

УДК 004.09:372.862

## РОЗВИТОК НАВИКІВ СТВОРЕННЯ ІТ-СТАРТАПУ В ОСВІТНЬОМУ ПРОЦЕСІ

*О. Б Турчин, І. З Лютак*

*ІФНТУНГ, 76019, м. Івано-Франківськ, вул. Карпатська, 15, електронна адреса:  
lexfox777@gmail.com*

**Вступ.** На початку розвитку ІТ-сфери як галузі, думка про можливість створення інноваційного програмного продукту в стислі терміни малою командою розробників вважалася чимось фантастичним. Основний акцент зводився до формування цілих підрозділів, що проводили аналіз, проектування та розробку програмних продуктів. Юні таланти не могли реалізувати свої ідеї, оскільки їм бракувало часу та фінансування. Усе змінилося на початку ХХІ століття. Саме в цей час з'явилися проекти, що створювалися маленькими командами (Twitter, MySpace, Google) або одноосібно (Facebook, Vkontakte). Але головне, що поєднує всіх сучасних новаторів в ІТ-сфері—створення власного інноваційного продукту, яке вони починали знаходячись в стінах університету або коледжу. Тому розвиток інноваційного мислення та навиків створення стартапів, на сьогодні, є важливою частиною освітнього процесу.

**Проблеми сприйняття.** Інноваційне мислення—це не дисципліна чи завдання, його не можливо вивчити, а тим більше когось навчити [1]. Тому інтеграція в освітній процес будь-яких методик не буде мати результату до того моменту доки не поглянути на процес розвитку, як процес вказання можливостей. Будь-яка освіта побудована на принципі «питання - відповідь», але не завжди бачення однієї проблеми співпадає у викладача і студента. Основне завдання викладача, що взяв собі за мету сформувати майбутнього новатора – це витягнути його за тісні рамки освіти, тобто показати які можливості та ресурси є доступними і що з ними можна зробити. Водночас не слід відмовлятися від традиційної методики навчання тому, що для реалізації ідеї потрібні навички, знання, а головне - розуміння, тому процес розвитку інноваційного мислення слід поєднувати з процесом розвитку навиків. Ця тонка межа між двома напрямками роботи і є проблемою в освітньому процесі, що невпинно зростає.

**Маркетинг.** Що стає однією з перших перепон молодого новатора? Просування власного продукту – істинна проблема багатьох проектів. Пояснюється це тим, що можна бути геніальним в певній області, творити дивовижні речі, але не вміти «продати себе».

Основною проблемою, що зустрічається на шляху розвитку та впровадження продукту - відсутність маркетингової стратегії поширення інформації про важливість і необхідність розробленого продукту, але, на жаль, більшість спеціалістів з технічної галузі, і не тільки технічної, не володіють навіть базовими навичками розробки маркетингової стратегії, оскільки даний аспект найчастіше не розглядається у навчальній програмі. Це помилково і з тієї сторони, що знання у даній сфері можуть допомогти розширити бачення

навколишнього світу і водночас виявити нові шляхи поширення не тільки власної розробки, але і ідеї. Тому важливим є розвивати в студентах маркетингові навички, оскільки вони нерозривно пов'язані з розвитком навичок створення власного стартапу [2].

Яскравим прикладом поєднання маркетингової жилки та інженерного таланту стали засновники всесвітньо відомої компанії Apple – Стів Джобс та Стів Возняк. Нажаль якості інженера та маркетолога не були поєднанні в одній людині, але вони стали яскравим взірцем того, що маркетинг і новаторство не можуть йти окремо. Чи зміг би С. Возняк, що був талановитим інженером впровадити свою розробку персонального комп'ютера без С. Джобса? Звичайно, ні, оскільки без С. Джобса розробки С. Возняка не покинули б гараж. Чи зміг би С. Джобс просунути не інноваційний продукт? Також, ні, оскільки без готової інноваційної розробки у нього були такі самі шанси, як і в сотень інших талановитих маркетологів того часу.

Інновації нерозривно поєднанні з маркетингом, тому не розглядати маркетинг як важливу складову формування новатора. Це є фундаментальною помилкою освітнього процесу. Освітній процес має бути направлений на бажання подарувати світу нові імена, нові ідеї, але без маркетингових навичок усі ці таланти будуть втрачені, бо про них ніхто не почує.

**Інертність студентів.** Новаторство складається з сукупності різних якостей, переконань та можливостей, тому будь-який освітній процес незобов'язаний розвивати новаторство в кожному, особливо якщо студент в цьому не зацікавлений, або не володіє потрібними якостями [3]. Тому формування навичок, що потрібні для створення стартапу слід розглядати в контексті гнучкості навчального процесу, що має полягати у заохоченні студентів до розвитку, а не затисненні їх у вузькі рамки.

**Висновок.** Аналізуючи проблему розвитку навичок потрібних для створення стартапу можна зробити висновок, що вирішити її можна тільки комплексно, оскільки новаторство є проявом творчості. Весь комплекс навчальних заходів слід спрямовувати на розкриття потенціалу студента, що має бут підкріплений мотиваційним спрямуванням і водночас навчанням методик реалізації ідей. Водночас не слід забувати про постійний діалог між викладачами, студентами та іншими обізнаними людьми. Цінність ідеї чи реалізації вимірюється у зацікавленості суспільства, що напряму залежить від якості просування ідеї на масовий ринок та необхідності продукту, що розробляється.

### Літературні джерела

- 1 Фрайд Д. Rework: Бизнес без предрассудков / Джейсон Фрайд, Дэвид Хейнмейер Ханссон. - Манн, Иванов и Фербер, 2010.- 208 с.
- 2 Микаловиц М. Стартап без бюджета.-Манн, Иванов и Фербер, 2011.- 200с.
- 3 Кэнфилд. Д. Цельная жизнь. Ключевые навыки для достижения ваших целей /, Л. Хьюитт, Д. Кэнфилд, М. В. Хансен. - Манн, Иванов и Фербер, 2011.- 264 с.