

Міністерство освіти і науки України
Український католицький університет
Факультет суспільних наук

Кафедра соціології

Дипломна робота на тему:
«Соціологічне забезпечення стартапу ІТ компанії в Індії»



Виконав студент 4 курсу
бакалаврату за спеціальністю
"Соціологія", групи -- ССО-054
Григорів Анатолій Романович

Науковий керівник:
Завідувач кафедри соціології,
Сусак Віктор Іванович
к.с.н, доц., завідувач кафедри соціології

Львів 2021

Зміст

ВСТУП	2
Розділ 1. Теоретико-методологічні засади соціологічного забезпечення стартапу в ІТ бізнесі	7
1.1 Бізнес, як феномен соціальної взаємодії	7
1.2 Стратегія та тактика ІТ стартапу, як феномену соціальної взаємодії (суб'єкти, потреби, структура, моделі розвитку, етапи розвитку, фінансові аспекти, людські ресурси)	14
1.3 Концептуалізація дослідження: стратегія, тактика і ресурси соціологічного забезпечення ІТ стартапу в Індії	22
Висновки до І розділу	26
Розділ 2. Методологічна основа соціологічного забезпечення ІТ стартапу «Tericsoft» в контексті його внутрішньої ефективності	28
2.1 Методологічна основа соціологічного забезпечення ІТ стартапу «Tericsoft» в контексті його внутрішньої ефективності	28
2.2 Методи збору інформації	31
2.3 Методи аналізу даних	33
Розділ 3. Емпіричні показники внутрішньої ефективності ІТ стартапу «Tericsoft»	34
3.1 «Рівень вище середнього» як емпіричний вимір загальної внутрішньої ефективності ІТ стартапу «Tericsoft» за показниками NPS	34
3.2 Додаткова емпірична апробація моделі вимірювання загальної внутрішньої ефективності ІТ стартапу «Tericsoft» за показниками NPS	40
3.3 Оцінювання менеджером Tericsoft корисності рекомендацій соціолога, щодо покращення внутрішньої ефективності	42
Висновки до 3 розділу	43
Висновки	45
Список джерел і наукової літератури	50
Додатки	53

ВСТУП

1. 1 Актуальність теми:

У світлі ринкового розвитку, утворився новий формат ведення бізнесу, який набув назви стартап-проекту. Означення та інтерпретації діяльності такого формату можна знайти у різних джерелах. Зокрема, індійські експерти з вивчення стартапу зазначають, що стартап - це молода компанія, яка лише починає розвиватися і перебуває на перших етапах функціонування. Ця молода компанія намагається знайти невідому бізнес-модель, щоб потрапити уже на існуючі ринки або створити нові [7]. Один із дослідників явища створення стартапів М. Денісов знаходить інший аспект, у якому висвітлює не лише прагнення до розвитку, а обґрунтовує те, що такий формат є більш ризикованим для його засновників, оскільки це потребує нових і невідомих нікому рішень [9]. До переліку викликів, що не лише можуть вплинути в подальшому на ефективність організації, а й взагалі зруйнувати її, можна віднести наступні ризики:

- що виникають з моделей розвитку, які обирають засновники, щоб реалізувати ідею;
- що утворюються внаслідок несталої та неефективної структури, яку створили засновники, через брак досвіду та інформації;
- що пов'язані з фінансовим аспектом та потребами для трансформації з етапу ідеї до сталого бізнесу;
- що пов'язані із залученням працівників до роботи або відсутністю можливості для кар'єрного розвитку;
- що виникають через проблеми з робочим середовищем та відносинами між працівниками і менеджерами стартап проекту.
- що виникають через негативний характер зворотного зв'язку працівників.

Причинами останніх трьох проблем з вищезгаданого переліку, ймовірно, є брак знань у галузі вивчення внутрішньої аспекти функціонування стартапу, що впливає на зовнішню ефективність організації. Саме тому, у

цій науковій роботі ми розглянемо проблему внутрішнього функціонування стартап-проекту на прикладі індійського ІТ стартапу “Tericsoft”, використовуючи інструменти соціологічного забезпечення [9].

1. 2. Мета дослідження:

Дослідити внутрішній аспект стартапу ІТ компанії в Індії за допомогою соціологічного забезпечення та надати рекомендації із його оптимізації.

1. 3. Завдання роботи:

- 1) З’ясувати базові теоретико-методологічні засади соціологічного забезпечення стартапу в ІТ бізнесі.
- 2) Виконати методологічне та методичне обґрунтування для соціологічного дослідження внутрішнього аспекту функціонування ІТ стартапу.
- 3) Вивчити аспект внутрішнього функціонування індійського ІТ стартапу “Tericsoft” шляхом аналізу оцінок внутрішньої ефективності його працівниками.
- 4) На основі отриманих даних розробити рекомендації для заходів соціоінженерії щодо покращення показників внутрішнього аспекту функціонування ІТ стартапу “Tericsoft”.
- 5) На основі інтерв’ю з менеджером з’ясувати, чи рекомендації сформовані, щоб покращити показники внутрішнього аспекту функціонування ІТ стартапу, були корисними та дієвими у процесі трансформації організації з стартапу в ІТ компанію.

1. 4. Об’єкт дослідження.

Об’єкт дослідження за критерієм носія проблеми: працівники ІТ стартапу “Tericsoft” в Індії.

Об’єкт дослідження за критерієм загальної проблеми: внутрішній аспект функціонування ІТ стартапу.

1. 5. Предмет дослідження:

Внутрішній аспект функціонування ІТ стартапу в контексті залученості працівників до робочого процесу, відносин між працівниками та менеджерами, робочого середовища у стартапі, можливості кар'єрного розвитку працівників та їх характеру зворотного зв'язку.

1. 6. Теоретико-методологічні засади дослідження:

У цій роботі було взято за основу теоретичні підходи П. Штомпки, М. Вебера, В. Парето, Е. Дюркгейма та Дж. Коулмена у вивченні теорії обміну або раціонального вибору, соціальної взаємодії як середовища обміну соціальними ресурсами.

До теоретичного огляду увійшли концепції: А. Саламзадеха і Х. Каваморіта, К. Густавсона, Є. Чазова, Г. Лукаса, які вивчали етапи створення стартапу, його стратегії, суб'єктів стартапу, фінансові аспекти та виклики, які постають перед засновниками; Р. Бургельмана та Л. Сайлеса, які описують 5 важливих компонентів для моделі стартапу; С. Джаїн, яка розглянула не тільки етапи утворення, а й надала перелік визначень для стартап-форми; М. Денісов, який розглянув стартап із середини та надав цілі суб'єктів стартапу.

На основі проведеного анкетування працівників ІТ стартапу в Індії було вивчено внутрішнього аспект функціонування ІТ стартапу та було здійснено аналіз отриманих даних за допомогою індексу Net Promoter Score, як детермінанта внутрішньої ефективності організації. Також, було проведено додаткову емпірична апробація моделі вимірювання загальної внутрішньої ефективності ІТ стартапу «Tericsoft» за показниками NPS.

1. 7. Гіпотези

- 1) Внутрішня ефективність ІТ стартапу залежить від наступних базових чинників: залученість працівників до робочого процесу, відносин працівників з менеджерами, робочого середовища в стартапі, можливостей для кар'єрного розвитку та характеру зворотного зв'язку працівників.

- 2) Залученість працівників до робочого процесу залежить від оцінок вмотивованості, рівня продуктивності працівників та залученості кожного з працівників до робочого процесу, зокрема, чим вищими є зазначені оцінки працівників, тим вищим є їхній рівень залученості.
- 3) Відносини працівників з менеджерами залежать від оцінок працівниками комунікації з менеджерами та їхнього відчуття впевненості при комунікації з менеджерами, зокрема, чим вищими є показники зазначених оцінок працівників та їхньої впевненості, тим вищим є рівень їхньої комунікації з менеджерами.
- 4) Робоче середовище у стартапі залежить від оцінок соціальної відповідальності, відносин між працівниками та задоволенням робочою культурою, зокрема, чим вищими є показники зазначених оцінок, тим вищим є рівень робочого середовища.
- 5) Можливості кар'єрного розвитку працівників залежать від оцінок задоволення професійним розвитком і навчанням працівників та рівнем їхньої продуктивності, зокрема, чим вищими є показники зазначених оцінок, тим вищим є рівень можливості кар'єрного розвитку для працівників.
- 6) Характер зворотнього зв'язку працівників залежить від оцінок рівня щастя, рівня успіху стартапу, незадоволеності працівників на робочому місці та рекомендацій працівників, щодо покращення, зокрема, чим вищими показники зазначених оцінок і менше незадоволеності на робочому місці та рекомендацій через негативний характер, тим вищим є рівень позитивного характеру зворотного зв'язку.
- 7) Основні компоненти внутрішньої ефективності стартапу, до яких увійшли: оцінка залученості працівників до робочого процесу, оцінка відносин працівників з менеджерами, оцінка робочого середовища в стартапі, оцінка можливостей для кар'єрного розвитку та характеру зворотного зв'язку працівників - між собою корелюють високо позитивно.

1. 8. Емпірична база

До емпіричної бази увійшли дані з авторського дослідження, проведеного в одному з індійських ІТ стартапів протягом березня 2020 року. Впродовж стажування в індійському ІТ стартапі “Tericsoft” було проведено анкетування 18 працівників для розробки рекомендацій, щодо покращення ефективності організації. Після року впровадження рекомендацій було проведено інтерв’ю з менеджером стартапу, щодо їх корисності.

1. 9. Структура роботи:

Дипломна робота складається з: вступу, 3 розділів, висновків і списку джерел та наукової літератури і додатків. Налічує 27 позицій джерел. Кількість основного тексту 49 ст.

Розділ 1. Теоретико-методологічні засади соціологічного забезпечення стартапу в ІТ бізнесі

1.1 Бізнес, як феномен соціальної взаємодії

З появою капіталістичних відносин в Європі, феномен підприємницької діяльності та бізнес взаємодій набув неабиякої популярності і став одним із предметів вивчення для соціологів, політологів і економістів [8].

Щоб дізнатись, що являє собою бізнес, як феномен соціальної взаємодії, потрібно дати визначення таким поняттям, як “бізнес” і “підприємництво” і яка різниця існує між ними.

У навчальному посібнику “Підприємництво: організація, ефективність, бізнес-культура” авторами якого є В. Колот І. Рєпіна і О. Щербина розглядають вищезгадані поняття через призму історичного розвитку сприйняття підприємницьких відносин. За їхніми словами “підприємництво - динамічний, активний елемент бізнесу, що являє собою самостійну, ініціативну, систематичну господарську діяльність суб’єктів усіх форм власності в межах чинного законодавства на власний ризик і відповідальність з метою задоволення потреб споживача [10, с. 12].

Варто зазначити, що підприємництво це така економічна діяльність, яка має також на меті одержання прибутку. Що стосується терміну “бізнес”, то він вважається значно ширшим, а підприємництво, навпаки, як форма чи діяльність, спровокована ним є значно вузьким поняттям. Отже, “термін “бізнес” - (від англ. business — справа, заняття) означає будь-яку господарську діяльність в умовах ринкової економіки, що приносить прибуток (дохід) власнику. Це не обов’язково має бути ризикова та інноваційна діяльність на засадах певної економічної відповідальності. Саме в цьому якісному моменті й полягає відмінність між поняттями «підприємництво» і «бізнес».” Як висновок, підприємництво є одним з важливих видів бізнесу, а відтак його рушійною силою [10, с. 12].

Щоб зрозуміти природу виникнення такого феномену соціальної взаємодії, як бізнес, нам варто зазирнути до думок теоретиків, які описували фундамент таких відносин. Отже, за словами відомого польського соціолога П. Штомпки така взаємодія є складовою у системі міжособистісних відносин. Такі відносини можна відобразити у вигляді етапів з композитним зростанням.

Початком для будь-якої взаємодії чи інтеракції є “поведінка”, яку варто описувати у термінах фізичних рухів людини. Наступним етапом є “дія” - на цьому етапі поведінка набуває певного значення. Далі йде “соціальна дія”, її особливість у тому, що її дія скеровується до іншого соціального індивіду і це пізніше переростає у “соціальну діяльність”, тому що прослідковується орієнтація на реакцію інших. У разі взаємності і спорадичності, такі відносини набувають нового утворення такого, як “соціальний контакт”. Якщо вже орієнтації на реакцію інших і самі реакції є взаємними і повторюваними, що пізніше формує певну послідовність, то в такому разі це і є “соціальна взаємодія чи інтеракція”. Наступні етапи у зростанні до соціальних відносин утворюються через епізодичні повтори соціальних взаємодій, що по своїй суті можуть бути, як випадковими або ритмічними. Останні набувають “регулярної соціальної взаємодії” це переростає у “регульовану соціальну взаємодію”. І останній перехід спостерігається при формуванні схеми соціальних взаємодій між позиціями чи ролями, що набуває того ж терміну “соціальні відносини” і в такому випадку нівелюється особистісний фактор. (Див. Таблицю 1)

Такий процес, як перехід від найпростішого до складнішого етапу міжособистісних відносин визначається і інституалізацією соціальних відносин, або цей процес у зворотному напрямку є розпадом соціальних зв'язків [12, с. 109].

Отже, соціальна взаємодія - це динамічна постійна послідовність взаємно звернених одна до одної соціальних дій. Значення соціальної дії

може бути психологічним (інтенціональним) тобто пов'язаним із наміром, мотивом певної особистості, а може бути надане групою людей, встановлене спільно (конвенціональним) [12, с. 109].

Одним із фундаментальних теоретиків соціології є М. Вебер, який визначає соціальну дію, як цілераціональну. Він стверджує, що кожній такій дії передують уявлення про наслідки і бажання прорахувати результати. Раціональність у цьому випадку може набувати двох пояснень. У першому те, що вона є інструментальною, тобто орієнтується на пошук співвідношення між засобами і цілями. У другому те, що вона є ціннісною, тобто спирається на цінності. В обидвох поясненнях вона спрямована на досягнення мети. Попри вищезгадані, існує ще два види соціальних дій, такі, як традиційна, та що наслідують автоматичні дії і афективною, та що формується на основі емоційно-психологічного стану. М. Вебер стверджує, що соціальні взаємодії можуть відбуватись, як між індивідами, так і на інституціональних рівнях, це і стає передумовою більш стійких соціальних структур. Безпосередня соціальна взаємодія вимагає поєднання дії і місця(простору) або часу(неперервності й одночасності дій) [12, с. 46-70].

Існує декілька підходів вивчення природи соціальних взаємодій, які виводять певні моделі для їх вивчення:

- 1) Біхевіоризм - пропонує розглядати соціальну взаємодію, як інтеракцію, яка базується на обміні стимулами і викликами.
- 2) Теорія обміну або теорія раціонального вибору - взаємний обмін цінностями між партнерами.
- 3) Символічний інтеракціонізм - в процесі взаємодії обмін та взаємність стосується ідей, символів і значень [12, с. 73-81].

У цій роботі основну увагу буде звернено на теорію обміну або раціонального вибору. Це поняття набуло актуальності у соціології в другій половині XIX століття на основі концепції раціонального вибору, що була досліджена в економічній теорії. Основоположник економічної теорії А.

Сміт одним із перших пояснював ринкові відносини через призму раціональної поведінки людей і стверджував, що вчинки та поведінку людей варто пояснювати наслідковими результатами, до яких вони призводять [16, с. 911] [17, с. 77-85].

Дослідники у галузі класичної економіки були переконані, що дія індивіда є завжди об'єктивно раціональною і спрямована на досягнення максимальної вигоди при мінімальних витратах. Теоретики переосмислили принципи раціонального вибору після великої депресії у 30х роках ХХ ст. , зокрема, почали допускати суб'єктивну інтерпретацію цього поняття. Раніше раціональність пояснювалась формально-логічною доказовістю використовуючи емпіричні знання для верифікації в природознавстві, проте тепер увага змістилась на використання різних типів доцільних дій не тільки в науковому пізнанні, але враховуючи практичну діяльність, включно із суспільною. Ймовірно, для надання якісного соціологічного забезпечення, було б слушно звернути увагу на використання практичної діяльності, включно з організаційною та на основі цього розглянути, наскільки ефективними та раціональними є працівники ІТ стартапу "Tericsoft" [18, с. 380].

Пізніше економіст та психолог Г. Саймон дослідив поняття раціонального вибору не для отримання максимальної вигоди, а досягнення задовільного результату. Таким чином у його розумінні підприємець може цікавитись не зовсім максимізацією, а більше отриманням бажаного доходу, що є достатнім для себе. Для того, щоб це підтвердити дослідник використав емпіричні економічні факти та результати емпіричних досліджень [19, с. 54-72].

У лавах перших дослідників теорію раціонального вибору в галузі соціології був В. Парето. Він стверджував, що пояснювати цю теорію виключно з економічного аспекту було б хибно. Тому він запропонував

розглянути поняття раціонального вибору через ширшу синтетичну соціологічну концепцію, розділивши у своїй концепції поняття на:

- вихідний пункт вчинку - визначення дії актора, як логічної та конкретної, що містить операції, логічно пов'язані з їхньою метою;
- нелогічний аспект - дія, що не відповідає логічним критеріям [17, с. 77-85].

В. Парето розділив дії акторів на дві нерівні категорії - “логічні дії”, яким властиво зустрічатись рідше аніж “нелогічним діям”, які формують більшість вчинків особистості. Відповідно, на думку В. Парето кожен вчинок може мати конкретну мету, для досягнення якої індивід використовує різні засоби. А розглядати цілі та засоби варто, як з суб'єктивної сторони так і з об'єктивної [17, с. 77-85].

Дослідник Е. Дюркгейм досліджуючи питання раціонального вибору людини, дійшов до того, що соціальний елемент зумовлює існування загальноновизнаної системи цінностей, на основі яких дії індивіда впливають на соціальне оточення [20].

Ще один теоретик класичної соціології М. Вебер використав поняття раціонального вибору, як міру для будь-якого типу соціальної дії, а основними компонентами для нього залишались цілі, засоби та норми. Завдяки цьому вдалось збудувати типізацію соціальних дій включно з градацією усвідомлення дії з боку розрахунку засобів та цілей [21].

У 1980-х роках Дж. Коулмен, який досліджував теорію раціонального вибору, відштовхуючись від розвитку соціологічної думки та поєднання її з іншими науками дійшов до висновку, що раціональний вибір має декілька вагомих характеристик [22].

- 1) Методологічний індивідуалізм – деякі явища можуть адекватно інтерпретуватись тільки через призму індивідуальних дій.
- 2) Оптимізація раціональності – дії не зводяться лише до прибутку в ході соціального обміну. Актор може задовольняти, як егоїстичні так і альтруїстичні цілі. Також, при прийнятті рішень індивіди опираються на

встановлені кордони раціональності. Це може передувати, як позитивному так і негативному результату, якщо дія є цілераціональна у контексті певної соціальної системи норм та цінностей.

- 3) Потенційний конфлікт в розрізі колективної раціональності – як актори вирішують соціальні дилеми в процесі соціального обміну.
- 4) Використання соціально-симуляційних ігор – моделювання соціального середовища і виявлення можливих колективних наслідків [23].

На основі оглянутої літератури про теорію обміну або раціонального вибору, можна зробити висновок, що у кожній дії є раціональна міра та цілі і засоби, що опираються на норми суспільства, де розвивається індивід. Також, у будь-яких відносинах є раціональна складова тим паче у бізнес стосунках, оскільки індивіди обирають, ту стратегію поведінки, що буде найбільш ефективною для досягнення результату.

На основі вище викладених концептів та припущень теорії раціонального вибору, ми сформулювали наступні головні дослідницькі запитання:

«Наскільки працівники ІТ стартапу “Terisoft” є націленими на розвиток своєї організації? Чи засоби для досягнення цієї мети є ефективними? Якою є робоча культура цієї організації, що зумовлює норми для раціонально обумовлених соціальних взаємодій?»

Щоб отримати відповідь на ці запитання, ми прийняли рішення використати евристичний потенціал індексу «Net Promoter Score». При цьому ми адаптували його для вивчення не клієнтів, що дало б нам результат зовнішньої ефективності організації, а навпаки для фокусування на внутрішній ефективності досліджуваного стартапу, тобто на вивченні оцінки лояльності співробітників до організації і на дослідженні взаємовідносин між ними в рамках цього стартапу.

Індекс Net Promoter Score - оцінка, яка говорить про те, наскільки працівники можуть рекомендувати організацію своїм друзям або

потенційним клієнтам. Цей індекс було створено п'ятнадцять років тому Фредеріком Райхельдом та командою Bain & Company. Він був опублікований у статті Гарвардського бізнес-порталу під назвою “The One Number You Need to Grow”. Дослідник підтвердив те, що NPS найкращий спосіб дізнатись чи компанія розвивається [24].

Він був розроблений для, щоб дізнатись чи клієнти просувають організацію і рекомендують її для інших [25].

Одним із найбільших недоліків цього методу вимірювання є те, що інші дослідники включно з М. Рего та Т. Кеннінгом, які намагались верифікувати схожі результати, не могли цього зробити [26].

Як висновок, підприємницька діяльність, що лежить в основі бізнес діяльності та комунікації утворює феноменальну форму соціальної взаємодії. Такий феномен варто розглядати через теорію обміну або теорію раціонального вибору, оскільки вона найбільше імпонує для нього. Характерною рисою для цієї теорії і для феномену є те, що обидва партнери діють раціонально і намагаються отримати якомога більше, а втратити якнайменше. До того ж, їм притаманно прораховувати позитивний баланс між вигодою і втратами для обох суб'єктів взаємодії. Структура та функціональні характеристики стартапу визначають раціональну поведінку індивідів. Не менш важливо, саме ті обмеження, які система накидає на людей сприяють тому, що люди досягають бажаного результату якомога менший термін. Для прикладу розглянемо ситуацію, коли підприємець намагається отримати прибуток за продаж товару, вироблений людьми з вадами зору і більшу частину доходу він витрачає на покращення умов для цих людей. Такий вид бізнесу відомий нам, як соціальний. У споживача, окрім користі від продукту, виникає відчуття вищої цінності до цього товару і фінансовий вклад, тепер розглядається не лише, як покупка, а й благодійність [12, с. 73-81].

1.2 Стратегія та тактика ІТ стартапу, як феномену соціальної взаємодії (суб'єкти, потреби, структура, моделі розвитку, етапи розвитку, фінансові аспекти, людські ресурси)

У цьому підрозділі детальніше зупинюсь на огляді стратегії та тактиці ІТ стартапу, як того ж соціального феномену, що є похідним від бізнесу.

Аби зрозуміти, які існують стратегії і тактики в ІТ стартапі, варто розпочати з означення, що собою являє поняття “стартап”.

Хоча не знайдеться єдино правильного визначення цього терміну, оскільки існує безліч інтерпретацій, але є декілька таких, що найбільше цитуються у наукових журналах і роботах. До прикладу, С. Бланк, відомий американський підприємець з Кремнієвої долини і викладач провідних американських вузів, зазначає, що “стартап - це організація, створена для пошуку стійкої, повторюваної і масштабованої бізнес-моделі” [9].

Наступні визначення хоч і схожі між собою, але кожне з них більш уточнене за попереднє:

Стартап - це молода компанія, яка лише починає розвиватися і перебуває на перших етапах функціонування. Зазвичай така компанія фінансується окремою особою або малою групою осіб.

Стартап - молода компанія, яка намагається знайти невідому бізнес-модель, щоб потрапити уже на існуючі ринки або створити нові.

Стартап - молода і динамічна компанія, побудована на технологіях та інноваціях. Її засновники намагаються використати розробку товару чи послуги, на яку, ймовірно, буде попит [7].

Отже, попри те, що вже існує достатньо визначень поняттю “стартап”, найбільш точним і вичерпним, яке буду використовувати і надалі у цій роботі є те, що стартап - це нещодавно створена організація, яка використовує тимчасову бізнес-модель і знаходиться у пошуці більш сталої, повторюваної і масштабованої моделі. Це пояснення наближене до того, що дав С. Бланк і включає в себе власну інтерпретацію.

Яскравими прикладами стартапів, трансформували свою модель у велику компанію з масштабними перспективами, є наступні:

“[Petcube](#)” - власники цього стартапу подали його на Kickstarter - одну з найпопулярніших краудфандингових компаній у світі. Лише за один тиждень вони зібрали 250 тис. доларів, що дало можливість побудувати сталу бізнес-модель за короткий період часу. Сьогодні компанія створює пристрої з дистанційним управлінням для власників домашніх тварин і вже стабільно працює на світовому ринку [27].

“[Haus.me](#)” - засновники цього стартапу розпочинали основну діяльність на американському ринку, що за тиждень охопило понад 5 тис. продажів і забезпечило необхідним стартовим капіталом для кристалізації бізнес-моделі. Зараз це підприємство створює унікальні автономні будинки, що працюють лише на сонячній енергії [27].

“[Grammarly](#)” - за невеликий проміжок часу цьому стартапу вдалось зібрати 110 мільйонів доларів інвестицій в Кремнієвій долині на акселерацію проекту. У журналі “Bloomberg” зазначено, що така інвестиція є однією з найбільших в історії. Після того, як вони створили унікальну пропозицію і стабілізувались на ринку, їхня компанія створила унікальну онлайн-програму для редагування англійських текстів, що використовується у всьому світі [27].

“[UniExo](#)” - стартап ідея перемогла у конкурсі інновацій і їй вдалось пройти акселерацію у Кремнієвій долині, що стало важливим чинником для трансформації у зрілу бізнес-модель. Наразі ця компанія створює екзоскелети за доступною ціною, оскільки вони побудовані на основі модульних конструкцій, що керуються нейрошоломом або нейробластерами [27].

Важливою характерною рисою для ІТ стартапу є особливість цілей у приналежних до його команди. На початку утворення стартап-форми організації, його учасники прагнуть не лише заробітку грошей, але й

створити новий ринок або зруйнувати вже існуючий. В результаті успіху стартап модель видозмінюється у більш сталу і стабільну, що дозволяє їй швидко масштабуватись. У порівнянні з моделлю малого підприємства, у якого, зазвичай, на меті якнайшвидше отримати дохід і стабілізуватись на ринку, стартап-проект є більш ризикованим для його засновників, оскільки це потребує нових і невідомих нікому рішень [9].

Суб'єкти ІТ стартапів здебільшого групуються і формують команду на основі унікальних і блискучих ідей, щоб пізніше досягти успіху. Засновник, який виступає найважливішим суб'єктом стартапу, повинен володіти підприємницьким хистом і характеристиками промоутера. Він може спиратися на вже існуючі теорії підприємництва, які поділяються на макрорівень і мезо та мікро рівні. Ці теорії найбільш орієнтовані на стартапи. Вони підкреслюють те, що підприємництво супроводжується створенням ідей, творчим підходом до вирішення різного роду проблем, новаторством, створенням унікального продукту або розвитком уже існуючої послуги. Ці теорії є важливими для розгляду на ранніх стадіях будь-якого бізнесу чи компанії. З іншого боку завдяки таким теоріям, стартап проходить етап від організації до управління людьми та організаціями. Отже, відповідно розглянувши теорії, переконує, що стартапи - це перетворення ідей в бізнес, що утворює цінні соціальні взаємодії, яка дає змогу критично оцінювати і експлуатувати можливості інших суб'єктів у команді [5].

Наступним кроком після усвідомлення цілей стартапу і огляду успішних його прикладів, варто зрозуміти, як він може функціонувати і за якою стратегією.

У порівнянні з малим бізнесом стратегія стартапу полягає у тому, що його учасники вкладають капітал в залучення якнайширшого кола користувачів, що будуть використовувати необхідну для них послугу чи продукт і це в майбутньому призведе до зростання дохідності. В той час

мале підприємство зосереджується на тому, щоб був фінансовий прибуток, який зростає за короткий період часу, тобто це є стратегія на швидке отримання прибутку [9].

Кожен бізнес-стартап проходить довгий шлях від ідеї до виходу на ринок з готовим продуктом, що спровоковане таким процесом, який має назву життєвий цикл стартапів. Послідовність різних етапів відрізняється в залежності від дій керівника і його команда.

Для ІТ стартап-форми ведення бізнесу притаманне етапування шляху при його розробці. Скажімо, розробники веб-студії “Startupcreation”, яка займається розробкою стартапів, зазначають наступні етапи утворення:

- 1) Ідея стартапу - цей етап є важливий для створення унікальної ідеї в ході дискусії або обговоренні. В результаті визначаються цілі, перспективи, основні дедлайни для стартапу і закладаються терміни його втілення.
- 2) Етапування реалізації проекту - відбувається процес поділу технічних завдань на певні етапи.
- 3) Підготовка технічних завдань для початку - підготовлені завдання узгоджуються з керівником проекту, який повинен перевірити відповідність і відредагувати розробку. Вона повинна співпадати з місією і основною ціллю стартапу.
- 4) Реалізація першого етапу - це ядро проекту, оскільки його основне завдання запустити проект якнайшвидше і у такому вигляді, який необхідний для споживача. У процесі цього етапу керівник краще розуміє слабкі сильні сторони свого стартапу і як його можна прокомунікувати іншим людям.
- 5) Реалізація решти етапів створення - на цьому етапі стартап динамічно розвивається. Щоб розвиток не припинявся і пропозиція покращувалась, керівник намагається врахувати усі побажання клієнтів і поєднати їх основною концепцією. Цей етап триває поки концепція ідеї повністю не буде втілена.

б) Подальша модернізація - після повної реалізації ідеї, компанія продовжує розвиватись до тих пір поки не відбудеться трансформації до стабільної бізнес-моделі [13].

Ще однією стратегією розвитку стартапів ділиться К. Густавсон, який є засновником компанії Waters ERA. Він поділяє стратегію на 6 етапів розвитку стартапів з унікальними у своєму роді характеристиками:

- 1) Візія - першим кроком для початку є бачення створення унікального вирішення певної проблеми, це убезпечить успішний запуск проекту.
- 2) Важка праця - наполеглива робота над проектом та відданість цій справі є визначальними для нарощування кінетичної енергії стартапу.
- 3) Позичіонування - цей етап відзначається ретельним плануванням покрокових дій і стратегічних цілей, як експоненціально рухатись вгору.
- 4) Запуск - етап виходу на ринок, як у вільне плавання.
- 5) Переорієнтація - учасники стартапу на чолі з керівником визначають поточну позицію і планують подальші кроки. Часом, за потреби змінюють вектор руху [4].

У своєму дослідженні про стратегії стартапу, Р. Бургельман та Л. Сайлес описує 5 важливих компонентів для моделі стартапу:

1. Потреби зовнішнього ринку або вимоги замовника.
2. Технічні питання та проблеми, які при їх вирішенні дають змогу перетворити інновацію на продукт.
3. Внутрішні наукові і технічні знання про дослідження продукту і ринку, що прискорює процес досягнення цілей.
4. Зовнішні наукові і технічні знання
5. Технічні вирішення проблем, які передують перетворення інновації на продукт [1].

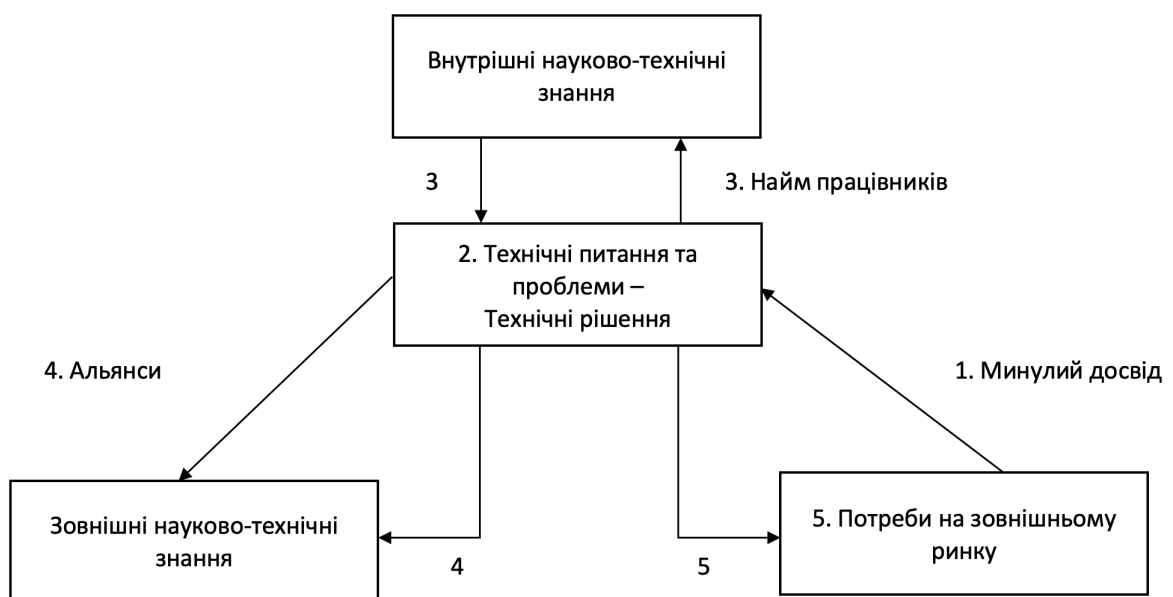
Г. Лукас на основі вищезгаданих елементів моделі стартапу побудував стратегію розвитку для ІТ стартап-форми організацій. Він помітив потребу в розробці паралельної структури, спираючись на статтю з

журналу “Business Week” під назвою “Boeing розбиває стіну між мрійниками та виконавцями” [2].

На рисунку 1 зображено розширену модель впровадження інновацій. На початковій стадії компанія має лише деякі знання про ринок і його потреби. Вона досліджує технічні питання і як запропоноване рішення може задовольнити технічні вимоги для досягнення ринкових цілей. Наступним кроком є потреба подбати про найм персоналу або формування команди. Пізніше, завдяки сприянню зовнішніх сторін, стартап має змогу вирішувати якісніше технічні питання, що постають перед ним. Це стає передумовою досягнення поставлених цілей та якісніше задовольняти потреби споживачів [3]. (Див. рисунок 1)

Рисунок 1.

Стратегія розвитку стартапу



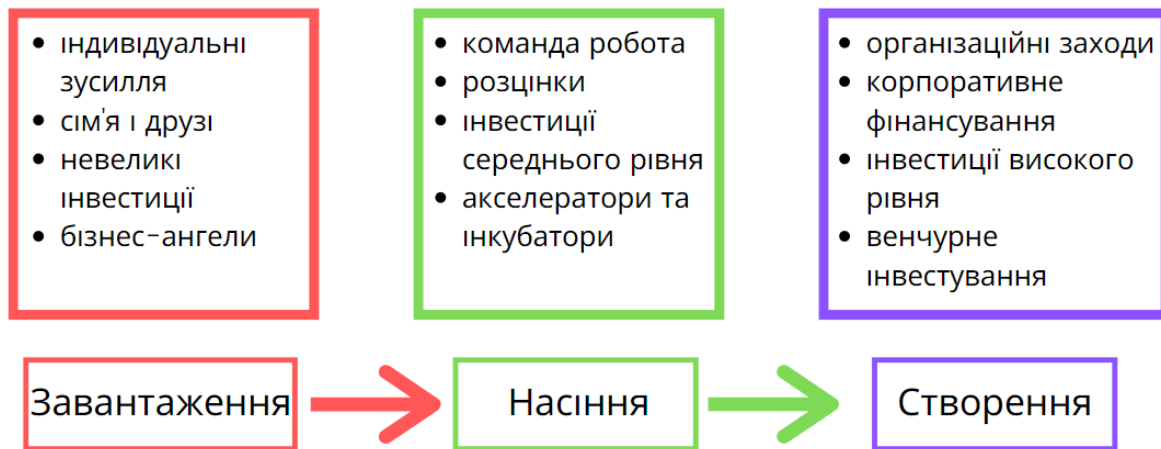
Життєвий цикл стартапу, представлений у науковій роботі “Стартап компанії: життєвий цикл і виклики” дещо відрізняється і підкреслює наступні етапи створення:

- 1) Етап завантаження “bootstrapping stage” - на цій стадії підприємець намагається ініціювати власну ідею і перетворити її на прибутковий бізнес.

З допомогою інших членів команди, новоутворений стартап використовує кошти членів родини та близьких друзів, щоб інвестувати ідею і розвинути проект. Виклик, який постає на цьому етапі, полягає в тому, що команда шукає різні шляхи придбання ресурсів без запозичень. Основною метою завантаження є позиціонування підприємства, як зростаюче і демонструвати цінність продукту та формування робочої команди.

- 2) Етап насіння “seed stage” - для цього етапу притаманними характеристиками є злагоджена командна праця, розробка прототипу, вихід на ринок, оцінкою діяльності підприємства, пошук механізмів прискорення таких, як акселератори та інкубатори, залучення середніх інвестицій. На цьому етапі більшість стартапів розвалюються і розпадаються, оскільки вони не знаходять необхідних механізмів підтримки, щоб прискорити процес розвитку. Ті компанії, яким вдалось віднайти необхідні прискорювачі стартапу мають більший шанс стати прибутковими організаціями.
- 3) Етап створення “creation stage” - на цій стадії компанія продає свою продукцію, вже на основі сталої моделі та наймає перших найманих працівників. Наприкінці цього етапу організація формується таким чином, що корпоративне фінансування розглядається, як основне. Деякі науковці наголошують, те що після завершення цієї стадії стартап трансформується в стає підприємство [13]. (Див. рисунок 2)

Життєвий цикл утворення ІТ стартапу



Остання вищезгадана модель дає вичерпні визначення і найбільш імпонує до цієї наукової роботи, саме тому в подальшому дослідженні буду опиратись на неї.

Для будь-якої ідеї потрібні ті, хто зможе її реалізувати. У стартапі такими суб'єктами є члени команди, що відіграють визначальну роль у побудові якісної роботи над проектом. Стартапи починаються лише з ідейника, який збирає людей, яких зацікавила ідея і вони готові довіритись та розділити ризик разом з керівником. Людські ресурси є необхідними для розробки прототипу або мінімально життєздатного продукту. У випадку, коли засновник не володіє достатніми навичками управління людськими ресурсами, він ризикує провалити стартап, так і не досягнувши успіху.

Що стосується фінансових аспектів забезпечення стартапу, існує достатньо механізмів інвестицій чи прискорювачів, що є визначальним для необхідних ресурсів, щоб успішно пройти життєвий цикл стартапу. До такого списку належать: інвестори, бізнес-ангели, акселератори, інкубатори, науково-технічні парки, малий бізнес, центри розвитку та венчурні інвестиції.

Ще одним визначальним фактором впливу на таку соціальну взаємодію, як стартап, є зовнішнє середовище. Про це варто згадати тому, що це і є основною загрозою або ж навпаки особливістю для майбутньої стратегії і тактики стартапу. Кожен потенційний стартап-проект слідкує за вже існуючими тенденціями, досліджує обмежень на ринку і юридичні питання [5].

Отже, ІТ стартап-форма бізнесу піддається неабиякому ризику для виходу на ринок з унікальним і конкурентоспроможним продуктом. У більшості випадках через брак потрібної технологічної інфраструктури, комплексного вивчення актуальної інформації в обраній спеціалізації та необхідних ресурсів соціологічного забезпечення на всіх етапах розвитку, стартап-команди втрачають мотивацію продовжувати ризикувати і припиняють свою діяльність. У наступному підрозділі поговоримо про те, яка соціологічна допомога може допомогти молодим стартапам стати успішними підприємствами.

1.3 Концептуалізація дослідження: стратегія, тактика і ресурси соціологічного забезпечення ІТ стартапу в Індії

Соціологічне забезпечення ІТ стартапу - це дослідження внутрішнього і зовнішнього потенціалу організації, тобто, по-перше, наскільки вона є ефективною, як структура або організація, і, по-друге, наскільки діяльність та стратегія цього стартапу є привабливою для зовнішніх стейкхолдерів або для держави, де потенційно можна було б розвинути свій бізнес.

Далі розглянемо приклади зовнішнього і внутрішнього потенціалу, щоб краще зрозуміти роль соціологічного забезпечення. Розпочнемо з прикладів, що демонструють зовнішній потенціал організації і для чого він може бути корисним.

На даний момент у бізнес колах існує думка, що ІТ стартапи розпадаються через те, що брак ресурсів соціологічного забезпечення

призводить до руйнування організації. Одним із найпопулярніших закордонних практик з необхідним пакетом ресурсів, щоб прискорити процес розвитку ІТ стартапу є можливість доєднатись до існуючих наукових парків, які відіграють роль комунікаційного майданчику, де власники різних стартапів можуть кооперуватись та розробляти спільні стратегії використання ресурсів. У порівнянні з Україною, де чітко спостерігається стагнація у цій сфері, Індія показує гарні показники [14, с. 71-72].

До прикладу, електронний технопарк біля Бангалору в Індії налічує більше 100 ІТ-компаній, де працевлаштовано понад 30 тис. працівників. У такому прикладі соціологічне забезпечення було б корисне, якщо воно надає показники зовнішнього потенціалу організації аби бути привабливою для стейкхолдерів [11].

Важливим підґрунтям для стимулювання соціологічного забезпечення ІТ стартапу є сприяння розвитку з боку держави. Держава вибудовує політику і створює стратегію розвитку бізнес середовища, куди і входять ІТ стартапи. Яскравим прикладом такої співпраці є наступний, коли у серпні 2015 року прем'єр-міністр доктор Н. Моді запропонував новий державний проект під назвою "Startup India, Stand up India". Цей проект посприяв банківському фінансуванню стартапів та запропонував перелік можливих стимулів для створення нових робочих місць. Це допомогло Індії впевнено рухатись у напрямку до створення конкурентного середовища у галузі інноваційних технологій. Зазвичай, держави, відштовхуючись від того чи стартап дійсно ефективний і корисний для держави, готові надавати фінансову та іншу підтримку для його реалізації. Це у свою чергу потребує соціологічного дослідження зовнішнього потенціалу, щоб надати якісну аналітику та результати [7].

У цій роботі я дослідив внутрішній аспект ІТ стартапу, тобто, наскільки він є ефективним як структура чи організація для створення

продукту, який є привабливим для інвесторів. Туди входить: лояльність серед працівників у співпраці з іншими колегами; відчуття розвитку професійних навичок у працівників; підвищення продуктивності працівників, завдяки робочій атмосфері та культурі організації; відносини з менеджерами проекту. Для вимірювання такого потенціалу потрібно провести експертне опитування зі шкалами, що вказують на внутрішню продуктивність і лояльність співробітників. Для цього використовують метод розрахунку індексу NPS (Network Promoter Score) - це метод оцінки лояльності співробітників до організації і взаємовідносин у компанії. Він допомагає краще зрозуміти відносини між менеджерами та працівниками і чи в правильну сторону рухається цей стартап чи компанія. За словами аутсорсингової компанії “Аутсорсинг ТІМ”, щоб вирахувати такий індекс потрібно для початку підрахувати кількість промоутерів, нейтралів та критиків.

- 1) Промоутери - це ті учасники команди, що оцінили комфорт праці в команді і професіоналізм на 9 або 10 балів за шкалою від 1 до 10, 1 - це дуже негативні оцінки тих чи інших аспектів функціонування ІТ стартапу, а 10 - це відповідні дуже позитивні оцінки. Існують шкали від 1 до 5 де оцінки розміщується в схожий логічний спосіб. В такому випадку промоутерами вважаються той відсоток респондентів, хто оцінив на 4 або 5 балів за шкалою від 1 до 5.
- 2) Нейтрали - ті, хто нейтрально оцінили і поставили 7 або 8 балів. У випадку зі шкалою від 1 до 5 нейтралами вважаються той відсоток респондентів, хто оцінив на 3 бали за шкалою від 1 до 5;
- 3) Критики - це та група людей, що поставила нижче 7 балів. У випадку зі шкалою від 1 до 5 критиками вважаються той відсоток респондентів, хто оцінив на 2 і нижче бали за шкалою від 1 до 5;

Для підрахунку індексу нам потрібно визначити відсотки категорій і вже далі вираховувати NPS. Щоб вирахувати відсоток

промоутерів/нейтралів/критиків потрібно кількість промоутерів/нейтралів/критиків поділити на кількість респондентів опитування і помножити на 100%. Завершальним етапом для підрахунку індексу NPS потрібно отримані відсотки промоутерів відняти від відсотків критиків. В такому разі отримані результати можна інтерпретувати, як якість лояльності працівників та ефективність стартапу чи компанії, що є важливим показником ефективного внутрішнього функціонування стартапу [15].

Наведемо приклад такого соціологічного забезпечення ІТ стартапу. В Індії налічується десятки тисяч стартапів і для їхнього розвитку використовується всесвітня практика, відома нам як акселераційні програми та інкубатори для бізнесу. Такі програми та організації володіють всіма необхідними ресурсами для забезпечення ІТ стартапу. Однією з таких акселераційних програм є приклад компанії “Surge”, яка пропонує 16-ти тижневу програму для прискорення стартапу. Деякі представники цієї організації наполягають на тому, що професійний підхід від висококваліфікованих спеціалістів, інвесторів та наставників є ключовими для світового бізнес-середовища. В цьому контексті соціологічне забезпечення ІТ стартапу може відіграти визначальну роль для виявлення показників внутрішнього потенціалу, наприклад “Net Promoter Score”, що надало б можливість показати вплив акселераційних програм та інкубаторів на її ефективність [15].

Отже, щоб надати соціологічну підтримку для ІТ стартап середовища та посприяти його соціологічному забезпеченню і розвитку потрібно досліджувати зовнішній та внутрішній потенціали стартапу чи організації. У цій роботі я зосереджував увагу на внутрішньому аспекті організації з використанням індексу NPS, який дозволяє виявити оцінку працівниками відносин з менеджерами, оцінку залученості працівників до роботи, чи

позитивний зворотній зв'язок надають працівники, оцінку кар'єрного розвитку працівників та оцінку якості робочого середовища в стартапі.

Висновки до I розділу

У цьому розділі було проведено огляд та аналіз літератури, що стосується бізнесу, як феномену соціальної взаємодії. До компонентів функціонування якого увійшли відносини між підприємцем чи бізнесом з споживачем чи інститутом, що зацікавлений у купівлі запропонованого продукту.

Було проведено вторинний аналіз існуючих теорій та підходів до вивчення моделей стартап-бізнесу, як прикладу феномену соціальної взаємодії. Такий феномен найкраще розглядати через теорію обміну або теорію раціонального вибору, оскільки вона найбільше імпонує для нього. Характерною рисою для цієї теорії і для феномену є те, що обидва партнери діють раціонально і намагаються отримати якомога більше, а втратити якнайменше. Характерною рисою для цієї теорії і для феномену є те, що обидва партнери діють раціонально і намагаються отримати якомога більше, а втратити якнайменше. До того ж, їм притаманно прораховувати позитивний баланс між вигодою і втратами для обох суб'єктів взаємодії. Структура та функціональні характеристики стартапу визначають раціональну поведінку індивідів. Не менш важливо, саме ті обмеження, які система накидає на людей сприяють тому, що люди досягають бажаного результату якомога менший термін.

До складу аналізу було включено: суб'єкти ІТ стартап, його потреби, структура, моделі розвитку, етапи розвитку, фінансові аспекти і людські ресурси.

Як висновок, підприємці, що засновують стартап-формат бізнесу, незалежно від того, яку вони обирають стратегію чи модель, вони піддаються великому ризику для виходу на ринок з унікальним і конкурентоспроможним продуктом. Через брак потрібної технологічної

інфраструктури, комплексного вивчення актуальної інформації в обраній спеціалізації та необхідних ресурсів соціологічного забезпечення на всіх етапах розвитку, стартап-команди втрачають мотивацію продовжувати ризикувати і припиняють свою діяльність.

В останньому підрозділі було описано, що таке соціологічне забезпечення стартапу і організації якими соціальними ресурсами можна було б їх підтримати, прискорити, згенерувати розвиток.

Як висновок, щоб надати соціологічну підтримку для IT стартапу та посприяти його соціологічному забезпеченню і розвитку, я буду зосереджувати увагу на внутрішньому аспекті організації з використанням індексу NPS, який дозволяє виявити оцінку працівниками відносин з менеджерами, оцінку залученості працівників до роботи, чи позитивний зворотній зв'язок надають працівники, оцінку кар'єрного розвитку працівників та оцінку якості робочого середовища в стартапі.

Розділ 2. Методологічна основа соціологічного забезпечення ІТ стартапу «Tericsoft» в контексті його внутрішньої ефективності

2.1 Методологічна основа соціологічного забезпечення ІТ стартапу «Tericsoft» в контексті його внутрішньої ефективності

На основі теоретичного огляду проблеми внутрішньої ефективності ІТ стартапу і в контексті її оцінювання за допомогою інструментів соціологічного забезпечення, було розроблено низку гіпотез для цієї дослідницької роботи з опертям на припущення й концепти теорії раціонального вибору.

Гіпотеза-підстава 1

Основною гіпотезою-підставою дослідження виступає внутрішня ефективність ІТ стартапу, яка залежить від наступних базових чинників: залученість працівників до робочого процесу, відносин працівників з менеджерами, робочого середовища в стартапі, можливостей для кар'єрного розвитку та характеру зворотного зв'язку працівників.

Гіпотеза-наслідок 2

Залученість працівників до робочого процесу залежить від оцінок вмотивованості, рівня продуктивності працівників та залученості кожного з працівників до робочого процесу, зокрема, чим вищими є зазначені оцінки працівників, тим вищим є їхній рівень залученості.

Гіпотеза-наслідок 3

Відносини працівників з менеджерами залежать від оцінок працівниками комунікації з менеджерами та їхнього відчуття впевненості при комунікації з менеджерами, зокрема, чим вищими є показники зазначених оцінок працівників та їхньої впевненості, тим вищим є рівень їхньої комунікації з менеджерами.

Гіпотеза-наслідок 4

Робоче середовище у стартапі залежить від оцінок соціальної відповідальності, відносин між працівниками та задоволенням робочою

культурою, зокрема, чим вищими є показники зазначених оцінок, тим вищим є рівень робочого середовища.

Гіпотеза-наслідок 5

Можливості кар'єрного розвитку працівників залежать від оцінок задоволення професійним розвитком і навчанням працівників та рівнем їхньої продуктивності, зокрема, чим вищими є показники зазначених оцінок, тим вищим є рівень можливості кар'єрного розвитку для працівників.

Гіпотеза-наслідок 6

Характер зворотнього зв'язку працівників залежить від оцінок рівня щастя, рівня успіху стартапу, незадоволеності працівників на робочому місці та рекомендацій працівників, щодо покращення, зокрема, чим вищими показники зазначених оцінок і менше незадоволеності на робочому місці та рекомендацій через негативний характер, тим вищим є рівень позитивного характеру зворотного зв'язку.

Гіпотеза-наслідок 7

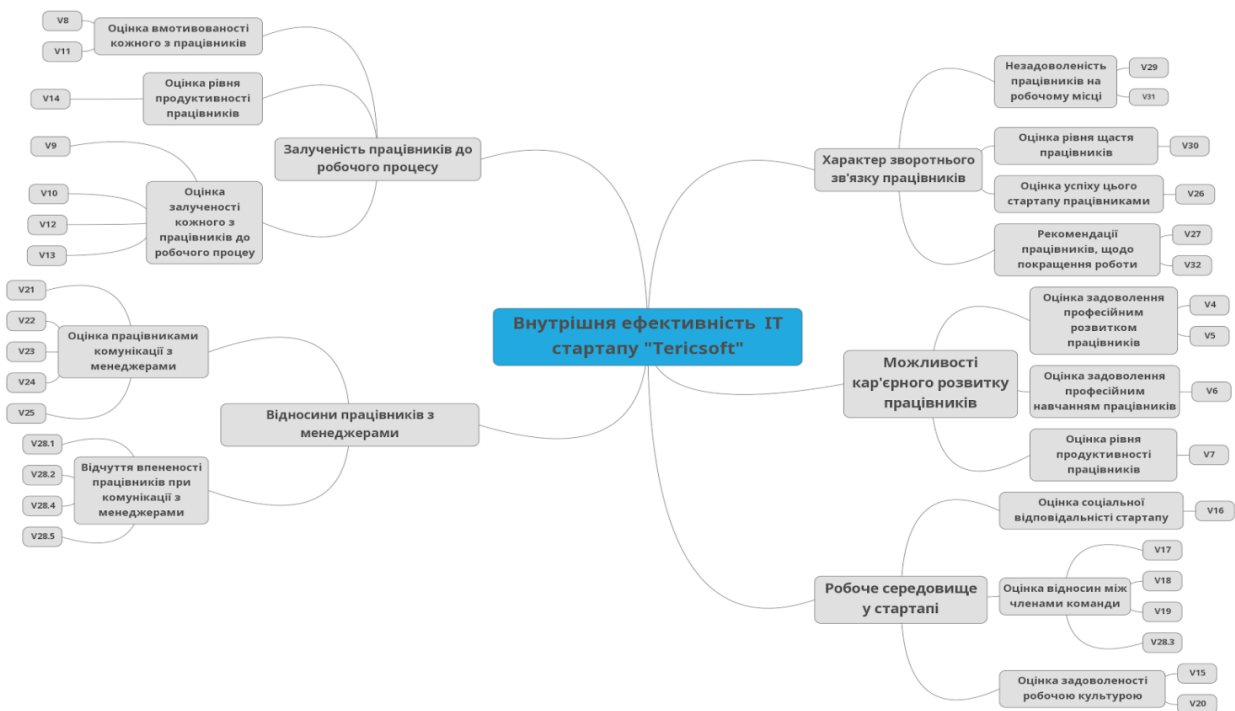
Основні компоненти внутрішньої ефективності стартапу, до яких увійшли: оцінка залученості працівників до робочого процесу, оцінка відносин працівників з менеджерами, оцінка робочого середовища в стартапі, оцінка можливостей для кар'єрного розвитку та характеру зворотного зв'язку працівників - між собою корелюють високо позитивно.

Гіпотеза-наслідок 8

Сформовані рекомендації для ІТ стартапу "Tericsoft", що були створені на основі аналітичної роботи, є ефективними та корисними у процесі трансформації від ІТ стартапу до ІТ компанії.

Із урахуванням структури та змісту вище представлених робочих гіпотез дослідження ми розробили його операціональну схему (Див. Рис. №3).

Операціональна схема дослідження внутрішньої ефективності стартапу



Експлікація:

- V4 - оцінка задоволення можливостями для професійного розвитку працівників;
- V5 - оцінка сприяння професійного розвитку, що надає стартап працівникам;
- V6 - оцінка задоволення професійним навчанням, що надає стартап працівникам;
- V7 - визначення працівниками свого рівня продуктивності;
- V8 - оцінка мотивації працівників до нових цілей на роботі;
- V9 - визначення впливу роботи працівників на бізнес цілі стартапу;
- V10 - оцінка особистої залученості до роботи;
- V11 - оцінка вмотивованості відвідувати роботу;
- V12 - оцінка адаптації працівників до складних ситуацій;
- V13 - оцінка активності працівників при визначенні майбутніх викликів та можливостей;
- V14 - оцінка особистого розвитку працівників, наданого стартапом;
- V15 - оцінка безпеки у робочому середовищі;
- V16 - оцінка соціальної відповідальності стартапу;
- V17 - оцінка відносин з іншими працівниками;

- V18 - визначення рівня добрих відносин з іншими працівниками;
- V19 - оцінка поваги працівників один до одного;
- V20 - визначення рівня задоволеності робочою культурою;
- V21 - визначення прийнятної комунікації між працівниками і менеджерами;
- V22 - оцінка можливості приймати рішення, що можуть вплинути на подальшу роботу;
- V23 - визначення добрих відносин з керівником;
- V24 - визначення рівня щастя роботи з фінансовим менеджером Абдулом Рахманом;
- V25 - визначення рівня щастя роботи з технічним менеджером Анандом Редді;
- V26 - визначення рівня успіху стартапу;
- V27 - визначення позиції працівників, щодо рекомендації цієї організації друзям;
- V28 - визначення відчуття впевненості у різних типах комунікації;
- V28.1 - визначення впевненості при презентації своєї роботи;
- V28.2 - визначення впевненості при комунікації з менеджерами;
- V28.3 - визначення впевненості при комунікації з командою;
- V28.4 - визначення впевненості при вербальному зворотному зв'язку;
- V28.5 - визначення впевненості при письмовому зворотному зв'язку;
- V29 - виявлення незадоволеності через різні фактори, присутні у стартапі;
- V30 - визначення рівня щастя працювати у цьому стартапі;
- V31 - виявлення речей, які працівникам не до вподоби, під час роботи;
- V32 - рекомендації, щодо покращення.

На основі вищезазначеного методологічного забезпечення, ми розробили інструментарій нашого дослідження у форматі стандартизованої анкети (Див. додаток №2).

2.2 Методи збору інформації

У цій дослідницькій роботі було використано два методи збору інформації:

1. Кількісний збір інформації у вигляді проведення стандартизованого анкетування в індійському ІТ стартапі “Tericsoft”. Метою проведення цього методу, було вивчити внутрішній аспект функціонування ІТ стартапу та здійснити аналіз отриманих даних за допомогою індексу Net Promoter Score, як детермінанти внутрішньої ефективності організації. На основі сформованих гіпотез, було проведено аналіз отриманих результатів.

Отримані показники дозволили сформулювати відповідні рекомендації, щоб покращити внутрішню ефективність стартапу та допомогти їй трансформуватись в однойменну ІТ компанію з достатнім рівнем задоволення працівників під час роботи та комунікації з керівництвом. Було опитано вісімнадцять працівників стартапу з яких четверо респондентів жіночої статі та чотирнадцятеро чоловічої статі. Анкетування проводилось в анонімний спосіб за допомогою онлайн запитальника у Google Forms у період з 02.03.2020 року. До нього увійшло тридцять два запитання із яких двадцять дев'ять запитань закритого типу, одне запитання закритого типу з можливістю відповісти з власним варіантом відповіді та два запитання відкритого типу. За допомогою опитувальника вдалось виміряти показники залученості працівників до роботи, відносин працівників з менеджерами, кар'єрного розвитку працівників, робочого середовища у стартапі та отримати зворотній зв'язок, щодо покращення.

2. Інтерв'ю з менеджером у письмовому варіанті. На основі отриманих результатів анкетування було сформовано рекомендації, щодо покращення внутрішньої ефективності стартапу та прокомуніковано їх з керівництвом. На протязі одного року керівництво стартапу намагалось імплементувати рекомендації та спостерігати зміни в організації. Цей метод збору інформації дозволив перевірити корисність сформованих рекомендацій, що були запропоновані відштовхуючись не лише від результатів анкетування, а й від зворотного зв'язку працівників. Інтерв'ю було проведено 08.05.2021 року в письмовому варіанті, оскільки ситуація з пандемією в Індії загострилась і менеджери не змогли вийти навіть на онлайн зв'язок, проте погодились відповісти письмовим листом.

У додатках розміщений перелік запитань включених у кількісний онлайн запитальник в Google Forms.

2.3 Методи аналізу даних

Для аналізу кількісного стандартизованого анкетування було використано описативну статистику результатів анкетування працівників ІТ стартапу “Tericsoft”. У випадку нашого дослідження для проведення оцінювання внутрішньої ефективності організації, ми, також, використаємо розрахунок індексу NPS (Network Promoter Score), який є методом оцінки лояльності співробітників до організації і взаємовідносин у компанії. Він допомагає краще зрозуміти відносини між менеджерами та працівниками і чи стартап або компанія рухається у сторону розвитку.

Додатково, для перевірки тенденцій, що були виявлені у ході розрахунку індексу NPS, було проведено кореляційний аналіз зв'язків між основними компонентами внутрішньої ефективності. Це дозволило більш глибоко оцінити внутрішню ефективність ІТ стартапу.

Для перевірки ефективності та корисності сформованих рекомендацій було проведено глибинне інтерв'ю з менеджером ІТ компанії та використано цитати з ключових моментів інтерв'ю.

Розділ 3. Емпіричні показники внутрішньої ефективності ІТ стартапу «Tericsoft»

3.1 «Рівень вище середнього» як емпіричний вимір загальної внутрішньої ефективності ІТ стартапу «Tericsoft» за показниками NPS

В рамках апробації вище представлених робочих гіпотез спостерігаємо наступні виміри основних складових внутрішньої ефективності ІТ стартапу. (Див. Додаток №2)

Залученість працівників до робочого процесу

При розгляді залученості працівників, за показниками V8 і V11, ми бачимо, що рівень вмотивованості є близьким до середнього. Показник рівня продуктивності V14 є, також, суттєво вищим за середній рівень. Для групи показників V9, V10, V12, V13 спостерігаємо, схожість у тому, що вони є теж вищими за середній рівень. В цілому залученість працівників до робочого процесу є вищою за середній рівень, але не надто високою.

Відносини працівників з менеджерами

Щодо відносин працівників з менеджерами, за показниками V21, V22, V23, V24, V25 бачимо, що рівень комунікації є суттєво вищим за середній. Для групи показників V28.1, V28.2, V28.4, V28.5 спостерігаємо, що V28.1, V28.4 і V28.5 демонструють, що рівень впевненості є нижчими за середній, а V28.4 є на рівні середнього. Тобто в цілому рівень відносин працівників з менеджерами є нижчим за середній, але не суттєво.

Робоче середовище у стартапі

Коли йдеться про робоче середовище у стартапі показник V16 вказує на те, що рівень соціальної відповідальності є суттєво вищий за середній. Також, спостерігаємо, що показник V17 демонструє нижчий рівень відносин з іншими працівниками від середнього. Що стосується інших показників відносин між членами команди, спостерігаємо, що V18, V19 і V28.3 є суттєво вищими за середній рівень. Щодо показників V15 та

V20 бачимо, що рівень задоволення робочою культурою є суттєво вищим за середній. Загалом, рівень робочого середовища у стартапі є вищий за середній, незважаючи на результати показника V17, який є нижчим від середнього.

Можливості для кар'єрного розвитку працівників

При розгляді можливостей для кар'єрного розвитку працівників, за показниками V4, V5 бачимо, що рівень професійного розвитку працівників є суттєво вищим за середній. Показник задоволення професійним навчанням V6 є, також, вищим за середній. Що стосується, показника рівня продуктивності V7 спостерігаємо, що він є не суттєво вищий за середній. В цілому бачимо, що загальний рівень можливостей для кар'єрного розвитку є вищим за середній.

Характер зворотнього зв'язку

Щодо характеру зворотнього зв'язку, за показником V29 спостерігаємо, що 9-ро респондентів незадоволені чистотою в туалеті, ще 7-ро зазначила, що бракує чистоти на кухні, ще 5-ро вказувало на те, що часом незадоволені робочим середовищем та ще 4-ро незадоволені менеджерами стартапу. За показником V31 бачимо, що респонденти найбільше незадоволені подачею завдань від менеджерів та їх особистого підходу до кожного, стабільності в організації та чистотою в туалеті. Що стосується показника V30 спостерігаємо, що рівень щастя є суттєво вищим за середній. За показником V26 бачимо, що рівень успіху стартапу є не суттєво вищий за середній. Щодо показників V27 і V32 спостерігаємо, що рівень готовності рекомендувати цей стартап друзям є не суттєво вищий за середній і респонденти рекомендують покращити інфраструктуру на робочому місці, додати нові інструменти при розробці стратегії виконання нового завдання, покращити менеджмент та отримувати більш персоналізований зворотній зв'язок. В цілому характер зворотнього зв'язку

є вищим за середній, але варто врахувати персональні незадоволення і рекомендації респондентів.

Результати аналізу дескриптивної статистики

За результатами дескриптивної статистики, спостерігаємо, що внутрішня ефективність цього стартапу є вищою за середній рівень, але не надто високою.

При проведенні оцінювання ефективності тієї чи іншої соціальної структури, продуктивним є підхід паралельного або контролюючого оцінювання.

Метод розрахунку індексу Net Promoter Score

У випадку нашого дослідження для такої цілі ми використаємо розрахунок індексу NPS (Network Promoter Score), який є методом оцінки лояльності співробітників до організації і взаємовідносин у компанії. Він допомагає краще зрозуміти відносини між менеджерами та працівниками і чи в правильну сторону рухається цей стартап чи компанія. Щоб вирахувати такий індекс потрібно для початку підрахувати кількість промоутерів, нейтралів та критиків за формулою, поданою нижче:

$$\frac{a(\text{promoters}) - b(\text{detractors})}{q(\text{respondents})} * 100$$

1. Промоутери (promoters) - це ті учасники команди, що оцінили комфорт праці в команді і професіоналізм на 9 або 10 балів за шкалою від 1 до 10, 1 - це дуже негативні оцінки тих чи інших аспектів функціонування ІТ стартапу, а 10 - це відповідні дуже позитивні оцінки. Існують шкали від 1 до 5 де оцінки розміщується в схожий логічний спосіб. В такому випадку промоутерами вважаються той відсоток респондентів, хто оцінив на 4 або 5 балів за шкалою від 1 до 5.
2. Нейтралі (neutrals) - ті, хто нейтрально оцінили і поставили 7 або 8 балів. У випадку зі шкалою від 1 до 5 нейтралами вважаються той відсоток респондентів, хто оцінив на 3 бали за шкалою від 1 до 5;

3. Критики (detractors) - це та група людей, що поставила нижче 7 балів. У випадку зі шкалою від 1 до 5 критиками вважаються той відсоток респондентів, хто оцінив на 2 і нижче бали за шкалою від 1 до 5;

Для підрахунку індексу спочатку ми визначаємо відсотки категорій і вже далі вираховуємо індекс NPS. Щоб вирахувати NPS потрібно кількість промоутерів відняти від кількості критиків та поділити на кількість респондентів опитування і помножити на 100%. Особливістю в цьому розрахунку є те, що ми ігноруємо значення так званих нейтралів. В такому разі отримані результати можна інтерпретувати, як якість лояльності працівників та ефективність стартапу чи компанії, що є важливим показником внутрішнього аспекту ефективності організації. У результаті розрахунку на основі індексу NPS, можна отримати значення у межах від -100 до +100. Де значення: -100 є негативним, що свідчить про критично низький рівень ефективності, 0 - свідчить про хоч і середній рівень ефективності, проте така пасивність організації є достатньо ризикованою і може спровокувати провал стартап-проекту, +100 - вказує на надзвичайно високу ефективність організації.

Залученість працівників до робочого процесу

За результатами індексу NPS спостерігаємо, що показники залученості працівників до робочого процесу в цілому демонструють вищі за середній рівень результати, проте показник V14 показує, що рівень особистого розвитку є нижчим за середній зі значенням -11, що свідчить про низьку ефективність цього аспекту.

Відносини працівників з менеджерами

Що стосується відносин працівників з менеджерами, ми спостерігаємо, що в цілому, коли мова йде про показники V21, V22, V23, які демонструють загальний рівень менеджменту організації, то він є значно вищим за середній, аніж визначення персоналізованого менеджменту, де показники V24 і V25 були наближені до середнього рівня.

Робоче середовище у стартапі

Щодо робочого середовища, ми бачимо що показники V16, V17, V18, V19, V28.3, V15 в цілому демонструють результат суттєво вищого рівня за середній, окрім показника V20 рівня задоволеності робочою культурою зі значенням -16, що являє собою нижчий за середній рівень результат і свідчить про нижчу ефективність робочої культури.

Можливості для кар'єрного розвитку працівників

При розгляді можливостей для кар'єрного розвитку працівників за показниками V4, V5, V6 спостерігаємо, що їхній рівень є суттєво вищим від середнього, проте за показником V7, як рівень продуктивності прослідковуємо значення -44, що вказує на значно нижчий рівень від середнього і являє собою серйозну проблему, яка знижує ефективність стартапу.

Характер зворотнього зв'язку

Щодо характеру зворотнього зв'язку, спостерігаємо, що в цілому показники V26 і V30 коливаються у межах середнього рівня позитивного характеру зворотнього зв'язку, лише показник V27 рівня готовності рекомендувати цей стартап-проект друзям є дещо нижчим від середнього зі значенням -6.

Результати розрахунку індексу NPS

За результатами індексу NPS цього стартапу, ми спостерігаємо, що середнім значенням на основі усіх показників для компанії є +44, враховуючи негативні значення показників: V14, який показує, що рівень особистого розвитку є нижчим за середній зі значенням -11; V20, як рівня задоволеності робочою культурою зі значенням -16; V7, як рівень продуктивності у якому прослідковуємо значення -44, що вказує на значно нижчий рівень від середнього; показник V27, в якому спостерігаємо, що рівень готовності рекомендувати цей стартап-проект друзям є дещо нижчим від середнього зі значенням -6. Таким чином це означає, що внутрішня

ефективність цього стартапу є вищою за середній рівень, але не є надто високою.

За результатами дескриптивної статистики та індексу NPS ми бачимо, що внутрішня ефективність цього ІТ стартапу є вищою за середній рівень, але не надто високою, що означає, що йому є куди рухатись, щоб реалізувати свій внутрішній потенціал.

Як зазначено вище, такі показники, як V14, V20, V7, V27 засвідчили серйозне порушення внутрішньої ефективності ІТ стартапу. З метою покращення, ми пропонуємо наступні заходи соціоінженерії:

1. Щоб покращити результати показників V14 та V7, ми пропонуємо врахувати рекомендації респондентів з V32. Таким чином, щоб покращити рівень особистого розвитку та рівень продуктивності, варто менеджерам врахувати особистий підхід до кожного з працівників і за допомогою актуальних методик розробити стратегію персонального розвитку для кожного з працівників. Особливу увагу потрібно приділити для комунікації менеджерами, тому що особистий розвиток працівників залежить від постановки цілей та стратегії їх виконання, при цьому менеджери повинні регулярно проводити зріз по виконаних завданнях і допомагати при постановці наступних.
2. Що стосується показника V20, ми пропонуємо вивчити та імплементувати сучасні підходи до робочих відносин в організації та більш структурувати систему менеджменту і зібрань для виконання завдань.
3. У ході розрахунку NPS було виявлено, рівень щастя працівників наближений до середнього, тому ми пропонуємо, на основі отриманих рекомендацій від них, розробити заходи для вирішення проблем з якими вони стикаються. А саме: влаштувати прибирання у вбиральній зоні та в місці для харчування і регулярно підтримувати чистоту; забезпечити регулярне прибирання в офісному приміщенні; по можливості придбати

кондиціонери; при проведенні тім-білдингів включити більш сучасні та інтерактивні методи.

4. Щоб покращити результати показника V27, варто врахувати попередні рекомендації та в результаті їх успішної імплементації, працівники цього ІТ стартапу будуть з захопленням рекомендувати організацію Tericsoft, як ефективну.

3.2 Додаткова емпірична апробація моделі вимірювання загальної внутрішньої ефективності ІТ стартапу «Tericsoft» за показниками NPS

Таблиця №1.

Матриця кореляцій між інтегрованими показниками внутрішньої ефективності стартапу.

		Залученість працівників до роботи	Відносини працівників з менеджерами	Зворотній зв'язок	Кар'єрний розвиток працівників	Робоче середовище у стартапі
Залученість працівників до роботи	Pearson Correlation N	1 18	,013 18	,095 18	,323 18	,085 18
Відносини працівників з менеджерами	Pearson Correlation N	,013 18	1 18	-,391 18	-,146 18	,156 18
Зворотній зв'язок	Pearson Correlation N	,095 18	-,391 18	1 18	,355 18	,284 18
Кар'єрний розвиток працівників	Pearson Correlation N	,323 18	-,146 18	,355 18	1 18	,012 18
Робоче середовище у стартапі	Pearson Correlation N	,085 18	,156 18	,284 18	,012 18	1 18

На основі операціональної схеми було створено інтегровані показники:

1. Показник залученості працівників до роботи, до якого увійшли наступні змінні – v8; v11; v14; v9; v10; v12; v13.
2. Показник відносин працівників з менеджерами, до якого увійшли наступні змінні – v21; v22; v23; v2801; v2802; v2804; v2805.
3. Показник зворотнього зв'язку, до якого увійшли наступні змінні – v26; v27; v30.

4. Показник кар'єрного розвитку працівників, до якого увійшли наступні змінні – v4; v5; v6; v7.
5. Показник робочого середовища у стартапі, до якого увійшли наступні змінні – v16; v18; v19; v2803; v15; v20. (Див. додаток №3).

Оскільки випадків є обмежена кількість для аналізу у вигляді 18 стандартизованих анкет, такі статистичні показники, як статистична значущість не проявив себе належним чином. Натомість, ми брали до уваги випадки, в яких попарна кореляція була на рівні 0,3 або вищою за значеннями коефіцієнта парної кореляції Пірсона. На підставі цього показника ми спостерігаємо наступні характеристики взаємовідносин працівників стартапу.

1. Чим вищою була оцінка залученості працівників до роботи тим позитивніше працівники оцінили можливості для кар'єрного розвитку.
2. З іншого боку парадоксальний результат у тому, що чим краще працівники оцінили свої відносини з менеджерами тим нижчим є зворотній зв'язок (оцінювання працівниками стартапу, як такого). Це може бути спричинене тим, що згідно теорії раціонального вибору, структурні обмеження, які накладав стартап на дії працівників були для них прийнятними в умовах, коли ті чи інші особистісні риси самих менеджерів могли створювати для них дискомфорт. Проте, люди ігнорували цей дискомфорт, оскільки бачили, що стартап в цілому допомагав їм досягнути поставлених цілей.
3. Чим вище працівники оцінили можливості для кар'єрного розвитку тим вище їхня оцінка зворотнього зв'язку.
4. Чим вище працівники оцінюють робоче середовище у стартапі тим вища їхня оцінка зворотнього зв'язку.

3.3 Оцінювання менеджером Tericsoft корисності рекомендацій соціолога, щодо покращення внутрішньої ефективності

Після проведення анкетування в ІТ стартапі “Tericsoft” на основі отриманих результатів було розроблено низку рекомендацій, щодо покращення внутрішнього забезпечення організації. Упродовж року, менеджери організації намагались дотримуватись порад та приймати управлінські рішення, щоб стартап мав можливість перерости в ІТ компанію та працівники були задоволеними робочою культурою і готові її рекомендувати друзям.

У зв'язку з пандемією COVID-19 було проведено онлайн інтерв'ю з менеджером ІТ компанії “Tericsoft” для того, щоб переконатись, що рекомендації були корисними та дієвими у процесі трансформації організації та налагодження внутрішньої ефективності.

1. Щоб покращити рівень особистого розвитку та рівень продуктивності працівників, менеджерам вдалось створити особистий підхід до кожного з них і, за допомогою актуальних методик, розробити стратегію персонального розвитку. Особливу увагу менеджери приділили комунікації з працівниками, тому що особистий розвиток кожного з них залежить від постановки цілей та стратегії їх виконання. Компанія придбала підписку на сучасні сервіси управління проектами та персоналом і з допомогою актуальних методик налагодила постановку цілей і розробку особистих стратегій розвитку.
2. Що стосується сучасних підходів до робочих відносин в організації та більш структурованих зібрань для виконання завдань, менеджери імплементували командні зібрання відповідно до проектів програмного забезпечення. Це дозволило працівникам не лише ефективно відслідковувати свої завдання, а й у разі необхідності кооперуватись навколо однієї проблеми разом.
3. У ході розрахунку NPS було виявлено, що рівень щастя працівників наближений до середнього, тому менеджери, на основі отриманих

рекомендацій розробили заходи для вирішення проблем з якими стикаються працівники. В першу чергу влаштували прибирання у вбиральній зоні та в місці для харчування і розпочали регулярно підтримувати чистоту в цілому офісі, так як перелічені зони офісу є покликані для комфорту працівників. Зменшення частоти у проведенні тим-білдингів та включення до них більш інтерактивних методик дозволило підвищити рівень задоволення спільного часопроведення працівників.

4. Відштовхуючись від вищезгаданих рекомендації та в результаті їх успішної імплементації, більшість працівників цього ІТ стартапу з захопленням рекомендують організацію Tericsoft, як ефективну. Менеджер зазначає, що це також пришвидшило процес росту команди, а відтак прискорило перехід організації від стартапу до компанії.

Висновки до 3 розділу

У третьому розділі на основі теоретичної огляду проблеми внутрішньої ефективності ІТ стартапу і в контексті її оцінювання за допомогою інструментів соціологічного забезпечення, було розроблено низку гіпотез для цієї дослідницької роботи. За допомогою структури та змісту робочих гіпотез, було, також, розроблено операціональну схему дослідження. (Див. Рисунок 3)

Завдяки вищезазначеному методологічному забезпеченні, ми розробили інструментарій нашого дослідження у форматі стандартизованої анкети. (Див. Додаток 1)

За допомогою анкетування працівників ІТ стартапу Tericsoft було розроблено дескриптивну статистичну схему для аналізу. (Див. Додаток 2)

В результаті цього аналізу ми отримали результати, які вказують на те, що внутрішня ефективність цього стартапу є дещо вищою за середній рівень, але не надто високою.

При проведенні оцінювання ефективності тієї чи іншої соціальної структури, продуктивним є підхід паралельного або контролюючого

оцінювання. Саме тому було використано індекс NPS для контролюючого оцінювання. За його результатами, ми спостерігаємо, що внутрішня ефективність цього стартапу є теж дещо вищою за середній рівень, але не є надто високою. Це означає, що йому є куди рухатись, щоб реалізувати свій внутрішній потенціал.

На основі показників, що засвідчили серйозне пониження внутрішньої ефективності IT стартапу Tericsoft було розроблено низку заходів соціоінженерії для покращення ситуації.

Висновки

В ході цієї роботи було здійснено огляд і з'ясовано базові теоретико-методологічні засади соціологічного забезпечення стартапу в ІТ бізнесі. До компонентів функціонування цього феномену увійшли відносини між підприємцем чи бізнесом з споживачем чи інститутом, що зацікавлений у купівлі запропонованого продукту.

Було проведено аналіз існуючих теорій та підходів до вивчення моделей стартап-бізнесу, як прикладу феномену соціальної взаємодії. Такий феномен найкраще розглядати через теорію обміну або теорію раціонального вибору, оскільки вона найбільше підходить для нього. Характерною рисою для досліджуваного феномену внутрішньої ефективності стартапу в контексті теорії раціонального вибору є те, що обидва партнери діють раціонально і намагаються отримати якомога більше, а втратити якнайменше. До того ж, їм притаманно прораховувати позитивний баланс між вигодою і втратами для обох суб'єктів взаємодії. Структура та функціональні характеристики стартапу визначають раціональну поведінку індивідів. Не менш важливо, саме ті обмеження, які система накидає на людей сприяють тому, що люди досягають бажаного результату якомога менший термін.

До складу аналізу було включено: суб'єкти ІТ стартапу, його потреби, структуру, моделі розвитку, етапи розвитку, фінансові аспекти і людські ресурси.

Як висновок, підприємці, що засновують стартап-формат бізнесу, незалежно від того, яку вони обирають стратегію чи модель, вони піддаються великому ризику для виходу на ринок з унікальним і конкурентоспроможним продуктом. Через брак потрібної технологічної інфраструктури, комплексного вивчення актуальної інформації в обраній спеціалізації та необхідних ресурсів соціологічного забезпечення на всіх

етапах розвитку, стартап-команди втрачають мотивацію продовжувати ризикувати і припиняють свою діяльність.

В останньому підрозділі I розділу було описано, що таке соціологічне забезпечення стартапу і організації якими соціальними ресурсами можна було б їх підтримати, прискорити, згенерувати розвиток.

Отже, щоб надати соціологічну підтримку для ІТ стартапу та посприяти його соціологічному забезпеченню і розвитку, потрібно дослідити внутрішній потенціал стартапу чи організації.

У другому та третьому розділі на основі теоретичної огляду проблеми внутрішньої ефективності ІТ стартапу і в контексті її оцінювання за допомогою інструментів соціологічного забезпечення, було розроблено низку гіпотез для цієї дослідницької роботи. За допомогою структури та змісту робочих гіпотез, було, також, розроблено операціональну схему дослідження та його інструментарій у форматі онлайнної анкети кількісного опитування.

У ході дослідження було виявлено, що основна гіпотеза-підстава, що показники внутрішньої ефективності ІТ стартапу такі, як залученість працівників до робочого процесу, відносини працівників з менеджерами, робоче середовище в стартапі, можливості для кар'єрного розвитку та характер зворотного зв'язку працівників, вказує на те, що рівень є дещо вищим за середній рівень. На основі теоретичного опрацювання та припущень теорії раціонального вибору, ми сформулювали наступні головні дослідницькі запитання:

«Наскільки працівники ІТ стартапу “Terisoft” є націленими на розвиток своєї організації? Чи засоби для досягнення цієї мети є ефективними? Якою є робоча культура цієї організації, що зумовлює норми для раціонально обумовлених соціальних взаємодій?»

Щоб отримати відповідь на ці запитання, ми прийняли рішення використати евристичний потенціал індексу «Net Promoter Score». При

цьому ми адаптували його для вивчення не клієнтів, що дало б нам результат зовнішньої ефективності організації, а навпаки для фокусування на внутрішній ефективності досліджуваного стартапу, тобто на вивченні оцінки лояльності співробітників до організації і на дослідженні взаємовідносин між ними в рамках цього стартапу. При проведенні оцінювання ефективності тієї чи іншої соціальної структури, продуктивним є підхід паралельного або контролюючого оцінювання. Саме тому було використано індекс NPS для контролюючого оцінювання. Ми провели анкетування працівників IT стартапу Tericsoft і розробили дескриптивну статистичну схему для аналізу отриманих даних. В ході цього аналізу ми отримали результати, які вказують на те, що внутрішня ефективність цього стартапу є дещо вищою за середній рівень, але не надто високою. Це означає, що цьому стартапу є куди рухатись, щоб реалізувати свій внутрішній потенціал.

На основі показників, що засвідчили серйозне пониження внутрішньої ефективності та для реалізації внутрішнього потенціалу IT стартапу Tericsoft було розроблено низку заходів соціоінженерії для покращення ситуації.

Щоб покращити рівень особистого розвитку та рівень продуктивності, варто менеджерам врахувати особистий підхід до кожного з працівників і за допомогою актуальних методик розробити стратегію персонального розвитку для кожного з працівників. Особливу увагу потрібно приділити комунікації менеджерів і працівників, тому що особистий розвиток працівників залежить від постановки цілей та стратегії їх виконання, при цьому менеджери повинні регулярно проводити зріз по виконаних завданнях і допомагати при постановці наступних.

Ми пропонуємо вивчити та імплементувати сучасні підходи до робочих відносин в організації та більш структурувати систему

менеджменту і зібрань для виконання завдань, щоб підвищити рівень задоволення робочою культурою

У ході розрахунку NPS було виявлено, що рівень щастя працівників наближений до середнього, тому ми пропонуємо, на основі отриманих рекомендацій від них, розробити заходи для вирішення проблем з якими вони стикаються. А саме: влаштувати прибирання у вбиральній зоні та в місці для харчування і там регулярно підтримувати чистоту; забезпечити регулярне прибирання в офісному приміщенні; по можливості придбати кондиționери; при проведенні тім-білдингів включити більш сучасні та інтерактивні методи.

Кінцевим заходом соціоінженерії, ми пропонуємо врахувати попередні рекомендації та в результаті їх успішної імплементації, працівники цього ІТ стартапу будуть з захопленням рекомендувати організацію Tericsoft, як ефективну і рівень внутрішньої ефективності значно зросте.

Після імплементації рекомендацій для покращення ефективності ІТ стартапу, було проведено онлайн інтерв'ю з менеджером ІТ компанії "Tericsoft" для того, щоб переконатись, що рекомендації були корисними та дієвими у процесі трансформації організації та налагодження внутрішньої ефективності.

- Організація придбала підписку на сучасні сервіси управління проектами та персоналом і з допомогою актуальних методик налагодила постановку цілей і розробку особистих стратегій розвитку.
- Менеджери імплементавали командні зібрання відповідно до проектів програмного забезпечення. Це дозволило працівникам не лише ефективно відслідковувати свої завдання, а й у разі необхідності кооперуватись навколо однієї проблеми разом.
- Менеджери, на основі отриманих рекомендацій розробили заходи для вирішення проблем з якими стикаються працівники. В першу чергу влаштували прибирання у вбиральній зоні та в місці для харчування і

розпочали регулярно підтримувати чистоту в цілому офісі, так як перелічені зони офісу є покликані для комфорту працівників. Зменшення частоти у проведенні тім-білдингів та включення до них більш інтерактивних методик дозволило підвищити рівень задоволення спільного часопроведення працівників.

- Відштовхуючись від вищезгаданих рекомендації та в результаті їх успішної імплементації, більшість працівників цього ІТ стартапу тепер з захопленням рекомендують організацію Tericsoft, як ефективну. Менеджер зазначає, що це також пришвидшило процес росту команди, а відтак прискорило перехід організації від стартапу до компанії.

Список джерел і наукової літератури

Використана література:

1. Burgelman R. Inside corporate innovation : strategy, structure, and managerial skills [Електронний ресурс] / R. Burgelman, L. Sayles. – 1986. – Режим доступу до ресурсу: <https://trove.nla.gov.au/work/19280942?selectedversion=NBD22466823>.
2. Dori J. Boeing Knocks Down The Wall Between The Dreamers And The Doers [Електронний ресурс] / Jones Dori. – 1991. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.bloomberg.com/tosv2.html?vid=&uuid=ce644f10-9564-11ea-81bc-f19d3134d242&url=L25ld3MvYXJ0aWNsZXMvMTk5MS0xMC0yNy9ib2Vpbmcta25vY2tzLWRvd24tdGhlLXdhbGwtYmV0d2Vlbi10aGUtZHJlYW1lcnMtYW5kLXRoZS1kb2Vycw>
3. Henry L. Marketing and technology strategy in a “medium-tech” startup [Електронний ресурс] / Lucas Henry. – 1994. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/0378720694900523>.
4. McGowan E. From Early to Acquired: What Are the Stages of a Startup? [Електронний ресурс] / Emma McGowan. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.startups.com/library/expert-advice/startup-stages>.
5. Salamzadeh A. Startup Companies: Life Cycle and Challenges [Електронний ресурс] / A. Salamzadeh, H. Kawamorita. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2628861.
6. Shrivastava A. Sequoia Surge backs seven Indian startups in the third batch [Електронний ресурс] / Aditi Shrivastava. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://economictimes.indiatimes.com/small-biz/startups/newsbuzz/sequoia-surge-backs-seven-indian-startups-in-the-third-batch/articleshow/75398442.cms>.

7. Surbhi J. Growth of Startup Ecosystems in India [Електронний ресурс] / Jain Surbhi. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: https://www.researchgate.net/publication/322735206_Growth_of_Startup_Ecosystems_in_India.
8. Артюхін О. А. Феномен підприємництва в дослідженні бізнесу [Електронний ресурс] / О. А. Артюхін, А. Б. Шумиліна – Режим доступу до ресурсу: <https://cyberleninka.ru/article/n/fenomen-predprinimatelstva-v-issledovaniyah-biznesa>.
9. Денісов М. І. Розробка стартап проекту «TechBrain» [Електронний ресурс] / Микита Ігорович Денісов. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/28351>.
10. Колот В. М. Підприємництво: організація, ефективність, бізнес-культура / В. М. Колот, І. М. Рєпіна, О. В. Щербина. – Київ, 2009. – 444 с. – (2).
11. Петришин Г. Наукові парки: функціонально-технічні та територіально-просторові напрями розвитку [Електронний ресурс] / Г. Петришин, С. Солан. – 2013. – Режим доступу до ресурсу: <http://ena.lp.edu.ua:8080/handle/ntb/21425>.
12. Штомпка П. Соціологія. аналіз сучасного суспільства / П. Штомпка. – Москва: Логос, 2005. – 664 с.
13. Чазов Е. Стартап, як нова форма бізнесу [Електронний ресурс] / Е. Чазов. – 2013. – Режим доступу до ресурсу: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/handle/123456789/19732>.
14. Чернюк В. Наукові парки - стан та їх проблеми [Електронний ресурс] / В. Чернюк – Режим доступу до ресурсу: <http://www.inprojournal.org/wp-content/uploads/2016/11/Chernyuk-116.pdf>.
15. Як виміряти індекс лояльності співробітників, або як використовувати NPS для підвищення залученості [Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://outsourcing.team/uk/blog/menedzhment/yak->

[vimiryati-indeks-loyalnosti-spivrobitnikiv-abo-yak-vikoristovuvati-nps-dlya-pidvishhennya-zaluchenosti/](#).

16. Гусейнов А. А. Історія етичних вчень / А. А. Гусейнов, М. Гардарікі., 2003. – 911 ст.
17. Систолятіна А. В. Економічні та соціологічні концептуальні витоки теорії раціонального вибору / А. В. Систолятіна. – 2014. – №4. – С. 77–85.
18. Гальперин В. М. Теорія споживчої поведінки та попиту / В. М. Гальперин // Віхи економічної думки / В. М. Гальперин., 2000. – (Економічна школа). – С. 380.
19. Саймон Г. А. Теорія фірми / Г. А. Саймон // Теорія прийняття рішень в економічній теорії та науці про поведінку / Г. А. Саймон., 1995. – С. 54–72.
20. Парсонс Т. Про структуру соціальної дії / Т. Парсонс., 2000. – 800 с. – (Академічний проект).
21. Вебер М. Господарство і суспільство / М. Вебер // Нариси соціології розуміння / М. Вебер., 2012. – С. 1112 с.
22. Coleman J. The method of decreasing abstraction / J. Coleman, T. Fararo // Rational choice theory / J. Coleman, T. Fararo. – London, 1992. – (Sage publications).
23. Coleman J. Foundations of Social Theory / James Coleman., 1990. – 1014 с.
24. Coleman J. Social Theory, Social Research, and a Theory of Action / James Coleman. // The University of Chicago Press. – 1986. – №6. – С. 27.
25. Reichheld F. The One Number You Need to Grow / Frederick Reichheld. // Harvard Business Review. – 2003.
26. Cudmore D. Surprising Facts About Net Promoter Scores [Електронний ресурс] / Dale Cudmore // digital. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://digital.com/blog/net-promoter-scores/>.
27. Голос Америки. 10 стартапів, що змусили світ говорити про Україну в 2017-му [Електронний ресурс] / Голос Америки. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.radiosvoboda.org/a/28943851.html>.

Інструментарій для соціологічного забезпечення внутрішньої ефективності ІТ стартапи «Tericsoft» (стандартизована анкета)

5/7/2020 Anonymous survey

Anonymous survey

In this survey, we are highly asking you to give real feedback. We would like to be aware of your feelings while you work here.
***Required**

[Skip to question 1](#) [Skip to question 7](#)

General information

1. What is your gender? *

Mark only one oval.

Female

Male

2. Which of the following categories best describes your employment status? *

Mark only one oval.

Employed, working full-time

Employed, working part-time

Freelance/contract employee

Self-employed

Unemployed

Intern

Career development

3. Whether your tasks according to your position? *

Mark only one oval.

No

Yes

Maybe

https://docs.google.com/forms/d/125V1MNdUp-LZYr905-YT_CGHr0XAU4juOUKa0EJm5P0ledt 1/9

4. I am satisfied with my opportunities for professional growth *

Mark only one oval.

1 2 3 4 5

Strongly Disagree Strongly Agree

5. Tericsoft is dedicated to my professional development *

Mark only one oval.

Strongly disagree
 Disagree
 Neutral
 Agree
 Strongly agree

6. I am satisfied with the job-related training my organization offers *

Mark only one oval.

1 2 3 4 5

Strongly Disagree Strongly Agree

7. How would you rate your productivity rate? *

Mark only one oval.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Awful Excellent

Work engagement

- B. I am inspired to meet my goals at work *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Strongly Disagree	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Strongly Agree

9. I understand how my work impacts the organization's business goals *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Strongly Disagree	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Strongly Agree

10. I feel completely involved in my work *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Strongly Disagree	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Strongly Agree

11. I get excited about going to work *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Strongly Disagree	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Strongly Agree

12. In my organization, employees adapt quickly to difficult situations *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Strongly Disagree	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Strongly Agree

13. Do your teammates proactively identify future challenges and opportunities? *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Strongly Disagree	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Strongly Agree

14. How would you rate personal growth supported by the company?

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Awful	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Excellent

Work environment

15. Does my organization have a safe work environment? *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Definitely no	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totally yes

16. Does my organization operate in a socially responsible manner? *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Strongly Disagree	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Strongly Agree

17. How would you rate the working relationship you had with your co-workers? *

Mark only one oval.

- Excellent
 Very good
 Good
 Fair
 Poor

18. My coworkers and I have a good working relationship *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Strongly Disagree	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Strongly Agree

19. Employee treat each other with respect *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Strongly Disagree	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Strongly Agree

20. How would you rate your satisfaction from work culture? *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Awful	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Excellent

Relationship Management

21. Communication between managers and employees is good in my organization *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Strongly Disagree	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Strongly Agree

22. I am able to make decisions affecting my work *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Strongly Disagree	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Strongly Agree

23. My supervisor and I have a good working relationship *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Strongly Disagree	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Strongly Agree

24. Are you happy to work with Abdul Rahman? *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Definitely no	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Definitely yes

25. Are you happy to work with Anand Reddy? *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Definitely no	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Definitely yes

26. How would you rate the success of the company? *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Awful	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Excellent

27. Would you recommend this company for friends? *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Definitely no	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Definitely yes

My feelings and feedback

28. I feel confident *

Mark only one oval per row.

	Strongly disagree	Disagree	Neutral	Agree	Strongly agree
Giving presentation of my work	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Communicate with managers	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Communicate with team	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Giving verbal feedback	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Giving written feedback	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

29. What makes me feel uncomfortable in the workplace? *

Tick all that apply.

- Work environment
- Managers
- Teammates
- Cleanliness in office
- Cleanliness in washroom
- Cleanliness in lunch space
- Team-buildings

Other: _____

30. Are you happy to work in Tericsoft? *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Definitely no	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Definitely yes

31. What do you not like the most in your work? *

32. What would you like to improve in the company? *

This content is neither created nor endorsed by Google.

Додаток 2.

Описова статистика результатів анкетування працівників ІТ
стартапу “Tericsoft” (березень 2020 р.)

№ з/п	Показники та їх значення	Частотні розподіли	Середні значення
4.	ЗАДОВОЛЕНІСТЬ МОЖЛИВОСТЯМИ ДЛЯ ПРОФЕСІЙНОГО РОЗВИТКУ		4,0
	1 – дуже не задоволений	-	
	5 – дуже задоволений	-	
5.	СПРИЯННЯ ПРОФЕСІЙНОГО РОЗВИТКУ, ЩО НАДАЄ СТАРТАП		4,5
	1 – повністю не погоджуюсь	-	
	5 – цілком погоджуюсь	-	
6.	ЗАДОВОЛЕННЯ ПРОФЕСІЙНИМ НАВЧАННЯМ, ЩО НАДАЄ СТАРТАП		3,9
	1 – повністю не погоджуюсь	-	
	5 – цілком погоджуюсь	-	
7.	РІВЕНЬ ПРОДУКТИВНОСТІ		6,3
	1 – жахливо низький	-	
	10 – дивовижно високий	-	
8.	МОТИВАЦІЯ ДО НОВИХ ЦІЛЕЙ НА РОБОТІ		3,8
	1 – повністю не погоджуюсь	-	
	5 – цілком погоджуюсь	-	
9.	ВПЛИВ РОБОТИ ПРАЦІВНИКА НА БІЗНЕС ЦІЛІ		3,9
	1 – повністю не погоджуюсь	-	
	5 – цілком погоджуюсь	-	
10.	ЗАЛУЧЕНІСТЬ ДО РОБОТИ		3,8
	1 – повністю не погоджуюсь	-	
	5 – цілком погоджуюсь	-	
11.	ВМОТИВОВАНІСТЬ ВІДВІДУВАТИ РОБОТУ		3,7
	1 – повністю не погоджуюсь	-	
	5 – цілком погоджуюсь	-	
12.	АДАПТАЦІЯ ПРАЦІВНИКІВ ДО СКЛАДНИХ СИТУАЦІЙ		3,8
	1 – повністю не погоджуюсь	-	
	5 – цілком погоджуюсь	-	
13.	АКТИВНЕ ВИЗНАЧЕННЯ ПРАЦІВНИКАМИ МАЙБУТНІХ ВИКЛИКІВ ТА МОЖЛИВОСТЕЙ		3,8
	1 – повністю не погоджуюсь	-	
	5 – цілком погоджуюсь	-	
14.	РІВЕНЬ ОСОБИСТОГО РОЗВИТКУ, НАДАНИЙ ОРГАНІЗАЦІЄЮ		7,2
	1 – жахливо низький	-	
	10 – дивовижно високий	-	
15.	БЕЗПЕЧНЕ РОБОЧЕ СЕРЕДОВИЩЕ		4,3
	1 – ні	-	

№ з/п	Показники та їх значення	Частотні розподіли	Середні значення
	5 – так	-	
16.	СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СТАРТАПУ		3,9
	1 – повністю не погоджуюсь	-	
	5 – цілком погоджуюсь	-	
17.	РІВЕНЬ ВІДНОСИН З ІНШИМИ ПРАЦІВНИКАМИ		2,3
	1 – дуже високий	4	
	2 – високий	7	
	3 – в середньому добрий	5	
	4 – жахливий	2	
	5 – дуже низький	0	
18.	ВИСОКИЙ РІВЕНЬ ДОБРИХ ВІДНОСИН З ІНШИМИ ПРАЦІВНИКАМИ		3,9
	1 – повністю не погоджуюсь	-	
	5 – цілком погоджуюсь	-	
19.	ПОВАГА ПРАЦІВНИКІВ ОДИН ДО ОДНОГО		4,1
	1 – повністю не погоджуюсь	-	
	5 – цілком погоджуюсь	-	
20.	РІВЕНЬ ЗАДОВОЛЕННЯ РОБОЧОЮ КУЛЬТУРОЮ		7,1
	1 – жахливо низький	-	
	10 – дивовижно високий	-	
21.	ПРИЙНЯТНА КОМУНІКАЦІЯ МІЖ МЕНЕДЖЕРАМИ І ПРАЦІВНИКАМИ		3,4
	1 – повністю не погоджуюсь	-	
	5 – цілком погоджуюсь	-	
22.	МОЖЛИВІСТЬ ПРИЙМАТИ РІШЕННЯ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА МОЮ РОБОТУ		3,8
	1 – повністю не погоджуюсь	-	
	5 – цілком погоджуюсь	-	
23.	ДОБРІ ВІДНОСИНИ З КЕРІВНИКОМ		3,8
	1 – повністю не погоджуюсь	-	
	5 – цілком погоджуюсь	-	
24.	РІВЕНЬ ЩАСТЯ ПРАЦЮВАТИ З ФІНАНСОВИМ МЕНЕДЖЕРОМ АБДУЛОМ РАХМАНОМ		7,7
	1 – жахливо низький	-	
	10 – дивовижно високий	-	
25.	РІВЕНЬ ЩАСТЯ ПРАЦЮВАТИ З ТЕХНІЧНИМ МЕНЕДЖЕРОМ АНАНДОМ РЕДДІ		8,1
	1 – жахливо низький	-	
	10 – дивовижно високий	-	
26.	РІВЕНЬ УСПІХУ СТАРТАПУ		7,9
	1 – жахливо низький	-	
	10 – дивовижно високий	-	
27.	ГОТОВНІСТЬ РЕКОМЕНДУВАТИ ЦЮ ОРГАНІЗАЦІЮ ДРУЗЬМ		6,9
	1 – ні	-	
	10 – так	-	

№ з/п	Показники та їх значення	Частотні розподіли	Середні значення
28.	ВІДЧУТТЯ ВПЕВНЕНОСТІ, ПРИ:		-
28.1	ПРЕЗЕНТАЦІЇ СВОЄЇ РОБОТИ		3,8
	1 – повністю не згоден	2	
	2 – не згоден	1	
	3 – нейтральний	5	
	4 – згоден	8	
	5 – повністю згоден	2	
28.2	КОМУНІКАЦІЇ З МЕНЕДЖЕРАМИ		5,9
	1 – повністю не згоден	0	
	2 – не згоден	1	
	3 – нейтральний	6	
	4 – згоден	5	
	5 – повністю згоден	6	
28.3	КОМУНІКАЦІЇ З КОМАНДОЮ		5,4
	1 – повністю не згоден	0	
	2 – не згоден	0	
	3 – нейтральний	1	
	4 – згоден	13	
	5 – повністю згоден	4	
28.4	ВЕРБАЛЬНОМУ ЗВОРОТНЬОМУ ЗВ'ЯЗКУ		3,8
	1 – повністю не згоден	1	
	2 – не згоден	3	
	3 – нейтральний	4	
	4 – згоден	8	
	5 – повністю згоден	2	
28.5	ПИСЬМОВОМУ ЗВОРОТНЬОМУ ЗВ'ЯЗКУ		4,0
	1 – повністю не згоден	3	
	2 – не згоден	0	
	3 – нейтральний	1	
	4 – згоден	12	
	5 – повністю згоден	2	
29.	ВІДЧУТТЯ НЕЗАДОВОЛЕННЯ, ЧЕРЕЗ		-
	1 – робоче середовище	5	
	2 – менеджери	4	
	3 – члени команди	1	
	4 – чистота в компанії	3	
	5 – чистота в туалеті	9	
	6 – чистота на кухні	7	
	7 – командотворення	3	
	8 – ресурси	1	
30.	РІВЕНЬ ЩАСТЯ ПРАЦЮВАТИ В ЦЬОМУ СТАРТАПІ		7,8
	1 – жахливо низький	-	
	10 – дивовижно високий	-	

Конструювання інтегрованих показників внутрішньої ефективності стартапу

