

Оригинальная статья / Original article

УДК 33

<https://doi.org/10.21869/2223-1552-2025-15-6-63-76>

Разработка концепции стратегии стартап-проекта с учетом оценки рисков его продвижения

О. А. Крыжановская¹ ✉

¹ Юго-Западный государственный университет
ул. 50 лет Октября, д. 94, г. Курск 305040, Российская Федерация

✉ e-mail: morozikolya2008@yandex.ru

Резюме

Актуальность. Современные рынки характеризуются большим количеством бизнес-участников, что создаёт жёсткую конкуренцию. Без четко продуманной стратегии и оценки рисков стартапу сложно занять устойчивую позицию на рынке, избежать ошибок и быстро адаптироваться к изменениям. Разработка концепции стратегии стартап-проекта помогает определить уникальные преимущества и минимизировать угрозы со стороны конкурентов и внешней среды. Потребительский рынок постоянно меняется, и стартап-проектам важно своевременно выявлять новые тренды и адаптировать свою стратегию. Анализ рисков помогает понять, какие изменения могут негативно повлиять на бизнес, и подготовить планы по их минимизации. Стратегия, основанная на систематической оценке рисков, позволяет выявить потенциальные угрозы на ранних этапах и разработать меры по их устранению или снижению, что повышает вероятность успешного запуска и развития стартапов. Таким образом, разработка концепции стратегии стартап-проекта с учетом оценки рисков его продвижения является актуальной научно-практической проблемой.

Цель – разработка концепции стратегии стартап-проекта с учетом оценки рисков его продвижения.

Задачи: провести идентификацию и оценку рисков конкретного стартап-проекта; разработать концепцию стратегии создания и продвижения данного стартапа, а также стратегию контент-маркетинга проекта с учетом фаз жизненного цикла, детализировать ее; обосновать важность и значимость полученных результатов.

Методология исследования включает методы анализа рисков стартап-проектов, а также подходы к разработке концепции стратегии стартап-проекта с учетом оценки рисков его продвижения.

Результаты: проведена идентификация и оценка рисков конкретного стартап-проекта; разработана концепция стратегии создания и продвижения данного стартапа с учетом проведенной оценки рисков создания и продвижения стартап-проекта; разработана стратегия контент-маркетинга проекта с учетом фаз жизненного цикла, проведена ее детализация.

Вывод. Обоснована важность и значимость авторской концепции стратегии стартап-проекта с учетом оценки рисков его продвижения.

Ключевые слова: стратегия; риск; стартап-проект; концепция; оценка риска.

Конфликт интересов: В представленной публикации отсутствует заимствованный материал без ссылок на автора и (или) источник заимствования, нет результатов научных работ, выполненных авторами публикации лично и (или) в соавторстве, без соответствующих ссылок. Авторы декларируют отсутствие конфликта интересов, связанных с публикацией данной статьи.

Для цитирования: Крыжановская О. А. Разработка концепции стратегии стартап-проекта с учетом оценки рисков его продвижения // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2025. Т. 15, № 6. С. 63–76. <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2025-15-6-63-76>

Поступила в редакцию 16.10.2025

Принята к публикации 13.11.2025

Опубликована 30.12.2025

© Крыжановская О. А., 2025

Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент /
Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics, Sociology and Management. 2025;15(6):63–76

Developing a startup project strategy concept with risk assessment

Olga A. Kryzhanovskaya¹ ✉

¹ Southwest State University
50 Let Oktyabrya Str. 94, Kursk 305040, Russian Federation

✉ e-mail: morozikolya2008@yandex.ru

Abstract

Relevance. Modern markets are characterized by a large number of business participants, which creates fierce competition. Without a clearly defined strategy and risk assessment, it is difficult for a startup to establish a stable market position, avoid mistakes, and quickly adapt to changes. Developing a startup strategy concept helps identify unique advantages and minimize threats from competitors and the external environment. The consumer market is constantly changing, and it is important for startups to promptly identify new trends and adapt their strategy. Risk analysis helps understand which changes may negatively impact the business and develop plans to minimize them. A strategy based on a systematic risk assessment enables the early identification of potential threats and the development of measures to eliminate or mitigate them, thereby increasing the likelihood of a successful launch and development of startups. Therefore, developing a startup project strategy concept that takes into account the assessment of promotion risks is a relevant scientific and practical issue.

The purpose is develop a startup project strategy concept that takes into account the assessment of promotion risks.

Objectives: Identify and assess the risks of a specific startup project; Develop a strategy concept for the creation and promotion of this startup, as well as a content marketing strategy for the project, taking into account the phases of the life cycle, and detail it; and justify the importance and significance of the obtained results.

Methodology. The research methodology includes methods for analyzing startup risks, as well as approaches to developing a strategy concept for a startup project, taking into account the assessment of promotion risks.

Results: the risks of a specific startup project were identified and assessed; a strategy concept for the creation and promotion of this startup was developed, taking into account the assessment of the risks of creation and promotion of the startup project; a content marketing strategy for the project, taking into account the phases of the life cycle, was developed and detailed.

Conclusion. The importance and significance of the author's concept of a startup project strategy is substantiated, taking into account the risk assessment of its promotion.

Keywords: strategy; risk; startup project; concept; risk assessment.

Conflict of interest: In the presented publication there is no borrowed material without references to the author and (or) source of borrowing, there are no results of scientific works performed by the authors of the publication, personally and (or) in co-authorship, without relevant links. The authors declares no conflict of interest related to the publication of this article.

For citation: Kryzhanovskaya O.A. Developing a startup project strategy concept with risk assessment. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika. Sotsiologiya. Menedzhment* = *Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics, Sociology and Management*. 2025;15(6):63–76. (In Russ.) <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2025-15-6-63-76>

Received 16.10.2025

Accepted 13.11.2025

Published 30.12.2025

Введение

В современных условиях управление проектами становится всё более сложной задачей, которая требует учёта множества факторов, влияющих на их успешное выполнение. Одним из ключевых аспектов управления проектами является оценка риска, позволяющая минимизировать возможные негативные последствия и повысить шансы на успешную реализацию проекта. Оценка рисков является важным этапом управления проектами,

так как позволяет выявить потенциальные угрозы и разработать стратегии их минимизации. В условиях быстро меняющегося рынка и высокой конкуренции компании нуждаются в методах, которые позволяют учитывать риски и адаптироваться к изменениям [1]. Оценка рисков помогает компаниям принимать обоснованные решения и разрабатывать эффективные стратегии управления проектами [2]. Таким образом, разработка концепции стратегии проекта с учётом оценки

рисков является важной научной задачей, которая требует внимания и своего решения. Оценка рисков позволяет компаниям принимать обоснованные решения, разрабатывать эффективные стратегии управления и продвижения проекта.

Материалы и методы

Для оценки рисков будущего проекта используются различные методы: как количественные, так и качественные [3]. Среди качественных методов можно выделить методы стратегического анализа, построения диаграммы Исикавы, методы экспертных оценок, которые представляют собой качественные или вероятностные методы [4]. Также для оценки рисков можно использовать количественные методы, такие как метод матрицы рисков, метод анализа сценариев, анализ чувствительности, дерево решений и т. д. [5]. Таким образом, при оценке рисков проекта обычно комбинируют методы, начиная с качественной идентификации и описания рисков, и переходят к вероятностно-количественной оценке для установления приоритетов и разработки мер управления данными рисками [6].

При разработке концепции стратегии проекта могут использоваться различные подходы, такие как инновационный, когда особое внимание уделяется созданию уникальных продуктов и услуг [7]; ценностный подход, когда фокусируются на удовлетворении потребностей клиентов на основе предоставления максимального уровня ценности [8]; рыночный подход, заключающийся в изучении поведения потребителя, анализе тенденций рынка и адаптации стратегии под изменения внешней среды [9]; ресурсный подход, заключающийся в концентрации на внутренних ресурсах и компетенциях компании для достижения конкурентных преимуществ на рынке [10], а также гибкий подход, позволяющий сочетать себе ранее перечисленные подходы, для быстрой адаптации к изменениям и по-

стоянной оптимизации процессов компании [11].

В рамках нашего исследования нами были применены комбинированные подходы как к оценке рисков, так и к разработке концепции стратегии стартап-проекта в современных условиях.

Результаты и их обсуждение

Для стартап-проекта «Разработка и продвижение мобильного приложения для поиска волонтеров и помощников по выполнению домашнего задания школьниками» нами были выявлены следующие типы рисков:

- рыночные риски (конкуренция, колебания рынка, повышение стоимости энергоресурсов);

- маркетинговые риски (неполное понимание нужд и интересов потенциальных клиентов, ограниченный набор услуг, неэффективная стратегия позиционирования);

- финансовые риски (высокая цена оборудования, нехватка финансовых ресурсов, колебания валютных курсов);

- персональные риски (нехватка высококвалифицированных сотрудников, неправильный подбор персонала).

Далее были описаны основные виды рисков, определено их влияние на ключевые факторы проекта [12], а также обоснованы меры реагирования на каждый вид риска (табл. 1).

Оценка рисков продвижения бизнес-проекта по созданию и продвижению мобильного приложения для поиска волонтеров и помощников в выполнении домашних заданий школьниками представлена ниже (табл. 2).

Для дальнейшей оценки рисков стартап-проектов применяются различные подходы. Нами была применена методика, описанная в работе [13]. Необходимо определить вес каждого риска в их общей совокупности, а затем экспертным путем оценить вероятность наступления и реализации данных рисков по шкале, представленной ниже (рис. 1).

Таблица 1. Риски стартап-проекта, их содержание, влияние на ключевые факторы проекта, меры реагирования

Вид риска	Описание риска	Влияние риска на ключевые факторы проекта	Меры реагирования
Производственный	Падение спроса на предоставляемые услуги мобильного приложения для поиска волонтеров и помощников в выполнении домашних заданий школьниками	Уменьшение доходов компании, уменьшение лояльности клиентов	Организация маркетинговой кампании, внедрение программы лояльности, предоставление акций и бонусов в мобильном приложении для поиска волонтеров и помощников в выполнении домашних заданий школьниками
Инновационный	Нарушение технологии выполнения операций мобильного приложения для поиска волонтеров и помощников в выполнении домашних заданий школьниками	Уменьшение лояльности клиентов, отказ в использовании данного приложения	Анализ и опрос пользователей для выявления необходимого функционала, тщательное тестирование и технологии выполнения операций
Финансовый	Увеличение затрат на проект мобильного приложения для поиска волонтеров и помощников в выполнении домашних заданий школьниками	Увеличение издержек, сомнения в эффективности проекта мобильного приложения для поиска волонтеров и помощников в выполнении домашних заданий школьниками	Расчет стоимостного плана проекта мобильного приложения для поиска волонтеров и помощников в выполнении домашних заданий школьниками
Коммерческий	Вытеснение портала с рынка конкурентами	Неконкурентоспособная компания, ниже качество консультанта, чем у конкурентов	Анализ конкурентов, выявление их нововведений, опрос пользователей и на основании данных улучшение технологии выполнения операций, добавление новых функций
Информационный	Недостаточный объем данных для помощи пользователям мобильного приложения для поиска волонтеров и помощников в выполнении домашних заданий школьниками	Недостижение целей проекта, отсутствие выполнения главой цели проекта мобильного приложения для поиска волонтеров и помощников в выполнении домашних заданий школьниками	Качественно анализировать входные данные, их структуру, количество и сделать вывод о полном анализе рынка продаж на данном этапе реализации мобильного приложения для поиска волонтеров и помощников в выполнении домашних заданий школьниками
Социальный	Недостаточная квалификация и опытность волонтеров мобильного приложения для поиска волонтеров и помощников в выполнении домашних заданий школьниками	Снижение качества разработанной системы, неполная реализация функций	Подбор обучающей литературы для команды проекта, консультация со специалистами компании

Таблица 2. Оценка рисков продвижения бизнес-проекта по созданию и продвижению мобильного приложения для поиска волонтеров и помощников в выполнении домашних заданий школьниками

Наименование риска	Оценка степени риска	Меры по снижению рисков
Производственный риск	Возможен	Страхование сотрудников. Подбор квалифицированных специалистов. Разработка системы вознаграждения сотрудников, по результатам выполненной работы. Введение материальной ответственности. Стимулирование участников образовательных отношений для участия в волонтерских движениях
Риск изменения темпов инфляции	Незначительный	В планируемом периоде ожидается прогнозируемый рост инфляции. Так, по прогнозам Банка России, в 2024-2025 г. она будет составлять около 4,0%
Риск форс-мажорных ситуаций	Возможен	Отказ от проведения мероприятий в местах с высоким риском возникновения экстренных ситуаций; страхование ответственности организатора перед третьими лицами и страхование отмены или переноса мероприятий; реализация специальных мер по контролю и безопасности, использование технических средств охраны и пожаротушения; формирование бюджетов для покрытия возможных потерь в случае форс-мажора; постоянная оценка и анализ потенциальных рисков; обучение сотрудников и определение зон ответственности; организация кризисных коммуникаций и работа со СМИ

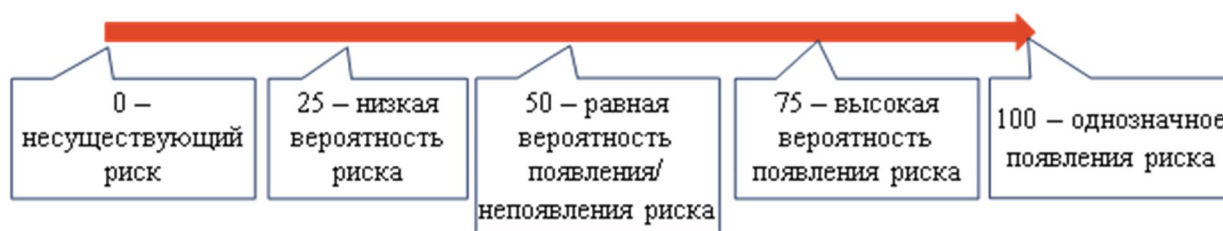


Рис. 1. Шкала экспертной оценки рисков

Нами была проведена экспертная оценка выявленных для нашего стартап-проекта рисков, результаты которой представлены ниже (табл. 3).

Отобразим для наглядности степень проявления рисков мобильного приложения для поиска волонтеров и помощников в выполнении домашних заданий школьниками (табл. 4).

Далее нами был проведен анализ непротиворечивости мнений экспертов по созданию и продвижению мобильного приложения для поиска волонтеров и помощников в выполнении домашних заданий школьниками (табл. 5).

Далее нами была найдена общая оценка риска проекта по созданию и продвижению мобильного приложения для поиска волонтеров и помощников в выполнении домашних заданий школьниками (табл. 6).

Визуализация результатов исследования представлена ниже (рис. 2).

Один из ключевых рисков связан с возможной негативной реакцией рынка на маркетинговые услуги. Если цены упадут, возникнет угроза дефолта команды проекта и его досрочного завершения. Чтобы решить эту проблему, можно снизить зависимость проекта от рынка,

например, путём расширения предоставляемых услуг на другие сегменты [14].

Другой возможный риск связан с открытыми данными пользователей. Если хакеры получают доступ к базам данных проекта, добыча чувствительной информации пользователей станет наиболее вероятной угрозой [15]. Для предотвращения такого сценария применяются шифрование и многоуровневая защита данных. Кроме того, регулярные контрольные проверки позво-

ляют предупреждать угрозы даже на ранней стадии.

Ещё один вероятный риск связан с общедоступными данными пользователей. Если злоумышленники получают доступ к базам данных проекта, то вероятность кражи конфиденциальной информации пользователей возрастёт. Чтобы предотвратить подобные ситуации, используются шифрование и многоуровневая защита данных. Также регулярные проверки позволяют выявлять потенциальные угрозы на ранних стадиях [16].

Таблица 3. Экспертная оценка выявленных для нашего стартап-проекта рисков

Риск	Эксперт			Средняя вероятность, T_i
	экономист	маркетолог	инженер	
R1 – уровень платежеспособности	35	25	45	35
R2 – непредвиденные затраты, в том числе из-за инфляции	90	85	95	90
R3 – неустойчивость спроса	25	20	30	25
R4 – рост налогов	90	90	90	90
R5 – снижение платежеспособности потребителей	25	25	25	25
R6 – рост цен	90	90	90	90
R7 – недостаток оборотных средств	50	50	50	50
R8 – сбой в ПО	10	5	15	10
R9 – трудности с набором квалифицированной рабочей силы	40	45	50	45
R10 – недостаточный уровень заработной платы	40	40	55	45

Таблица 4. Степень проявления рисков мобильного приложения для поиска волонтеров и помощников в выполнении домашних заданий школьниками

№	Риски	Эксперты		
		экономист	маркетолог	инженер
R1	Уровень платежеспособности			
R2	Непредвиденные затраты, в том числе из-за инфляции			
R3	Неустойчивость спроса			
R4	Рост налогов			
R5	Снижение платежеспособности потребителей			
R6	Рост цен			
R7	Недостаток оборотных средств			
R8	Сбой в ПО			
R9	Трудности с набором квалифицированной рабочей силы			
R10	Недостаточный уровень заработной платы			
		Низкая степень наступления рисков		
		Средняя степень наступления рисков		
		Высокая степень наступления рисков		

Таблица 5. Анализ непротиворечивости мнений экспертов по созданию и продвижению мобильного приложения для поиска волонтеров и помощников в выполнении домашних заданий школьниками

Риск	Эксперты			Xi – Yi	Max Xi – Yi
	экономист	маркетолог	инженер		
R1 – уровень платежеспособности	35	25	45	35 – 25 = 10 25 – 45 = -20 35 – 45 = -10	10
R2 – непредвиденные затраты, в том числе из-за инфляции	90	85	95	90 – 85 = 5 85 – 95 = -10 90 – 95 = -5	5
R3 – неустойчивость спроса	25	20	30	25 – 20 = 5 20 – 30 = -10 25 – 30 = -5	5
R4 – рост налогов	90	90	90	90 – 90 = 0 90 – 90 = 0 90 – 90 = 0	0
R5 – снижение платежеспособности потребителей	25	25	25	25 – 25 = 0 25 – 25 = 0 25 – 25 = 0	0
R6 – рост цен	90	90	90	90 – 90 = 0 90 – 90 = 0 90 – 90 = 0	0
R7 – недостаток оборотных средств	50	50	50	50 – 50 = 0 50 – 50 = 0 50 – 50 = 0	0
R8 – сбой в ПО	10	5	15	10 – 5 = 5 5 – 15 = -10 10 – 15 = -5	5
R9 – трудности с набором квалифицированной рабочей силы	40	45	50	40 – 45 = -5 45 – 50 = 5 40 – 50 = -10	5
R10 – недостаточный уровень заработной платы	40	40	55	40 – 40 = 0 40 – 55 = -15 40 – 55 = -15	0
$\Sigma = \frac{\sum (xi - yi)}{n}$	30/10 = 3				

Таблица 6. Общая оценка риска проекта по созданию и продвижению мобильного приложения для поиска волонтеров и помощников в выполнении домашних заданий школьниками

Риски, Rj	Удельные веса, Wj	Вероятность, Tj	Балл, Wj x Tj
R1	0,025	35	0,88
R2	0,125	90	11,25
R3	0,075	25	1,88
R4	0,025	90	2,25
R5	0,075	25	1,88
R6	0,125	90	11,25
R7	0,025	50	1,25
R8	0,125	10	1,25
R9	0,025	45	1,13
R10	0,075	45	3,38
<i>Итого</i>	1	–	36,4

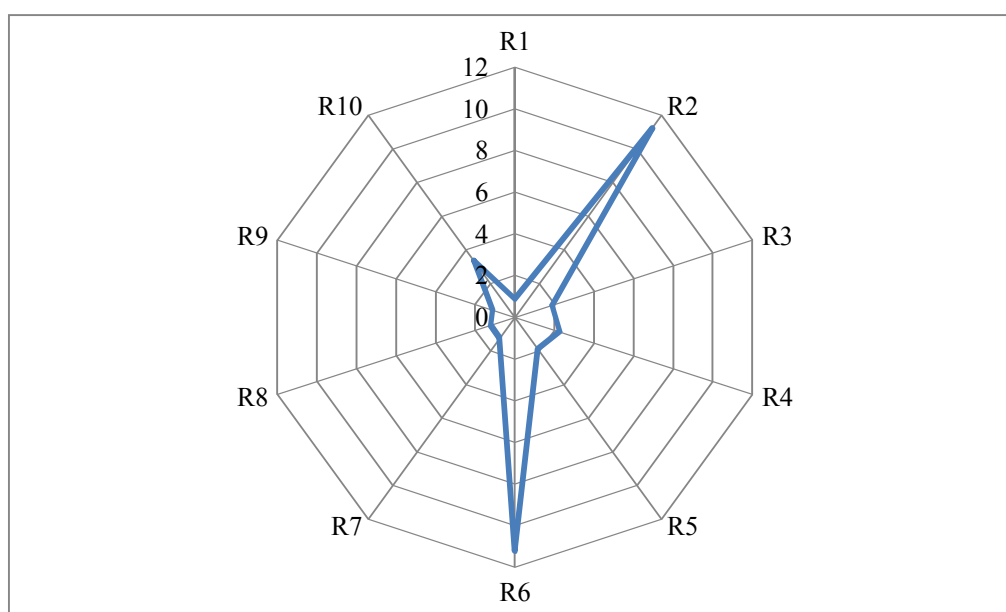


Рис. 2. Карта рисков стартап-проекта

С учетом проведенной оценки рисков создания и продвижения стартап-проекта нами была разработана концепция стратегии создания и продвижения мобильного приложения для поиска волонтеров и помощников по выполнению домашнего задания школьниками (рис. 3).

Разработанная концепция стратегии создания и продвижения стартап-проекта представляет собой удобный интерфейс для управления проектом, что позволяет менеджменту быстро и эффективно координировать работу команды. Также данная концепция включает в себе различные инструменты для управления задачами и ресурсами, что помогает менеджменту лучше контролировать процесс реализации проекта, а также может помочь менеджменту снизить нагрузку все аспекты управления проектом. Таким образом, разработанная концепция стратегии стартап-проекта является уникальной и значимой для образовательного сообщества, потребителей и менеджмента проекта.

Далее необходимо разработать маркетинговую стратегию продвижения

стартап-проекта [17]. Нами была разработана стратегия контент-маркетинга мобильного приложения для поиска волонтеров и помощников по выполнению домашнего задания школьниками. Рассмотрим основные положения данной стратегии с учетом фаз жизненного цикла (табл. 7).

Детализация стратегии контент-маркетинга для мобильного приложения по поиску волонтеров и помощников в выполнении домашнего задания школьниками представлена ниже (табл. 8).

Разработка стратегии контент-маркетинга для мобильного приложения по поиску волонтеров и помощников в выполнении домашнего задания школьниками позволяет: привлечь потенциальных волонтеров, заинтересованных в помощи школьникам с домашним заданием; повысить видимость приложения в поисковых системах благодаря использованию ключевых слов и SEO-оптимизация; укрепить позиции приложения в поисковой выдаче и привлечь больше пользователей благодаря активному взаимодействию с аудиторией через социальные сети и оптимизации скорости загрузки сайта.

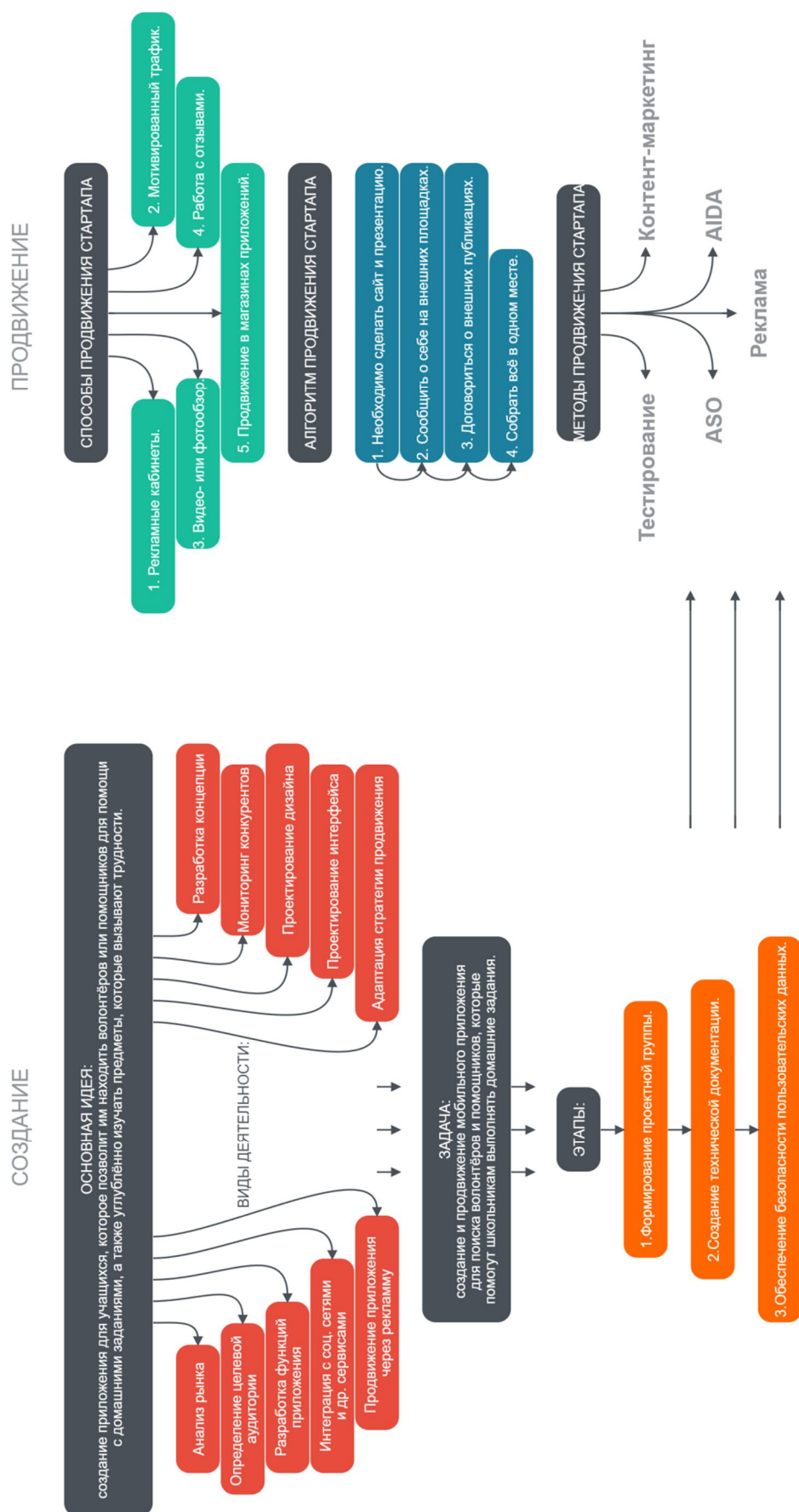


Рис. 3. Концепция стратегии создания и продвижения мобильного приложения для поиска волонтеров и помощников по выполнению домашнего задания школьниками

Таблица 7. Стратегия контент-маркетинга мобильного приложения для поиска волонтеров и помощников по выполнению домашнего задания школьниками с учетом фаз жизненного цикла

Стадия жизненного цикла	Цель	Направление достижения цели
Осведомленность	Донести до школьников, родителей, волонтеров и педагогов информацию о существовании и преимуществах приложения, чтобы увеличить число потенциальных пользователей и стимулировать их к использованию сервиса	Организация мероприятий и акций: проведение семинаров, вебинаров, мастер-классов и других мероприятий, направленных на ознакомление пользователей с приложением и его возможностями
Рассмотрение	Создать безопасную и доверительную среду, где школьники и волонтеры смогут взаимодействовать эффективно и без опасений	Установить четкие правила и нормы поведения для всех участников взаимодействия; организовать регулярные встречи и мероприятия для общения и знакомства между школьниками и волонтерами; обеспечить поддержку и помощь в сложных ситуациях
Покупка	Обеспечить школьникам и их родителям доступ к качественной, надежной и удобной помощи в выполнении домашних заданий, а волонтерам – возможность зарабатывать и получать признание за свою помощь	Доступ к базе заданий с разными уровнями сложности, возможность общения с репетиторами и экспертами через чат или видеосвязь, отслеживание прогресса выполнения заданий и получение обратной связи от преподавателей
Удержание	Обеспечить долгосрочную активность пользователей, повысить уровень удовлетворенности, минимизировать отток пользователей	Доступ к базе заданий с разными уровнями сложности, возможность общения с репетиторами и экспертами через чат или видеосвязь, отслеживание прогресса выполнения заданий и получение обратной связи от преподавателей

Таблица 8. Детализация стратегии контент-маркетинга для мобильного приложения по поиску волонтеров и помощников в выполнении домашнего задания школьниками

	Показатель	Описание
Цели	Цель 1	Привлечение новых пользователей
	Цель 2	Повышение узнаваемости бренда
	Цель 3	Вовлечение и удержание пользователей
Тема контента	Идея	Запуск кампаний в соцсетях с визуальным контентом
	Элементы сюжета	Статьи, кейсы, отзывы
Обзор контента	Содержание, которое нужно сохранить	Вебинары по учебным темам, конкурсы с призами, опросы о потребностях
	Контент для обновления	Обновлять свежими кейсами, новыми советами, отзывами
	Содержимое для удаления	Устаревшие статьи, неактуальные материалы, дублирующий контент
	Контент для добавления	Новые статьи, инструкции, видеоуроки, отзывы волонтеров и школьников
Отображение контента	Компоненты	Интерфейс пользователя, карточки волонтеров/помощников, объявления и задания, профили пользователей, фильтры и поиск, уведомления и сообщения, инструкции и подсказки

Показатель		Описание
Рабочий процесс контента	Записи в блоги и статьи	Статьи о важности помощи школьникам, советы по учебе, истории успеха волонтеров
	Справочники и электронные книги	Руководства по подготовке к экзаменам, советы по организации учебного времени
	Графика	Инфографика о преимуществах помощи, схемы учебных процессов
	Видео	Видеоролики о работе волонтеров, отзывы пользователей, обучающие видео
	Подкасты	Интервью с волонтерами, обсуждение актуальных тем в образовании
	Вебинары	Онлайн-сессии по подготовке к экзаменам, мастер-классы
	Редакционный календарь	Планирование объявлений и новостей, повышение вовлеченности, координация команды, аналитика и улучшение
Рекомендации по содержанию	Объявление	Социальные сети, школьные форумы, мессенджеры
	Мнение и стиль	Внутренние отзывы, опросы, отзывы пользователей
	Метаданные	Категоризация задач, теги, описание навыков
	Визуальные эффекты	Иконки, анимации, дизайн интерфейса
	Лучшие практики: написание	Создавать понятные инструкции, советы по пользованию
	Лучшие практики: SEO	Оптимизация поисковых запросов, ключевые слова

Успех проекта напрямую зависит от создания позитивного имиджа и доверия всех участников процесса [18]. Создание надёжной репутации – это непрерывный процесс, требующий постоянного внимания к деталям и готовности к изменениям [19]. Только так можно обеспечить долгосрочное развитие проекта и доверие всех его участников [20].

Выводы

Научная новизна разработанный концепции стратегии стартап-проекта заключается в интеграции современных методов анализа риска и подходов к управлению проектами, позволяющих эффективно адаптироваться к неопределённым условиям современного рынка. Разработанная концепция предполагает использование многоуровневой модели оценки рисков, объединяя количественный и качественный анализ рисков. Такой подход позволяет учитывать разнообразные типы угроз, включая рыночные,

технологические, экономические, юридические и т. д. Предложенная концепция стратегии стартап-проекта разработана таким образом, чтобы оперативно реагировать на внешние изменения и минимизировать негативное влияние факторов риска. Также концепция стратегии стартап-проекта основана на принципах гибкости, устойчивости, обеспечивая адаптацию проекта даже к условиям кризиса. Предложенная концепция может служить основой для разработки эффективных стратегий управления проектами для снижения риска, позволяя повысить шансы на успех. Полученные результаты исследования способствуют улучшению процесса принятия управленческих решений, снижают затраты и повышают прибыль проекта.

Таким образом, представленная концепция обладает значительным научным потенциалом и является важным вкладом в теорию и практику управления стартап-проектами с учётом оценки рисков.

Список литературы

1. Рожкова Е. В., Мингачева Л. Р. Сущность и характерные черты стартапа в современной экономике // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. 2022. № 4. С. 57-60.
2. Крыжановская О. А. Выбор канала продвижения стартап-проекта в современном медиа-пространстве // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2024. Т. 14, № 4. С. 162-173.
3. Крыжановская О. А., Пахомов К. Е. Маркетинговое исследование рынка для реализации стартап-проекта в современных условиях хозяйствования // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2022. Т. 12, № 4. С. 156-167.
4. Golovin T. Y. Lean Startup Methodology as a Base for an Entrepreneurship Opportunity Model // Экономика и предпринимательство. 2025. № 7. Р. 814-817.
5. Азоев Г. Л., Сумарокова Е. В. Маркетинговые технологии масштабирования бизнеса инновационного стартапа. М.: Русайнс, 2023. 126 с.
6. Прозоровская Л. В., Ефанова Е. А. Комплексная оценка стратегического планирования на предприятиях при развитии инноваций // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2009. № 11(79). С. 77-88.
7. Калибердин П. А. Маркетинговые стратегии для поддержки технологического стартапа на ранних этапах жизненного цикла // Экономика строительства. 2024. № 3. С. 31-34.
8. Ковальчук М. А., Трейман М. Г. Особенности формирования бизнес-модели стартапа // Экономика строительства. 2025. № 6. С. 170-172.
9. Kasych A., Amelyaniuk A. The Nature of Startup Development: Concepts, Theories, Trends, Conditions // Littera Scripta. 2020. Vol. 13, is. 1. P. 167–185. https://doi.org/10.36708/Littera_Scripta2020/1/11
10. Kasych A., Dzhura A. Startups as a form of entrepreneurial activity: concept, meaning, foreign experience // Investytsiyi: praktyka ta dosvid. 2019. <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2019.2.24>
11. Khavrova K., Pluzhnikova L. The importance of startups in entrepreneurship // Business Navigator. 2021. <https://doi.org/10.32847/business-navigator.63-19>
12. Артюхова И. В., Эмиров М. Э. Стратегия развития стартапа // Тенденции функционирования современных предприятий и организаций: сборник тезисов участников научно-практической конференции профессорско-преподавательского состава, студентов и молодых ученых, посвященной Дню российской науки, г. Симферополь, 08 февраля 2021 года. Симферополь: Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского, 2021. С. 112-113.
13. Винокурова Т. П. Налоговый риск: экономическая сущность, методики анализа и оценки, направления их совершенствования // Экономика и управление (Минск). 2012. № 4(32). С. 103-110.
14. Вопросы экономического развития системы риск-менеджмента в национальных компаниях Казахстана / К. О. Шаяхметова, С. Н. Валиева, А. Сәкенқызы, А. А. Шыныбаев // Финансовая система в условиях создания модели устойчивого экономического развития Казахстана: сборник материалов Международной научно-практической конференции, г. Астана, 01 февраля 2024 года. Астана: ИП «Булатов А. Ж.», 2024. С. 435-441.
15. Основные компоненты успешной стратегии стартапа / Л. С. Чарыева, А. Н. Аширова, Э. Г. Давлетова [и др.] // Молодой ученый. 2023. № 46(493). С. 139-141.
16. Губкин И. И. Особенности маркетинговой стратегии на различных стадиях жизненного цикла стартапа // Студенческий вестник. 2024. № 20-13(306). С. 18-21.
17. Токарев Б. Е. Концепция многоуровневого маркетинга инновационного стартапа // Вестник университета. 2017. № 3. С. 158-164.
18. Андрущенко, Д. В. Маркетинговая стратегия продвижения стартапа // Актуальные проблемы социально-гуманитарного и научно-технического знания. 2022. № 3-4(31). С. 5-8.
19. Невоструев П. Ю. Маркетинговая концепция поиска потребительской ценности стартапа // E-Scio. 2020. № 4(43). С. 479-485.
20. Сафронова Я. Д. Бизнес-план для стартапа: стратегии адаптации и управления рисками // Наука XXI века: актуальные направления развития. 2025. № 1-2. С. 14-18.

References

1. Rozhkova E.V., Mingacheva L.R. The Essence and Characteristics of a Startup in the Modern Economy. *Konkurentosposobnost' v global'nom mire: ekonomika, nauka, tekhnologii = Competitiveness in the Global World: Economics, Science, and Technology*. 2022;(4):57-60. (In Russ.)
2. Kryzhanovskaya O.A. Selecting a channel for promoting a startup project in the modern media space. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika. Sotsiologiya. Menedzhment = Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics, Sociology and Management*. 2024;14(4):162-173. (In Russ.)
3. Kryzhanovskaya O.A., Pakhomov K.E. Market Research for the Implementation of a Startup Project in Modern Economic Conditions. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika. Sotsiologiya. Menedzhment = Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics, Sociology and Management*. 2022;12(4):156-167. (In Russ.)
4. Golovin T.Y. Lean Startup Methodology as a Base for an Entrepreneurship Opportunity Model. *Ekonomika i predprinimatel'stvo = Economy and Entrepreneurship*. 2025;(7):814-817. (In Russ.)
5. Azoev G.L., Sumarokova E.V. Marketing Technologies for Scaling the Business of an Innovative Startup. Moscow: Rusains; 2023. 126 p. (In Russ.)
6. Prozorovskaya L.V., Efanova E.A. Comprehensive Assessment of Strategic Planning at Enterprises in the Development of Innovations. *Vestnik Tambovskogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye nauki = Bulletin of Tambov University. Series: Humanities*. 2009;(11):77-88. (In Russ.)
7. Kaliberdin P.A. Marketing strategies for supporting a technology startup at the early stages of its life cycle. *Ekonomika stroitel'stva = Construction Economics*. 2024;(3):31-34. (In Russ.)
8. Kovalchuk M.A., Treiman M.G. Features of the formation of a startup business model. *Ekonomika stroitel'stva = Construction Economics*. 2025;(6):170-172. (In Russ.)
9. Kasych A., Amelyaniuk A. The Nature of Startup Development: Concepts, Theories, Trends, Conditions. *Littera Scripta*. 2020;13:167–185. https://doi.org/10.36708/Littera_Scripta2020/1/11
10. Kasych A., Dzhura A. Startups as a form of entrepreneurial activity: concept, meaning, foreign experience. *Investytsiyi: praktyka ta dosvid*. 2019. <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2019.2.24>
11. Khavrova K., Pluzhnikova L. The importance of startups in entrepreneurship. *Business Navigator*. 2021. <https://doi.org/10.32847/business-navigator.63-19>
12. Artyukhova I.V., Emirov M.E. Startup Development Strategy. In: *Tendentsii funktsionirovaniya sovremennykh predpriyatiy i organizatsii: sbornik tezisev uchastnikov nauchno-prakticheskoi konferentsii professorsko-prepodavatel'skogo sostava, studentov i molodykh uchenykh posvyashchennoi Dnyu rossiiskoi nauki, g. Simferopol', 08 fevralya 2021 goda = Trends in the Functioning of Modern Enterprises and Organizations: Collection of abstracts of participants in the scientific and practical conference of faculty, students and young scientists dedicated to the Day of Russian Science, 8 February 2021, Simferopol*. Simferopol: Krymskii federal'nyi universitet imeni V. I. Vernadskogo; 2021. P. 112-113. (In Russ.)
13. Vinokurova T.P. Tax risk: economic essence, methods of analysis and assessment, directions for their improvement. *Ekonomika i upravlenie (Minsk) = Economy and Management (Minsk)*. 2012;(4):103-110. (In Russ.)
14. Shayakhmetova K.O., Valieva S.N., Sakenkyzy A., Shynybayev A.A. Issues of economic development of the risk management system in national companies of Kazakhstan. In: *Finansovaya sistema v usloviyakh sozdaniya modeli ustoichivogo ekonomicheskogo razvitiya Kazakhstana: sbornik materialov Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii, g. Astana, 01 fevralya 2024 goda = The financial system in the context of creating a model of sustainable economic development of Kazakhstan: Collection of materials of the International scientific and practical conference, 1 February 2024, Astana*. Astana: IP «Bulatov A. Zh.»; 2024. P. 435-441. (In Russ.)
15. Charyeva L.S., Ashirova A.N., Davletova E.G., et al. The Main Components of a Successful Startup Strategy. *Molodoi uchenyi = Young Scientist*. 2023;(46):139-141. (In Russ.)

16. Gubkin I.I. Features of Marketing Strategy at Various Stages of a Startup Life Cycle. *Studencheskii vestnik = Student Bulletin*. 2024;(20-13):18-21. (In Russ.)
17. Tokarev B.E. The Concept of Multi-Level Marketing of an Innovative Startup. *Vestnik universiteta = Bulletin of the University*. 2017;(3):158-164. (In Russ.)
18. Andryushchenko D.V. Marketing Strategy for Startup Promotion. *Aktual'nye problemy sotsial'no-gumanitarnogo i nauchno-tehnicheskogo znaniya = Actual Problems of Social, Humanitarian and Scientific-Technical Knowledge*. 2022;(3-4):5-8. (In Russ.)
19. Nevostruev P.Yu. Marketing concept of searching for consumer value of a startup. *E-Scio*. 2020;(4):479-485. (In Russ.)
20. Safronova Ya.D. Business plan for a startup: adaptation and risk management strategies. *Nauka XXI veka: aktual'nye napravleniya razvitiya = Science of the 21st century: Current Directions of Development*. 2025;(1-2):14-18. (In Russ.)

Информация об авторе / Information about the Author

Крыжановская Ольга Александровна, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры региональной экономики и менеджмента, Юго-Западный государственный университет, г. Курск, Российская Федерация, e-mail: morozikolya2008@yandex.ru, Researcher ID: N-3589-2016, ORCID: 0000-0003-0763-2214

Olga A. Kryzhanovskaya, Candidate of Sciences (Economics), Assistant Professor, Associate Professor at the Department of Regional Economics and Management, Southwest State University, Kursk, Russian Federation, e-mail: morozikolya2008@yandex.ru, Researcher ID: N-3589-2016, ORCID: 0000-0003-0763-2214