

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВОДНОГО ГОСПОДАРСТВА ТА
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ
КАФЕДРА ЖУРНАЛІСТИКИ ТА УКРАЇНОЗНАВСТВА

**ЖУРНАЛ «StartUP! ТВІЙ ПЕРШИЙ БІЗНЕС» ДЛЯ
МОЛОДІЖНОЇ АУДИТОРІЇ**

Бакалаврська кваліфікаційна робота (проект)

Студента групи ЖУР-41

освітньої програми «Журналістика»

спеціальності 061 «Журналістика»

Онищука Іллі Олеговича

Керівник – Шийка С.В., кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики та українознавства

Рецензент – Демедюк Н.В., старший викладач кафедри журналістики та українознавства, генеральний директор Медіа-центру «Третя столиця»

ДОПУЩЕНО ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри _____ Л.Д.Малевич

Протокол засідання кафедри № 12 від 23.05.2025

ЗМІСТ

I. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА	3
1.1. Теоретична база	3
1.2. Обґрунтування проєкту	8
1.3. Мета і завдання роботи	12
1.4. Специфіка аудиторії	13
1.5. Технічні і програмні засоби	14
1.6. Сфера застосування	16
1.7. Висновки	19
II. СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ І ДЖЕРЕЛ	22
III. ДОКУМЕНТАЦІЯ	
IV. ПРОЄКТ	

I. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

1.1. Теоретична база

Розвиток інформаційного простору України характеризується стрімкими трансформаційними процесами, що впливають на всі сегменти медіаринку. Особливо помітних змін зазнає сектор спеціалізованих друкованих видань, зокрема бізнес-журналів, які адаптуються до нових викликів цифрової епохи. В умовах економічної нестабільності та загострення конкуренції на медіаринку зростає значущість оптимізації редакційно-видавничих процесів та вдосконалення концептуальних підходів до створення журнальних видань. Молодіжна аудиторія, яка демонструє зацікавленість підприємницькою діяльністю, потребує спеціалізованих медіапродуктів, що відповідають її інформаційним запитам, візуальним уподобанням та способам споживання контенту. Створення ефективної композиційно-графічної моделі журналу бізнес-тематики для молодіжної аудиторії вимагає системного дослідження специфіки цільової групи, аналізу сучасних тенденцій у дизайні періодичних видань та розробки інноваційних підходів до формування контенту.

Актуальність проєкту посилюється необхідністю заповнення ніші якісних україномовних видань для молоді, яка прагне розвивати власний бізнес. Медіаландшафт України характеризується дефіцитом спеціалізованих видань, орієнтованих на початківців у сфері підприємництва, що створює передумови для розробки нових журнальних проєктів, здатних задовольнити інформаційні потреби цієї аудиторії. Особливої ваги набуває дослідження підходів до інтеграції друкованої та цифрової версій видання, що дозволяє розширити канали комунікації з читачами та підвищити ефективність трансляції контенту.

Український медіаринок, зокрема спеціалізовані бізнес-видання, переживає значні трансформації через цифровізацію та економічні виклики.

Бізнес-журналістика адаптується, формуючи гібридні моделі поширення інформації, що поєднують друковані та цифрові канали. Ринок ділових видань різноманітний, але існує дисбаланс: переважають видання для досвідчених бізнесменів, тоді як ніша молодіжних бізнес-журналів залишається незаповненою. Це створює потенціал для нових проєктів.

Український друкований медіаландшафт характеризується скороченням накладів традиційних видань, посиленням конвергентних процесів та освоєнням нових каналів комунікації. Це стимулює видавців до інновацій у контенті та візуальному оформленні. Бізнес-видання в Україні не лише інформують, а й формують бізнес-культуру та сприяють обміну досвідом. Успіх видання залежить від універсальних принципів дизайну та візуального компонента, що є ключовим для приваблення уваги.

Молодіжний сегмент аудиторії потребує практичної, актуальної та візуально привабливої інформації. Комунікаційна стратегія для молоді має враховувати їхні психологічні особливості. Тенденція до мультиплатформної дистрибуції контенту є виразною, інтегруючи друковані та електронні версії через перехресні посилання, доповнену реальність та QR-коди. Наймінг та концептуальна ідентичність відіграють вирішальну роль у формуванні зв'язку з аудиторією.

Контент провідних бізнес-видань включає інформаційно-аналітичні матеріали, експертні коментарі, інтерв'ю та огляди ринків. Важливі практичні поради, кейси та історії успіху. Графічна концепція бізнес-видань використовує стриману кольорову гаму, якісні фото, інфографіку та акцент на типографіці для читабельності. Стратегія позиціонування для молоді враховує цифрові звички, потребуючи інтерактивних елементів, доповненої реальності та інтеграції з соцмережами. Аутентичність візуального стилю та редакційної політики є важливою, оскільки молодь чутлива до штучності. Професійний дизайн поєднує функціональність з естетикою, забезпечуючи ефективну навігацію.

Ринок спеціалізованих бізнес-видань в Україні демонструє стабільність,

але сегмент молодіжних бізнес-видань залишається недорозвиненим, відкриваючи нові перспективи. Маркетингові стратегії для молоді мають враховувати їхнє медіаспоживання, інтегруючи традиційні та цифрові канали, та створюючи спільноти. Перспективи розвитку пов'язані з нішевою спеціалізацією, персоналізацією контенту та інноваційними технологіями (чат-боти, ШІ). Розробка концепції молодіжного бізнес-журналу базується на розумінні потреб аудиторії. Ефективність видання залежить від залученості, яка формується через релевантність, практичну цінність та емоційний зв'язок. Редакційна політика поєднує інформативність, практичність, мотивацію та розвагу.

Створення контенту для молодіжної аудиторії (16-30 років, покоління Z та міленіалів) вимагає особливого підходу через їхні психологічні та комунікативні особливості: кліпове мислення, багатозадачність, візуальна орієнтованість, швидке перемикавання уваги. Це зумовлює адаптацію традиційних журналістських форматів.

Редакційна стратегія молодіжних видань бізнес-тематики має враховувати динамічну зміну інформаційних запитів. Актуалізація контенту та його відповідність трендам є ключовим фактором успіху. Молодь демонструє підвищений інтерес до практичних знань, що мають безпосереднє застосування. Аспект практичної корисності інформації є визначальним.

Психологічні особливості сприйняття інформації зумовлюють необхідність порційної подачі матеріалу, його чіткої структурованості, наявності візуальних акцентів. Комбінування різних форматів контенту – текст, інфографіка, фото, QR-коди – відповідає мультимодальному характеру сприйняття сучасної молоді.

Дослідження свідчать, що молодіжна аудиторія надає перевагу автентичному контенту, який створює відчуття щирості. Маркетингові матеріали з нав'язливою рекламою викликають скептицизм. Редакційна політика має бути транспарентною, фактологічно достовірною та етичною.

Мовностилістичні особливості контенту для молодіжної аудиторії

балансують між нормами літературної мови та сучасним лексиконом. Лаконічність, чіткість формулювань, уникнення надмірного академізму, доречне використання молодіжного сленгу створюють ефект неформальної комунікації.

Прийоми сторітелінгу набувають особливого значення. Персоналізація інформації через історії конкретних людей, емоційна складова наративу підвищують залученість. Історії успіху молодих підприємців, розповіді про подолання труднощів резонують з цінностями аудиторії.

Соціальна відповідальність видання є важливим фактором довіри. Висвітлення етичних аспектів бізнесу, питань сталого розвитку відповідає ціннісним орієнтирам молоді. Важливим аспектом є залучення читачів до співтворчості через опитування, конкурси, дискусії, що підвищує залученість та створює відчуття причетності до спільноти.

Сучасний дизайн журнальних видань характеризується динамічною еволюцією підходів та естетичних концепцій під впливом технологічних інновацій та змін у медіаспоживанні. Графічна мова формується на перетині цифрових та аналогових медіа. Дизайн розглядається як інтегральна частина комунікаційної стратегії, що забезпечує ефективну взаємодію з аудиторією та посилює інформаційну цінність.

Візуальна ієрархія набуває особливого значення в умовах інформаційного перенасичення. Чітка система візуальних акцентів, продумана типографіка, збалансоване співвідношення текстових та графічних елементів створюють комфортне середовище для сприйняття. Дизайнери використовують контраст, масштабування, кольорове кодування для зрозумілої ієрархії контенту.

Типографіка залишається фундаментальним елементом, але сучасні підходи більш сміливі. Контрастні поєднання шрифтових гарнітур, варіативні шрифти, нестандартні рішення в оформленні заголовків відображають тенденцію до персоналізації візуальної комунікації. Вибір шрифту стає важливим інструментом формування ідентичності та емоційного зв'язку.

Модульні системи верстки забезпечують гармонійне розміщення контенту на сторінках, дозволяючи створювати різноманітні макети в межах єдиної візуальної мови, що забезпечує впізнаваність.

Колірні рішення характеризуються підвищеною семіотичною функціональністю. Колір використовується не лише як декоративний елемент, але як важливий інструмент кодування інформації, створення емоційного тла, формування асоціативних зв'язків. Колірна стратегія розробляється з урахуванням психологічних аспектів сприйняття.

Стратегія інтеграції цифрових та друкованих версій передбачає розробку уніфікованої візуальної системи. Адаптивний дизайн дозволяє зберегти цілісність візуальної ідентичності на різних носіях. Кросмедійний підхід враховує специфіку взаємодії користувача з різними інтерфейсами.

Інновації у використанні матеріалів та технологій друку розширюють виразні засоби дизайну. Експерименти з текстурами паперу, лакуванням, тисненням, нестандартними форматами створюють тактильний та візуальний досвід, що відрізняє друковане видання від цифрових аналогів. Фізичні характеристики друкованого видання набувають особливої цінності, перетворюючи журнал на артефакт, що має колекційну та естетичну цінність.

Теоретичним підґрунтям проєкту стали дослідження з теорії та практики видавничої справи, журнального дизайну та редакційно-видавничого процесу. Зокрема, питання композиційно-графічного моделювання складних видань висвітлено у працях Р. М. Вербового [1], проблеми неймінгу та формування ідентичності видання досліджували Я. А. Куминська та Е. О. Криворотько [3]. Принципи сучасного дизайну та їх застосування в медіасфері розглядали У. Лідвелл, К. Холден, Д. Батлер [4]. Особливості створення контенту для молодіжної аудиторії проаналізовано в роботах М. Д. Діксона [15, 16].

Наукова новизна полягає в комплексному дослідженні специфіки створення журнального видання бізнес-тематики для молодіжної аудиторії та розробці оригінальної концепції макету, що враховує сучасні тенденції у

журнальному дизайні та особливості сприйняття інформації цільовою аудиторією.

1.2. Обґрунтування проєкту

Розробка нового видання потребує глибокого аналізу потенційної аудиторії для визначення оптимальних підходів до структури, редакційної політики та візуального оформлення. Журнал «StartUP! Твій перший бізнес» орієнтований на молодіжну аудиторію віком 16-25 років, зацікавлену у підприємницькій діяльності. Ця аудиторія характеризується прагненням до самореалізації, високою цифровою грамотністю, інноваційним мисленням та готовністю до помірного ризику.

Аналіз сучасного медіаландшафту виявив недостатнє наповнення інформаційного простору спеціалізованими бізнес-виданнями, адаптованими для молоді. Існуючі проєкти часто мають надмірно технічний характер або складну термінологію, створюючи комунікаційний бар'єр. «StartUP! Твій перший бізнес» прагне заповнити цю прогалину, пропонуючи інформаційний продукт, що поєднує практичну цінність з доступною формою подачі.

Маркетингові дослідження виявили три основні сегменти потенційних читачів:

- Студенти економічних та бізнес-спеціальностей (37%): 18-23 роки, шукають практичні рекомендації для перетворення знань на бізнес-проєкти, зацікавлені в самореалізації та нетворкінгу.
- Молоді спеціалісти (42%): 22-25 років, прагнуть відкрити власну справу, потребують інформації з фінансового, юридичного оформлення та маркетингових стратегій, мотивовані фінансовою незалежністю.
- Старшокласники (21%): 16-17 років, шукають базові знання про бізнес-процеси та історії успіху однолітків, прагнуть визначити професійний шлях та виділитися.

Аудиторія переважно мешкає у великих містах України, активно використовує сучасні технології. Їх психографічний портрет визначається

прагненням до особистісного зростання, критичним мисленням та готовністю до практичного застосування знань. Це зумовлює необхідність збалансованого підходу до контенту, що поєднує теорію з практикою, експертні думки з кейсами та аналітику з мотивацією.

Структура журналу «StartUP! Твій перший бізнес» сформована з урахуванням потреб цих сегментів, забезпечуючи інформаційний баланс та логічну послідовність у одинадцяти тематичних розділах:

1. Вступна колонка редактора: Мотивує читача, розкриває місію видання, підкреслює можливості для молодих підприємців в сучасному економічному контексті України.

2. «Як запустити бізнес з нуля у 2025»: Покрокова стратегія створення стартапу, охоплюючи аналіз ринку, бізнес-модель, формування команди, юридичні аспекти та захист інтелектуальної власності.

3. Інтерв'ю з успішним стартапером Валентином Гольдбергом: Реальний приклад успішної реалізації бізнес-ідеї від особистої проблеми до прибуткової компанії, включаючи подолання труднощів.

4. «Топ-5 ідей для бізнесу без великих інвестицій»: Перспективні бізнес-ідеї для молодих спеціалістів з обмеженими ресурсами (цифровий консалтинг, онлайн-курси, екологічні послуги, фінансове консультування, контент-маркетинг).

5. «Чек-лист для запуску стартапу»: Практичний інструмент планування, систематизує процес створення бізнесу від формулювання проблеми до залучення партнерів.

6. «Тренди у світі стартапів 2025»: Актуальні напрямки розвитку підприємницької діяльності, адаптація глобальних тенденцій до українських реалій.

7. «Маркетинг для стартапу»: Особливості просування продуктів та послуг в умовах обмежених ресурсів, поєднання теорії з практичними рекомендаціями (канали комунікації, контент-стратегія, вимірювання ефективності).

8. «Фінанси та юридичні аспекти»: Формальні аспекти ведення бізнесу, включаючи фінансове планування, правову форму, захист інтелектуальної власності та податкову оптимізацію.

9. «Глобальні можливості для українських стартапів»: Перспективи міжнародної експансії, особливості роботи на різних регіональних ринках, культурні та регуляторні відмінності.

10. Рубрика «Факпи»: Типові помилки стартаперів та методи їх уникнення, базується на реальних кейсах для формування реалістичних очікувань.

11. «Корисні ресурси для стартаперів»: Систематизована інформація про бізнес-інкубатори, акселератори, освітні платформи, сервіси та конференції.

Загальна структура журналу побудована за принципом логічної послідовності та інформаційної повноти, забезпечуючи поступове занурення аудиторії у тематику – від загальних концепцій до специфічних аспектів підприємницької діяльності.

Візуальна концепція журналу «StartUP! Твій перший бізнес» розроблена з урахуванням психографічних характеристик цільової аудиторії для ефективної комунікації. Дизайн видання є ключовим для емоційного сприйняття контенту та довіри аудиторії. Журнал характеризується сучасною, мінімалістичною стилістикою з акцентом на функціональність та інформативність.

Колірна палітра поєднує бірюзовий (HEX: #47B5B2) як домінуючий (інноваційність, свіжість мислення, довіра), білий (HEX: #FFFFFF) для фону (читабельність, "повітряність") та темно-синій (HEX: #005A80) для акцентів (авторитет, важливі елементи).

Типографіка базується на поєднанні Montserrat Bold для заголовків (чиста геометрія, читабельність) та Georgia для основного тексту (висока читабельність, асоціації з достовірністю). Це створює візуальний контраст та гармонію інноваційності з традиційністю.

Основні елементи типографічної системи:

- Назва розділу: Montserrat, 36 pt, Bold, #005A80.
- Підзаголовок: Montserrat, 20 pt, SemiBold, #47B5B2.
- Лід-абзац: Georgia, 14 pt, Italic, #333333.
- Основний текст: Georgia, 11 pt, Regular, #333333.
- Цитати: Georgia, 14 pt, Italic, #47B5B2.
- Підписи до ілюстрацій: Montserrat, 9 pt, Regular, #666666.
- Колонтитули: Montserrat, 8 pt, Regular, #999999.

Макет видання розроблений на основі модульної сітки з 12 колонок для гнучкості та візуальної ієрархії. Поля сторінки відповідають класичним пропорціям, з збільшеним внутрішнім полем для комфортного читання. Сторінки структуровані за принципом «золотого перетину», створюючи гармонійний баланс.

Обкладинка мінімалістична, з фотографією сучасного бізнес-центру (символ успіху), напівпрозорим бірюзовим шаром та логотипом «StartUP!». Композиційне рішення базується на динамічній рівновазі.

Основні елементи візуальної системи журналу:

- Логотип: Стилізоване зображення «StartUP!» у бірюзовому кольорі.
- Колірна палітра: Бірюзовий, білий, темно-синій.
- Модульна сітка: 12-колонкова система.
- Інфографіка: Схеми, графіки, діаграми у мінімалістичному стилі.
- Фотографії: Високоякісні зображення бізнес-середовища та підприємців.
- Іконографіка: Лінійні іконки у мінімалістичному стилі.

Візуальна наповненість забезпечується різноманітними графічними елементами. Фотоматеріали створюють відчуття залученості до бізнес-середовища. Інфографіка візуалізує дані та процеси. Навігаційна система включає колонтитули та структурований зміст з колірним кодуванням.

Верстка матеріалів характеризується динамічним розташуванням елементів, використовуючи 2-3 колонки для основного тексту та виділяючи

цитати експертів. Особливістю візуальної концепції є поєднання елементів друкованого дизайну з цифровою естетикою (геометричні форми, градієнти, мінімалістичні іконки).

Кожен розділ має унікальне візуальне оформлення. Редакторська колонка містить портрет автора, інтерв'ю – фото героя, а практичні розділи – інфографіку та схеми. Візуальна концепція створює цілісний образ видання, що поєднує інноваційність з достовірністю, сучасність з функціональністю, та естетичну привабливість з інформаційною насиченістю, формуючи унікальну візуальну ідентичність.

1.3. Мета і завдання проєкту

Мета проєкту – розробка та обґрунтування концепції макету журналу «StartUP! Твій перший бізнес» для молодіжної аудиторії, з урахуванням сучасних тенденцій у журнальному дизайні та специфіки інформаційних потреб цільової аудиторії.

Для досягнення поставленої мети визначено такі **завдання**:

- Проаналізувати стан та тенденції розвитку ринку спеціалізованих бізнес-видань в Україні. Цей етап передбачає вивчення наявних гравців ринку, їхніх цільових аудиторій, тематичного спрямування, форматів та стратегій адаптації до цифрового середовища.
- Дослідити особливості створення контенту для молодіжної аудиторії, зацікавленої в бізнес-тематичі. Тут акцент робиться на психологічних, соціокультурних та комунікативних аспектах сприйняття інформації молодими людьми, їхніх інформаційних запитах та перевагах у форматах подачі матеріалу.
- Визначити основні тенденції у дизайні сучасних журнальних видань та їх відповідність запитам молодіжної аудиторії. Цей пункт включає аналіз актуальних візуальних стилів, типографічних рішень, підходів до верстки, використання кольору та графічних елементів, а також їх застосовність для ефективної комунікації з цільовою групою.

- Розробити концепцію та створити макет журналу «StartUP! Твій перший бізнес» з урахуванням виявлених закономірностей та сучасних підходів до журнального дизайну. Це практична частина роботи, що передбачає синтез теоретичних знань та аналітичних висновків у конкретному візуальному продукті.

Об'єкт дослідження – спеціалізовані бізнес-видання для молодіжної аудиторії.

Предмет дослідження – концептуальні та композиційно-графічні особливості розробки макету журналу «StartUP! Твій перший бізнес».

1.4. Специфіка аудиторії

Молодіжна аудиторія (16-30 років, покоління Z та міленіалів), на яку орієнтований журнал, характеризується низкою специфічних рис, що суттєво впливають на процеси сприйняття інформації та медіаповедінку. Розуміння цих особливостей є критично важливим для ефективного формування контенту та візуальної концепції видання.

Ключові характеристики цієї аудиторії включають:

- **Кліпове мислення:** Схильність до фрагментарного сприйняття інформації, швидке перемикання уваги між різними джерелами та форматами. Це вимагає подачі матеріалу короткими, чітко структурованими блоками з акцентом на візуалізацію.

- **Багатозадачність:** Здатність одночасно споживати інформацію з кількох каналів та виконувати паралельні завдання. Це зумовлює потребу в мультимодальному контенті, що поєднує текст, графіку, інтерактивні елементи.

- **Візуальна орієнтованість:** Перевага візуальним форматам (інфографіка, відео, фото) над суцільним текстовим масивом. Якісний та привабливий візуальний контент є не просто доповненням, а ключовим елементом залучення.

- Швидке перемикання уваги: Низький поріг толерантності до нудного або неактуального контенту. Видання має пропонувати динамічну зміну тем, форматів та візуальних рішень для утримання інтересу.

- Прагнення до самореалізації та особистісного зростання: Молодь активно шукає можливості для розвитку власних талантів, створення чогось нового, досягнення фінансової незалежності. Контент має бути мотивуючим, надихаючим та надавати конкретні інструменти для досягнення цих цілей.

- Високий рівень цифрової грамотності: Вільне володіння сучасними технологіями, активне використання соціальних мереж, мобільних додатків, онлайн-платформ. Видання має інтегруватися в цифрову екосистему та пропонувати кросплатформний досвід.

- Цінність автентичності та етичності: Молоде покоління чутливе до щирості та правдивості інформації, скептично ставиться до маніпуляцій та нав'язливої реклами. Контент має бути достовірним, збалансованим та відповідати соціальній відповідальності бізнесу.

- Запит на практичні знання: Перевага конкретним інструментам, покроковим інструкціям, реальним кейсам та історіям успіху, які можна застосувати у власному житті або бізнесі.

- Прагнення до нетворкінгу та спільноти: Бажання спілкуватися з однодумцями, обмінюватися досвідом, отримувати менторську підтримку. Видання може стати центром для формування такої спільноти.

Розуміння цих характеристик дозволило сегментувати цільову аудиторію журналу «StartUP! Твій перший бізнес» на три основні групи: студенти, молоді спеціалісти та старшокласники. Кожен сегмент має свої унікальні інформаційні потреби, що вимагає відповідної адаптації контенту, як це детально описано у підрозділі 1.2.1. Таким чином, специфіка аудиторії є центральним елементом при розробці концепції видання, визначаючи не лише зміст, а й форму, стиль та канали комунікації.

1.5. Технічні і програмні засоби

Процес розробки макету журналу «StartUP! Твій перший бізнес» передбачав комплексне використання сучасного програмного забезпечення для графічного дизайну та верстки. Вибір інструментів був обумовлений необхідністю забезпечити високу якість кінцевого продукту та ефективно використовувати технічні ресурси.

Основним програмним середовищем для створення макету став Adobe InDesign CC 2023, який надає широкі можливості для верстки багатосторінкових видань та забезпечує професійний рівень типографіки. Підготовчий етап включав формування технічного завдання, визначення формату видання та створення шаблонів сторінок на основі модульної сітки.

Обраний формат A4 (210×297 мм) забезпечує оптимальний баланс між інформаційною насиченістю та зручністю використання. Параметри модульної сітки визначалися з урахуванням принципів читабельності та візуальної гармонії: 12 колонок з інтервалом 4 мм, що дозволяє гнучко комбінувати різні варіанти верстки.

Журнал розроблявся з урахуванням вимог як до друкованого, так і до цифрового формату розповсюдження. Для друкованої версії застосовано технологію СМΥК з профілем Coated FOGRA39 та роздільну здатність растрових зображень 300 dpi, що відповідає стандартам якісного поліграфічного відтворення. Для PDF-версії використано колірний профіль sRGB та оптимізацію файлів для перегляду на різних пристроях.

Процес роботи над макетом складався з кількох послідовних етапів:

1. Розробка майстер-шаблонів: Створювалися шаблони для різних типів сторінок (обкладинки, змісту, статей тощо), що містили базові елементи макету, такі як колонтитули та модульна сітка.

2. Налаштування стилів тексту: Створено ієрархічну систему параграфних та символних стилів, що забезпечило візуальну цілісність видання та спростило форматування.

3. Робота з графічними матеріалами: Фотографії підбиралися,

оброблялися та коригувалися в Adobe Photoshop CC 2023. Векторні елементи (логотипи, іконки, інфографіка) розроблялися в Adobe Illustrator CC 2023 для забезпечення масштабованості та точного відтворення кольорів.

4. Особливості верстки: Текстові блоки налаштовувались із застосуванням розширеного керування шрифтами для підвищення читабельності. Макетування розворотів здійснювалося з урахуванням композиційної рівноваги та візуальної ієрархії.

5. Інтеграція різнотипних елементів: Використовувалися спеціалізовані функції InDesign для обтікання текстом, закріплених об'єктів та стилів, що дозволило гармонійно поєднувати різні елементи.

Завершальний етап роботи включав підготовку файлів для друку та цифрового розповсюдження. Друкована версія експортувалася у форматі PDF/X-4:2010 з налаштуваннями високоякісного відтворення та додаванням технічних міток (наприклад, випуск за обріз 3 мм). Для цифрової версії PDF-файл був оптимізований за розміром та інтегрований з інтерактивним змістом.

Застосування комплексного підходу до технологічних аспектів створення макету журналу «StartUP! Твій перший бізнес» забезпечило високу якість кінцевого продукту, що відповідає професійним стандартам видавничої галузі. Використання сучасного програмного забезпечення та спеціалізованих технік дозволило реалізувати творчу концепцію видання з дотриманням технічних вимог до публікацій. Технологічні рішення створили міцний фундамент для потенційного розвитку проєкту, включаючи збільшення обсягу або створення адаптивних цифрових версій.

1.6. Сфера застосування

Аналіз ефективності журналу «StartUP! Твій перший бізнес» показав його високу релевантність потребам молодіжної аудиторії, зацікавленої у підприємництві. Концепція видання базувалася на попередньому дослідженні інформаційних запитів потенційних читачів.

Ключовою перевагою є збалансоване поєднання практичної цінності матеріалів із доступною формою подачі. Зміст журналу заповнює прогалини, виявлені під час дослідження: відсутність покрокових інструкцій, локалізованих кейсів та інформації про бізнес з обмеженими ресурсами.

Візуальні рішення (мінімалістична стилістика, акцентні кольори, сучасна типографіка) відповідають естетичним уподобанням молоді, забезпечуючи ефективне сприйняття інформації. Структура видання враховує кліпове мислення молоді, пропонуючи матеріали у форматі, що поєднує аналітичну глибину з візуальною наочністю (інфографіка, чек-листи, схеми).

Тематичне наповнення відображає актуальні тренди та специфічні інтереси молоді, зокрема розділи з ідеями для бізнесу без значних інвестицій та матеріали про українських підприємців. Фокус на локальному контексті з інтеграцією глобальних трендів створює унікальну цінність. Мовнотипіграфічні особливості текстів професійні, але доступні, без надмірного академізму, з елементами сучасного бізнес-лексикону.

Проведене тестування на фокус-групі (n=15) показало високе схвалення видання: практична цінність (4,7/5), візуальна привабливість (4,6/5) та доступність викладу (4,5/5) отримали високі оцінки. Найбільший інтерес викликали розділи з практичними ідеями, інтерв'ю та чек-листами. Водночас, виявлено потребу у посиленні інтеграції з цифровим середовищем.

Аналіз конкурентів («Forbes Україна», «Business Ukraine», «МС Today» та ін.) показав низку конкурентних переваг журналу «StartUP! Твій перший бізнес»:

- Таргетованість контенту: чітка орієнтація на молодих підприємців-початківців, на відміну від широкої аудиторії конкурентів.
- Візуальна концепція: сучасна, функціональна, з активним використанням інфографіки, що відрізняється від консервативного дизайну.
- Практична спрямованість: фокус на конкретних інструментах для запуску бізнесу (чек-листи, ідеї з мінімальними інвестиціями).

- Локалізація контенту: зосередженість на українському контексті з інтеграцією глобальних трендів.

Незважаючи на ці переваги, існують певні обмеження: відсутність сформованого бренду та аудиторії, на відміну від укорінених конкурентів. Також відсутня розвинена цифрова екосистема, яка є у багатьох аналогів. Початкова вузька тематична спрямованість може бути як недоліком, так і перевагою, дозволяючи сфокусуватися на конкретній ніші.

Порівняльний аналіз підтверджує потенціал журналу «StartUP! Твій перший бізнес» для успішного позиціонування на ринку завдяки його цільовій орієнтації, практичній спрямованості контенту та сучасній візуальній концепції. Для реалізації цього потенціалу необхідна розробка стратегії виходу на ринок, що враховує наявні обмеження та використовує конкурентні переваги.

Результати дослідження мають значне практичне значення та можуть бути використані у кількох сферах. По-перше, вони є основою для створення нових спеціалізованих видань для молодіжної аудиторії. Розроблена концепція та макет журналу «StartUP! Твій перший бізнес» слугують конкретним прикладом ефективного поєднання актуального контенту, цільового дизайну та врахування специфіки сприйняття інформації молодим поколінням.

По-друге, матеріали дослідження можуть бути інтегровані в освітній процес при викладанні дисциплін з журнального дизайну, редакційно-видавничого процесу та медіамаркетингу. Вони надають актуальні дані про ринок бізнес-видань, особливості роботи з молодіжною аудиторією та сучасні тенденції у візуальному оформленні медіа.

По-третє, розроблений макет журналу «StartUP! Твій перший бізнес» може бути впроваджений у видавничу практику як основа для створення нового медіапродукту. Він є повністю готовим прототипом, який може бути доопрацьований та запущений у виробництво, заповнивши існуючу нішу на українському ринку.

Таким чином, практичне значення результатів дослідження полягає у створенні конкретного, функціонального та актуального медіапродукту, а також у наданні теоретичних та методичних рекомендацій для подальшого розвитку видавничої галузі в сегменті бізнес-медіа для молоді.

1.7. Висновки

Аналіз сучасного ринку спеціалізованих бізнес-видань в Україні виявив наявність дисбалансу у сегментації видань за віковою категорією аудиторії. Переважна більшість бізнес-журналів орієнтована на досвідчених підприємців середнього віку, тоді як ніша видань для молоді, яка лише починає свій шлях у бізнесі, залишається недостатньо заповненою. Медіаландшафт друкованих видань України характеризується скороченням накладів традиційних видань, посиленням конвергентних процесів та освоєнням нових каналів комунікації з аудиторією. Видання, які змогли адаптуватися до цифрового середовища та запропонувати аудиторії унікальний контент, зберігають свої позиції на ринку.

Дослідження специфіки створення контенту для молодіжної аудиторії виявило ряд особливостей, які необхідно враховувати при розробці концепції журналу. Молодь віком від 16 до 30 років характеризується специфічним типом сприйняття інформації – кліповим мисленням, багатозадачністю, візуальною орієнтованістю, швидким перемиканням уваги. Це зумовлює необхідність структурування контенту відповідно до моделей швидкого засвоєння знань, порційності подання матеріалу, його чіткої структурованості, наявності візуальних акцентів та маркерів.

Аналіз основних тенденцій у дизайні журнальних видань дозволив виявити ключові напрямки розвитку візуальної мови сучасних медіа. Серед них: мінімалізм та функціоналізм, типографічна експресія, інтеграція фото та графіки, розвиток інфографічних систем, адаптивний дизайн для різних платформ, екологічна естетика. Специфіка дизайну молодіжних бізнес-

видань полягає у необхідності балансування між динамічною, сучасною візуальною мовою, що резонує з естетичними уподобаннями молодшої аудиторії, та функціональністю, необхідною для ефективної трансляції складної бізнес-інформації.

На основі проведеного дослідження розроблено концепцію та створено макет журналу «StartUP! Твій перший бізнес». Концептуальна ідея видання полягає у створенні практичного посібника для молоді, яка прагне реалізувати власні бізнес-ідеї. Цільовою аудиторією журналу є молоді люди віком 18-30 років, які цікавляться підприємництвом, мають бізнес-ідеї, але потребують практичних знань та інструментів для їх реалізації. Тематичний план видання охоплює питання розробки бізнес-ідей, фінансового планування, маркетингу, управління командою, юридичні аспекти ведення бізнесу.

Дизайн-концепція журналу базується на принципах функціональності, динамічності та інтерактивності. Візуальна мова видання поєднує елементи мінімалізму з яскравими акцентами, що створюють енергійну, оптимістичну атмосферу. Кольорова гама базується на контрастному поєднанні насичених кольорів з нейтральним фоном, що забезпечує чітку ієрархію інформації. Типографічна система включає сучасні шрифти з високою читабельністю для основного тексту та експресивні акцидентні шрифти для заголовків та акцентних елементів.

Модульна система верстки забезпечує гнучкість при формуванні макету та дозволяє створювати різноманітні композиційні рішення в межах єдиної візуальної мови. Розроблено уніфіковану систему навігаційних елементів, що полегшує орієнтацію в структурі видання. Особлива увага приділена інтеграції інтерактивних елементів, що забезпечують зв'язок друкованої версії з цифровими ресурсами – QR-коди для переходу на додаткові матеріали, елементи доповненої реальності, посилання на онлайн-інструменти.

Практична реалізація концепції дозволила створити цілісний макет видання, що відповідає інформаційним потребам та візуальним уподобанням цільової аудиторії. Розроблений проєкт має потенціал для впровадження у видавничу практику та заповнення існуючої ніші на ринку спеціалізованих видань для молоді, зацікавленої у розвитку власного бізнесу.

II. СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ І ДЖЕРЕЛ

1. Вербовий Р. М. Композиційно-графічна модель як інструмент проектування складних видань. Українські медіа 2012: проблеми моделювання медійного контенту / за ред. В. Різуна. Київ : Інститут журналістики, 2012. С. 291-294.
2. Видання. Основні види. Терміни та визначення понять : ДСТУ 3017:2015. Київ : ДП «УкрНДНЦ», 2016.
3. Куминська Я. А., Криворотько Е. О. Особливості неймінгу у формуванні. Молодий вчений. 2014. С. 360-363.
4. Лідвелл У., Холден К., Батлер Д. Універсальні принципи дизайну. Київ : ArtHuss, 2016. 272 с.
5. Чернявський С. Медіа ландшафт друкованих медіа в Україні – 2024. Детектор медіа. 2024. 2 листоп. URL: <https://detector.media/infospace/article/234226/2024-11-02-media-landshaft-drukovanykh-media-v-ukraini-2024/>
6. Adamopoulou E., Moussiades L. An overview of chatbot technology. Artificial intelligence applications and innovations. AIAI 2020. IFIP advances in information and communication technology / eds. I. Maglogiannis, L. Iliadis, E. Pimenidis. Springer, 2020. Vol. 584. P. 373-383.
7. Alkan M. F., Arslan M. Learner autonomy of pre-service teachers and its associations with academic motivation and self-efficacy. Malaysian Journal of Learning and Instruction. 2019. Vol. 16, No. 2. P. 75-96.
8. Alworth D. J. Supermarket sociology. New Literary History. 2010. Vol. 41, No. 2. P. 301-327.
9. Axelson R. D., Flick A. Defining student engagement. Change: The magazine of higher learning. 2010. Vol. 43, No. 1. P. 38-43.

10. Becker L., van Rompay T. J. L., Schifferstein H. N. J., Galetzka M. Tough package, strong taste: The influence of packaging design on taste impressions and product evaluations. *Food Quality and Preference*. 2011. Vol. 22, No. 1. P. 17-23.
11. Beverland M. B., Lindgreen A., Vink M. W. Projecting authenticity through advertising. *Journal of Advertising*. 2008. Vol. 37, No. 1. P. 5-15.
12. Chatterjee I. Packaging of identity and identifiable packages: A study of women-commodity negotiation through product packaging. *Gender, Place & Culture*. 2007. Vol. 14, No. 3. P. 293-316.
13. Dekker I., De Jong E. M., Schippers M. C., De Bruijn-Smolders M., Alexiou A., Giesbers B. Optimizing students' mental health and academic performance: AI-enhanced life crafting. *Frontiers in Psychology*. 2020. Vol. 11, June. P. 1-15.
14. Dekker M. Food packaging design. *Food Product Design: An Integrated Approach* / eds. A. R. Linnemann, C. G. P. H. Schroën, M. A. J. S. van Boekel. Wageningen : Wageningen Academic Publishers, 2011. P. 197-205.
15. Dixon M. D. Creating Effective Student Engagement in Online Courses: What Do Students Find Engaging? *Journal of the Scholarship of Teaching and Learning*. 2010. Vol. 10, No. 2. P. 1-13.
16. Dixon M. D. Measuring student engagement in the online course: The Online Student Engagement scale (OSE). *Online Learning*. 2015. Vol. 19, No. 4. N4.
17. Eskilson S. J. *Graphic Design: A New History*. London : Laurence King, 2012.
18. Garber L. L., Hyatt E. M., Boya U. O. The mediating effects of the appearance of nondurable consumer goods and their packaging on consumer behavior. *Product Experience* / eds. H. N. J. Schifferstein, P. Hekkert. Amsterdam : Elsevier, 2008. P. 581-602.

19. Geçer A. K., Topal A. D. Development of Satisfaction Scale For E-Course: Reliability and Validity Study. *Eğitimde Kuram ve Uygulama*. 2015. Vol. 11, No. 4. P. 1272-1287.
20. Gilmore J. H., Pine B. J. *Authenticity: What Consumers Really Want*. Boston : Harvard Business School Press, 2007.
21. Gonda D. E., Luo J., Wong Y. L., Lei C. U. Evaluation of developing educational chatbots based on the seven principles for good teaching. *Proceedings of the 2018 IEEE international conference on teaching, assessment, and learning for engineering, TALE 2018*. Australia : IEEE, 2019. P. 446-453.
22. Gülbahar Y. Study of developing scales for assessment of the levels of readiness and satisfaction of participants in e-learning environments. *Ankara University Journal of Faculty of Educational Sciences (JFES)*. 2012. Vol. 45, No. 2. P. 119-138.
23. Haristiani N., Danuwijaya A. A., Rifai M. M., Sarila H. Gengobot: A chatbot-based grammar application on mobile instant messaging as language learning medium. *Journal of Engineering Science and Technology*. 2019. Vol. 14, No. 6. P. 3158-3173.
24. Haristiani N., Rifai M. M. Chatbot-based application development and implementation as an autonomous language learning medium. *Indonesian Journal of Science and Technology*. 2021. Vol. 6, No. 3. P. 561-576.
25. Hill J., Ford W. R., Farreras I. G. Real conversations with artificial intelligence: A comparison between human–human online conversations and human–chatbot conversations. *Computers in Human Behavior*. 2015. Vol. 49. P. 245-250.
26. Huang W., Hew K. F., Fryer L. K. Chatbots for language learning—Are they really useful? A systematic review of chatbot-supported language learning. *Journal of Computer Assisted Learning*. 2021.
27. Hwang G. J., Chang C. Y. A review of opportunities and challenges of chatbots in education. *Interactive Learning Environments*. 2021. P. 1-14.

28. Khan A., Ranka S., Khakare C., Karve S. NEEV: An education informational chatbot. *International Research Journal of Engineering and Technology*. 2019. Vol. 6, No. 4. P. 492-495.
29. Kılıç K. An action research on computer assisted illustration practices within the scope of elective graphic design course : dis. ... PhD. Ondokuz Mayıs University. Turkey, 2020.
30. Kim N. Y., Cha Y., Kim H. S. Future English learning: Chatbots and artificial intelligence. *Multimedia-Assisted Language Learning*. 2019. Vol. 22, No. 3. P. 32-53.
31. Kumar J. A. Educational chatbots for project-based learning: investigating learning outcomes for a team-based design course. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*. 2021. Vol. 18, No. 1. P. 1-28.
32. Martín-Rodríguez Ó., Fernández-Molina J. C., Montero-Alonso M., González-Gómez F. The main components of satisfaction with e-learning. *Technology Pedagogy and Education*. 2015. Vol. 24, No. 2. P. 267-277.

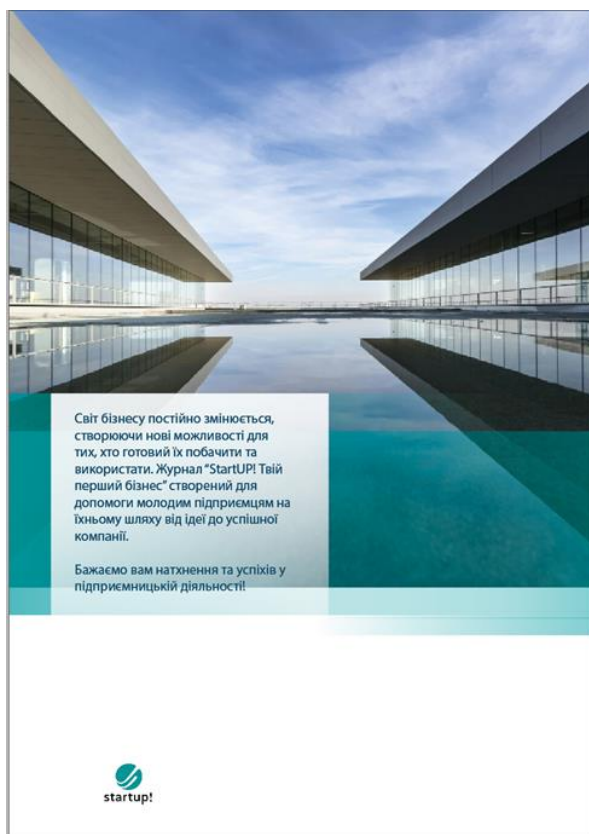
IV. ПРОЄКТ

The background of the cover is a photograph of a tall, modern skyscraper with a glass facade, reflecting the colors of a sunset sky. The building is illuminated from within, and the sky transitions from blue to orange and pink. Other buildings are visible in the background.

Від ідеї до успішного бізнесу: поради, історії, інструменти

- Як запустити бізнес з нуля у 2025
- Топ-5 ідей без великих інвестицій
- Інтерв'ю з українськими підприємцями

ВИПУСК №1 • ЧЕРВЕНЬ 2025



ЗМІСТ

Колонка редактора "Чому саме зараз найкращий час для стартапу"	4
Як запустити бізнес з нуля у 2025	6
Інтерв'ю з успішним стартапером	7
Топ-5 ідей для бізнесу без великих інвестицій	8
Чек-лист для запуску стартапу	10
Тренди у світі стартапів 2025	12
Експертна думка: Маркетинг для стартапу	14
Фінанси та юридичні аспекти	16
Глобальні можливості для українських стартапів	19
Рубрика "Факати" — типові помилки стартаперів	22
Корисні ресурси для стартаперів	24

6

Як запустити бізнес з нуля?

Покрокова стратегія для молодого підприємця



Мінімальні ресурси не перешкода для старту. Сучасні технології дозволяють тестувати бізнес-модель з мінімальними інвестиціями. Зосередьтесь на створенні пропозиції, який демонструє ключову цінність вашого рішення. Betry

Від ідеї до першого прибутку

Запуск успішного стартапу починається з глибокого аналізу ринку та чіткого позиціонування. Вивчення потреб аудиторії дозволяє створити продукт, який дійсно вирішує проблеми споживачів.

Бізнес-модель як основа стабільності

Ретельне планування фінансових потоків захистить від типових помилок початківців. Визначте структуру витрат, точку беззбитковості та потенційні джерела доходу ще до запуску. Фокусуйтеся на побудові сталої бізнес-модель, яка генеруватиме прибуток у довгостроковій перспективі. Найуспішніші стартапи ретельно документують свої гіпотези та систематично перевіряють їх на практиці. Раннє випалення хибних припущень економить ресурси та дозволяє вчасно скоригувати напрямки розвитку.

Формування команди одиоцидів

Правильно підібрані партнери та співробітники критично впливають на розвиток проекту. Шукайте людей з комплементарними навичками та спільним баченням.

Навіть маленька, але віддана команда здатна досягти вражаючих результатів за умови чіткого розподілу ролей та відповідальності. Інвестуйте час у побудову здорової корпоративної культури з перших днів існування компанії.

Формування команди одиоцидів

Правильно підібрані партнери та співробітники критично впливають на розвиток проекту. Шукайте людей з комплементарними навичками та спільним баченням.

Навіть маленька, але віддана команда здатна досягти вражаючих результатів за умови чіткого розподілу ролей та відповідальності. Інвестуйте час у побудову здорової корпоративної культури з перших днів існування компанії.

Юридичні аспекти та захист інтелектуальної власності

Правильне юридичне оформлення бізнесу з перших кроків убезпечить від майбутніх проблем. Визначте оптимальну організаційно-правову форму, подбайте про захист інтелектуальної власності та укладіть необхідні договори з партнерами.

Ключові показники успіху для стартапів у 2025 році

Фінансова стабільність залишається фундаментом для розвитку будь-якого бізнес-проекту. Дослідження показують, що 62% стартапів закриваються через проблеми з грошовим потоком ще до виходу на точку беззбитковості. Ретельне планування витрат, резервний фонд та чітка фінансова дисципліна критично важливі на ранніх етапах. Гнучкість у прийнятті рішень, відрізняє успішних підприємців від тих, хто зазнає невдач. Здатність швидко змінювати напрямки розвитку, відмовлятися від неефективних стратегій та фокусуватися на перспективних напрямках стає визначальною перевагою в умовах мінливого ринку. Постійне тестування гіпотез дозволяє оптимізувати бізнес-модель без зайвих витрат. Йкісна команда ціниться інвесторами вище за інноваційну ідею. Досвід показує, що посередня ідея

з видатною командою має більше шансів на успіх. Інвестуйте час у пошук партнерів та співробітників, які доповнюють ваші навички та підляють ваше бачення. Маркетингова стратегія повинна будуватися навколо чіткого розуміння цільової аудиторії. Глибокий інтер'єр, аналіз поведінкових патернів та постійний збір зворотного зв'язку дозволяють створювати продукти, які дійсно відповідають потребам користувачів. Персоналізація комунікації та емоційний зв'язок з аудиторією стають ключовими факторами диференціації на конкурентних ринках.

Очікуване зростання інвестицій

Обсяг венчурного фінансування в українській стартапів у 2025 році

60% -12%

Найперспективніші напрямки

Галузі з найвищим потенціалом для запуску нових проєктів

45% +8%

Показники виживаності

25% стартапів продовжують діяльність після трьох робочих років

74% +22%

Ключові фактори успіху

Компоненти, які найчастіше згадуються інвесторами як вирішальні

90% +32%

Типові причини невдач

Фактори, що призводять до закриття стартапів на ранніх етапах

67% -3,5%

8

Топ-5 ідей для бізнесу без великих інвестицій

Знайдіть свою нішу навіть з мінімальним бюджетом

1. Цифровий консалтинг для малого бізнесу

Малі підприємства потребують допомоги у цифровій трансформації, але не можуть дозволити собі послуги великих агентств. Пропонуючи доступні пакети з налаштування онлайн-присутності, автоматизації процесів та цифрового маркетингу, ви заповните важливу ринкову нішу.

Стартові витрати обмежуються ноутбуком та програмним забезпеченням, яке часто має безкоштовні версії для початківців. Ключова інвестиція — ваш час на освоєння необхідних навичок та побудову портфоліо через перші проєкти за зниженими цінами.

2. Створення нішевого онлайн-курсу

Ваша професійна експертиза може стати основою прибуткового інформаційного продукту. Визначте конкретну проблему та створіть курс, який пропонує цінне рішення. Фокусуйтеся на практичних навичках з вимірним результатом для учасників. Запис відео можливий навіть на смартфон, а численні платформи дозволяють розміщувати та продавати курси без технічних знань. Мінімальна версія продукту може складатися з 5-7 уроків з поступовим розширенням контенту на основі відгуків перших клієнтів.

3. Послуги з екологічної оптимізації побуту

Зростаюча екологічна свідомість створює попит на послуги з організації "зеленого" способу життя. Допомогайте клієнтам зменшувати вуглецевий слід через консультації з енергозбереження, організацію систем сортування відходів, підбір екологічних замінників побутової хімії. Додаткові напрямки — створення еко-подарунків,

організація своп-вечірок, проведення майстер-класів з апсайклінгу. Масштабування можливе через створення спільноти та залучення партнерів серед локальних екологічних ініціатив.

4. Персоналізоване фінансове консультування

Фінансова грамотність залишається проблемою для багатьох українців. Пропонуйте доступні консультації з особистого фінансового планування, управління боргами, формування інвестиційного портфеля для початківців.

Виділіться через спеціалізацію на конкретній аудиторії — молоді пари, фінансери, батьки дітей з особливими потребами. Монетизація через комбінацію годинних консультацій, готових шаблонів фінансових планів та групових воркшопів.

5. Нішевий контент-маркетинг для локального бізнесу

Місцеві підприємства потребують якісного контенту для соціальних мереж, але не можуть утримувати штатного маркетолога. Створіть послугу з регулярного наповнення всіх акунтів релевантним контентом, адаптованим під специфіку локального ринку.

Ефективна модель — пакетні пропозиції з фіксованою щомісячною оплатою за визначену кількість постів. Автоматизація процесів через планування постів дозволяє одночасно обслуговувати до 10-15 клієнтів без найму додаткового персоналу.

9

Ваше рішення ближче чим ви думаєте, ідеї приходять не самі. Актуалізуйтеся на ринку, зрозумійте потреби потенційних клієнтів.



Глобальні можливості для українських стартапів

Від малого до великого

Успішний локальний бізнес має потенціал виходу на міжнародні ринки. Аналіз показує, що українські стартапи мають особливі переваги для масштабування в різних регіонах світу завдяки конкурентній вартості розробки та високій якості продуктів. Розуміння регіональних особливостей та споживчих переваг критично важливе для успішної інтернаціоналізації. Дослідження демонструють, що адаптація під локальні ринки ефективніша за стратегію єдиного глобального продукту. Потенційні напрями експансії слід обирати з урахуванням схожості споживчої поведінки, регуляторного середовища та конкурентної ситуації.

NA
22%
GMV

ПІВНІЧНА АМЕРИКА (NA)
Висока конкуренція та вимогливі інвестори. Перевага українських компаній — технічна досконалість за конкурентною ціною.

SA
11%
GMV

ПІВДЕННА АМЕРИКА (SA)
Можливості для фінтех-рішень, освітніх технологій та оптимізації ланцюжків постачання в Бразилії та Мексиці.

EU
12%
GMV

ЄВРОПЕЙСЬКИЙ СОЮЗ (EU)
Географічна близькість та культурна спорідненість. Східної Європи.

AFRICA
8%
GMV

АФРИКА
Перспективні напрями: мобільні платіжі, телемедицина та дистанційна освіта в Нігерії, Кенії та ПАР.

ASIA
10%
GMV

АЗІЯ І ЯПОНІЯ
Значні культурні відмінності та специфічні вимоги до продуктів. Фокус на рішеннях для розумних міст.

AUS
27%
GMV

АВСТРАЛІЯ (AUS)
Високий потенціал для B2B-рішень в агротехнологіях, гірнякодобувній промисловості та логістиці.

Всесвітня спорідненість та можливості економічної комунікації відкривають для українських підприємців небачені можливості

Експертна думка: Маркетинг для стартапу

Сучасний маркетинг стартапу вимагає системного підходу та розуміння специфіки роботи з обмеженими ресурсами.



Поради з практичного досвіду

Визначення правильних каналів комунікації критично впливає на ефективність маркетингового бюджету. Аналіз джерел трафіку та конверсій допомагає оптимізувати витрати та зосередитися на найбільш перспективних напрямках. Створення контент-стратегії має базуватися на глибокому розумінні цільового клієнта. Різні формати контенту підтримують потенційних клієнтів на різних етапах воронки продажів: від підвищення обізнаності до прийняття рішення про покупку.

Початковий етап розвитку бізнесу — ідеальний час для експериментів з маркетинговими підходами. Важливо виділити бюджет на тестування різних каналів та повідомлень, щоб визначити найбільш ефективні комбінації перед масштабними інвестиціями в рекламу та просування.

Вимірювання успіху має включати не лише прямі продажі, але й показники залученості, утримання клієнтів та зростання впізнаваності бренду. Для стартапів особливо важливо відстежувати lifetime value клієнтів та вартість залучення, оскільки ці метрики допомагають прогнозувати довгострокову життєздатність бізнес-моделі та визначати точки оптимізації.

Побудова партнерських відносин з впливовими особами та лідерами думок у вашій ніші допомагає швидше залучати довіру аудиторії. Початковим етапом можуть бути бартерні домовленості замість прямих фінансових інвестицій.

