

Надежда Петру, Мірослав Павлак, Йозеф Полак

Фактори впливу на життєздатність стартапів у Чеській Республіці

Екосистема стартапів у Чеській Республіці далеко не відповідає рівню розвитку економік її західних сусідів. Карта стартапів Чеської Республіки показує 1717 постійно діючих стартапів. Все ж, вони ще не отримали першочергової уваги у наукових колах. Основною метою статті є визначення ключових факторів життєздатності стартапів та аналіз взаємозалежності між ними. Другою метою є визначення слабких місць середовища стартапів у Чеській Республіці. Сформульовані наукові гіпотези зосереджуються на демонстрації взаємозалежності між факторами впливу на життєздатність стартапів. Гіпотези було підтверджено на основі оцінки даних, отриманих шляхом первинного якісного та кількісного дослідження, результати якого було порівняно з даними вторинного дослідження та висновками наукових досліджень міжнародних вчених. Дані було оброблено за допомогою статистичного апарату. Завдяки цьому дослідженню автори виявили фактори віддаленого, безпосереднього та внутрішнього оточення, яке може вплинути на життєздатність стартапів. Вони показують кореляційний зв'язок між рівнем стратегічного менеджменту та якістю внутрішніх комунікаційних процесів, між здатністю керівників стартапів управляти відносинами з клієнтами та сприяти впровадженню комунікаційної стратегії, включаючи підтримку бренду. Однак, на практиці дев'ять з десяти стартапів не мали успіху. Причиною цього є те, що керівники стартапів не розуміють і не задовольняють потреби клієнтів, має місце брак маркетингу та управління продажами.

Ключові слова: бізнес, клієнт, Чеська Республіка, управління маркетингом, стартап, методи оцінки життєздатності

Класифікація JEL: M2, M3



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії Creative Commons Attribution 4.0 International license, що дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.

Надежда Петру, Мірослав Павлак, Йозеф Полак

Факторы влияния на жизнеспособность стартапов в Чешской Республике

Экосистема стартапов в Чешской Республике далеко не соответствует уровню развития экономик её западных соседей. Карта стартапов Чешской Республики показывает 1717 постоянно действующих стартапов. Все же, они еще не получили первоочередного внимания в научных кругах. Основной целью статьи является определение ключевых факторов жизнеспособности стартапов и анализ взаимозависимости между ними. Второй целью является определение слабых мест среды стартапов в Чешской Республике. Сформулированные научные гипотезы сосредотачиваются на демонстрации взаимозависимости между факторами влияния на жизнеспособность стартапов. Гипотезы были подтверждены на основе оценки данных, полученных путем первичного качественного и количественного исследования, результаты которого были сравнены с данными вторичного исследования и выводами научных исследований международных ученых. Данные были обработаны при помощи статистического аппарата. Благодаря данному исследованию авторы выявили факторы отдаленного, непосредственного и внутреннего окружения, которое может повлиять на жизнеспособность стартапов. Они показывают корреляционную связь между уровнем стратегического менеджмента и качеством внутренних коммуникационных процессов, между способностью руководителей стартапов управлять отношениями с клиентами и способствовать внедрению коммуникационной стратегии, включая поддержку бренда. Однако, на практике девять из десяти стартапов не имели успеха. Причиной этого является то, что руководители стартапов не понимают и не удовлетворяют потребности клиентов, имеет место недостаток маркетинга и управления продажами.

Ключевые слова: бизнес, клиент, Чешская Республика, управление маркетингом, стартап, методы оценки жизнеспособности

Классификация JEL: M2, M3



Статья находится в открытом доступе и может распространяться на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International license, что позволяет повторное использование, распространение и воспроизведение на любом носителе при условии наличия соответствующей ссылки на оригинальную версию статьи.