Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет

КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ, ПІДПРИЄМНИЦТВА
ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

Тема Удосконалення інструментів просування бізнесу на ранніх етапах розвитку

Спеціальність 073 «Менеджмент»,
освітня програма 8.073.00.09 «Бізнес-адміністрування»

Завідувач кафедри: _____*/Карінцева О.І./*

Керівник роботи: _____*/Мазін Ю.О./*

Виконавець: _____*/Сидоров Ю.Є./*
П.І.Б.

Група: *БАмз-01с*
шифр

Суми 2021

Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет

КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ, ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри економіки, підприємництва та бізнес-адміністрування
_____О.І. Карінцева
«___» _____ 20___ р.

ЗАВДАННЯ
до кваліфікаційної роботи магістра

Студента(ки) групи_____ БАмз-01с_____, 2 курсу____ЦЗДВН_____
(найменування інституту)
Спеціальність 073 «Менеджмент»
Освітня програма 8.073.00.09 «Бізнес-адміністрування»
_____ Сидоров Юрій Євгенійович_____
(прізвище, ім'я, по батькові)
Тема індивідуальної роботи: Удосконалення інструментів просування бізнесу на ранніх етапах розвитку

Затверджую наказом по СумДУ №_____від «___»___20__ р.
Термін здачі студентом закінченої роботи: «_____»_____ 20__ р.

Вихідні дані до роботи: статистична інформація, наукові статті, монографії, міжнародні звіти

Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, що підлягають розробленню)1) теоретичні підходи до просування бізнесу на ранніх етапах розвитку; 2) методичні підходи до просування бізнесу на ранніх етапах розвитку; 3) обґрунтування інструментів ефективного просування стартапів з урахуванням міжнародного досвіду

Перелік ілюстрацій

1) Сума екзитів (M&A та IPO), 2010–2020 рр., млрд доларів США
2) Динаміка показників розвитку стартап-економіки за 2001-2021 рр.
3) Загальна характеристика найуспішніших стартапів-єдинорогів на 2021 р.

Дата видачі завдання: «_____»_____20___ р.

Керівник кваліфікаційної роботи магістра_____доц. Мазін Ю.О.
(вч. звання, П.І.Б.)

Завдання прийняв(ла) до виконання: «__»_____20___ р._____
підпис студента(ки)

Примітки:

1. Це завдання підшивається до пояснювальної записки кваліфікаційної роботи магістра.
2. Крім завдання, студент має отримати від керівника календарний графік роботи над кваліфікаційною роботою магістра на період проектування із зазначенням строків виконання окремих етапів.

АНОТАЦІЯ

Кваліфікаційна робота містить 53 сторінок тексту; 3 розділи; 1 рисунок, 4 таблиці; список літератури з 55 джерел.

Мета кваліфікаційної роботи – удосконалення інструментів просування бізнесу на ранніх етапах розвитку.

Основні завдання дослідження:

- проаналізувати теоретичні підходи до просування бізнесу на ранніх етапах розвитку;
- проаналізувати методичні підходи до просування бізнесу на ранніх етапах розвитку;
- обґрунтування інструментів ефективного просування стартапів з урахуванням міжнародного досвіду.

Об’єкт дослідження – бізнес на ранніх етапах розвитку.

Методи дослідження – аналітичний, компаративний та статистичний методи.

У першому розділі роботи теоретичні підходи до просування бізнесу на ранніх етапах розвитку, визначено феномен стартапу як бізнесу на ранніх етапах розвитку, проаналізовано його життєвий цикл та фактори його ефективного просування.

У другому розділі роботи проаналізовано методичні підходи до просування бізнесу на ранніх етапах розвитку; проведено компаративний аналіз моделей розвитку бізнесу на ранніх етапах; досліджено міжнародний кейс розвитку стартап-екосистеми.

У третьому розділі роботи обґрунтовано інструменти ефективного просування стартапів з урахуванням міжнародного досвіду; проаналізовано особливості інноваційного розвитку міжнародних стартапів; обґрунтовано необхідність врахування галузевого фактору при формуванні інструментів просуванні бізнесу на ранніх етапах розвитку.

Ключові слова: бізнес, стартап, розвиток, просування.

ABSTRACT

Qualification work contains 53 pages of text; 3 sections; 1 figure, 4 tables; list of literature from 55 sources.

The purpose of the qualification work is to improve the tools of business promotion in the early stages of development.

The main objectives of the study:

- to analyze theoretical approaches to business promotion in the early stages of development;

- to analyze methodological approaches to business promotion in the early stages of development;

- substantiation of tools for effective promotion of startups taking into account international experience.

The object of research is business in the early stages of development.

Research methods - analytical, comparative and statistical methods.

In the first section of the work theoretical approaches to business promotion in the early stages of development, the phenomenon of startup as a business in the early stages of development is determined, its life cycle and factors of its effective promotion are analyzed.

The second section of the work analyzes the methodological approaches to business promotion in the early stages of development; a comparative analysis of business development models in the early stages; the international case of startup ecosystem development is studied.

The third section of the paper substantiates the tools for effective promotion of startups, taking into account international experience; features of innovative development of international startups are analyzed; the necessity of taking into account the industry factor in the formation of tools for business promotion in the early stages of development is substantiated.

Key words: business, startup, development, promotion.

ЗМІСТ

ВСТУП 7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ПРОСУВАННЯ БІЗНЕСУ НА РАННІХ ЕТАПАХ РОЗВИТКУ 8
1.1. Визначення стартапу як бізнесу на ранніх етапах розвитку 8
1.2. Аналіз життєвого циклу бізнесу на ранніх стадіях 10
1.3. Аналіз середовища застосування та факторів ефективного просування стартапу 11
РОЗДІЛ 2. МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ПРОСУВАННЯ БІЗНЕСУ НА РАННІХ ЕТАПАХ РОЗВИТКУ 20
2.1. Компаративний аналіз моделей розвитку бізнесу на ранніх етапах розвитку 20
2.2. Аналіз побудови стартап-екосистеми в Ізраїлі 28
РОЗДІЛ 3. ОБҐРУНТУВАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ ЕФЕКТИВНОГО ПРОСУВАННЯ СТАРТАПІВ З УРАХУВАННЯМ МІЖНАРОДНОГО ДОСВІДУ 35
3.1. Особливості інноваційного розвитку міжнародних стартапів 35
3.2. Врахування галузевого фактору при формуванні інструментів просуванні бізнесу на ранніх етапах розвитку 42
ВИСНОВКИ 47
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 48

ВСТУП

В даний час ринок стартапів, як нової форми підприємницької діяльності, все більше набирає обертів [1]. Хоча поняття «стартап» набуло великої популярності в наші дні, концептуальні уявлення про це явище визначено не повною мірою. У класичних уявленнях, стартап – це підприємство, яке розробляє та реалізує новий продукт з новим виконанням звичної потреби або з новою, раніше не відомою потребою. У ньому підприємництво пов'язане із високим рівнем креативності (творчості) [2]. В основі стартапів лежить підприємницька діяльність, яка має високо ризиковий характер і потребує певних капіталовкладень [3]. Але все частіше поняття стартапів стає синонімом новостворених компаній. У сучасній Україні створення стартапів здебільшого передбачає реалізацію ноу-хау [4], а самі підприємства часто співвідносяться з венчурними проєктами. Виділяються також особливості стартап-проєктів, результати яких перебувають у віртуальному просторі. Клієнтами може бути як корпорації, і кінцеві споживачі, у своїй розмір аудиторії також залежить від типу клієнта [5].

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ПРОСУВАННЯ БІЗНЕСУ НА РАННІХ ЕТАПАХ РОЗВИТКУ

1.1. Визначення стартапу як бізнесу на ранніх етапах розвитку

На думку К. А. Фролової, єдине тлумачення поняття «стартап» ще склалося [6]. Незважаючи на складнощі у визначенні стартапу за такими критеріями як дохід, прибуток та чисельність працівників у компаніях різних форм власності та галузей народного господарства, існують деякі спільні риси, що відрізняють стартапи від малого бізнесу.

1. Швидке зростання. Стартапи – це компанії, розроблені для неймовірно швидкого масштабування. В.М. Бурдуковський стверджує, що стартапи орієнтовані на швидке зростання, стрімке захоплення ринку [7]. І акцент на зростання та швидке масштабування відрізняє їх від малого бізнесу. Отже, стартапи зазвичай мають високі ризики вигоряння. І, як правило, одна з цілей політики підбору персоналу – прийом на роботу працівників, які здатні сприяти цьому зростанню та долати ризики вигоряння. Ситуація швидкого зростання означає відсутність стабільності. Цікаво, що компанія, яка починає отримувати прибуток, не може бути ідентифікована як стартап.

2. Інноваційність. Стартапи поєднують у собі інноваційні ідеї та технології для створення чогось, що вирішує економічну проблему. На думку І.В. Марахіної, стартап – це інноваційний проєкт [8]. Як правило, це пов'язано із новаторством продукту та/або бізнес-моделі. На сайті центру інноваційного розвитку можна знайти витримку із закону, в якій ступінь інноваційності проєкту визначається наступним чином: «Інноваційний проєкт – комплекс спрямованих на досягнення економічного ефекту заходів щодо здійснення інновацій, у тому числі з комерціалізації наукових та (або) науково-технічних результатів» . У цій дефініції робиться акцент на інноваційності лише створюваного продукту, тоді як інноваційність може бути укладена у способі отримання прибутку. Тому

стартапи можуть руйнувати існуючі ринки, навіть такі, як ринок готелів, таксі, пошукових систем.

3. Вік. Стартапи, як правило, – молоді підприємства, і після трьох років роботи вони перестають працювати як стартапи. Дослідники наводять статистичну інформацію, згідно з якою «серед стартапів переважно – (58 %) компанії, які мають вік 0 до 3 років, 29 % – працюють від 4 до 6 років і лише 13 % – компанії з досвідом роботи понад 6 років» [9]. Це нові компанії, які не можуть покладатися на лояльність до бренду, сформовану роками або десятиліттями, на відміну від конкурентів, що укорінилися на ринку. У рамках стартапів має з'явитися новий унікальний корисний продукт, необхідний для довгострокового успіху бізнесу. На короткому проміжку часу поява такого продукту та його реалізація супроводжуються такими подіями як придбання компанії більшою компанією (поглинання); в компанії працює понад 80 осіб, у тому числі понад п'ять директорів; створення додаткових офісів; прибуток перевищує понад 20 мільйонів доларів; засновники особисто продають частину своїх акцій. Важливо також, що досі немає загальноприйнятих вікових показників, що ідентифікують компанію як стартап; і компанія, якій п'ять років все ще може бути стартапом.

4. Культура. Компанія перестає бути стартапом, коли персонал перестає відчувати, що здійснює імпакт. Важливим є розуміння, що не певна кількість людей, а атмосфера, яку вони створюють колективно, призводить до успіху компанії. У стартапі може бути не так багато співробітників, але ці співробітники повинні жити своєю ідеєю і бути переконані в цінності партнерства [10]. Однак, при цьому зберігати динамізм для підприємств стає все важче з кожним новим співробітником та з кожним роком. Команда стартапу – це люди, які визначатимуть його майбутнє, приймаючи стратегічні рішення щодо напрямів розвитку. Саме в цьому проявляється значущість команди та засновників стартапу в уявленнях інвесторів. Не існує єдиних вимог до команд стартапу. Але серед інвесторів існує думка, що необхідне поєднання технічних та бізнес-орієнтованих співзасновників; команди, у якій працівники доповнюють одна одну; попереднього досвіду у галузі. Дослідники зазначають, що «важливе

значення для щойно підібраного персоналу молодої компанії підприємства має колективне навчання, що допомагає формуванню узгоджених цілей та інтересів, єдиної корпоративної ідеології та культури, а згодом і єдиної виробничої системи інноваційного підприємства» [11].

5. Технологічна орієнтованість. Стартап, за визначенням, не повинен бути технологічно орієнтованим, хоча насправді найчастіше саме так і буває. Більше того, така форма бізнесу нечасто з'являється у сфері консалтингу або надання послуг, проте стартапів більш ніж достатньо у високотехнологічному сегменті (особливо у сфері програмного забезпечення) [12]. Доступ до цієї технології, що постійно розширюється, забезпечує стартапам швидке зростання.

1.2. Аналіз життєвого циклу бізнесу на ранніх стадіях

Виділяється три етапи (фази) у житті стартапу.

Перший етап – це фінансована фаза життя компанії, зазвичай 18-24-місячний період. Це, безумовно, найважливіший етап, оскільки саме на цьому етапі компанія повинна виконати складний перехід: від компанії з відмінною пропозицією, яка може масштабуватися, до компанії з відмінною пропозицією, яка швидко і передбачувано масштабується. Основний ризик, який інвестор приймає (або повинен приймати), полягає в тому, що в компанії часто немає чітких уявлень про алгоритми масштабування, але ризики, пов'язані з цим процесом, повинні бути усунені. У контексті діяльності підприємства це означає, що компанія має працюючий продукт, що сплачує еталонний клієнт, перевірена окупність продукту і деякі ранні свідчення того, що цикли продажів низькі, а ефективність продажів, ймовірно, буде високою.

Другий етап пов'язаний із спробою зниження ризиків масштабування. Інвестори на цьому етапі часто приймають значну частку ризиків, серед яких ризик продукту, інженерний ризик, ринковий ризик, виконавчий ризик. Через таку частку ризиків ця «попередня» рання стадія інвестування найчастіше займає досить багато часу й включає низку варіантів фінансування. Численні терміни, що використовуються на цьому етапі (насіння, передпосівні, посівні, перед

посівом, протруювання насіння), – це спроби вловити і класифікувати різні під-етапи цієї ризикованої (і нерідко тривалої і хворобливої) фази життя стартапу. Визначальною характеристикою цього етапу є те, що компанія не готова приступити до створення механізму зростання, а, як і раніше, збирає докази та можливості, необхідні для обґрунтування: виробництво товару; розгортання товару з «ранніми» клієнтами; демонстрація відповідності продукту та ринку; доказ динаміки продажів, яка підтримуватиме ефективне зростання та буде достатньо переконливою; демонстрація готовності команди.

Третій етап. Стадія три – це зростання. Інвесторами тут можуть бути традиційні венчурні фірми, приватні інвестиційні компанії чи будь-які інші фінансові чи стратегічні спонсори. Ключовим моментом є те, що якщо перші два етапи були успішними, значить компанія вже створила механізм зростання і може довести, що цей механізм працює. Команда з вищим рівнем попереднього досвіду венчурної діяльності (неважливо, була вона в секторі високих технологій чи ні) має вирішальне значення для успіху нового підприємства. По суті, розвиток розуміння досвіду команди-засновника та вплив такого досвіду критично важливий у процесі командоутворення нових підприємств [13]. З віком під впливом динамічного середовища сучасних високих технологій стартапи перетворюються на самонавчальні організації, гнучкі та бережливі підприємства [14].

1.3. Аналіз середовища застосування та факторів ефективного просування стартапу

Діяльність стартапу, як і будь-якого іншого підприємства, передбачає:

1) аналіз зовнішнього середовища, що допомагає визначити його положення щодо інших учасників бізнесу та перспективи щодо позиціювання від існуючого становища до планованого;

2) прогнозування непередбачених обставин та планувати систему заходів щодо попередження несприятливих обставин та загроз [15];

3) виявлення факторів успішного стартапу.

Фактори успішного стартапу. Бізнес-планування та встановлення цілей – це необхідні елементи успіху. Без визначення цілей, планування того, як організація виглядатиме через п'ять, десять або навіть двадцять років, шанси на виживання можуть бути невисокими [16]. Необхідно враховувати, що сучасні проєкти вимагають, як правило, великих капіталовкладень, які завжди є у підприємства. І тому, безперечно, найважливішою причиною розробки бізнес-плану є залучення інвесторів. Бізнес-план дозволяє менеджерам та економістам не лише обґрунтувати необхідність розробки того чи іншого інвестиційного проєкту, а й можливість його реалізації у чинних ринкових умовах [17].

Насправді перший рік бізнесу на ринку – найважливіший. Тут проходить перевірку вміння вести бізнес нерідко за дуже складних умов. Навіть проста помилка в таких умовах може відкинути бізнес на роки тому, якщо не зруйнувати його. Ось чому вкрай важливо спланувати перший рік стартапу та визначити цілі, а також завдання, які допоможуть подолати труднощі, які чекають попереду. Тому розробка бізнес-плану є одним із найважливіших передумов створення стартапу. Бізнес-план повинен містити рекомендації зростання та розвитку стартапу в майбутньому. Цей план має своєчасно переглядатися та оновлюватися, особливо протягом першого року на ринку. Хоча б тому, що дослідження ринку є безперервною діяльністю поряд із конкурентним аналізом. Навіть після того, як стартап стає визнаною компанією на ринку, зберігається потреба у постійній переробці бізнес-плану. Необхідно досліджувати цільову аудиторію та її динаміку для того, щоб залишатися актуальною та конкурентоспроможною організацією. Оновлення бізнес-плану допоможе змінити стратегію, тактику, що змусить стартап зростати.

Фінанси. Також важливим є визначення цілей фінансування. Стартап живе доти, доки він ефективно фінансується і стане стійким та прибутковим на ринку. За відсутності належного початкового капіталу, існуючого досі, бізнес-ідея, швидше за все, виявиться неуспішною. Справа в тому, що 90% стартапів, як правило, зазнають невдачі, і 29% з них через брак коштів. Джерелами фінансування інноваційної діяльності стартапів можуть бути підприємства, фінансово-промислові групи, малий інноваційний бізнес, інвестиційні

інноваційні фонди, органи місцевого управління, приватні особи [9]. Можливі також запозичення у друзів та сім'ї або отримання банківського кредиту. Серед засобів фінансування – венчурний капітал, краудфандинг. При цьому, кожна з інвестиційних можливостей має свої переваги та недоліки. Цілі організації також мають відповідати цілям інвесторів, це мотивує фінансувати стартап.

Фінанси – найважливіший пріоритет власника бізнесу. Як тільки стартап починає приносити прибуток, дуже важливо підтримувати позитивний грошовий потік. Для забезпечення належного фінансового здоров'я та стійкості необхідно ефективно управляти доходами та витратами компанії. Наприклад, можна скористатися інструментами бюджетування, послугами фінансового консультанта або найняти бухгалтера, який допоможе керувати фінансами стартапу. Навіть проста фінансова помилка може призвести до краху бізнесу. Тому необхідно їх передбачити для того, щоб стартап міг не лише пережити перший рік, а й продовжувати зростати у майбутньому.

Маркетинг. Маркетинг також є однією з важливих сфер. Без належного способу просунути стартап і зробити його широко відомим на ринку, залишається мало шансів досягти успіху. Маркетингові цілі включають не тільки стратегії, які будуть використані для просування стартапу, але й різні способи, за допомогою яких можна не лише звернутися до цільової аудиторії, а й спонукати їх стати вашими клієнтами. Ще однією метою маркетингового просування може бути залучення нових користувачів та набір «критичної маси». «Критична маса» – це кількість користувачів, у якому зростання стає мимовільним [1]. Наприклад, необхідно визначити, як задовольнити потреби чи очікування споживачів, щоб встановити позитивний настрій. Крім того, маркетингові цілі повинні включати стратегії, які забезпечать конкурентну перевагу. Необхідно проаналізувати можливі помилки конкурентів, власні переваги, які можна використати навіть у перший рік присутності стартапу на ринку. Необхідно також передбачити варіанти розвитку стартапу за песимістичним сценарієм. Будь-який стартап є незміцнілою моделлю, і непередбачені обставини, а також відхилення від планів з об'єктивних причин можуть суттєво гальмувати його зростання та розвиток. Однією з помилок

багатьох підприємців є орієнтація на оптимістичні прогнози, але закон попиту та пропозиції є об'єктивним, і кон'юнктура ринку буде набагато вагомішим фактором, ніж системно продумана модель розвитку стартапу, сформована в рамках стратегічного планування [10].

Оцінка запропонованого товару. Оцінка продукту на ранній стадії, коли все, що у вас є, це працюючий прототип, завдання не з легких. Якщо продукт стартапу не підтримується цінними метриками, інвестори повинні будуть ухвалити рішення інвестувати чи ні, ґрунтуючись на їхній інтуїції чи попередньому досвіді. Не означає, що хорошого продукту достатньо залучення інвестицій. Існує безліч прикладів стартапів, які випустили хороші продукти та не змогли привернути увагу споживачів. Причина цього може полягати в тому, що сам продукт не вирішує актуальну проблему і час його реалізації поки що не настав. Крім того, існує таке явище як надмірна самовпевненість підприємців. Це ментальний атрибут, який властивий більшості підприємців і особливо впливає прийняття рішень під час заснування фірми [17].

Характеристики, які звертають увагу стартап-інвестори: команда, продукт, розмір ринку. Для досягнення успіху в умовах конкуренції з багатими ресурсами учасниками ринку фірмам з меншими ресурсами необхідні поінформованість про можливі проблеми, мотивація та здатність діяти на випередження, наполегливо та прагматично [12].

Розмір ринку – це те, що спонукає більшість інвесторів знаходити стартапи, які в якийсь момент можуть стати великими компаніями, щоб отримати значну віддачу від своїх інвестицій. Для інвестицій, у поданні інвесторів, оптимальними є ті організації, які можуть окупити вкладену суму в десять разів більше, і лише високе зростання та масштабовані стартапи здатні досягти цих рівнів. Розмір ринку, на якому знаходиться стартап, може вплинути на його майбутнє зростання. Солідні гравці часто мають вбудовані переваги в ціні і, отже, гнучкість зниження цін на ринку для боротьби з новою конкуренцією. Ринки можуть зростати, скорочуватися або насичуватися продуктами, дуже схожими на ті, що нове підприємство пропонує вивести на ринок, і нове підприємство має розуміти ці ринкові сили. Оскільки ринок рідко буває стабільним, найчастіше те,

що є вірним сьогодні, може виявитися невірним завтра. Навіть поява нового підприємства сама собою є зривом ринку [12]. Примітним є те, що розмір деяких ринків незрозумілий на ранній стадії, коли стартап лише запускається. Airbnb і Uber – два яскраві приклади цього. У першому випадку несподіваною була ситуація «викрадення» клієнтів з готелів. А в другому випадку несподіваним було швидке перетворення на логістичну компанію, яка вийшла за рамки перевезення приватних осіб. несподіваною була ситуація «викрадення» клієнтів із готелів. А в другому випадку несподіваним було швидке перетворення на логістичну компанію, яка вийшла за рамки перевезення приватних осіб. несподіваною була ситуація «викрадення» клієнтів із готелів. А в другому випадку несподіваним було швидке перетворення на логістичну компанію, яка вийшла за рамки перевезення приватних осіб.

Джерела підтримки та фінансування стартапів. Бізнес-ангелів. Пошук та аналіз інвестиційних критеріїв інвесторів та фондів – непросте завдання, і тому кожен інвестор має можливість вказати свої критерії, щоб полегшити життя і собі, і стартапам. У сфері стартапів з'являється новий інвестиційний агент – бізнес-янгол. Бізнес-ангел використовує свої особисті вільні фінансові кошти, а також підприємницький чи професійний досвід для інвестування у перспективні компанії на ранній стадії розвитку. Бізнес-ангели можуть здійснювати інвестиції самостійно або у межах групи (синдикату).

На сьогоднішній день не існує загальноприйнятого трактування такого явища, як бізнес-янгол, що створює складнощі з розумінням того, хто в кінцевому рахунку є таким. Це пов'язано з тим, що досить велика кількість людей інвестує у проєкти технологічних підприємців. Наприклад, в уявленнях Європейської асоціації бізнес-ангелів, це люди, що інвестують в одну компанію не більше 250 тис. євро (менше $350 тис.).

Крім вкладення грошей та отримання частки компанії, бізнес-ангели інвестують людський капітал: діляться своїм досвідом та знаннями в галузі бізнесу, використовують персональні зв'язки та беруть участь у прийнятті рішень. Частина бізнес-ангелів вкладає виключно фінансовий капітал і далі

відстежує виконання встановлених домовленостей, тобто поводиться як класичний інвестор.

Венчурний капітал. Венчурні капіталісти привносять у проєкт великий досвід управління неоднозначними ситуаціями на ранній стадії компаній, що успішно зростають. Стартапи, підтримувані венчурним капіталом, зазвичай вимагають кількох раундів приватного фінансування, як їх грошовий потік стане позитивним. Організації на ранній стадії можуть вимагати більш ретельного моніторингу фінансових аспектів їхнього бізнесу порівняно з усталеними компаніями, які вони можуть отримати від бізнес-ангела.

Краудфандинг. З розвитком технологій, підприємці стали більш незалежними та новаторськими у залученні капіталу, розширивши те, що було відомо, як традиційне фінансування друзями та сім'єю, до важливого та нового засобу збору коштів у світі, відомого як краудфандинг. Краудфандинг став практичним інструментом для подолання дефіциту фінансування та ризиків, із якими стикаються фінансові установи [14]. Краудфандинг – це інноваційний спосіб залучення фінансування для нових проєктів, підприємств або ідей, це також може бути способом розвитку спільноти навколо пропозиції. Очевидно, що краудфандинг є важливим фактором інновацій та економічного розвитку, що ґрунтується на підприємництві [9]. Використовуючи можливості інтернет-спільноти, можна отримати корисну інформацію про ринок та доступ до нових клієнтів. Краудфандингові платформи – це веб-сайти, які забезпечують взаємодію між тими, хто зацікавлений в інвестуванні, та тими, хто шукає кошти для своїх проєктів. Люди, які не мають великих сум, але бажають фінансувати ідею, взаємодіють зі стартаперами через них. Складачі коштів зазвичай стягують плату з краудфандингових платформ, якщо кампанія збору коштів пройшла успішно. Багато платформ використовують модель фінансування «все або нічого». Це означає, що, якщо ви досягнете своєї мети, ви отримаєте гроші, а якщо ні – все повернуть свої гроші, без репутаційної шкоди та фінансових втрат. хто шукає кошти на свої проєктів. Люди, які не мають великих сум, але бажають фінансувати ідею, взаємодіють зі стартаперами через них. Складачі коштів зазвичай стягують плату з краудфандингових платформ, якщо кампанія збору

коштів пройшла успішно. Багато платформ використовують модель фінансування "все чи нічого". Це означає, що, якщо ви досягнете своєї мети, ви отримаєте гроші, а якщо ні – все повернуть свої гроші, без репутаційної шкоди та фінансових втрат.

Акселератори. Одним із найкращих способів підтримки стартапів є акселератори. Бізнес-акселератор – модель підтримки бізнесів тільки на ранній стадії, яка передбачає інтенсивний розвиток проєкту в найкоротший термін. Для швидкого виходу на ринок проєкту забезпечуються інвестування, інфраструктура, експертна та інформаційна підтримка [13]. Така модель дозволила забезпечити контроль та прозорість від початку організації технологічного бізнесу – від розробки проєкту, юридичного оформлення та закріплення взаємних зобов'язань до безпосереднього ведення справ, маркетингу, бюджетування, розвитку [4]. Компанії, що використовують бізнес-акселератори, як правило, є стартапами, які вийшли за рамки ранніх етапів становлення. Вони в основному вступили в «підлітковий вік», тобто можуть стояти на власних ногах, але їм потрібне керівництво та підтримка однолітків, щоб набратися сил. Менш розвинені компанії, не готові до прискорення, натомість використовують бізнес-інкубатор для підтримки. На додаток до наставництва та інвестиційних можливостей, бізнес-акселератор надає зростаючим компаніям доступ до матеріально-технічних та технічних ресурсів, а також до загальних службових приміщень. Прискорювач також зв'яже компанії з мережами колег, досвід яких вони можуть отримати. Прискорювальна програма може тривати від двох до шести місяців. Її мета полягає в тому, щоб компанії стали готові працювати самостійно, маючи сильні позиції у своїх претензіях на частку своїх цільових ринків.

Бізнес-інкубатори. Необхідно відзначити, що перша система просування інноваційних бізнес-стартапів була створена у США ще у 1950-х роках. І в цій системі одним із найважливіших елементів стали бізнес-інкубатори. Це організації, створені спеціально для підтримки підприємців та допомоги стартапам у успішних компаніях. Сам бізнес-інкубатор часто є компанією, що

управляє фізичним об'єктом, який використовується декількома стартапами. Це забезпечує їх набором ресурсів та послуг [15].

Венчурний бізнес. Особлива роль у мобілізації інноваційних факторів зростання належить венчурному бізнесу, який відрізняється від інших форм реалізації інновацій за методами мобілізації капіталу, структурою джерел та умовами надання фінансових коштів. Венчурний бізнес націлений на розробку та освоєння радикальних нововведень, він пов'язаний, як правило, із високою діловою активністю молодих підприємців [11]. Інвестори, які постачають фонд грошима, позначаються як партнери з обмеженою відповідальністю. Людина, яка управляє фондом, називається генеральним партнером.

Генеральний партнер вирішує які підприємства на ранньому етапі інвестувати кошти, ґрунтуючись на умовах, встановлених партнерами фонду. Як правило, дані критерії включають орієнтири зростання і ліквідності; оцінку стратегічних позицій, таких як становище на ринку та особливість продуктів чи послуг компанії, сили та узгодженості управлінської команди компанії. Більшість венчурних фондів зазвичай мають активний п'ятирічний інвестиційний період. Після цього вони вступають у «період підтримки» ще на п'ять років, протягом якого генеральний партнер може прийняти рішення інвестувати капітал, отриманий на сьогоднішній день за рахунок інвестицій фонду, якщо вони добре себе зарекомендували. Якщо партнери з обмеженою відповідальністю погоджуються, цей другий п'ятирічний період може бути подовжений на два або більше років.

Участь у великих конференціях чи технологічних фестивалях може стати чудовою нагодою для будь-якої компанії. Оскільки стартапи є своєрідними майданчиками використання передових практик, методів та інструментів управління знаннями [13]. Очевидно, що під час відвідування таких заходів мають бути чітко сформульовані конкретні цілі та завдання, серед яких може бути запуск абсолютно нового продукту, перевірка деяких концепцій продукту чи бізнес-моделей, розширення клієнтської бази шляхом розповсюдження інформації, пошук нового інвестора.

Державне регулювання. Безумовно, одним із найважливіших механізмів підтримки стартапів є державне регулювання. Таке регулювання пов'язане з діяльністю державних органів та спрямоване на впорядкування підприємницьких відносин, здійснення державної політики у сфері підприємницької діяльності. Логіка регулювання виходить з ідеях у тому, що стартапи надають можливість зростання економіки [10], створення робочих місць, регулювання громадських інтересів [5]. Наприклад, у ряді країн знижуються податкові ставки в перші роки функціонування подібних організацій, дедалі більшого поширення набувають програми грантів.

РОЗДІЛ 2. МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ПРОСУВАННЯ БІЗНЕСУ НА РАННІХ ЕТАПАХ РОЗВИТКУ

2.1. Компаративний аналіз моделей розвитку бізнесу на ранніх етапах розвитку

Аналіз розвитку бізнесу через модель стартапу. Стартап – це молода компанія, заснована одним або декількома підприємцями (фаундерами) для розробки унікального продукту або послуги (продуктової інновації) та виведення їх на ринок. За своєю типовий стартап, як правило, являє собою компанію з короткою історією операційної діяльності з початковим фінансуванням від засновника або зовсім не має фінансування.

Сама ідея стартапу не нова, проте інструменти фінансування, бізнес-інкубатори, краудфандингові платформи розвинені не так сильно, як у країнах із розвиненим сектором підприємництва. З огляду на це, більшість стартапів у країні фінансується за рахунок прямих інвестицій приватних інвесторів.

Тепер розглянемо привабливість інвестицій у стартапи. У стартапів, що знаходяться на ранній стадії, немає історичної фінансової інформації. Це робить інвестиції у них ризикованими. Однак, якщо ідея здається гідною, інакше кажучи, унікальність стартапу знайде попит серед споживача, потенційні інвестори можуть отримати прибутковість, яка перевищує альтернативні варіанти. Статистичні дані з цього питання дати вкрай хибно, тому що кожен стартап є унікальним, а отже і отриманий результати кожного окремого стартапу виняткові. Але, користуючись даними "Kickstrter", платформи, що є світовим лідером зі збору коштів для стартапів, середня прибутковість на початкові інвестиції у стартапи сягає 60%. Зазначимо, що ця цифра досягається лише 1% стартапів (за даними Forbes).

Відсутність історичних даних одна з головних проблем стартапу, в порівнянні з іншими видами вкладень, де є історичні дані щодо компаній або галузі. Отже, інвестору насамперед доведеться витрачати час на прорахунок ризиків та можливу прибутковість. Для вирішення цієї проблеми інвестор може

використати будь-який з кількох підходів, щоб оцінити, скільки грошей може знадобитися, щоб здійснити запуск стартапу.

Найчастіше інвестор вдається до наступних методів оцінки прибутковості:

- В рамках витратного підходу аналізуються витрати, які вже були понесені стартапом на розробку продукту чи послуги та придбання фізичних активів. Проблема витратного підходу у тому, що не враховує майбутні економічні вигоди, що може призвести до недооцінки вартості стартапу.

- У межах порівняльного підходу може бути використаний метод угод, який враховує витрати на придбання аналогічних компаній у минулому. Цей метод може бути незастосовним через відсутність аналогів через унікальність продукту або послуги. Також може бути використаний метод аналогів, який полягає у визначенні вартості стартапу на базі мультиплікаторів. Складність даного методу полягає у виборі базового показника щодо якого розраховуватиметься мультиплікатор через відсутність історичної фінансової інформації. Однак фінансові показники можуть бути замінені на натуральні показники або інші метрики. Також складність полягає у відсутності аналогів через унікальність продукту чи послуги.

- У межах дохідного підходу може бути використаний метод дисконтованих грошових потоків. У межах цього методу прогнозуються майбутні грошові потоки з урахуванням тимчасової вартості грошей. Цей метод є суб'єктивним стосовно стартапам на ранній стадії через відсутність історичної фінансової інформації. Однак цей момент може бути згладжений за рахунок збільшення ставки дисконту на ризик невизначеності.

Після прорахунку ймовірного прибутку інвесторам слід звернути увагу на ризики, пов'язані зі стартапами. Економіка стартапів багата можливостями, інноваціями та потенціалом. Але в той же час вона завжди пов'язана з надзвичайно високими ризиками. Нижче наведено список із ризиків стартапу, на які інвестори мають звертати увагу.

- Ризик масштабу – ризик того, що стартап не зможе масштабувати свої можливості вчасно та на необхідному рівні.

• Ризик розробки – ризик того, що розробка продукту чи послуги буде завершено вчасно.

• Економічний ризик – ризик того, що успіх компанії чутливий до зовнішніх економічних факторів.

• Ризик терміну життя – ризик того, що термін корисного використання продукту чи послуги над ринком виявиться коротшим, ніж спочатку передбачалося чи прогнозувалося.

• Ризик фінансування – ризик того, що фінансування не буде надано у необхідні терміни та потреба у фінансуванні не буде повністю покрита.

• Ризик технічного обслуговування – ризик того, що підтримка активів компанії на належному рівні обійдеться дорожче, ніж передбачалося.

• Ризик дослідження – ризик того, що якість первинного дослідження, на якому ґрунтувалися ключові припущення компанії, низька.

• Технологічний ризик – ризик того, що буде розроблено або використано менш оптимальну технологію.

Перелічені ризики є єдиними. У цьому випадку враховуються найактуальніші безпосередньо для стартапів. Інші ризики аналогічні до ризиків класичного підприємництва.

Оцінивши ризики стартапу, інвестори зможуть краще визначити, які з них можуть мати найбільшу ймовірність негативного впливу, та розглянути варіанти для усунення тих, що загрожують розвитку та зростанню стартапу.

На додаток слід зазначити переваги стартапу. На практиці часто виникає ситуація, коли стартових інвестицій не вистачає на закриття потреби у фінансах, найчастіше внаслідок виникнення непередбачених витрат. На ранніх стадіях стартапи практично не дають доходу. У них є ідея, яку вони мають розвивати, тестувати та виводити на ринок. Це вимагає значних грошей, і у власників стартапів є кілька потенційних джерел для залучення фінансування, які недоступні для класичних підприємців та франчайзингу, а саме:

• Традиційні джерела фінансування включають кредити малому бізнесу від банків або кредитних спілок і гранти, що надаються некомерційними організаціями та урядами штатів, на спеціальних пільгових умовах для стартапів.

- Бізнес-інкубатори, часто пов'язані з бізнес-школами та іншими некомерційними організаціями, надають наставництво, офісні приміщення та початкове фінансування стартапам.
- Венчурні інвестори та бізнес-ангели активно шукають перспективні стартапи для фінансування в обмін на частку в компанії.

Аналіз розвитку бізнесу через модель франчайзингу. Ще одним із напрямів інвестування є – франчайзингова діяльність. Франчайзинг – це форма підприємницької діяльності, коли учасники ринкових відносин укладають угоду використання однією стороною бренду, торгової марки, технологій виробництва іншого боку. Франчайзер, компанія, що має готову схему працюючого бізнесу, передає в рамках договору франчайзингу франчайзі, компанії або підприємцю, що починає підприємницьку діяльність, право на використання бренду, навчає співробітників франчайзі, передає технології виробництва та інші аспекти ведення успішної діяльності, в обмін на початковий внесок та виплати роялті. Під роялті розуміється плата франчайзі за право користування патентами, ліцензіями, торговою маркою франчайзера.

В Україні франчайзинг динамічно розвивається протягом кількох останніх років. Проте, за насиченістю ринку, кількістю учасників, форм франчайзингових відносин не наблизився до показників світових лідерів. Така ситуація на українському ринку обґрунтована досить пізнім щодо інших країн приходом франчайзингу в Україну. Перші великі франчайзингові компанії розпочинають свою діяльність у 90-х роках минулого століття. Тоді як в інших країнах франчайзинговий сектор розвивається протягом сотень років. Таким чином, можна зробити висновок, що ринок франчайзингу в Україні ще не насичений, має слабку конкуренцію, що безпосередньо може стати привабливим для інвестора.

Також привабливість інвестування у франчайзинг для інвестора виявляється у низьких відносно інших форм підприємницької діяльності ризиках та високому рівні доходності. Спочатку розглянемо ризики, пов'язані з франчайзингом. Згідно з Британською Асоціацією франчайзингу частка збанкрутілих підприємств франчайзі не перевищує 4% на рік. Для класичних

форм підприємництва цей показник хоч і відрізняється від галузі та конкретної держави, але з опускається нижче 23% [1]. Отже, ймовірність того, що підприємство, що діє за системою франчайзингу, профінансоване інвестором, закриється – значно нижче, ніж у інших підприємств. Низькі відсоток збанкрутілих підприємств обґрунтований тим фактом, що при придбанні франшизи, підприємець отримує не тільки право на використання бренду франчайзера, але також отримує консультації,

Раціонально також розглянути можливість закриття головної компанії – франчайзера. Оскільки у разі закриття франчайзера, діяльність франчайзі в рамках договору так само припиняється. Згідно зі статистикою, закриття великих франчайзингових компаній досить рідкісне явище і становить менше 1% збанкрутілих франчайзерів від загальної кількості, що діють на ринку. За правильного вибору франшизи цей ризик можна практично нівелювати.

На додаток слід зазначити ризики, пов'язані безпосередньо з суб'єктом, якого інвестор збирається фінансувати. Якщо інвестор виділяє кошти підприємцю на купівлю франшизи, необхідно враховувати навички, досвід і особисті якості підприємця. Загальної статистики з цього питання немає, і слід розраховувати ризик для кожного конкретного випадку окремо.

Ризики пов'язані з нестачею фінансування також є актуальними для франчайзингу. Найчастіше прорахувати необхідні інвестиції інвестор може до початку стадії фінансування, ґрунтуючись на статистиці, що надається франчайзером. Проте потреба у додатковому фінансуванні може виникнути. Вигляду цього, практично у разі потреби у грошових коштах, франчайзі вдається до кредитування. Тут слід зазначити, що франчайзер, у деяких випадках, може розраховувати на пільгове кредитування, користуючись брендом головної компанії та низькими ризиками банкрутства.

Далі розглянемо прибутковість та витрати франчайзингової діяльності. У рамках цієї статті розглядаються інвестиції безпосередньо у франчайзі.

Обсяг початкових інвестицій залежить багатьох чинників. Якщо припустити, що діяльність фінансуватиметься лише за рахунок коштів інвестора, то перелік витрат включає:

– оплату первісного внеску за купівлю франшизи

– витрати на ремонт та підготовку приміщення

– закупівлю необхідного обладнання та матеріалів -витрати на заробітну плату персоналу

– юридичні витрати

– інші, необхідні для функціонування підприємства/

Можна зазначити, що перелік початкових витрат аналогічний до витрат класичного підприємця, за винятком паушального внеску. Деяких франчайзингових компаніях цей внесок не вимагається. В інших же, цей внесок залежить від майбутнього місцезнаходження точки, рівня конкуренції, прав, які отримує франчайзі, а також від унікальності. Якщо франчайзі вирішує придбати право не тільки на відкриття точки, але також унікальні права, в рамках яких він має право працювати на певній території, то і паушальний внесок збільшитися. Також слід зазначити оплату роялті, роялті оплачується щомісяця, тому при плануванні обсягу інвестиції слід створити фонд оплати роялті.

Ґрунтуючись на вищесказаному, можна дійти невтішного висновку, що початкові інвестиції для придбання франшизи вище, ніж інвестиції для відкриття власного підприємства. На додаток до цього потрібна щомісячна оплата роялті, яка знизить отримуваний прибуток. Такий висновок можна зробити лише за початкового ознайомлення.

Насправді ж, витрати можуть виявитися значнішими нижче. По-перше, у разі купівлі франшизи підприємець, а отже, і інвестор, не оплачують «помилки підприємця-початківця». Франчайзинг має на увазі, що франчайзі отримає готовий маркетинговий план, стратегію розвитку, досвідчених працівників. Це дозволить уникнути недоцільних витрат, якщо підприємець визначить хибну маркетингову політику, уникнути касових розривів та відсутність запасів на складах, що також збільшило б витрати. Іншими словами, франчайзі не припуститься «дорогих» помилок на початку діяльності.

Розглянемо найважливішу частину для інвестора – дохідність інвестицій та термін окупності. Звертаючись до даних порталу «franch.ua», великий інформаційний портал присвячений питанням франчайзингу, термін окупності

франшизи становить від 1 до 2 років. У той час як точка беззбитковості досягається в середньому на 3-4 місяці. Досягненню таких результатів сприяє впізнаваність бренду франшизи. Відкриваючи франшизу під брендом відомої компанії, підприємець за короткий термін приваблює клієнтів, які користуються цим брендом. У класичному ж підприємництві значні кошти як фінансові, і тимчасові, витрачаються просування нового продукту, залученні перших клієнтів тощо. Отже, інвестор починає отримувати прибуток від інвестицій пізніше, ніж у разі вкладень у франчайзинг.

Говорячи про прибутковість інвестицій слід зазначити, що в довгостроковій перспективі прибутковість франчайзингових підприємств буде нижчою, ніж можливий дохід від страптапу, а також може виявитися нижчою за прибутковість класичного підприємництва. Виражається це оплатою роялті. У багатьох випадках роялті оплачується як відсоток від виручки чи чистого прибутку. У той час як стартапи та незалежні компанії можуть використати весь отриманий прибуток на подальше розширення.

Аналіз розвитку бізнесу через модель класичного підприємництва. Класичне підприємництво – самостійна, здійснювана свій ризик діяльність, спрямовану систематичне отримання прибуток від користування майном, продажу товарів, виконання робіт чи надання послуг. Особи, які здійснюють підприємницьку діяльність, повинні бути зареєстровані у цій якості у встановленому законом порядку, якщо інше не передбачено законом [1].

Класичне підприємництво на відміну франчайзингової діяльності передбачає прийняття підприємцем повного цілого спектра самостійних управлінських рішень. Ці рішення можуть стосуватися таких сфер підприємницької діяльності, як:

- визначення форми ведення діяльності – корпоративна, індивідуальна чи партнерська;

– визначення оптимальної форми власності для ведення діяльності, залежно від майбутньої стратегії розвитку компанії та планованих фінансових показників;

- самостійна оцінка ринку, в якому планується підприємницька діяльність: визначення цільової аудиторії, потенційної, фактичної, реальної ємності, аналіз попиту та пропозиції, визначення ніші, основних джерел доходу, середнього чека, прогнозних показників виручки;

- складання бізнес-плану та фінансової моделі, заснованих на маркетинговому аналізі, для обліку прогнозу руху грошових коштів та стратегії розвитку підприємства;

- визначення каналів продажу та способів стимуляції; – вибір місцезнаходження об'єкта господарювання;

- пошук та набір персоналу;

- формування операційної моделі для реалізації корпоративної стратегії;

- рішення, пов'язані з юридичними питаннями та багато іншого.

У класичному підприємництві сукупність перелічених завдань є самостійною прерогативою організації, що базується на прийнятті управлінських рішень її керівництвом та співробітниками.

Дане поле є зоною ризику класичного підприємництва – діяльність прямо залежить від ефективності підібраної команди, рівня експертизи співробітників, їх вміння дотримуватися поставлених завдань, базових ресурсів, які має підприємство. На відміну від франчайзингової діяльності, де більший обсяг стратегічних та операційних питань забезпечується дотриманням стандартів франчайзі, сформованим на основі досвіду застосування ефективної бізнес-моделі ведення діяльності.

Перераховані вище ризики у своїй сукупності входять у термін економічна безпека підприємства.

Економічна безпека підприємства – це стан, у якому відбувається найефективніше використання корпоративних ресурсів задля унеможливлення загроз та забезпечення стабільного функціонування підприємства у час і у майбутньому [2].

Ефективність використання корпоративних ресурсів характеризує економічну безпеку підприємства, включаючи безперервний процес забезпечення стабільності функціонування, фінансового благополуччя,

регулярного отримання прибутку і досягнення поставлених цілей і завдань господарської діяльності [3].

Одним із завдань класичного підприємництва є запобігання, виявлення, розслідування та притягнення до відповідальності та відшкодування збитків епізодів негативних факторів, які включають як зовнішні, так і внутрішні:

1. Зовнішні фактори:

- поточний стан цільового ринку; – коливання ринкової кон'юнктури;

- недобросовісна конкуренція та недостатній ступінь її контролю з боку держави;

- Втрати у сфері репутації ззовні;

- Надзвичайні ситуації: промислові катастрофи, аварії, стихійні лиха;

2. Внутрішні фактори;

- дії працівників;

- факти витоку конфіденційної інформації,

- Втрата інформаційних носіїв;

- порушення контрольних процедур у сфері якості;

- недбалість; саботаж.

Економічна безпека класичного підприємництва пов'язана із забезпеченням економічної безпеки держави загалом.

2.2. Аналіз побудови стартап-екосистеми в Ізраїлі

Нині майже кожна людина зі сфери бізнесу та технологій знає про Ізраїль як країну стартапів. Ізраїль фігурує у багатьох міжнародних рейтингах як лідер за різними показниками, що характеризує сприятливість підприємницького середовища та інноваційної активності: Doing Business, Global Innovative Index, Global Competitiveness Index. У Ізраїлі найбільше число стартапів душу населення – 1 стартап на 1 400 людина, тому країна вважається другий Силіконової долиною [28]. Розмір витрат на НДДКР в Ізраїлі найбільший – 4,9%, кількість дослідників у бізнес-сфері також виводить країну до лідерів.

Державна політика, спрямована на розвиток венчурного капіталу, залучила до Ізраїлю безліч транснаціональних корпорацій (ТНК), таких як Apple, Google, Facebook, які відкрили в країні свої центри НДДКР та отримують вигоду з достатку технологічних інновацій, що генеруються ізраїльськими підприємцями. В Ізраїлі налічується 539 таких компаній, які інвестують у місцеві проєкти, купують стартапи, проводять внутрішні дослідження та розробки [29].

Зазначається, що наскільки Ізраїль досяг успіху у створенні інноваційних стартапів і технологій, що змінюють життя людей, настільки ж він відстав у створенні власних ТНК, які б забезпечували внутрішню стійкість економіки. Посилений інтерес ТНК до місцевих стартап та їх значні інвестиційні капітали породили в країні так звану культуру екзитів, коли підприємці прагнуть створити стартап і якнайшвидше продати його більшій міжнародній компанії, замість того щоб розвивати до глобального рівня.

Серед найбільших екзит-угод з ізраїльськими компаніями можна виділити такі:

– покупка Mobileye – компанії, що займається розробками технологій для безпілотного водіння, технологічним гігантом Intel за 15,3 млрд. доларів США;

– покупка Frutarom, одного з найбільших виробників ароматизаторів у світі американською корпорацією International Flavors & Fragrances за 7 млрд. доларів США;

– купівля Orbotech – розробника систем оптичного контролю якості напівпровідниковим гігантом KLA-Tencor за 3,4 млрд. доларів США [30].

Незважаючи на зниження суми екзитів у 2016–2018 рр. і надії на утримання перспективних стартап-проєктів усередині країни, кількість угод на той період змінювалося незначно і іноді поверталося до найвищих показників. У 2019 р. сума угод злиття, поглинання та виходу ізраїльських технологічних компаній на IPO зросла на 102% по відношенню до 2018 р. і досягла 9,9 млрд доларів США (рис. 1).

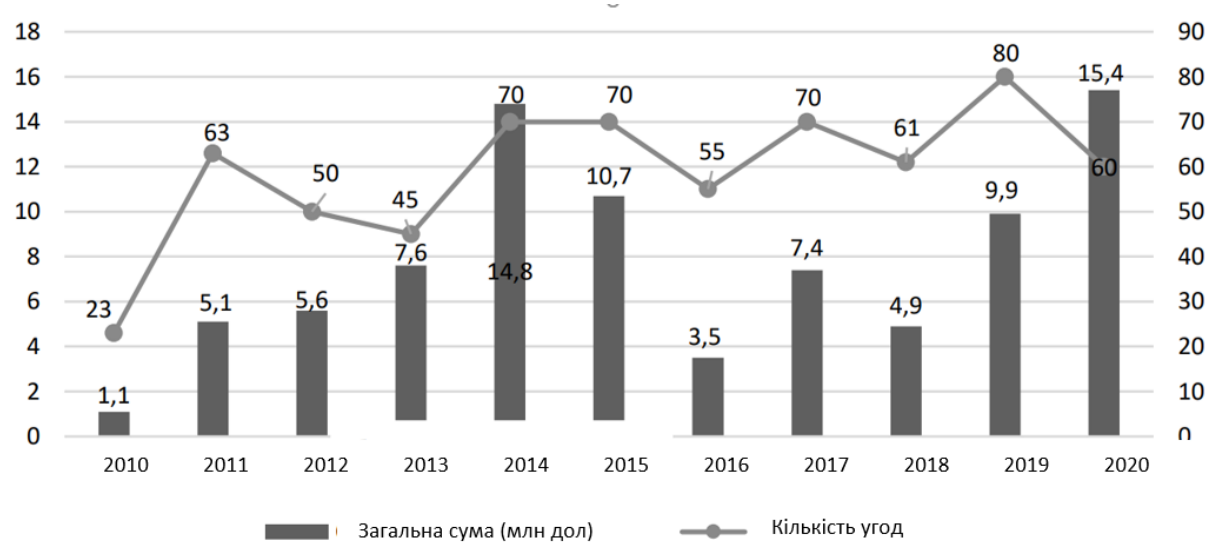

Рисунок 1 - Сума екзитів (M&A та IPO), 2010–2020 рр., млрд доларів США

У 2020 р. зростання склало 155% і досягло позначки 15,4 млрд доларів США. На цьому тлі помітно зниження кількості угод, що свідчить про збільшення середньої вартості однієї угоди. Як бачимо на рис. 1, культура екзитів в Ізраїлі продовжує процвітати. За останнє десятиліття сума всіх таких угод із ізраїльськими технологічними компаніями становила понад 70 млрд. доларів США, що дорівнює 20% ВВП країни [28]. Тільки за один рік було укладено 4 угоди на суму понад 1 млрд. доларів кожна: компанія JFrog залучила акцій на біржі Nasdaq на суму 3,9 млрд. доларів США; компанія Lemonade на біржі NYSE – на 1,6 млрд. доларів США; компанія H&F придбала стартап Checkmarx за 1,1 млрд доларів США; компанія Insight придбала Armis за 1,1 млрд доларів США [31]. Домінуючими сегментами екзит-угод у 2020 р. стали IT-технології та корпоративне ПЗ, науки про життя та інтернет-технології. У порівнянні з попереднім роком помітне зростання спостерігається в сегменті чистих технологій [32], з чого можна зробити висновок про те, що іноземні ТНК скуповують в Ізраїлі компанії з найбільш затребуваних, прогресивних та інноваційних секторів науки, техніки та технологій. Замість стимулювати розвиток таких проєктів для подальших досліджень та розробок нових продуктів, відбувається їх експорт до інших країн.

Незважаючи на значні інвестиції в ізраїльські компанії, більша частина фінансування спрямована на ранні стадії розвитку стартап-проєктів, зокрема

посівну стадію та А-раунд, а не на етапи зростання і тим більше не на зрілі компанії.

Наголошується, що навіть ізраїльські пенсійні фонди з більшою ймовірністю проінвестують закордонні ринки нерухомості, ніж ізраїльські компанії, що знаходяться на стадії зростання. З 2016 р. спостерігається позитивна тенденція зниження угод на посівній стадії у бік збільшення інвестування на пізніших раундах. Однак про помітне покращення ситуації говорити рано, оскільки зниження може бути пов'язане із загальним спадом інвестування.

Ця політика, безсумнівно, має безліч плюсів, оскільки дозволяє відкривати нові центри НДДКР, проводити численні дослідження, створювати нові стартапи, що робить Ізраїль найбільшим хабом для НДДКР. Разом з тим існують загрози, що торкаються конкурентоспроможності Ізраїлю в довгостроковій перспективі, оскільки створюється безліч втрачених можливостей. У цій ситуації відбувається експорт, висновок за межі країни перспективних, перспективних і цінних розробок, які могли б зробити більший внесок у економіку країни. Продані стартапи могли зрости до ТНК, створювати робочі місця у країні, інвестувати у національні проєкти [33]. Дефіцит таких компаній скорочує потенційні податкові надходження, потрібні для фінансування об'єктів інфраструктури, освіти, охорони здоров'я, безпеки. Більш того, ті стартапи, у плани яких входив довгостроковий розвиток та вихід на світовий ринок, але які були профінансовані закордонними ТНК, позбавляються незалежності та можливості приймати самостійні рішення щодо свого майбутнього. Результат цього видно вже зараз, коли Ізраїль відстає від розвинутих країн за показниками освоєння технологій та впровадження їх у традиційні галузі, наприклад, роздрібні продажі, сферу харчування та проживання, де зайнята більша частина населення [34].

Таким чином, уряду Ізраїлю насамперед необхідно зрозуміти, що неможливо довгий час продовжувати знімати вершки з того, що було створено наполегливою працею та вкладеннями перших поселенців Ізраїлю. На початку свого існування країна могла сподіватися лише на свої сили, не чекаючи від когось допомоги. В результаті такого підходу було створено

конкурентоспроможний ВПК, де генерувалися технології подвійного призначення та перетікали у цивільні галузі, було збудовано численні університети для підготовки високоосвічених фахівців, було організовано систему венчурного фінансування для акумулювання винахідницької та підприємницької діяльності. Потенціал виконаної роботи закінчується, Ізраїль стає все більш залежним від іноземних інвестицій та американських ТНК. Якщо в один момент політична дружба Ізраїлю і США закінчиться, країна не зможе компенсувати відтік капіталу за рахунок внутрішніх інвестицій, тому що їх буде просто звідки брати через відсутність численних вітчизняних корпорацій. Необхідно стимулювати та підтримувати створення стабільного та масштабованого бізнесу без мети подальшого продажу, або примусово запроваджувати іноземні інвестиції у бік пізніших стадій розвитку стартап-проєктів та на існуючі та давно діючі підприємства в обмін на податкові пільги та доступ до людських талантів та технологій. Якщо ТНК знаходяться на території країни та користуються її ресурсами, вони мають працювати на благо її розвитку, надаючи не короткострокові бонуси, а забезпечуючи її довгострокову конкурентоспроможність. країна не зможе компенсувати відтік капіталу за рахунок внутрішніх інвестицій, тому що їх буде просто звідки брати через відсутність численних вітчизняних корпорацій. Необхідно стимулювати та підтримувати створення стабільного та масштабованого бізнесу без мети подальшого продажу, або примусово запроваджувати іноземні інвестиції у бік пізніших стадій розвитку стартап-проєктів та на існуючі та давно діючі підприємства в обмін на податкові пільги та доступ до людських талантів та технологій. Якщо ТНК знаходяться на території країни та користуються її ресурсами, вони мають працювати на благо її розвитку, надаючи не короткострокові бонуси, а забезпечуючи її довгострокову конкурентоспроможність. країна не зможе компенсувати відтік капіталу за рахунок внутрішніх інвестицій, тому що їх буде просто звідки брати через відсутність численних вітчизняних корпорацій. Необхідно стимулювати та підтримувати створення стабільного та масштабованого бізнесу без мети подальшого продажу, або примусово запроваджувати іноземні інвестиції у бік

пізніших стадій розвитку стартап-проєктів та на існуючі та давно діючі підприємства в обмін на податкові пільги та доступ до людських талантів та технологій. Якщо ТНК знаходяться на території країни та користуються її ресурсами, вони мають працювати на благо її розвитку, надаючи не короткострокові бонуси, а забезпечуючи її довгострокову конкурентоспроможність. Необхідно стимулювати та підтримувати створення стабільного та масштабованого бізнесу без мети подальшого продажу, або примусово запроваджувати іноземні інвестиції у бік пізніших стадій розвитку стартап-проєктів та на існуючі та давно діючі підприємства в обмін на податкові пільги та доступ до людських талантів та технологій. Якщо ТНК знаходяться на території країни та користуються її ресурсами, вони мають працювати на благо її розвитку, надаючи не короткострокові бонуси, а забезпечуючи її довгострокову конкурентоспроможність. Необхідно стимулювати та підтримувати створення стабільного та масштабованого бізнесу без мети подальшого продажу, або примусово запроваджувати іноземні інвестиції у бік пізніших стадій розвитку стартап-проєктів та на існуючі та давно діючі підприємства в обмін на податкові пільги та доступ до людських талантів та технологій. Якщо ТНК знаходяться на території країни та користуються її ресурсами, вони мають працювати на благо її розвитку, надаючи не короткострокові бонуси, а забезпечуючи її довгострокову конкурентоспроможність. або примусово запроваджувати іноземні інвестиції в бік пізніших стадій розвитку стартап-проєктів і на існуючі та давно діючі підприємства в обмін на податкові пільги та доступ до людських талантів та технологій. Якщо ТНК знаходяться на території країни та користуються її ресурсами, вони мають працювати на благо її розвитку, надаючи не короткострокові бонуси, а забезпечуючи її довгострокову конкурентоспроможність. або примусово запроваджувати іноземні інвестиції в бік пізніших стадій розвитку стартап-проєктів і на існуючі та давно діючі підприємства в обмін на податкові пільги та доступ до людських талантів та технологій. Якщо ТНК знаходяться на території країни та користуються її ресурсами, вони мають працювати на благо її розвитку, надаючи не

короткострокові бонуси, а забезпечуючи її довгострокову конкурентоспроможність.

РОЗДІЛ 3. ОБҐРУНТУВАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ ЕФЕКТИВНОГО ПРОСУВАННЯ СТАРТАПІВ З УРАХУВАННЯМ МІЖНАРОДНОГО ДОСВІДУ

3.1. Особливості інноваційного розвитку міжнародних стартапів

Сучасна глобальна економічна реальність складається під впливом кризи, спричиненої пандемією Covid-19, тому інноваційний розвиток країн, і, зокрема, наявність та розвиток стартапів в інноваційній сфері, після 2019 року суттєво відрізняється за своєю динамікою та структурою від тенденцій попереднього десятиліття. Загалом протягом останніх двадцять років, тобто. починаючи з 2001 року, історія розвитку успішних стартапів зазнавала низки змін. У цілому нині, результати досліджень хронології розвитку стартап-економіки, показує, що йде не рівномірно, виникають різні кон'юнктурні чинники, які впливають стартапи, як позитивно, і негативно. Наприклад, поява та розвиток інноваційної інфраструктури і, зокрема, венчурних фондів, відносяться до позитивних факторів, а посилення конкуренції, глобалізація та політична напруженість – це негативні фактори. При цьому вплив глобалізації на розвиток стартап-економіки є неоднозначним, є певні аспекти, які, навпаки, позитивно позначаються на стартапах, наприклад, доступ до результатів НТП на глобальному ринку. Проте, переважно процеси глобалізації вплинули в розвитку регіональних стартапів, швидше, негативно.

Інноваційна сфера у світі розвивається нерівномірно і схильна до впливу економічних криз. У цьому інноваційні сектора відчувають у собі різнорідний вплив макрофакторів, тобто. для деяких з них пандемія коронавірусу стала тригером, який запустив високі темпи зростання та розвитку. Прикладами таких секторів є IT сфера та фінтех, а також інновації в медичній сфері. Значний підйом у 2020 році пережили компанії, що пропонують програмне забезпечення для відеоконференцій (річний темп приросту 354%) і так звані «стрімінгові» (темп

приросту у II кварталі 2020 становив 27,4%) та хмарні сервіси (річний темп приросту 63%).

Таким чином, високу актуальність набувають дослідження критичних факторів успіху, які дозволяють стартапам досягати позиції «єдиноріг», виявлення особливостей їх розвитку та аналіз факторів, що призвели до невдалого результату розвитку стартапів.

На сьогоднішній день світова стартап-економіка досягла високого рівня розвитку, маючи розвинену інноваційну інфраструктуру, різні інструменти та моделі фінансування стартапів на різних етапах їх життєвого циклу. Однак, до цього часу 70-90% стартапів (цифра варіюється в залежності від галузі) припиняють своє існування на 2-5 році функціонування. Як показує практика, успішність стартапів визначається як внутрішніми, так і зовнішніми факторами, останні становлять мікро і макросередовища розвитку стартапів. Для визначення специфіки розвитку успішних стартапів, які досягли позиції «єдинорогів», необхідно проаналізувати, у тому числі, зовнішні умови їх функціонування (табл. 1) [18], [19], [20].

Таблиця 1 Динаміка показників розвитку стартап-економіки за 2001-2021 рр.

Показники	Значення					Зміни (2021 від 2001)	
	2001	2006	2011	2016	2021	+,-	%
1. Кількість компаній-єдинорогів	5	39	305	494	635	630	121700
2. Загальна вартість підприємств-єдинорогів, трлн. дол.	0,1	0,14	0,54	1,67	2,1	2	2100
3. Кількість країн, де є стартапи єдинороги	3	5	7	10	24	21	800
4. Загальна сума інвестицій у стартапи-єдинороги, млн. дол.	41	108	156	192	293	252	714,64

Джерело: складено на основі відкритих джерел, у тому числі [18], [19], [20], [21]

Незважаючи на те, що термін «єдинороги» у застосуванні до стартапів з'явився лише у 2013 році, можна, використовуючи критерії віднесення стартапу до єдинорогів, розрахувати необхідні показники до 2013 року. Таблиця 1 показує, що з двадцять років кількість стартапів, які можна зарахувати до «єдиноріг» зросла на 630, тобто. у 127 разів. У цьому загальна вартість зросла на 2 трлн. дол. або у 21 раз. За іншими показниками спостерігаються такі ж значущі темпи зростання, так кількість країн, де з'явилися стартапи єдинороги, зросла у 8 разів, а загальний обсяг інвестицій – більш ніж у 7 разів.

Аналіз темпів зростання показує, що за першими двома показниками, а саме: кількістю стартапів-однорогів та їх загальною вартістю спостерігається загальна тенденція збільшення темпів зростання до 2006 року, а потім плавне зниження у 2016 та 2021 роках. При цьому загальна вартість стартапів знижується більшими темпами, ніж їхня кількість. Це говорить про те, що перші стартапи були дорожчими за вартістю. До них можна віднести Airbnb, Uber, Facebook, Google, Snap, Xiaomi.

Що стосується темпів зростання кількості країн, де є стартапи-єдинороги, то до 2006 року зростання було незначне, а до 2016 року вже спостерігається стрибок зростання, при цьому в 2021 році порівняно з 2016 роком зростання склало 2,4 рази.

Неоднозначну тенденцію показує сума інвестицій у стартапи, спочатку спостерігається зниження темпів зростання інвестицій, але останній показник свідчить про те, що останні п'ять років аналізованого періоду ситуація змінилася і інвестиційна привабливість стартапів значно зросла.

Таблиця 2 Загальна характеристика найуспішніших стартапів-єдинорогів на 2021 р.

Найменування	**Капіталізація, млрд. дол.**	**Країна**	**Сфера діяльності**
1. Bytedance	140	Китай	Штучний інтелект
2. Stripe	95	США	Фінтех
3. SpaceX	74	США	Виробництво космічних апаратів
4. Klarna	45,6	Швеція	Фінтех

5. Instacart	39	США	Логістика
6. Revolut	33	велика Британія	Фінтех
7. Nubank	30	Бразилія	Фінтех
8. Epic Games	28,7	США	Розробка відеоігор
9. Databricks	28	США	Управління даними та аналітика
10. Rivian	27,6	США	Автотранспорт

Джерело: [22]

На сьогоднішній момент рейтинг найбільш успішних світових стартапів-єдинорогів очолюють десять компаній, що мають значні показники, що свідчать про ефективність їх розвитку [22]. Проведемо аналіз цих десяти стартапів-однорогів із цього рейтингу, для визначення критичних факторів успіху, які характерні для цих компаній. У таблиці 2 представлено загальну характеристику компаній, відібраних для аналізу

Як очевидно з таблиці 2, максимальна кількість стартапов-единорогов з представлених у таблиці 2 перебувають у США (60%), інші країни представлені один раз, тобто. займають 10%. Вибірка побудована за принципом максимальної капіталізації, тобто. компанія Rivian з капіталізацією 27,6 млрд. дол. Займає десяту позицію рейтингу, а першу позицію займає компанія Bytedance з капіталізацією 140 млрд. дол. У сфері діяльності представлених у таблиці стартапів найбільшу частку (40%) займає фінтех, більше напрямків, що повторюються, немає. На даний момент в України є близько 5 стартапів-єдинорогів, що є позитивним фактором для розвитку національної економіки, проте держава не використовує весь наявний потенціал стартап сектору. Головними причинами цього є недостатньо розвинена інноваційна інфраструктура та недостатньо ефективний механізм венчурного фінансування. Багато авторів успішних інноваційних ідей, які послужили фундаментом успішних стартапів, були українцями. Проте реалізувати свої ідеї вони змогли лише за кордоном.

Таблиця 3. Матриця SWOT-аналізу для стартапів-єдинорогів, що базуються в США

Можливості	**Бальна оцінка***	**Сильні сторони**	**Бальна оцінка**

1. Високорозвинена інноваційна інфраструктура	5	1. Висока забезпеченість акцій підприємств на біржі (відсутність ефекту міхура)	3
2. Розвинена система венчурних фондів	4	2. Високий рівень інноваційного потенціалу (власних інноваційних розробок)	5
3. Державна підтримка інноваційних процесів	4	3. Високий рівень кваліфікації персоналу, зокрема іноземних фахівців (привабливі умови праці)	5
4. Високий рівень надходження приватних інвестицій в інноваційний сектор економіки	5	4. Високий рівень рентабельності діяльності та постійне зростання капіталізації	5
5. Активне впровадження інформаційно-комунікаційних технологій у всі сфери бізнесу, доступність цифрових технологій.	3	5. Використання високоефективних технологій управління	3
Разом	21		21
Загрози	**Бальна оцінка**	**Слабкі сторони**	**Бальна оцінка**
1. Високий рівень безробіття, що знижує обсяг платоспроможного попиту продукти стартапов	3	1. Високий рівень залежності від інверторів та фондової біржі	5
2. Прогресивна податкова система, що збільшує податковий тягар на високоприбуткові компанії	4	2. Необхідність постійно підтримувати високу конкурентоспроможність свого продукту	3
3. Дефіцит бюджету та зростання держборгу стримують економічне	3	3. Високий ризик банкрутства через особливості внутрішньої структури	3

зростання всередині країни			
4. Зростання рівня інфляції	2	4. Висока потреба у нарощуванні інноваційного потенціалу	4
5. Вплив економічної кризи, спричиненої пандемією на загальне економічне зростання (падіння GDP)	4	5. Високі витрати на проведення додаткових досліджень та випробувань дослідних зразків	3
Разом	16		18

Джерело: складено автором на основі [20], [22], [23], [24]
** - експертна оцінка, що виставляється за шкалою від 1 до 5, показує силу впливу даного фактора на стартапи-єдинороги.*

Як видно з таблиці 3, зовнішнє середовище США є в цілому сприятливим для розвитку стартапів, а негативні фактори мають помітно більш слабкий вплив (16) на функціонування стартапів-єдинорогів, ніж позитивні фактори (21). Найбільш сильний вплив на стартапи на даний момент мають два фактори: Високорозвинена інноваційна інфраструктура та високий рівень припливу приватних інвестицій в інноваційний сектор економіки, вони визначають сприятливе середовище для розвитку стартапів навіть в умовах наслідків кризи, спричиненої пандемією коронавірусу. При цьому дані можливості та інші, які отримали оцінку в 4 бали, повністю компенсують виділені загрози. Як видно за результатами SWOT-аналізу найбільше впливають такі негативні фактори: прогресивна податкова система, що збільшує податковий тягар на високоприбуткові компанії та вплив економічної кризи, спричиненої пандемією на загальне економічне зростання. Виділені слабкі сторони є критичними і повністю компенсуються сильними сторонами. Аналіз сильних сторін показує, що значущою тенденцією є наявність у стартапів-однорогів високо інноваційного потенціалу і, у тому числі, високої кваліфікації персоналу як в основній діяльності, так і в управлінні.

Загалом аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища стартапів-єдинорогів на сьогоднішній день та у виділені в рамках дослідження періоди

(2011, 2016 та 2021 рр.) має схожі риси, оскільки всі ці періоди характеризувались різними економічними кризами (2008, 2014, 2019 рр.) . Щодо періоду 2001-2006 року, то для нього існують різні специфічні умови, які визначали розвиток стартап-економіки. Проте, ті тенденції здебільшого послабшали та трансформувалися під впливом НТП та процесів глобалізації. Тому в процесі пошуку критичних факторів успіху компаній-єдинорогів та особливостей їх функціонування є сенс спиратися на тенденції останнього десятиліття.

Таким чином, можна зробити такі висновки. Як показують результати дослідження, існують загальні тенденції, які дозволяють зробити висновок про специфіку розвитку успішних стартапів-єдинорогов у інноваційній сфері. На основі цих тенденцій можна виділити критичні фактори успіху, які, на нашу думку, вплинули на успішний розвиток стартапів-однорогів:

1. можливість використовувати національну та глобальну інноваційну інфраструктуру максимально, у тому числі розвиненою системою венчурних фондів;

2. легкий доступ до результатів НТП у всьому світі;

3. високий рівень індивідуальних інноваційних розробок, зокрема інноваційної первісної ідеї;

4. висококваліфікована команда спеціалістів, у тому числі можливість залучення іноземних спеціалістів;

5. можливість залучення великої суми інвестицій (підтримка привабливості для інвесторів).

Виділені вище фактори, як внутрішні, так і зовнішні, є спільними для всіх проаналізованих компаній, при цьому аналіз динаміки розвитку компаній-єдинорогів показує схожі результати на період 2011-2021 рр., тому, загалом, наявність розвиненого інноваційного потенціалу, що включає інноваційні ідеї, висококваліфіковану команду та ефективні технології управління, може бути визнано внутрішньою ознакою успішного стартапу-єдинорога. У цьому слід зазначити значимість зовнішніх чинників і їх контролю.

3.2. Врахування галузевого фактору при формуванні інструментів просуванні бізнесу на ранніх етапах розвитку

Протягом двадцятирічного періоду глобальна стартап-економіка активно розвивається і загалом її обсяги зростають. При цьому, її розвиток та трансформація неоднорідні та мають різні темпи зростання залежно від галузевої специфіки стартапів. Інакше кажучи, одні сектори економіки породжують більше інноваційних ідей, отже, стартапів, ніж інші. З іншого боку, галузева специфіка стартапів зазнає трансформацію як і динаміці, тобто. з часом, і залежно від країни, де він базуються. Одним з найважливіших факторів, що впливають на виникнення та успішність стартапів є державна підтримка того чи іншого сектора економіки. Однак цей фактор не є домінуючим, він важливий поряд з іншими значущими факторами, а саме: поточна потреба економіки, підготовлений попит населення новий продукт (успішний маркетинг), технологічна готовність економіки тощо. Вивчення галузевої специфіки успішних стартапів дозволяє створити ефективну стартап-екосистему, за допомогою якої можна підтримувати високу конверсію інноваційних ідей.

Для досягнення мети дослідження були проаналізовані два показники кількість стартапів щорічно в ряді розвинених країн (США, Китай, Індія, Ізраїль, Німеччина, Великобританія) і кількість стартапів-єдинорогов [25], [26]. Вибір країн був обумовлений трьома основними причинами:

1) високою інноваційною активністю;

2) високим темпом зростання появи нових стартапів;

3) наявністю досить високої кількості стартапів-єдинорогів (7-206) на поточний момент (за даними на 2020 рік) [26].

Крім того, було проаналізовано галузеву специфіку виділених країн у динаміці за 2010-2020 роки з урахуванням економічних передумов організації стартапів [35 – 55]. У таблиці 4 представлена динаміка виділених вище показників у межах країн.

Як бачимо (табл. 4), за досліджуваний період темпи зростання стартап-економіки значно збільшився. У США кількість стартапів, що з'являються в рік,

за десять років зросла більше, ніж у 12 разів, у Китаї спостерігається таке ж вражаюче зростання (у 13 разів). Індія та Ізраїль за цим показником показують зростання на 100%, оскільки у 2010 році не було нових стартапів. Німеччина та Велика Британія за цим показником зросли у 5 та 1,2 рази відповідно.

Таблиця 4 Динаміка деяких показників світової стартап-економіки у період 2010-2020 років.

Показники	США			Китай			Індія		
	2010	2015	2020	2010	2015	2020	2010	2015	2020
Кількість стартапів на рік	4	21	50	2	14	26	0	6	10
Кількість стартапів-єдинорогів	10	217	203	9	104	206	2	19	21
Показники	Ізраїль			Німеччина			велика Британія		
	2010	2015	2020	2010	2015	2020	2010	2015	2020
Кількість стартапів на рік	0	0	2	1	2	5	2	5	6
Кількість стартапів-єдинорогів	0	1	7	3	6	7	8	24	13

Джерело: складено автором на основі [25], [26]

Щодо кількості стартапів-єдинорогів, то тут спостерігається неоднозначна динаміка. Так, незважаючи на те, що загалом за десять років у США спостерігається зростання за цим показником більш ніж у 20 разів, порівняно з 2015 роком спостерігається зниження кількості на 6,5 од.

У Китаї за цим показником спостерігається постійне зростання, однак темп зростання сильно знизився, якщо у 2015 році порівняно з 2010 роком кількість єдиноріг збільшилася у 12 разів, то у 2020 році порівняно з 2015 роком збільшення кількості єдиноріг лише на 99 од. . при цьому за десять років спостерігається значне зростання у 23 рази.

В Індії ситуація подібна до Китаю, загалом за десять років зростання склало 10,5 разів. В Ізраїлі стартапи-єдинороги з'явилися пізніше 2010 року і до 2015 їх було 7, за п'ять років зростання склало 700%, тобто. у 7 разів. У Німеччині зростання за цим показником більш стримане в перші п'ять років кількість

стартапів-єдинорогів зросла в 2 рази, у другі п'ять років на 16,67 од., а загалом за десять років у 2,3 рази. У Великобританії в перші п'ять років кількість стартапів-єдинорогів зросла в 3 рази, потім було різке падіння кількості стартапів-єдинорогів майже на 50 од., проте в цілому за 10 років це показник зріс на 62 од.

Таким чином, можна сказати, що країнами лідерами за кількістю стартапів-єдинорогів і за кількістю стартапів, що з'являються в рік, є США, Китай та Індія. Загалом за десять років ситуація змінилася незначною мірою. На початку другого десятиліття XXI століття стартап-економіка активно розвивалася в європейських країнах, проте зараз з позиції, незважаючи на присутність у рейтингу Великобританії та Німеччини, не зовсім стійкі. Крім того, тепер конкуренцію цим країнам становить Ізраїль, який останні п'ять років активно розвиває свої інноваційні процеси, а також Бразилія та Індонезія, в яких на сьогоднішній день існують по 4 стартапи-єдинороги. В Україні на даний момент 5 стартапів-єдинорогів, це: Gitlab, People.ai, Monobank, Genesis, Grammarly.

Світова галузева структура сфер, в яких розвиваються найуспішніші стартапи на 2020 рік: штучний інтелект 10,4%, ПЗ та сервіси в Інтернет 12,2%, електронна комерація та операції на онлайн ринку 12,2%, фінансові технології 13,1 та решта 52,1%.

Всі виділені в окремі категорії області відносяться до інноваційної сфери з високим інноваційним потенціалом. Ринки цих напрямів показують протягом останніх п'яти років високе зростання і навіть пандемія коронавірусу стала для цих напрямків точкою зростання.

Для порівняння представимо галузеву структуру сфер, в яких розвиваються найуспішніші стартапи на 2015 рік: інші 7,62%, охорона здоров'я 5,83%, комп'ютерна освіта 7,17%, інформаційна безпека 4,14%, Big Data 7,17%, програмне забезпечення 18,39%, фінтех 11,21%, мобільні програми 2,24%, електронна комерція 25,11%, соціальні мережі 5,38%, консалтинг 4,48%, нерухомість 1,35%.

Як видно, за п'ять років ситуація дещо змінилася. По-перше, успішні стартапи сконцентрувалися в менших сферах, зменшивши, таким чином, частку інших сфер, по-друге, за п'ять років з'явився такий напрямок, як штучний

інтелект, який відразу зайняв значну нішу, по-третє, успішні стратапи повністю перейшли в інноваційну сферу із високим ступенем інноваційного потенціалу.

Дослідження показують, що найбільше зростання у період 2015-2020 років. показали такі сектори, як промтех та робототехніка, блокчейн, агротех та нова їжа, штучний інтелект та BigData.

Слід зазначити, що зараз для світової стартап-економіки характерна певна спеціалізація. Це виявляється у тому, що в деяких країнах переважають успішні стартапи в одній конкретній сфері.

Для Німеччини, наприклад, характерні фінтех-стартапи, про це свідчить показник частки інвестиції в період 2015-го по 2020 рік, близько 50% німецьких інвестицій були вкладені саме у фінансові технології [26].

Значною тенденцією є те, що розвиток стартапів у досліджуваних галузях є взаємозалежним, тому розвиток фінансових технологій загалом дало поштовх до розвитку світової стартап-економіки загалом. З іншого боку, розвиток BigDate та аналітики допомагає реалізовувати нові інноваційні ідеї у рамках фінтеху [25].

Саме поняття «фінтех» чи фінансові технології (англ. fintech) є IT-технологію, застосовувану у фінансовому секторі, тобто. там, де технології застосовуються у фінансових послугах або використовуються, щоб допомогти компаніям управляти фінансовими аспектами їхнього бізнесу, включаючи нове програмне забезпечення, процеси та бізнес-моделі [27].

Таким чином, можна зробити такі висновки. На сьогоднішній день світовими лідерами у стартап-економіці виступають США, Китай та Індія, а також Великобританія. За останні десять років активно розвивають свою стартап-економіку Ізраїль, Індонезія та Бразилія. У європейських континентальних країнах лідирують Німеччина та Франція. Аналіз умов інноваційної інфраструктури в більш успішних країнах вказує на необхідність розвивати венчурні фонди, розвивати акселератори та бізнес-інкубатори, а також створювати адаптований для українських умов механізм залучення бізнес-ангелів.

У глобальній стартап-економіці найбільш перспективними напрямками для стартапів є: інтернет-технології, електронна комерція, штучний інтелект та

фінансові технології. Крім того, останнім часом активно розвивається ніша комп'ютерних ігор.

ВИСНОВКИ

Резюмуючи все вище сказане, необхідно зазначити наступне:

- стартапи є інноваційною та перспективною формою підприємницької діяльності, в основі якої – розвинена інфраструктура, багате інформаційне та технологічне середовище, що включає різноманітні джерела підтримки та фінансування;

- не існує строгого визначення того, що є стартапом, але є деякі спільні риси, які відрізняють стартапи від малого бізнесу, а саме: швидке зростання, інноваційність, вік, культура та технологічна орієнтованість;

- існує уявлення про три етапи життєвого циклу стартапу, що визначаються якісними основами, а не будь-яким кількісним заходом;

- серед факторів успішного застосування стартапів – бізнес-планування та постановка цілей, система маркетингу, оцінка пропонованого продукту та обсягу ринку;

- результати дослідження можуть бути потрібні для прогнозування змін у функціонуванні стартапів як форми підприємницької діяльності.

Крім того, є можливим використання результатів при розробці програм державного регулювання та підтримки стартапів, в освітніх цілях – для виховання бізнес-культури. Результати можуть бути корисні підприємцям, науково-технічним працівникам, авторам унікальних ідей та проєктів, інвесторам та користувачам краудфандингових платформ. є можливим використання результатів розробки програм державного регулювання та підтримки стартапів, в освітніх цілях – для виховання бізнес-культури. Результати можуть бути корисні підприємцям, науково-технічним працівникам, авторам унікальних ідей та проєктів, інвесторам та користувачам краудфандингових платформ. є можливим використання результатів розробки програм державного регулювання та підтримки стартапів, в освітніх цілях – для виховання бізнес-культури. Результати можуть бути корисні підприємцям, науково-технічним працівникам, авторам унікальних ідей та проєктів, інвесторам та користувачам краудфандингових платформ.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Нефедова Л.В. Стартап-проекти в Україні: особливості становлення та фінансування. Стратегічні виклики та тенденції соціально-економічного розвитку регіонів. Збірник наукових праць за наслідками проведення круглого столу. - К: НТУ КПІ, 2019. - С. 95-101.

2. Сажин Ю.Б., Косолап Є.Ю. Startup: підприємство чи бізнес?. Інновації у менеджменті. - 2018. - № 1. - С. 56-65.

3. Корзюк Д.І., Текучова С.М. Стартапи в Україні: актуальні питання розвитку. International journal of professional science. - 2019. - № 7. - С. 15-38.

4. Сягаєва А.В., Юрасова О.І. Застосування стартапів у сучасному бізнесі// Науковий альманах. - 2015. - № 10-1 (12). - С. 412-415.

5. Валітов Ш.М., Ахметов Ш.Т. Особливості створення та реалізації стартаппроектів у сучасній економіці. Інтелект. інновації. Інвестиції. - 2015. - № 4. - С. 17-22.

6. Фролова К.А. Стан ринку стартапів в Україні. Економіка та бізнес: теорія та практика. – 2015. – № 2. – С. 78-81.

7. Бурдуковський В. Н. Життєвий цикл стартапу. Скіф. – 2019. – №11 (39). - С. 91-93

8. Марахіна І. В. Інвестиційна інфраструктура білоруської стартапекосистеми: суб'єкти, проблеми та напрямки розвитку. Банківський вісник. – 2020. – № 7 (684). – С. 49-58.

9. Іншаков М.О., Орлова А.А. Інноваційні стартапи в Україні: проблеми створення та маркетингового просування. Вісник ХНУ. Серія 3: Економіка. Екологія. - 2014. - №1. - С. 66-75.

10. Freytag R. Strategic negotiations: three essentials for successful partnerships with startups. Strategy & Leadership. - 2019. - Vol. 47, Issue 1. - P.19-25.

11. Гапонова О.С., Коршунов І.А. Функції навчання в інноваційному стартапі. Інновації. – 2015. – №5 (199). - С. 76-85

12. Саліхова Є.Г. Дослідження відмінностей між стартапом та існуючим бізнесом. Science time. - 2015. - № 5. - С. 405-407.

13. Li J., Dutta D.K. Founding team experience, industry context, and new venture creation.New England Journal of Entrepreneurship. - 2018. - Vol. 21, Issue 1. - P. 2-21.

14. Daub C.-H., Hasler M., Verkuil A.H., Milow U. Universities talk, students walk: promoting innovative sustainability projects. International Journal of Sustainability in Higher Education. - 2020. - Vol. 2, Issue 1. - P. 97-111.

15. Freytag R. Strategic negotiations: three essentials for successful partnerships with startups. Strategy & Leadership. - 2019. - Vol. 47, Issue 1. - P.19-25.

16. Kulkarni P., Mutkekar R., Ingalagi S. Role of strategic management for employee engagement and skill development for start-ups. Vilakshan - XIMB Journal of Management. - 2020. - Vol. 17, Issue 1/2. - P.79-85.

17. Oliva F.L., Kotabe M. Barriers, practices, methods and knowledge management tools in startups. Journal of Knowledge Management – 2019 - Vol. 23, Issue 9. - P. 1838-1856.

18. Startup Ranking. 2021. URL: http://www.startupranking.com/countries

19. Global Innovation Index – 2020. WIPO, Cornell, SC Johnson College of Business. 2020. URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/ /wipo_pub_gii_2020.pdf

20. Global Accelerator Report. 2015-2020. URL: https://www.researchgate.net/publication/338992258_UBI_Global_World_Rankings _of_Business_Incubators_and_Ac celerators_2019-2020

21. Pisoni, A., Onetti, A. (2018). When startups exit: comparing strategies in Europe and the USA. Journal of Business Strategy, 39(3), p. 26-33

22. The Complete List Of Unicorn Companies. CBInsights. URL: https://www.cbinsights.com/research-unicorn-companies

23. Jois, A., Pallasena, R.K., Chakrabarti, S. (2019) Freshdesk: bringing in freshness in startup world case. Journal of Information Technology Case and Application Research, 21(3-4), p. 140-150

24. Nebolsina, E.V. (2018) Peculiarities of insurtech development in the USA, the UK, China and Russia. Proceedings of the 32nd International Business Information Management Association Conference, IBIMA 2018 - Vision 2020: Sustainable

Economic Development and Application of Innovation Management from Regional expansion to Global Growth. – p. 3509-3516

25. Global startup report 2020. Startup Genome. URL https://startupgenome.com/reports/gser2020

26. Horizon 2020. European Comisson. URL: https://ec.europa.eu/programmes/horizon2020/en/officialdocuments

27. Fintech Review. URL: https://fintechreview.net/

28. WIPO Global Innovation Index Report, – 2020. – URL: https://www.wipo.int/global_innovation_index/en/2020/

29. Mizroch A. 530 Multinationals from 35 Countries Innovating in Israel. Forbes. – 2019. – URL: https://www.forbes.com/sites/startupnationcentral/2019/05/27/530-multinationals-from-35-countries-innovating-inisrael/#19d7cf483f5d

30. The 15 Biggest Acquisitions in Israeli History. – URL: https://www.israel21c.org/the-15-biggest-acquisitions-in-israeli-history/

31. Rugraff E., Hansen M. W. Multinational Corporations and Local Firms in Emerging Economies. – Amsterdam : Amsterdam University Press, 2011. p. 53

32. PwC Exit Report, 2020. – URL: https://www.pwc.com/il/en.html

33. Startup Nation Central : Human Capital Survey Report, 2019. – URL: https://innovationisrael.org.il/en/news/2019-high-tech-human-capitalreport

34. Israel Economy Profile : Global Competitiveness Report, 2019. – URL: https://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2019/economyprofiles/#economy=ISR

35. Економіка енергетики : підручник / за ред. Л. Г. Мельника, І. М. Сотник. – Суми: Університетська книга, 2015. – 378 с. https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/45315

36. Економіка підприємства : підручник / за заг. ред. д.е.н., проф. Л. Г. Мельника. - Суми : Університетська книга, 2012. - 864 с. https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/80106

37. Дяченко А. В., Карінцева О. І., Тарасенко С. В., Харченко М. О., Мазін Ю. О., Кисильова К. С. Формування інноваційного інструментарію економічної

політики в умовах розвитку світової економічної кризи 2019- 2020 рр. в Україні. Механізм регулювання економіки. 2021. № 3. С. 21-40. https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/85737

38. Карінцева, О. І., Харченко, М. О., Мазін, Ю. О., Фалько, К. С. Практичні засади підвищення ефективності логістичної діяльності сучасного підприємства. Вісник Сумського державного університету. Серія Економіка. 2021. № 3. С. 127−136. DOI: 10.21272/1817-9215.2021.3-14 https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/86223

39. Карінцева О.І., Дегтярьова І. Б., Харченко М.О., Долгошеєва О. І., Кіріл'єва А. В. Залучення іноземних інвестицій як інструмент забезпечення конкурентоспроможності та сталого розвитку країни. Вісник СумДУ. Серія «Економіка», № 3' 2020. С. 199-211. DOI: 10.21272/1817-9215.2020.3-22 https://visnyk.fem.sumdu.edu.ua/issues/3_2020/22.pdf

40. Карінцева, О. І., Харченко, М. О., Пономарьова, Г. С. Підвищення ефективності бізнес-процесів на виробничому підприємстві // Механізм регулювання економіки. 2020. № 4. С. 58-69. https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/83754

41. Мельник Л. Г., Карінцева О. І. (2021) Економіка і бізнес : підручник / за ред. Л. Г. Мельника, О. І. Карінцевої. Суми : Університетська книга, 2021. 316 с. https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/83721

42. Мельник Л. Г., Карінцева О. І., Кубатко О. В., Сотник І. М., Завдов'єва Ю. М. Цифровізація економічних систем та людський капітал: підприємство, регіон, народне господарство // Механізм регулювання економіки. 2020. № 2. С. 9-28. DOI: https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/82236

43. Мельник, Л., Ковальов, Б. (2020). Проривні технології в економіці і бізнесі (Досвід ЄС та практика України у світлі III, IV, і V промислових революцій. Сумський державний університет, с. 180. https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/79621

44. Сотник І. (2018) Підприємництво, торгівля та біржова діяльність / І. Сотник, Л. Таранюк. – Суми: Університетська книга, 2018. – 572 с. https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/80114

45. Экономика развития: учебное пособие / под ред. д.-ра экон. наук, проф. Л. Г. Мельника, канд. экон. наук А. Вик. Кубатко. Сумы : «Университетская книга», 2017. 352 с. https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/80184

46. Karintseva O., Kharchenko M., Boon E.K., ...Melnyk V., Kobzar O.(2021). Environmental determinants of energy-efficient transformation of national economies for sustainable development.. J. International Journal of Global Energy Issues, 2021, 43(2-3), P. 262–274 https://doi.org/10.1504/IJGEI.2021.115148

47. Karintseva O. I., Yevdokymov A. V., Yevdokymova A. V., Kharchenko M. O., Dron V. V. Designing the Information Educational Environment of the Studying Course for the Educational Process Management Using Cloud Services. Механізм регулювання економіки. 2020. № 3. С. 87-97. DOI: https://doi.org/10.21272/mer.2020.89.07
https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/81759

48. Kubatko, O. V., Chortok, Y. V., Honcharenko, O. S., Nechyporenko, R. M., & Moskalenko, I. M. (2019). Studying Features of Vehicle Type Selection by Trade and Logistics Enterprise. Mechanism of economic regulation. – 2019. – №3. – С. 73–82. http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/76448

49. Melnyk L., Sommer H., Kubatko O., Rabe M., Fedyna S. (2020). The economic and social drivers of renewable energy development in OECD countries. Problems and Perspectives in Management,18(4), 37-48. doi:10.21511/ppm.18(4).2020.04
https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/82719

50. Melnyk L. H., Derykolenko O. M., Mazin Yu. O., Matsenko O. I., Piven V. S. Modern Trends in the Development of Renewable Energy: the Experience of the EU and Leading Countries of the World // Механізм регулювання економіки. 2020. № 3. С. 117-133. https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/81810

51. Melnyk, L., Dehtyarova, I., Kubatko, O., Karintseva, O., & Derykolenko, A. (2019). Disruptive technologies for the transition of digital economies towards sustainability. Economic Annals-XXI, 179(9-10), 22-30. doi: https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/85476

52. Melnyk, L., Matsenko, O., Dehtyarova, I. & Derykolenko, O. (2019). The formation of the digital society: social and humanitarian aspects. *Digital economy and digital society*. T. Nestorenko& M. Wierzbik-Strońska (Ed.). Katowice: Katowice School of Technology. [in Ukrainian].URL: http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/74570

53. Melnyk L.G., Kubatko O. (2017) The impact of green-innovations on environmental quality and energy resource consumption. International economic relations and sustainable development : monograph / edited by Dr. of Economics, Prof. O. Prokopenko, Ph.D in Economics T. Kurbatova. – RudaŚląska :Drukarnia i Studio GraficzneOmnidiumю 272 p. ISBN 978-83-61429-11-1

54. The effects of the management of natural energy resources in the European Union / V. Voronenko, B. Kovalov, D. Horobchenko, P. Hrycenko // Journal of Environmental Management and Tourism. – Craiova: ASERS Publishing, 2017. – Vol. 8, Issue Number 7(23), P. 1410-1419. Available at: https://journals.aserspublishing.eu/jemt/article/view/1777

55. Veklych O., Karintseva O., Yevdokymov A., Guillamon-Saorin E.(2020). Compensation mechanism for damage from ecosystem services deterioration: Constitutive characteristic. J. International Journal of Global Environmental Issues, 19(1-3), P. 129–142 https://doi.org/10.1504/IJGENVI.2020.114869