі 999 прийшов до фінішу на півмилі швидше інших. Модель № 999 досягла поставленої мети: вона продемонструвала можливості Г. Форда створити швидкісний автомобіль. Через тиждень після гонки було засновано Автомобільну компанію Форда.

Аналіз конкурентів. Г. Форд був переконаний що час, витрачений на боротьбу з конкурентами, – час, витрачений марно. На аргумент стосовно того, що конкуренція небезпечна, і потрібно усунути конкурента (через обмежену кількість покупців), щоб забезпечити собі монополію, Г. Форд висував контраргумент. Завжди знайдуться люди, готові купувати за підходящими цінами те, чого вони справді потребують. Це стосується і послуг, і товарів. Тому, для того, хто чесно працює, завжди буде достатньо роботи.

Таким чином, у якості первинного джерела нами розглядалася праця Г. Форда «Моє життя і мої досягнення». Аналіз досвіду Г. Форда здійснювався за сучасним алгоритмом розвитку стартапу. Зокрема, нами розкрито: визначення проблеми; пошук і відбір ідей; виробництво перших варіантів товару або послуги, що мають комерційну вартість; валідація ідеї стартапу, розробка канви бізнес-моделі; формування портрету клієнта; попереднє дослідження ринку; аналіз конкурентів. Наукові пошуки дозволили зробити висновок, що досвід Г. Форда може бути зразком для розвитку саморегульованих стартапів. Подальшого аналізу потребують питання пов'язані з формуванням команди, вироблення стилю управління командою, забезпечення розвитку виробництва.

Література:

1. Войтко С. В. Управління проектами та стартапами в Індустрії 4.0 : підручник. Київ. 2019. 200 с.
2. Форд Г. Моє життя, мої досягнення. URL: http://loveread.ec/view_global.php?id.