

Київський національний торговельно-економічний університет
Кафедра світової економіки

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на тему:
СТАРТАПИ В МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ
(на матеріалах АТ «ФАРМАК»)

Студентки 3 курсу, 10с групи,
спеціальності 292
«Міжнародні економічні
відносини» спеціалізації
«Міжнародний бізнес»

Черкунової Діани
Олександрівни

підпис

Науковий керівник:
доктор економічних наук,
професор

Дугінець Ганна
Володимирівна

підпис

Гарант освітньої
програми
кандидат економічних наук,
доцент

Лежешко Вікторія
Петрівна

підпис

Київ 2022

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ СТАРТАПІВ В МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ.....	5
1.1. Сутність та ключові характеристики стартапів.....	5
1.2. Аналіз міжнародної діяльності на АТ «ФАРМАК».....	11
Висновки до розділу 1	
РОЗДІЛ 2. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО РОЗВИТКУ СТАРТАПІВ В МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ.....	16
2.1 Оцінка управління стартапами в міжнародному бізнесі.....	16
2.2 Пріоритети розвитку стартапів в міжнародному бізнесі.....	24
Висновки до розділу 2	
ВИСНОВКИ.....	30
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	33

ВСТУП

Актуальність дослідження. Дослідження зумовлено тим, що стартапи є важливим аспектом у підвищенні привабливості інвестиційного клімату країни, особливо розвитку інноваційної діяльності підприємництва й підтримці малого та середнього бізнесу з метою конкурентоспроможного розвитку економіки України. На сьогоднішній день Україна залишається у списку розвиваючихся країн із високим економічним потенціалом.

Вагомий внесок у розроблення теоретико-методологічних основ формування та роботи стартапів зробили такі науковці, як Л. Гладка, Є. Колеснік, Н. Ситник, А. Ковальова., С. Бланк та інші. Проте поза їхньою увагою залишаються теоретичні питання схожості стартапів із малим та середнім бізнесом, формування венчурного бізнесу та його зв'язок зі стартапами, фінансування стартапів за допомоги франчайзингу.

Знаковою тенденцією сучасного бізнесу стало стрімке поширення стартапів – особливої організаційної структури, що спрямована на розроблення та впровадження високотехнологічного та інноваційного продукту.

Це зумовлюється зростаючим попитом на високотехнологічні товари та послуги, а також високими технологічними стандартами у світі. Термін «стартап» зародився в США у 1939 році, коли Хьюлетт і Паккард (двоє американських студентів) створили власну невелику фірму, яку назвали “start-up”. Згодом компанія досягла світових масштабів та зараз відома під назвою Hewlett-Packard (HP).

Станом на 2018 рік компанія є однією із найбільших у США у галузі інформаційних технологій, постачальником апаратного й програмного забезпечення для індивідуальних користувачів, а також для організацій. У результаті під «стартапом» (від англ. “start up” – запускати) прийнято розуміти новітні проекти, які розвиваються в умовах невизначеності, мають стрімке зростання, займаються розробленням нових товарів та послуг і знаходяться на

стадії пошуку оптимальних бізнес ідей за умов фінансування. Поняття стартапу найчастіше асоціюється з новою ідеєю, планом її просування на ринку, стратегією розвитку компанії та обмеженими ресурсами.

Метою написання випускної кваліфікаційної роботи є дослідження сучасних світових тенденції розвитку стартапів у міжнародному бізнесі.

В ході виконання даної роботи постає до виконання ряд таких **завдань**:

- Визначити сутність та ключові характеристики стартапів;
- Аналіз міжнародної діяльності на АТ «ФАРМАК»;
- Оцінка управління стартапами в міжнародному бізнесі;
- Пріоритети розвитку стартапів в міжнародному бізнесі.

Об'єктом є дослідження функціонування стартапів в міжнародному бізнесі

Предметом написання роботи є економічні відносини з приводу функціонування стартапів в міжнародному бізнесі.

Випускна кваліфікаційна робота **складається** із вступу, двох розділів, висновків та списку використаних джерел.

РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ СТАРТАПІВ В МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ

1.1. Сутність та ключові характеристики стартапів

Поняття «стартап» набуло останнім часом значного поширення та значення. Процес створення стартапів в Україні є відносно новим та потребує системного осмислення в контексті активізації, а отже в теоретико-методичному та прикладному розрізі.

Найпоширенішим поняттям стартапу вважають визначення, яке сформулював успішний американський стартапер Стівен Бланк, а саме: «**стартап** – це тимчасова структура, яка спрямована на пошук і реалізацію масштабованої бізнес-ідеї».

Загалом це термін, що використовується для опису бізнесу, який працює над створенням продуктів або надання послуг для вирішення сучасних проблем або задоволення поточних вимог, оскільки рішення не є ясним і успіх не гарантований.

Стартап – це процес для реалізації абсолютно молодого проекту за короткий термін з мінімальними капіталовкладеннями. Основні характеристики даної форми бізнесу базуються на самому визначенні: старт – як початок, «ап» – як швидкий підйом, ріст. Наукові підходи до розуміння поняття «стартап» представлено в табл. 1.1.

Загалом цей термін, що використовується для опису бізнесу, який працює над створенням продуктів або надання послуг для вирішення сучасних проблем або задоволення поточних вимог, оскільки рішення не є ясним і успіх не гарантований

Стартапи, як зазначається у роботі слід досліджувати в межах розвитку теорії організацій, теорії менеджменту та підприємництва. З точки зору теорії організацій важливим є дослідження питання швидкого перетворення ідеї в зростаюче підприємство, теорія менеджменту збагачується результатами вивчення сучасних методів управління малими колективами, а

теорія підприємництва концентрується на вивченні природи появи ідей та підприємницьких ініціатив. Також стартапи займають важливе місце в теорії інновацій як складова інноваційної інфраструктури.

Таблиця 1.1

Наукові підходи до розуміння поняття «стартап»

Автори	Визначення
1	2
Бланк С.	«Стартап (від англ. Start-up - стартувати, запускати) – це тимчасова організація, створена для пошуку повторюваної, масштабованої і стійкої бізнес-моделі».
Кашірін А.І.	«Стартап- це нова компанія в початковий період свого розвитку, яка створюється для реалізації перспективної ідеї з метою отримання високого прибутку».
Грехам П.	«Стартап- це зростання».
Ріс Е.	«Стартап- це новостворена організація, яка займається розробкою нових товарів або послуг в умовах надзвичайної невизначеності».
Мрихіна О. Б	«Стартап – процес виходу на ринок новоствореного підприємства з інноваційним проектом, зазвичай, у короткотривалий термін і мінімальними капіталовкладеннями».
Пікуль В.С.	«Стартап - це тільки що створена компанія яка знаходиться на стадії розвитку і будує свій бізнес або на основі нових інноваційних ідей, або на основі тільки що винайдених технологій»

Джерело: [13]

Стартап як початкова форма існування підприємства є напрямом вивчення теорії організації. Враховуючи характеристики даної форми започаткування бізнесу для розуміння механізмів «запуску» доцільно брати до уваги етапи життєвого циклу, використання якого запропоновано роботі.

На етапі завантаження здійснюються зусилля щодо перетворення ідеї у прибутковий бізнес шляхом позиціонування ідеї, обґрунтування доцільності продукту чи послуги, здійснення «посівного» фінансування. На другому етапі створюється команда та забезпечуються середні інвестиції, тобто загалом робиться спроба виходу на ринок. Етап організаційного виокремлення ідеї у вигляді реального підприємства. Саме на цьому етапі припиняється підприємництво, оскільки створене підприємство переходить до випуску продукції.

Оскільки стартапи є досить складним процесом з точки зору ініціації і традиційні моделі та методи менеджменту не працюють, основна увага в теорії менеджменту повинна приділятися питання управління чинниками розвитку стартапів та пошуку інструментів управління в умовах високого рівня невизначеності. Найбільш поширеними в таких умовах є:

- Модель Бланка-Дорфа (концепція розвитку споживачів) передбачає не закриття стартапу після невдачі, а пошук нових шляхів його реалізації через орієнтацію на споживача та взаємодію з ним.
- Модель Остервальда – 9-ти блокова модель моніторингу стартапу (ключові партнери, ключові активності, переваги та пропозиції, відносини з замовником, призначені для користувача сегменти, ключові ресурси, канали постачання, структура витрат і джерела доходів) з метою знаходження слабких місць та пошуку конкурентних переваг ідеї.
- Модель Еша Маур'я (lean canvas – «бережливий шаблон») орієнтується на ліквідацію причин втрат шляхом залучення до цього процесу всієї команди.

Ще один важливий напрям дослідження стартапів в межах менеджменту це пошук оптимальної бізнес-моделі в стартап-проектах. Виведення ідеї на ринок потребує знань з менеджменту, відповідно науковці досліджують методи найбільш придатного шляху просування стартап-проекту.

Теорія інновацій системно досліджує, в тому числі, питання розвитку інноваційної інфраструктури, важливим елементом якої є старт-апи. Розвинена інноваційна інфраструктура забезпечує повноцінне функціонування ланцюжка «генерування ідеї – розроблення інноваційної продукції – розвиток інноваційних можливостей підприємства – виробництво інноваційної продукції – збут інноваційної продукції».

Для активізації інноваційної діяльності через стартапи необхідні елементи інфраструктури, які: по-перше, сприятимуть фінансуванню стартапів (венчурні фонди, посівні фонди, пілотні центри комерціалізації та

трансферу технологій); по-друге, забезпечать організаційно-технологічні умови (технопарки, наукові містечка, бізнес-інкубатори, кластери, центри колективного використання унікального наукового обладнання, тощо).

Теорія підприємництва націлена на дослідження умов виникнення ініціативної діяльності суб'єкта, здатного сконцентрувати зусилля не лише пошуку та обґрунтуванні ідеї, а потім і на спробі її самостійно-організованої реалізації [29].

Саме тому стартапи вивчаються в теорії підприємництва у контексті дослідження умов ініціації творчої та креативної діяльності індивідуумів та ринкової апробації сформованих ідеї. Фактично в країні повинна формуватись стартап культура, яка б забезпечувала поширення ідей започаткування бізнесу з реалізації власних ідей. Однак слід брати до уваги, що в умовах розвинених ринкових систем акценти корпоративної культури змінились: від ідей «успіх через розвиток» відбувся перехід до ідеї «успіх через продаж» (мається на увазі продаж успішних бізнесів).

У контексті дослідження природи стартапів та визначення характерних особливостей даної форми організації підприємницької діяльності доцільно провести порівняння з іншою формою організації інноваційної діяльності, зокрема з підприємствами малого бізнесу. Вони мають деякі спільні риси: створюються зазвичай підприємцями-початківцями і є невеликими за масштабом. Команда стартапу може складатися з 2–10 осіб, середня кількість працівників на малих підприємствах до 50 осіб.

Стартапи, як і малі підприємства здійснюють свою діяльність в умовах ризику, мають нестійке положення на ринку, потребують інвестицій, для успішного розвитку. Незважаючи на спільні риси, також існують певні відмінності, що стосуються інноваційності продукції, сфери діяльності, траєкторії успішного розвитку, масштабу діяльності, інфраструктури, механізмів інвестування. Стартапи виникають, реалізації нових інноваційних продуктів, тоді як підприємства малого бізнесу орієнтовані на нові або вже існуючі бізнес- моделі.

Таким чином, основними характеристиками стартапів є: наявність креативної ідеї, підприємницька ініціатива, короткий термін реалізації ідеї, мінімальні обсяги інвестицій, продовження у формі нового підприємства [1, с.485].

Для забезпечення ефективного управління процесом розвитку стартапів необхідно чітко розуміти не лише їх основні етапи розвитку, а й заходи, які дозволяють забезпечити виведення через стартап нових ідей на ринок та у сферу виробництва на потужних підприємствах.

Фактично роль стартапів у сучасних умовах полягає у виведенні інновації у вигляді ідеї на ринок та доведення її до користувача, зданого забезпечити її комерціалізації на системній основі. Тобто стартап – це тимчасово-існуючий інфраструктурний елемент, який займається пошуком масштабованої, рентабельної бізнес-моделі, яка здатна забезпечити відтворення.

В роботі розрізняють такі види стартапів:

- Стартапи сфери послуг, які є найбільш поширеними та які характеризуються цільовою орієнтацією на рентабельність
- Масштабовані стартапи створюються у сфері високих технологій та орієнтовані на пошук унікальних ідей, здатних забезпечити умови знаходження бізнес-моделі реалізації багатократне зростання за рахунок здатності залучення значних обсягів фінансування

Стартапи на продаж *на продаж* це проекти, які зорієнтовані на розробку ідей (інтернет, мобільність) та їх продаж для зацікавлених користувачів із значними фінансовими ресурсами.

Стартап поєднав у собі ті характеристики, які сьогодні дозволяють йому функціонувати у складних умовах сучасного ринку. Перетин інтересів учасників забезпечує розвиток даної форми інноваційної діяльності та підприємництва.

Автор ідеї та інвестор у рівній мірі зацікавлені у фінансовому успіху

стартапу. Кожний із них, у разі перемоги, отримає свою вигоду. Інвестор завжди ризикує більше, але, якщо говорити про прибуток, то він теж буде більшим за прибуток стартапера. Саме інвестор отримує більшу частину прибутку, адже саме він забезпечує фінансову підтримку і ризикує у випадку невдачі. Розробник має свій інтерес у цій справі: вкладає свої можливості в стартап – прагне втілити в життя свої ідеї, набути успіх і визнання, займається улюбленою справою і сподівається на отримання винагороди за свої старання [2].

Інтерес інвестора полягає у примноженні капіталу. Це відбувається двома шляхами: вкладання коштів в бізнес, що розвивається; продаж своєї частки за дорожчу ціну або ж залишити її собі і отримувати з неї пасивний дохід.

Таким чином, стартапти є ефективною формою активізації інноваційної активності бізнесу та підприємництва творчих та креативних осіб. Враховуючи сповільнення динаміки НТП роль стартапів зростає, а отже, потребує більш системного дослідження у контексті забезпечення цільового управління даними процесами.

1.2 Аналіз міжнародної діяльності на АТ «ФАРМАК»

Фармацевтичний ринок - один із найбільш динамічних ринків в Україні. За даними компанії «Проксіма Рісерч» загальний обсяг фармацевтичного ринку ЛЗ України, включаючи роздрібний та госпітальний сегменти, збільшився в 2019 році на +16,9% та сягнув 58,7 млрд. грн. В доларовому еквіваленті ринок склав 2,3 млрд. дол. США, що на -0,4% менше ніж за 2018 рік, в натуральному - 1,1 млрд. упаковок (з приростом +4,0%).

Відвантаження продукції АТ "Фармак" за 2019 рік склало 4,6 млрд. грн., за основними ринками збуту:

- на внутрішній ринок України було відвантажено 3,5 млрд. грн. (75,3% від загальних продаж), приріст відвантаження до 2015 року склав +25%,
- на експорт - 1,1 млрд. грн., з приростом до 2018 року +44% (24,6% від

загальних продаж).

Було відвантажено продукцію у більш ніж 20 країн, найбільша доля відвантаження у країни СНД, а саме в Узбекистан, Казахстан та Росію. Більшість продукції АТ "Фармак" відвантажуються оптовим дистриб'юторам, як в Україні так і на експортних ринках, решта відвантажуються напряму в аптеки, госпіталі та інші заклади МОЗ, що знаходяться на території України.

Середня ціна реалізації за упаковку за 2019 рік склала 27,90 грн (за 2015 рік - 38,48 грн).

Більшість продукції АТ "Фармак" відвантажуються оптовим дистриб'юторам, як в Україні так і на експортних ринках, решта відвантажуються напряму в аптеки, госпіталі та інші заклади МОЗ, що знаходяться на території України [30].

Основними компаніями, з якими АТ "Фармак" співпрацює на ринку України безпосередньо являються: фармацевтичні дистриб'ютори ТОВ «БадМ», СП «Оптіма-Фарм, Лтд», ТОВ «Фармпланета», ТОВ «Вента, Лтд», АТ «Фармація», Міністерство охорони здоров'я, медичні заклади, аптечні мережі.

Крім експортних ринків СНД, важливими ринками збуту є ринки Європи, зокрема, ринки Польщі, Німеччини. Збільшуються обсяги продаж на ринки інших країн, зокрема, ринки В'єтнаму, Іраку. Для дистрибуції ЛЗ на фармацевтичному ринку, в основному, використовуються непрямі канали.

Найбільш поширеним каналом продажів є виробник дистриб'ютор аптека-споживач. У середньому, каналами одного дистриб'ютора покривається до 70-80% загальної кількості аптечних мереж і 60-80% лікувальних закладів. Для збільшення ринкового покриття виробник іноді продає свій товар безпосередньо як аптечним мережам, так і лікувальним установам самостійно. Поставки за тендерами здійснюються через дистриб'юторів, які спеціалізуються на тендерних продажах, або, в разі великих закупівель, безпосередньо від виробника [10].

У рамках реалізації стратегії дистрибуції АТ «ФАРМАК» розвиває

традиційні канали в роздрібному та госпітальному сегментах. Для співпраці обираються найбільші дистриб'ютори на ринку. В якості цільових показників компанія планує досягти відповідності між частками дистриб'юторів на ринку та частками даних дистриб'юторів у загальному обсязі закупівель компанії «ФАРМАК».

Нижче наведені дані про портфель замовлень компанії Фармак у 2019 році на ринку України у відсотках (рис. 1.1).

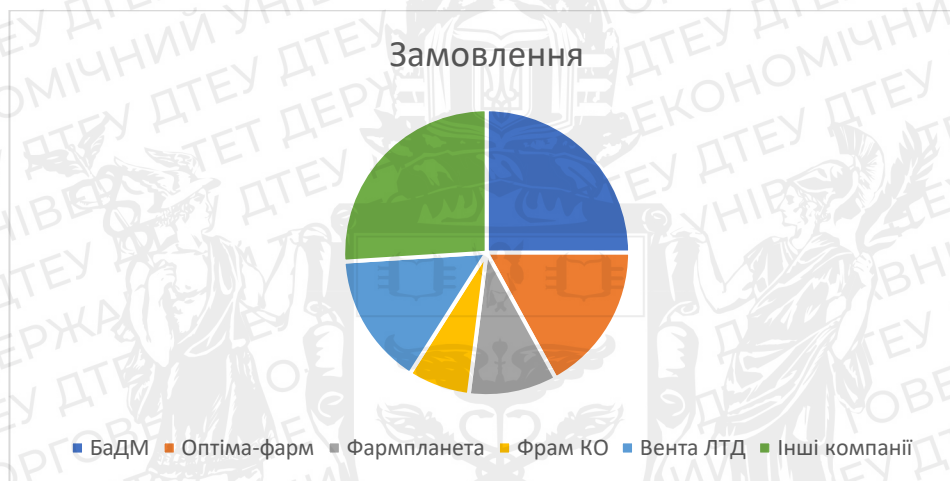


Рис. 1.1 Портфель замовлень компанії Фармак у 2020 році

Джерело: [22]

Як бачимо, сумарна частка топ-5 дистриб'юторів компанії складає 73,8%. Підприємство, працюючи із закордонними партнерами, застосовує умови Інкотермс 2014, що систематизують правила міжнародної торгівлі. Найбільш часто застосовується на підприємстві такі умови поставки — FCA, CIF, CIP і DAP. Види транспорту в залежності від країни покупця.

До країн Середньої Азії зазвичай використовується автомобільний та залізничний види транспорту. До країн - сусідів – автомобільний. До країн Далекого (Філіппіни, В'єтнам) і Близького (ОАЄ, Саудівська Аравія, Ірак, Єгипет) Сходу – морський.

Зазвичай авіаційним транспортом перевозять фармацевтичну продукцію, що містить наркотичні речовини (через його високу вартість).

Проаналізуємо міжнародну діяльність АТ «ФАРМАК».

Обсяги експорту відвантаженої продукції АТ «Фармак» за 2018-2020 рр.

представлені в табл. 1.2

Таблиця 1.2

Динаміка обсягів експорту АТ «Фармак» за регіонами за 2018-2020 рр., млн.грн.

Рік	2018	2019	2020
СНД	483 846	698 150	943 696
Світ	82 174	97 262	166 535
Експорт всього	566 020	795 412	1 110 230

Джерело: [14]

Протягом останніх трьох років бачимо нарощення обсягів експортованої продукції як до країн Середньої Азії, так і світу загалом. У 2020 році обсяг експорту вдвічі перевищував експорт у 2018 році.

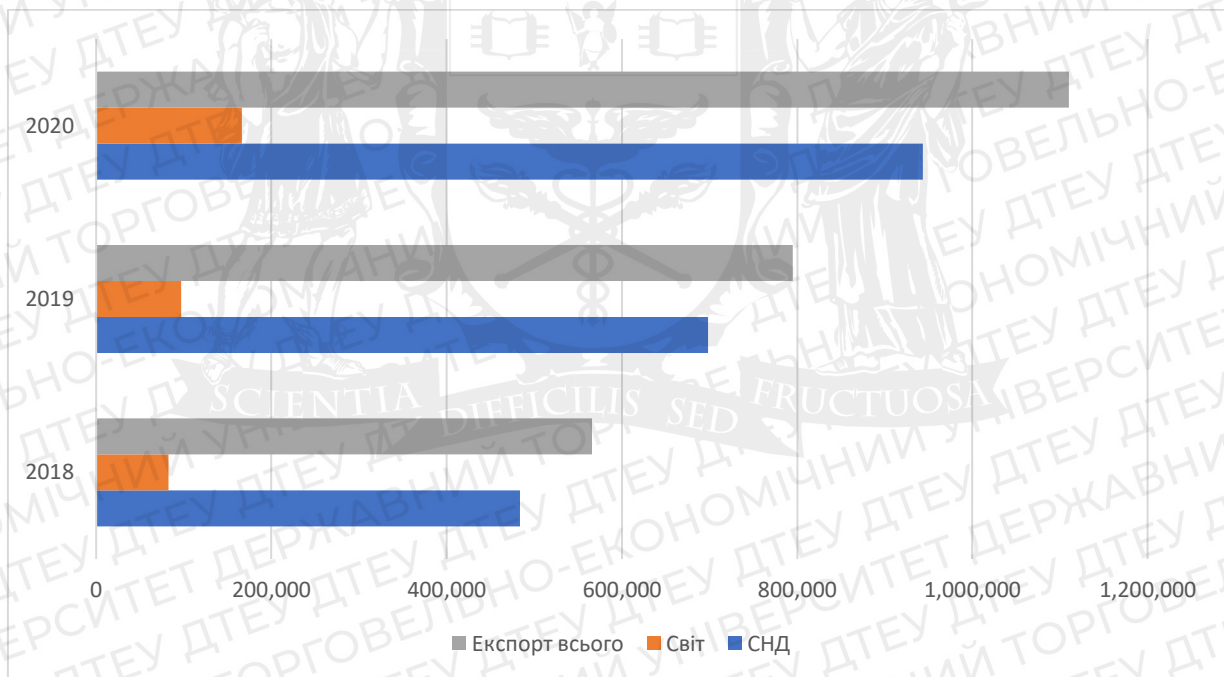


Рис. 1.2 Динаміка обсягів експорту ПАТ «Фармак» за регіонами [3, с.116]

Для більш детального аналізу стану міжнародної діяльності компанії Фармак скористаємось даними наступного рисунку, в якому відображено детальну динаміку географічної структури експорту продукції АТ «Фармак».

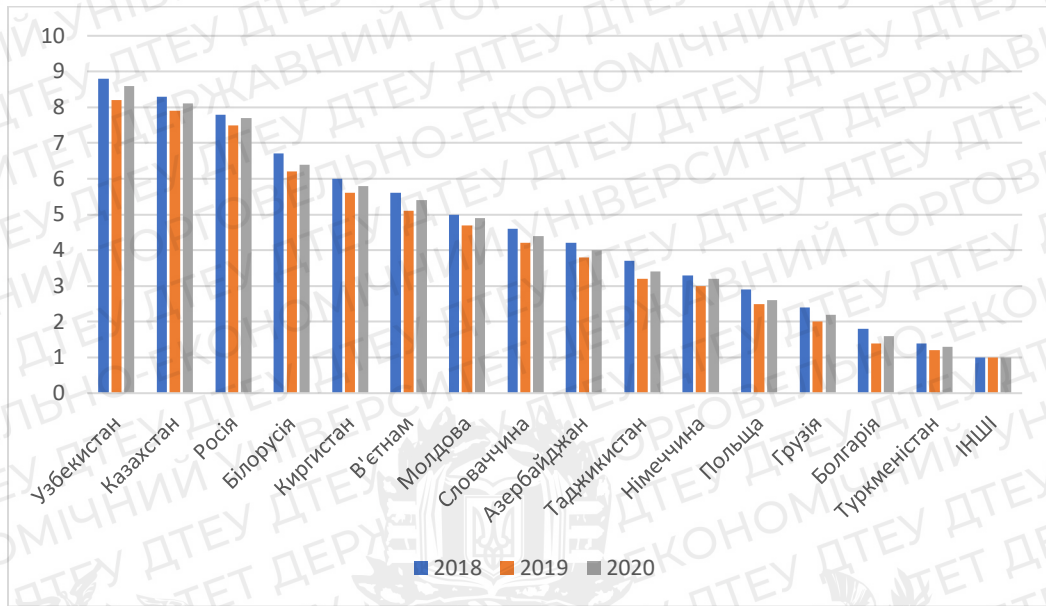


Рис. 1.3 Географічна структура експорту ПАТ «Фармак» за регіонами [12, с.74]

Як бачимо, основними експортними ринками компанії Фармак протягом останніх років є Узбекистан, Казахстан, Росія. Сумарна частка продажів у ці країни становить 63% від загального обсягу експортних продажів у 2019 році (рис. 2.8.). До Білорусі у 2019 році було відвантажено 6,5% від загальног експорту продукції, та за останні два роки частка дещо знизилася. Пов'язуємо це із політичною ситуацією, а також з масштабною програмою імпортозаміщення [6].

Четверте та п'яте місце серед країн-партнерів займає у 2019 році Киргизстан (потіснивши Білорусь) та В'єтнам відповідно. З кожним роком бачимо позитивну тенденцію до зростання обсягів відвантажень саме до цих країн. А от до Словаччини експорт зменшився удвічі за останні два роки: якщо у 2020 році було відвантажено 6,2% , то у 2018 р. – 2,7%. Азербайджан й Таджикистан практично не змінюють обсяги своїх замовлень.

Продуктовий портфель ПАТ «Фармак» покриває широкий перелік терапевтичних груп, але компанія фокусується на шістьох основних групах лікарських засобів, а саме [5, с.253]:

- Протизастудні засоби (25,1% загальних продажів за 2019 рік),
- Кардіологічний портфель (12,3%),

- Неврологічний портфель (11,9%),
- Ендокринологічний портфель (11,2%),
- Гастроентерологічний портфель (9,5%),
- Ортопедія та ревматологія (7,3%).

АТ «Фармак» має декілька спеціалізованих портфельів, таких як офтальмологічний портфель, контрастні засоби, та проводить випуск фармацевтичної продукції по контракту для своїх партнерів, як для ринку України, так і на експорт.

Висновки до розділу 1

Отже, найпоширенішим поняттям стартапу вважають визначення, яке сформулював успішний американський стартапер Стівен Бланк, а саме: «стартап – це тимчасова структура, яка спрямована на пошук і реалізацію масштабованої бізнес-ідеї».

Загалом це термін, що використовується для опису бізнесу, який працює над створенням продуктів або надання послуг для вирішення сучасних проблем або задоволення поточних вимог, оскільки рішення не є ясним і успіх не гарантований. Як бачимо, основними експортними ринками компанії Фармак протягом останніх років є Узбекистан, Казахстан, Росія. Сумарна частка продажів у ці країни становить 63% від загального обсягу експортних продажів у 2019 році (рис. 2.8.). До Білорусі у 2019 році було відвантажено 6,5% від загальног експорту продукції, та за останні два роки частка дещо знизилася. Пов'язуємо це із політичною ситуацією, а також з масштабною програмою імпортозаміщення.

вквув РОЗДІЛ 2. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО РОЗВИТКУ СТАРТАПІВ В МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ

2.1 Оцінка управління стартапами в міжнародному бізнесі

Становлення стартап-індустрії відбувається через створення компаній, які пропонують для вибраної цільової аудиторії інноваційні товари, технології чи послуги.

Позитивною особливістю таких новостворених структур є їх здатність динамічно розвиватися, швидко адаптуватися до мінливого ринкового середовища [26].

У створенні таких компаній беруть участь насамперед особистості з креативним мисленням та високим адаптаційним потенціалом. До негативних особливостей стартап-компаній можна віднести відсутність чіткої організаційної структури управління, високий інвестиційний ризик, обмежений рівень ресурсів.

Морган Браун виділяє такі послідовні фази життєвого циклу стартапу [4]:

- визначення проблеми та способів її вирішення;
- створення моделі мінімально життєздатного продукту;
- пошук цільового ринку та дослідження перспективних клієнтських каналів;
- розширення;
- зрілість.

На кожній стадії визначаються мета, первинні та вторинні цілі, мінімальний набір обов'язкових завдань та бажаних результатів. Згідно з чітко сформульованими критеріями успішності на кожному етапі можна охарактеризувати ефективність діяльності бізнесу.

Опишемо більш детально вищезазначені фази життєвого циклу стартапу. Перша стадія життєвого циклу стартапу вимагає чіткого

формулювання проблеми, ідентифікування основних способів її вирішення та вибору найбільш прийняттого плану дій. Друга стадія передбачає створення мінімально життєздатного продукту з найменшими затратами часу та капіталу, а також оцінюванням обсягу попиту та вивченням особливостей клієнтів задля мінімізації ризиків.

Третя стадія життєвого циклу стартапу визначає відповідність товару чи послуги умовам ринку на основі зворотного зв'язку з урахуванням вивчення обізнаності споживачів з місією товару.

Під час цього етапу відбувається сегментація ринку задля вивчення потреб споживачів. Для четвертої стадії розширення є характерним збільшенням чисельності командних гравців через набір фахівців з глибоким досвідом у тій чи іншій галузі [15].

На цьому етапі важливо задокументувати зроблені кроки, які привели до успіху, оскільки стадія розширення є найбільш тривалою та нерідко наслідком трансформації стартапу в цілісну бізнес-екосистему.

П'ята стадія вимагає постійного вдосконалення підприємства на основі інвестування в команду, пошуку резервів зменшення собівартості продукту тощо. Ця стадія життєвого циклу орієнтована на пошук способів розширення стартапу за кордон. Такі компанії, як «Facebook» та «LinkedIn» у межах цього етапу шукали можливості інтернаціоналізації бізнесу та розробляли стратегії локалізації в зарубіжних країнах.

На підставі аналізу особливостей фаз життєвого циклу стартапу, згідно з Морганом Брауном, визначальними елементами є ідея, персонал, комунікації, стратегія [7].

В основу забезпечення життєздатності стартапу покладено ідею, для якої характерною є не лише наявність інноваційної складової, але й можливість оцінювання потреб споживачів. У започаткуванні стартапу провідну роль відіграють не досвід та освіта засновників, а їх особистісні якості та характер [16].

На думку Дж. Коллінза, ключова роль та відповідальність відводиться

лідерам, які прагнуть до успіху компанії, а не до особистого визнання. Також лише за умов сформованої команди підприємства можна визначити вектор розвитку й стратегію суб'єкта господарської діяльності.

Важливе місце в імплементації стартапу посідають комунікації. Завдяки налагодженому зворотному зв'язку зі споживачами та партнерами можна усунути можливі ризики проекту, залучити зовнішні джерела фінансування, досягнути ефективності діяльності [8, с.168].

Згідно з дослідженням, проведеним «CB Insights», найбільш поширеними причинами невдалої імплементації стартапів є помилкова політика ціноутворення (18% випадків з вибіркової сукупності), передчасний вихід з конкурентного середовища (19%), неспроможність створити успішну команду працівників (23%), неефективний метод управління фінансовими ресурсами та їх нестача (29%), а також невідповідність продукту ринковим потребам (42%).

Проекти стартапів у різних країнах світу упродовж останніх років характеризуються певними закономірностями та тенденціями в розвитку [9].

- Підприємницьке новаторство майже повністю побудоване на основі Інтернету та інформаційно-комунікаційних технологій. Підприємець та інвестор Стів Кейс називає цей процес Третьою хвилею інтернет-революції. Першу хвилю очолювали компанії, які допомогли побудувати фундамент всесвітньої мережі. Друга хвиля була керована компаніями «Google» і «Facebook», які створювали соціальні медіа, пошук в Інтернеті та продукти електронної пошти, тоді як такі компанії, як «Snapchat», розробляли програми, призначені для користувачів смартфонів. Нині третя хвиля зводить ці етапи в одне ціле та уможлиблює впровадження Інтернету в конкретні галузеві вертикалі.

- Основу для стартапів в епоху технологій формують також дослідження й розробки. За 2006-2016 рр. чисельність заявок на патенти зросла на вражаючі 113%, причому витрати на НДДКР у ВВП зросли на 15,7%

[10] за цей же період часу. За аналогічною тенденцією до зростання чисельність науковців-розробників на душу населення за 2005-2015 рр. зростає на 23,16%.

- Стартапи, що розвиваються в екосистемі, пов'язані з глобальним комплексом знань, мають більшу спроможність до розроблення провідних світових бізнес-моделей, оскільки вони мають доступ до міжнародних ринків. Проекти, які зароджуються в інвестиційно-інноваційних осередках, зростають удвічі швидше.
- Основними засобами поширення обізнаності цільової аудиторії про сам стартап є соціальні мережі. «Instagram», «Facebook», «YouTube» тощо нині є провідними рекламними панелями в Інтернеті завдяки можливості охоплення потенційних клієнтів.

Задля дослідження передумов розвитку стартапів у тих чи інших країнах необхідно здійснити аналізування низки показників. Провідними визначниками потенціалу країни у цій сфері є Індекс інноваційного розвитку (Global Innovation Index), складений Всесвітньою організацією інтелектуальної власності (World Intellectual Property Organization),

Корнелльським університетом та міжнародною бізнес-школою «Insead», та Індекс глобальних стартап-екосистем (The Global Startup Ecosystem Ranking). Згідно зі звітом Індексу інноваційного розвитку 2018 р. консолідований індекс, що включає 80 індикаторів з оцінювання політичного середовища країни, рівня освіти, інфраструктури та складності ведення бізнесу, сягає 68,4 балів для Швейцарії, яка займає провідну позицію в рейтингу.

Індекс глобальних стартап-екосистем формується через ранжування окремих бізнес-центрів за п'ятьма основними компонентами, такими як продуктивність, фінансування, талант, ринковий дохід і досвід. Відповідно до опублікованої доповіді визначено провідні осередки інноваційного бізнесу, якими стали Кремнієва долина (Сан-Франциско, США), Нью-Йорк (США),

Лондон (Велика Британія), Тель-Авів (Ізраїль), Стокгольм (Швеція), Чикаго (США), Бенгалуру (Індія), СанПаулу (Бразилія) та Кейптаун (ПАР).

Дані стартап-екосистеми вирізняються амбітними цілями та впровадженням продуктів, орієнтованих на глобальних клієнтів. Провідними країнами імплементації стартапів за регіонами є [11, с.37]:

- Північна Америка: США, Канада;
- Латинська Америка: Мексика, Чилі, Бразилія, Аргентина, Колумбія;
- Європа: Велика Британія, Ізраїль, Німеччина, Швеція, Данія;
- Азія: Сінгапур, Китай, Південна Корея, Японія;
- Африка: ПАР, Кенія, Єгипет.

Найперспективнішими сферами впровадження стартапів у 2018 р. Були прогресивне виробництво та робототехніка, агротехнології та нові харчові продукти, Blockchain, штучний інтелект (далі – ШІ) та аналітика. Детальніше розглянемо найбільш зростаючі галузі щодо започаткування інноваційних бізнесів.

Штучний інтелект – це перспективне поле для заснування стартапів. Марк Цукерберг оптимістично стверджує, що ШІ підвищить якість життя, наприклад, допоможе запобігти нещасним випадкам на дорогах, підвищить продуктивність окремих людей [20].

Останні дослідження показують, що глобальний ВВП може бути на 14% більшим у 2030 р. внаслідок вливання додаткового венчурного капіталу в розмірі 15,7 трлн. дол. (з огляду на останні тенденції) у ШІ, що робить його найвигіднішою комерційною діяльністю в сучасній економіці. Провідні можливості існують також на суміжному ринку аналітичної діяльності [18].

Фірма «IDC» («International Data Corporation») оцінює, що витрати на аудит зростуть зі 130,1 млрд. дол. у 2016 р. до більш ніж 203 млрд. дол. у 2020 р. Китайський уряд, наприклад, заявив, що країна повинна стати світовим лідером у галузі надання аналітичних послуг до 2030 року.

Підприємці, інвестори, глобальні організації та уряди визнали Blockchain революційною технологією, яка матиме значний вплив на різні сфери, а також відобразиться на соціальній та економічній інфраструктурі. Завдяки зростанню цін на біткоїни та інші криптовалюти протягом останніх 1,5 років увага громадськості сконцентрувалась на основоположній технології, яка лежить в її основі, а саме Blockchain.

Це перша відкрита мережа, що дає змогу здійснювати платежі, бартер або будь-яку іншу форму обміну цінностями без централізованого моніторингу. Загальна вартість інвестицій, вкладена в цю галузь шляхом заснування стартапів, зросла на 1321% з 2012 по 2017 рр.

Оцифрування – це шлях вперед. Прогресивне виробництво та робототехніка також є одними з найперспективніших напрямів створення стартапів останніми роками. Оскільки цифрова революція продовжує змінювати світову економіку та стосується буквально всіх галузей. Ця сфера зараз змінює динаміку обробної промисловості [28].

Наприклад, коли у 2017 р. «Desktop Metal» оприлюднила плани 3D-принтера «Виробнича система» (у 100 разів швидшого, ніж традиційно використовувані лазерні агрегати), заяву зустріли зі скептицизмом.

Однак лише через кілька місяців журнал «Popular Science» оголосив продукт найкращою інновацією в машинобудуванні. Безсумнівно, галузь прогресивного виробництва та робототехніки матиме далекосяжний вплив на світову економіку.

Лише за 2012-2017 рр. загальні інвестиції в цю сферу зросли на 1386%, що вказує на безумовну успішність стартапів. За кордоном створення стартапів притаманне різним видам діяльності, зокрема ігровій платформі, розумним нагадуванням у смартфоні, плануванню Instagram-постів, резервному копіюванню у смартфонах, соціальній мережі, фінансовому онлайн-помічнику.

Українські компанії також стають відомими на міжнародному рівні, їхні продукти та послуги купуються за кордоном, а краудфандингові кампанії

приваблюють спонсорів з усього світу. Амбітні та креативні українці активно беруть участь у процесі розвитку стартапів, втілюючи в життя найбільш незвичайні та інноваційні ідеї.

Провідними з них є такі [23]:

1) «TripMyDream» – один з найкращих і найвідоміших проєктів, заснований у 2015 р. Реалізована ідея стала найкращим туристичним стартапом світу за результатами конкурсу «Seedstars Summit 2016». «TripMyDream» зібрав інвестиції в розмірі 500 тис. дол. США і є найбільш успішним на британському ринку.

2) «SolarGaps» є стартапом у галузі відновлюваної енергетики. Інноваційні жалюзі, представлені у 2017 р., здатні перетворювати сонячні промені на електрику. Встановлення «SolarGaps» у приміщенні дає змогу виробляти 100 кВт електроенергії протягом місяця.

3) «Myhelix» – проєкт, заснований у 2016 р. двома випускницями кафедри біології Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Продукт стартапу дає змогу аналізувати інформацію ДНК для визначення правильного способу харчування для конкретної людини. Сьогодні ця київська компанія проводить комерційні ДНК-тести та надає рекомендації клієнтам.

4) «PassivDom» є першим автономним будинком у світі, який працює виключно на сонячній енергії. Прототип створюють за один день за допомогою 3D-принтера, існує можливість його транспортування. «PassivDom» почав працювати навесні 2017 р. і вже отримав 8000 замовлень із США.

5) Український стартап «UniEco» на чолі із розробником Антоном Головаченком виграв у міжнародному конкурсі інновацій і робототехніки «Robot Launch 2017», отримав можливість взяти участь у програмі Кремнієвої долини для залучення інвестицій. Проєкт ініціює виробництво сконструйованих засновником екзоскелетів, тобто пристроїв, які дадуть людям з проблемами опорно-рухового апарату можливість самостійно

рухатися. Перевага цього продукту полягає в тому, що він значно дешевший, ніж іноземні аналоги.

Отже, українські стартапи охоплюють різні сфери суспільного життя й задовольняють попит усіх споживачів. Однак спостерігається тенденція залежності успішності проектів від іноземних інвестицій. На жаль, вітчизняна науково-дослідницька база є порівняно застарілою, що унеможливорює швидкі темпи розвитку інновацій в Україні. Лише за допомогою краудфандингу та об'єднання ресурсів засновників з іноземними інвесторами проекти реалізуються [24].

Саме тому за Індексом інноваційного розвитку у 2018 р. Україна посідає 43 місце з показником 38,52 бали, що на 29,88 бали менше, ніж показник Швейцарії, що посідає перше місце. Минулого 2017 р. вітчизняна економіка була оцінена у 37,62 бали (50 місце) з відривом в розмірі 30,07 бали. Відповідно, така тенденція вказує на позитивні зрушення у сфері інноваційної діяльності України останніх років.

Стартапи дедалі глибше проникають в економічну сферу суспільного життя. На основі проведеного дослідження можна виокремити основні особливості розвитку стартапів у світі загалом та в Україні зокрема: 1) більш успішними впродовж останніх років є ті проекти, які реалізуються в межах провідних бізнес-центрів, та ті, які створюють продукт зі сфер штучного інтелекту, агротехнологій, Blockchain та робототехніки; 2) лівова частка інноваційних компаній припадає на найбільш розвинені країни, однак існує тенденція до появи нових стартапів саме в тих країнах, що розвиваються; 3) Україна є перспективним гравцем на міжнародному ринку інновацій та венчурного капіталу, однак успіх вітчизняних стартапів базується на використанні іноземних джерел фінансування.

2.2 Пріоритети розвитку стартапів в міжнародному бізнесі

Для успішного створення та розвитку стартапу потрібно сприятливе середовище, а саме доступ до фінансів і знань. Авторитетний рейтинг

глобальних екосистем стартапів (The Global Startup Ecosystem Ranking) американської дослідницької компанії Compass визначаються за п'ятьма оціночними критеріями:

- ефективність використання інвестицій (діяльність);
- доступність і обсяг венчурного фінансування;
- можливості виходу на національні і міжнародні ринки;
- кваліфікація і рівень зарплат учасників стартапу;
- попередній досвід учасників у розробленні стартапів.

У 2017 р. була визначена двадцятка найкращих екосистем стартапів світу, в якій перші три місця зайняли Силіконова долина, Лондон, Нью-Йорк. Нажаль жодне українське місто не увійшло в даний рейтинг.

В порівнянні зі світовими лідерами, українські екосистеми стартапів знаходяться на початкових етапах розвитку за обсягами інвестицій, можливостями виходу на світовий ринок та досвідом реалізації стартапів.

Вклад експортної ІТ-індустрії до загального ВВП України у 2017 році склав 3,3% та поступається лише аграрному комплексу та металургії.

За даними асоціації IT Ukraine обсяг експорту послуг ІТ-сектору України у 2017 році зріс на 20% у порівнянні з 2016 роком – до \$3,6 млрд, прогнозований обсяг експорту на 2018 рік збільшиться до \$4,5 млрд, а у 2025 році сягне аж \$8,4 млрд⁵ [25, с.107].

Щоб створити ефективну екосистему підтримки стартапів, потрібно інтенсивна довгострокова робота. Досвід Сінгапуру показує, що економічні реформи по лібералізації законодавства в сфері підприємництва та фінансів в середині 90-х років, дали свої плоди тільки в 2010-х роках. Винятком є лише Пекін, який у 2010 році розпочав реформу вищої освіти, що привело до якісного переформування 70-ти пекінських технічних університетів, а з 2015 року держава в рамках програми підтримки стартапів виділила 231 млрд.\$ інвестицій на їх розвиток.

В результаті екосистема Пекіна вже має 40 «єдинорогів» - так

називаються стартапи ринкова вартість яких перевищує 1 млрд \$6 . Україна на даному етапі має лише високоєфективні кадри, які шукають собі роботу в іноземних компаніях, або виїжджають з країни.

В різних місцях приватні підприємці, університети та організації пробують сформувати елементи екосистеми, однак для успішної їх діяльності потрібно у державі формувати мікроклімат із розвитку підприємництва та залучення інвестицій.

Однак, освіта в Україні в більшості зводиться до отримання диплому чи продовження своєї кар'єри на науковій ниві, яка часто відірвана від потреб ринку [8, с.168].

У світі, щоб при університетах стимулювати розвиток підприємництва, є тенденція формування інкубаторів академічного підприємництва. В Польщі діє понад 50 таких інкубаторів, які надають юридичну, бухгалтерську, консультаційну та іншу допомогу із розвитку бізнесу для студентів та науковців університету.

В Україні найвідоміша програма підтримки інновацій та стартапів при університетах – це бізнес-інкубатор Sikorsky Challenge, що створений у 2014 році з метою заохочення інноваційної діяльності і підприємницької активності в університеті НТУУ «КПІ», а також для залучення інвестицій задля реалізації стартап-проектів і запуску успішних стартап-компаній. Він надає робочі місця, лабораторії 3Д моделювання та друку, забезпечує навчальними програмами, консультаціями фахівців з юридичних питань, прав інтелектуальної власності, маркетингу, та інші.

А головне - бізнес-інкубатор організує пошук та взаємодію стартаперів з інвестором. Деякі українські університети підтримали цю тенденцію і теж створили умови для розвитку підприємництва.

Зокрема у НУ «Львівській політехніці» у 2017 році створено Tech StartUp School – це 1100 м2 комфортного інноваційного середовища для продукування та реалізації креативних ідей та успішних стартапів. В Українській академії банківської м. Суми створено коворкінг-центр у якому

проводять зустрічі із підприємцями та тематичні додаткові навчання із підприємництва.

До української екосистеми підтримки стартапів входять інкубатори, страпап школи та акселератори, які були створені за участю приватних інвесторів, іноземних грантових програм чи організацій:

- UNIT Factory (<https://unit.ua>) – сприяє інноваційному розвитку України, беручи участь у безкоштовній підготовці талановитих ІТ кадрів. На території діє інноваційний парк UNIT.CITY – це місце, де створюється екосистема та інфраструктура для розвитку бізнесу в сфері високих технологій.
- Акселератор та венчурний фонд GrowthUp (<http://growthup.com>) – фокусується на допомозі технологічним стартапам, які перебувають на ранній стадії і створюють продукт на західний ринок.
- Startup Depot (<http://startupdepot.lviv.ua>) та Startup School University Edition – це коворкінг у Львові та його навчальна програма для молоді, яка хоче розвивати свій інноваційний бізнес. За 2 роки дії програми у ній взяли 1220 студентів.
- iHUB (<http://ihub.world/ua>) – це проект, який підтримується МЗС Королівства Норвегія, та розвиває екосистему інноваційних підприємств в Україні та Східній Європі, та підвищуємо рівень освіти молодих інноваторів, щоб посилювати соціальний і економічний розвиток цієї частини світу. На даний момент в Україні, центри iHUB є у Києві, Львові, Чернігові, Вінниці в першу чергу це коворкінг, менторська підтримка, конкурси стартапів та тематичні події.
- Radar Tech (<http://radartech.com.ua/>) - це технологічний кластер, що об'єднує галузеві корпоративні акселератори з метою створення екосистеми яка сприяє реалізації ідей, зростання і розвитку секторів економіки.
- 1991 Open Data Incubator (<http://1991.vc/>) - перший в Україні

некомерційний інкубатор, який допомагає перетворити тонни відкритих державних даних на реальні стартапи, що надають сервіси українським громадянам, підприємствам та державним органам.

- Center for Entrepreneurship при Львівській бізнес-школі УКУ (<https://ucucfe.lvbs.com.ua/>) – це бізнес-акселератор де зароджуються ідеї студентів та підприємців, які далі розвиваються у стартапи та пізніше стають великими корпораціями. Це спільнота досвідчених підприємців та фахівців із галузі технологій, які роблять успішні проекти.

- AgroHub (<https://agrohub.org/>) - створений для того, щоб українські агрокомпанії втілювали більше інновацій від українських розробників технологічних рішень. Тісно співпрацює із Radar Tech.

- Startup.network (<https://startup.network/ua/>) – це інвестиційно-соціальна платформа для учасників венчурного ринку – стартаперів, інвесторів, професійних консультантів, яка поєднує їхні інтереси. Окремими варто виділити проект платформи – Битва Стартапів (<https://battle.startup.network>), які відбуваються постійно у різних містах України та світу, а також акселераційна платформа для стартаперів (<https://crowdinc.me/>).

- Проект EGAP Challenge (<http://egap.in.ua>) – конкурс ІТ стартапів з електронної демократії, який розрахований на 3 роки (2016 – 2018) та буде реалізований на базі чотирьох пілотних областей: Вінницька, Волинська, Дніпропетровська та Одеська.

- Greencubator (<http://greencubator.info/>) - розвиває екосистему стійкого підприємництва, низьковуглецевих інновацій та зеленої економіки в Україні та Східній Європі. Організація створила платформу, що поєднує енергетичні таланти та рухає вперед зелене підприємництво.

На даному етапі розвитку підприємництва спостерігається значне піднесення у розвитку українських стартапів, які досить швидко розвиваються і мають багато користувачів.

Однак мала зацікавленість держави в сучасних інноваційних проектах змушує молоді компанії співпрацювати з іноземними інвесторами, які допомагають втілити проекти в життя та стати конкурентоспроможними. Саме тому, необхідно сприяти ефективному функціонуванню стартапів в Україні, створювати механізми для підвищення результативності їхньої діяльності на вітчизняному ринку та визнання значущості інноваційних технологій для успішного розвитку українських підприємств [19].

Основним бар'єром розвитку стартапів в Україні – це відсутність замовників, які б хотіли купувати кінцевий продукт. Тому стартапи створюються в Україні з прицілом на клієнтів з інших ринків (США, Європи, Азії і т.п.), таким чином легше залучити інвестиції та довести свою ідею до серійного продукту, послуги чи ІРО.

Тому якщо говорити про університети чи обласний рівень, то немає сенсу витрачати кошти на конкурси та різного роду навчання з розвитку стартапу.

Потрібно просто створити умови для розвитку підприємливості. В університетах це може бути через інше формування навчальних програм, створення міждисциплінарних проектних груп (у яку входять і студенти технічних та гуманітарних спеціальностей), за якими будуть закріплені ментори, і мета якої буде формування та розробка бізнес ідей [21].

Підтримка стартапів є комплексним процесом, реалізація якого включає:

- збільшення інвестування з боку держави, та як наслідок, забезпечення розвитку галузі на території країни та сплата податків, які дадуть можливість через певний час існування проекту повернути інвестовані гроші;
- підтримку соціальної спрямованості інноваційних проектів; – розвиток підприємницької культури;
- посилення режиму інтелектуальної власності;
- розробку державними органами законопроектів, які сприятимуть розвитку інноваційного підприємництва;

- посилення інформаційних можливостей участі українських новаторів в міжнародних програмах.

Висновки до розділу 2

У світі, щоб при університетах стимулювати розвиток підприємництва, є тенденція формування інкубаторів академічного підприємництва. В Польщі діє понад 50 таких інкубаторів, які надають юридичну, бухгалтерську, консультаційну та іншу допомогу із розвитку бізнесу для студентів та науковців університету.

В Україні найвідоміша програма підтримки інновацій та стартапів при університетах – це бізнес-інкубатор Sikorsky Challenge, що створений у 2014 році з метою заохочення інноваційної діяльності і підприємницької активності в університеті НТУУ «КПІ», а також для залучення інвестицій задля реалізації стартап-проектів і запуску успішних стартап-компаній. Він надає робочі місця, лабораторії 3Д моделювання та друку, забезпечує навчальними програмами, консультаціями фахівців з юридичних питань, прав інтелектуальної власності, маркетингу, та інші.

Однак мала зацікавленість держави в сучасних інноваційних проектах змушує молоді компанії співпрацювати з іноземними інвесторами, які допомагають втілити проекти в життя та стати конкурентоспроможними. Саме тому, необхідно сприяти ефективному функціонуванню стартапів в Україні, створювати механізми для підвищення результативності їхньої діяльності на вітчизняному ринку та визнання значущості інноваційних технологій для успішного розвитку українських підприємств.

ВИСНОВКИ

Таким чином, можна зробити висновок, що ринок стартапів досить привабливий для інвестиційної діяльності. Проаналізувавши відповідні сектори, ми можемо виокремити такі особливості ринку стартапів у світі:

- по-перше, ринок стартапів досить інтенсивно розвивається у глобальних масштабах;
- по-друге, найпоширенішими методами фінансування стартапів виступають франчайзинг та венчурний капітал. При чому, якщо франчайзинг стосується стартапів у сфері послуг із швидкого харчування, то венчурний капітал орієнтується на високотехнологічні галузі;
- по-третє, в розрізі регіонів на цей момент монопольним лідером на ринку стартапів є США. Однак у розрізі нових стартапів на провідні ролі виходять країни, що розвиваються.

В ході виконання даної роботи постає до виконання ряд таких завдань:

- Визначено сутність та ключові характеристики стартапів;
- проаналізовано міжнародної діяльності на АТ «ФАРМАК»;
- Оцінено управління стартапами в міжнародному бізнесі;
- Визначено пріоритети розвитку стартапів в міжнародному бізнесі.

Продуктовий портфель ПАТ «Фармак» покриває широкий перелік терапевтичних груп, але компанія фокусується на шістьох основних групах лікарських засобів, а саме:

- Протизастудні засоби (25,1% загальних продажів за 2019 рік),
- Кардіологічний портфель (12,3%),
- Неврологічний портфель (11,9%),
- Ендокринологічний портфель (11,2%),
- Гастроентерологічний портфель (9,5%),
- Ортопедія та ревматологія (7,3%).

АТ «Фармак» має декілька спеціалізованих портфельів, таких як офтальмологічний портфель, контрастні засоби, та проводить випуск фармацевтичної продукції по контракту для своїх партнерів, як для ринку України, так і на експорт.

Отже, українські стартапи охоплюють різні сфери суспільного життя й задовольняють попит усіх споживачів. Однак спостерігається тенденція залежності успішності проектів від іноземних інвестицій. На жаль, вітчизняна науково-дослідницька база є порівняно застарілою, що унеможливорює швидкі темпи розвитку інновацій в Україні. Лише за допомогою краудфандингу та об'єднання ресурсів засновників з іноземними інвесторами проекти реалізуються. Саме тому за Індексом інноваційного розвитку у 2018 р. Україна посідає 43 місце з показником 38,52 бали, що на 29,88 бали менше, ніж показник Швейцарії, що посідає перше місце. Минулого 2017 р. вітчизняна економіка була оцінена у 37,62 бали (50 місце) з відривом в розмірі 30,07 бали.

Відповідно, така тенденція вказує на позитивні зрушення у сфері інноваційної діяльності України останніх років. Висновки з проведеного дослідження. Стартапи дедалі глибше проникають в економічну сферу суспільного життя.

На основі проведеного дослідження можна виокремити основні особливості розвитку стартапів у світі загалом та в Україні зокрема:

- більш успішними впродовж останніх років є ті проекти, які реалізуються в межах провідних бізнес-центрів, та ті, які створюють продукт зі сфер штучного інтелекту, агротехнологій, Blockchain та робототехніки;
- лівова частка інноваційних компаній припадає на найбільш розвинені країни, однак існує тенденція до появи нових стартапів саме в тих країнах, що розвиваються;

- Україна є перспективним гравцем на міжнародному ринку інновацій та венчурного капіталу, однак успіх вітчизняних стартапів базується на використанні іноземних джерел фінансування.



СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бланк С., Дорф Б. Стартап: Настольная книга основателя. М. : Альпина Паблишер, 2013. 485 с.
2. Blank S., Dorf B. The Startup Owner's Manual. 2012.
3. Гавриш О. А., Бояринова К. О., Копішинська К. О. Розробка стартап-проектів: практикум : навч. посіб. для студ. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. 116 с.
4. Ries E. The lean startup. Crown Business. 2011.
5. Рис Э. Бизнес с нуля. Метод Lean Startup для быстрого тестирования идей и выбора бизнес-модели. М. : Альпина Паблишер, 2014. 253 с.
6. Cooper, B., Vlaskovits P. The Lean Entrepreneur: How Visionaries Create Products, Innovate with New Ventures, and Disrupt Markets. 2013.
7. Brown T., Katz B. Change by design: How design thinking transforms organizations and inspires innovation. 2009.
8. Власковиц П., Купер Б. Стартап вокруг клиента. Как построить бизнес правильно с самого начала. М. : Манн, Иванов и Фарбер, 2011. 168 с.
9. Horowitz B. The hard thing about hard things: Building a business when there are no easy answers. 2014.
10. Hoffman R., Casnocha B., Yeh C. The alliance: Managing talent in the networked age. 2014.
11. Гавриш О. А., Дергачова В. В., Кравченко М. О. Менеджмент стартап проектів : підруч. для студентів техн. спец. другого (магістерського) рівня вищої освіти. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. 337 с.
12. Поліщук В. В. Стартап-проекти та їх оцінювання : конспект лекцій для студентів за спеціальністю 7.121 «Інженерія програмного забезпечення» факультету інформаційних технологій УжНУ. Ужгород : УжНУ, 2018. 74 с.
13. Phases of the Startup Lifecycle: Morgan Brown on What it Takes to Grow a Startup. URL: <https://growthhackers.com/articles/5-phases-of-the-startup-lifecyclemorgan-brown-on-what-it-takes-to-grow-a-startup> (дата звернення:

1.04.2019).

14. Collins J.C. Good to great: Why some companies make the leap ... and others don't. New York, NY : Harper Business, 2001.

15. The Top 20 Reasons Startups Fail. URL: https://top/?utm_content=65237055&utm_medium=social&utm_source=twitter (дата звернення: 1.04.2019).

16. 7 причин, чому 8 з 10 стартапів закриваються, не проживши й року, і 7 порад, як знизити ризики // Юнона – бюро перекладів. URL: <https://unona.com.ua/uk/blog/7-prichin-pochemu-8-iz-10-startapov-zakryvayutsya-ne-prozhiv-i-goda-i-7-sovetov-kak-eto-predotvratit/>

17. World bank. URL: <https://data.worldbank.org> (дата звернення: 1.04.2019).

18. Global Innovation Index. URL: <https://www.globalinnovationindex.org/home> (дата звернення: 1.04.2019).

19. Cornell University, INSEAD, and WIPO: The Global Innovation Index 2018: Energizing the World with Innovation. Ithaca, Fontainebleau, and Geneva. 2018.

20. Стадії розвитку стартапу. Електронний ресурс. Режим доступу: [<https://sites.google.com/site/itbusinesscenter/start-up---startup-kak-eto-rabotaet>] 3. Venture Capital Report: Europe. 1Q. 2015. Dow Jones ‘Venture Source. – 17 p. – Electronic text data. – Mode of access: http://images.dowjones.com/company/wpcontent/uploads/sites/15/2015/04/Dow-Jones-Quarterly-Venture-CapitalReport-Europe_1Q15-Final-1.Pdf. – Title from screen.

21. Михайло Бабич Стартапи: Життєвий цикл, Робота з інвесторами. Електронний ресурс. Режим доступу: [<http://blog.babich.me/2016/03/startuprabota-s-investorami.html>], [<http://blog.babich.me/2016/03/startup-zhiznennyjtsikl.html>].

22. Гунько, І. 5 головних причин провалу старту-па: обговорення на «Quora» / Електронний ресурс. Режим доступу: <http://siliconrus.com/2015/02/failreasons>.

23. Методи оцінки стартапа. Електронний ресурс. Режим доступу: [<https://habrahabr.ru/company/findstartup/blog/144221/>].

24. К.М. Можарова, К.В. Логвинов - Стартапи і їх особливості в інтернеті. Брянський державний технічний університет. Електронний ресурс. Режим доступу: [<http://www.studfiles.ru/preview/6009945/page:9/>].
25. Ермошкина А. Ю. Клинико-антропометрическая характеристика и вегетативная регуляция у лиц юношеского возраста больных сколиозом / А. Ю. Ермошкина, В. В. Фефелова, В. Т. Манчук, Т. В. Казакова. – Красноярск, 2011. – 107 с.
26. Промышленный маркетинг: рыночная стратегия: Учеб. пособие. — К.: «Издательский дом «Профессионал», 2009. file:///Users/dmytro/Downloads/PROM_MARKET.pdf
27. Іншаков Максим Олегович. Інноваційні стартап-проекти: досвід, оцінка, протиріччя реалізації // Вісник Волгоградського державного університету. Серія 3: Економіка. Екологія.
28. Стадії розвитку стартапу. Електронний ресурс. Режим доступу: [<https://sites.google.com/site/itbusinesscenter/start-up---startup--kak-eto-rabotaet>] 3. Venture Capital Report: Europe. 1Q. 2015. Dow Jones 'Venture Source. - 17 p. - Electronic text data. - Mode of access: http://images.dowjones.com/company/wpcontent/uploads/sites/15/2015/04/Dow-Jones-Quarterly-Venture-CapitalReport-Europe_1Q15-Final-1.pdf. - Title from screen.
29. Туменко, М.С. Стартапи і особливості їх розвитку в умовах російської економіки. [Електр. ресурс]. - URL: <http://www.scienceforum.ru/2014/pdf/433.pdf>.
30. Офіційний сайт Вікіпедія: Стартап. Електронний ресурс. Режим доступу: [<https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%80%D1%82%D0%B0%D0%BF>].