

ДЕТЕРМІНАНТИ УСПІХУ ТА ДИВЕРГЕНТНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ СТАРТАП-КОМПАНІЙ У ГЛОБАЛЬНОМУ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩІ

©2021 ГАЛАХОВА Т. О., ЄВДОЧЕНКО О. О., КИСЛИЦИНА О. В.

УДК 339.9:334.72]:330.341.1
JEL: F23

Галахова Т. О., Євдоченко О. О., Кислицина О. В. Детермінанти успіху та дивергентні аспекти розвитку стартап-компаній у глобальному бізнес-середовищі

Мета статті полягає в дослідженні детермінант успіху та дивергентних аспектів розвитку стартап-компаній у сучасному глобальному бізнес-середовищі задля обґрунтування ефективних технологій їх розвитку. Так, глобальний вектор економічного, технологічного, соціокультурного розвитку визначає виникнення прогресивних економічних концепцій, що на сьогодні представлені такими формулюваннями: цифрова економіка (digital economy), гіг-економіка (gig economy), економіка знань (knowledge economy), сервісна економіка (service economy), інноваційно-креативна економіка (innovative and creative economy), економіка суспільної участі (sharing economy) та ін. Авторами було проаналізовано два вагомні критерії, що найбільш розповсюджені при визначенні стартап-компанії: інноваційний продукт і швидкий темп зростання. Було здійснено компаративний аналіз стартапу та традиційного бізнесу, що дало змогу окреслити ключові дивергентні аспекти цих понять, а саме: локальні та глобальні амбіції; масштабованість бізнесу; інноваційність продукту; інформаційні та цифрові технології; траєкторія успішного розвитку; комерційні інтереси; організаційна структура; трансформація бізнес-моделі; екосистеми бізнесу тощо. Проаналізовано ключові детермінанти успіху та невдач стартап-проектів на основі таких критеріїв, як: ідея, бізнес-модель, час запуску, команда, маркетингова стратегія, інвестування, система місії, цілей, цінностей. Перспективами подальших досліджень у контексті розвитку стартап-компаній у сучасному бізнес-середовищі є систематизація успішних кейсів і розробка певних механізмів підвищення ефективності діяльності стартап-компаній.

Ключові слова: стартап, інноваційний продукт, стартап-компанія, стартап-економіка.

DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-8-6-12>

Рис.: 1. **Табл.:** 3. **Бібл.:** 11.

Галахова Тетяна Олексіївна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри міжнародного менеджменту, Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана (просп. Перемоги, 54/1, Київ, 03057, Україна)

E-mail: tetyanagalakhova@gmail.com

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-0600-1886>

Researcher ID: <https://publons.com/researcher/4631390/tetiana-halakhova/>

Scopus Author ID: 57216546566

Євдоченко Олена Олександрівна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри міжнародного менеджменту, Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана (просп. Перемоги, 54/1, Київ, 03057, Україна)

E-mail: olevdochenko@gmail.com

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-2021-4116>

Researcher ID: <https://publons.com/researcher/1907091/olena-oleksandrivna-yevdochenko/>

Кислицина Ольга Володимирівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародного менеджменту, Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана (просп. Перемоги, 54/1, Київ, 03057, Україна)

E-mail: olgakyslytsyna@gmail.com

ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-0117-0274>

UDC 339.9:334.72]:330.341.1

JEL: F23

Halakhova T. O., Yevdochenko O. O., Kyslytsyna O. V. The Determinants of Success and Divergent Aspects of the Startup Companies Development in the Global Business Environment

The article is aimed at researching the determinants of success and divergent aspects of the development of startup companies in the modern global business environment in order to substantiate effective technologies for their development. Thus, the global vector of economic, technological, socio-cultural development determines the emergence of progressive economic concepts, which are currently represented by the following formulations: digital economy, gig economy, knowledge economy, service economy, innovative and creative economy, sharing economy, etc. The authors analyzed two significant criteria that are most common in determining a startup company: innovative product and rapid growth rate. A comparative analysis of both startup-based and traditional business was carried out, which allowed to outline key divergent aspects of these concepts, namely: local and global ambitions; scalability of business; product innovativeness; information and digital technologies; trajectory of successful development; commercial interests; organizational structure; business model transformation; business ecosystems, etc. The authors analyzed key determinants of success and failures of startup projects based on the following criteria: idea, business model, launch time, team, marketing strategy, investment, system of mission, goals, and values. Prospects for further research in the context of the development of startup companies in the modern business environment are the systematization of successful cases and the development of certain mechanisms for improving the efficiency of activities of startup companies.

Keywords: startup, innovative product, startup company, startup economy.

Fig.: 1. **Tabl.:** 3. **Bibl.:** 11.

Halakhova Tetiana O. – PhD (Economics), Associate Professor, Associate Professor of the Department of International Management, Kyiv National Economic University named after V. Hetman (54/1 Peremohy Ave., Kyiv, 03057, Ukraine)

E-mail: tetyanagalakhova@gmail.com

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-0600-1886>

Researcher ID: <https://publons.com/researcher/4631390/tetiana-halakhova/>

Scopus Author ID: 57216546566

Yevdochenko Olena O. – PhD (Economics), Associate Professor, Associate Professor of the Department of International Management, Kyiv National Economic University named after V. Hetman (54/1 Peremohy Ave., Kyiv, 03057, Ukraine)

E-mail: olevdochenko@gmail.com

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-2021-4116>

Researcher ID: <https://publons.com/researcher/1907091/olena-oleksandrivna-yevdochenko/>

Kyslytsyna Olga V. – PhD (Economics), Associate Professor of the Department of International Management, Kyiv National Economic University named after V. Hetman (54/1 Peremohy Ave., Kyiv, 03057, Ukraine)

E-mail: olgakyslytsyna@gmail.com

ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-0117-0274>

Сучасний міжнародний бізнес зазнає трансформаційних змін, враховуючи виклики, можливості та перспективи розвитку економічних, технологічних, соціокультурних та інших вимірів глобальних відносин. Стартап-бізнес як сучасний напрям інноваційно-креативного формату ведення ринкової діяльності, функціонуючи в міждисциплінарному вимірі економічних парадигм цифрової економіки, сервісної економіки, гіг-економіки, економіки знань, є досить актуальним напрямом дослідження та викликає як теоретичний, так і практичний інтерес. На сьогодні стартап-економіка, згідно з дослідженням 2020 р. «Стан глобальної стартап-економіки» [1], що було представлено консалтинговою та дослідницькою компанією з питань інноваційної політики Startup Genome, залишається динамічною, інноваційною та масштабною, створюючи вартість майже у 3 трильйони доларів, що є рівним ВВП економіки G7. Сім із десяти провідних стартап-компаній світу працюють у сфері технологій, яка має найвищу концентрацію серед інших галузей промисловості, а на 2019 р. інвестиції венчурного капіталу в стартап-компанії у глобальному вимірі склали близько 300 мільярдів доларів.

Дослідженням у сфері стартапів присвячено праці багатьох вчених, серед яких: Бланк С. і Дорф Б. [2], Бекман Б., Горовіц Б., Ньювенхаус Р., Райз Е., Сенор Д., а також українські науковці, зокрема Борисов Я. та Лігоненко Л. [3], Ворона Т., Дергачева В., Іванченко Н. [4], Чернявська О. [5], Ситник Н. [6] і ряд інших. Проте, незважаючи на достатньо великий обсяг публікацій та активний розвиток стартапів, слід зазначити, що питання, які пов'язані з визначенням детермінант успіху в сучасному турбулентному середовищі, залишаються відкритими та потребують подальшого всебічного дослідження.

Мета статті полягає в дослідженні детермінант успіху та дивергентних аспектів розвитку стартап-компаній у сучасному глобальному бізнес-середовищі задля обґрунтування ефективних технологій їх розвитку.

Глобальний вектор економічного, технологічного, соціокультурного розвитку визначає виникнення прогресивних економічних концепцій, які враховують нові теоретичні та практичні трансформаційні зміни глобальних відносин, нові виклики, можливості та

тренди розвитку всіх суб'єктів глобальної екосистеми (глобально впливові особистості, компанії та кластери компаній, університети, регіональні об'єднання, міжнародні організації та структури). Дані концепції на сьогодні представлені такими формулюваннями: цифрова економіка (*digital economy*), гіг-економіка (*gig economy*), економіка знань (*knowledge economy*), сервісна економіка (*service economy*), інноваційно-креативна економіка (*innovative and creative economy*), економіка суспільної участі (*sharing economy*) та ін.

Продемонструємо поширеність сучасних економічних концепцій у наукових колах за період 2016–2020 рр. на основі використання сервісу GoogleTrends (рис. 1).

Як демонструє рис. 1, на сьогодні найбільш динамічними концепціями, що представляють значний дослідницький інтерес, є концепції гіг-економіки та цифрової економіки. Концепція гіг-економіки займає лідируючі позиції серед інших концепцій по запитах, являючи собою формат економічних відносин, частково трудової діяльності (нестандартної зайнятості, зокрема фріланс) на основі використання цифрових технологій (онлайн-платформ), і є новим підходом до розуміння та реалізації сучасної бізнес-діяльності. Концепції економіки знань і сервісної економіки займають більш стабільні позиції в трендах запитів, підтверджуючи свою актуальність.

Згідно з рис. 1 термін «стартап-компанія» викликає значний теоретичний і практичний дослідницький інтерес як у глобальному вимірі, так і в українському бізнесі, оскільки враховує найбільш прогресивні економічні тренди та формує інноваційні траєкторії розвитку.

У науковій літературі та впливових інформаційних джерелах практичного бізнес-напрямку стартап визначається як інноваційна компанія чи бізнес-активність, з чітко окресленою системою цілей і цінностей, часто на початку своєї діяльності без юридично встановленої форми, що представляє інноваційний, технологічно-орієнтований продукт і має амбіції щодо швидкого розширення масштабу своєї діяльності за рахунок виходу на глобальний ринок і здійснення глобального трансформаційного впливу.

За визначенням успішного підприємця Кремневої долини, науковця та візюнера Стіва Бланка, який



Рис. 1. Динаміка онлайн-запитів у пошуковій системі Google назв сучасних ключових концепцій економіки та терміна «стартап-компанія» за період 2016–2020 рр.

Джерело: створено за допомогою сервісу GoogleTrends.

досліджує стартап-відносини в їх різновекторному прояві, стартап – це тимчасова організація в пошуках масштабованої, повторюваної, прибуткової бізнес-моделі [2].

Для більш глибокого розуміння критеріїв визначення стартап-компаній наведемо дефініції двох вагомих критеріїв, які найбільш розповсюджені при визначенні стартап-компанії чи діяльності: «інноваційний продукт» і «швидкий темп зростання». Відповідно до ст. 14 Закону України «Про інноваційну діяльність» [7]:

1. Інноваційний продукт є результатом виконання інноваційного проекту і науково-дослідною і (або) дослідно-конструкторською розробкою нової технології (у тому числі – інформаційної) чи продукції з виготовленням експериментального зразка чи дослідної партії та відповідає таким вимогам:

а) він є реалізацією (впровадженням) об'єкта інтелектуальної власності (винаходу, корисної моделі, промислового зразка, топографії інтегральної мікросхеми, селекційного досягнення тощо), на які виробник продукту має державні охоронні документи (патенти, свідоцтва) чи одержані від власників цих об'єктів інтелектуальної власності ліцензії, або реалізацією (впровадженням) відкриттів. При цьому використаний об'єкт інтелектуальної власності має бути визначальним для даного продукту;

б) розробка продукту підвищує вітчизняний науково-технічний і технологічний рівень;

в) в Україні цей продукт вироблено (буде вироблено) вперше, або якщо не вперше, то порівняно з іншим аналогічним продуктом, представленим на ринку, він є конкурентоздатним і має суттєво вищі техніко-економічні показники.

Щодо критерію «швидкість зростання бізнесу», зауважимо, що компанії з високим рівнем зростання визначаються відповідно до Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) як «компанії із середньорічним зростанням кількості найманих

працівників або товарообігу більше 20 відсотків на рік протягом трирічного періоду та зі зростанням кількості працівників більше 10 відсотків на початок періоду» [8].

Тобто, стартап-компанія має представити інноваційний продукт, що вироблений вперше (креативний, унікальний продукт, який немає аналогів на ринку), є об'єктом інтелектуальної власності та привносить якісні зміни локального, а в перспективі – глобального технологічного рівня; а також стартап-бізнес повинен демонструвати швидкі темпи зростання (більше 20% на рік протягом 3-річного періоду).

На сьогодні існує значна кількість стартапів, які представлені як успішними, так і невдалими історіями ведення бізнесу. Успішність стартап-проекту визначається багатьма факторами, зокрема:

- ✦ чітко окресленою місією, цінностями бізнесу, його менеджментом і висококваліфікованою командою;
- ✦ розумінням глобальних трендів інноваційно-технологічного розвитку та імплементацією прогресивних технологічних рішень;
- ✦ розміщенням компанії та екосистемою, в якій функціонує бізнес;
- ✦ ринковою капіталізацією (якщо компанія стає публічною) та іншими факторами.

Якщо провести компаративний аналіз стартапу та традиційного бізнесу, можна окреслити такі ключові дивергентні аспекти цих понять (*табл. 1*).

За даними дослідження українських фахівців, на рішення фінансування стартапів в Україні за період 2014–2020 рр. впливали такі фактори, як вік, стать, рівень освіти, спеціалізація, підприємницький досвід. Так, у 2014–2020 рр. венчурні інвестори надали перевагу у фінансуванні стартапам, засновники яких є: чоловіки у віці 25–45 років з вищою освітою (бізнес-освіта, технічний профіль, IT-напрямок) або студенти з вищою освітою (*табл. 2*) [3, с. 20].

Компаративний аналіз стартапу та традиційного бізнесу: дивергентні аспекти функціонування та розвитку

| Критерії аналізу | Традиційний бізнес | Стартап-бізнес |
|---|--|---|
| Локальні та глобальні амбіції: масштабованість бізнесу | Обмежується розміром локального ринку та може не мати глобальних пріоритетів масштабування і швидких темпів зростання | Має пріоритети постійного, динамічного, гнучкого розвитку зі стратегічною орієнтацією на глобальний ринок і значними показниками зростання |
| Інноваційність продукту; інформаційні та цифрові технології | Наявність інновацій у проєкті не є обов'язковою, але часто допомагає знизити витрати, підвищити ефективність і зводиться до використання сторонніх інноваційних продуктів і сервісів | Фундаментальною основою має бути інноваційний продукт і реалізація прогресивних інформаційних і цифрових технологій, що забезпечує конкурентні ринкові позиції компанії |
| Траєкторія успішного розвитку | Орієнтується на довготермінове функціонування в майже незмінному вигляді, успіх не пов'язується з продажем чи злиттям | Орієнтується на короткострокове існування, успіх пов'язується з перетворенням на велику компанію, з продажем, злиттям чи публічним розміщенням акцій |
| Комерційні інтереси | Комерційні цілі можуть превалювати перед стратегічними детермінантами корпоративного розвитку | Пріоритет стратегічного розвитку перед короткотерміновими комерційними цілями |
| Організаційна структура | Бізнес-діяльність компанії реалізується за рахунок організаційної структури компанії (штатних працівників компанії відповідно до їх рівня менеджменту та посадових обов'язків) | Бізнес-діяльність компанії реалізується за рахунок створення високоєфективних команд з чітким окресленням їх функціонального спрямування |
| Трансформація бізнес-моделі | Бізнес-модель практично не змінюється, аналогічна моделям, використовуваним в інших подібних компаніях і має низький рівень ризику | Бізнес-модель може зазнавати трансформаційних змін, що може привести як до успіху компанії на ринку, так і до невдачі (наприклад, щодо плану інвестування). Високий рівень ризикованості ведення бізнесу |
| Екосистеми бізнесу | Вимагає стабільності екосистеми бізнесу та традиційних інструментів підтримки бізнесу (фонди підтримки підприємницької активності; технопарки; лізингові центри тощо) | Орієнтований на розширення можливостей екосистеми бізнесу, залучення нових суб'єктів глобальних відносин (наприклад, кластерів компаній, університетів та інших структур; глобальних особистостей, які можуть надати експертну оцінку діяльності компанії; початок діяльності через бізнес-акселератори, бізнес-інкубатори) |

Джерело: узагальнено та доповнено на основі [5, с. 123–124; 6, с. 66].

Щодо кількісних характеристик глобального стартап-ринку, то можна зазначити таке: 137 тис. стартапів у день, або 50 млн нових компаній к рік – такими темпами заходять на глобальний ринок підприємці-інноватори. У середньому за рік створюється 305 млн стартапів [9]. Станом на 2021 р. згідно з базою даних Cbinsights, нараховується 779 компаній-«єдинорогів» із сукупною вартістю бізнесу більше, ніж у 2 505 млрд дол. США [10].

Якщо проаналізувати динаміку розвитку стартапів, то, за даними Startup Genome Report, близько 92% проєктів закриваються, а половина компаній йдуть з ринку в перші 5 років [11]. Проаналізуємо

ключові детермінанти успіху та невдач стартап-проєктів на основі таких критеріїв: ідея, бізнес-модель, час запуску, команда, маркетингова стратегія, інвестування, система місії, цілей, цінностей (табл. 3).

У загальному підсумку 38% стартапів терплять поразку через неефективне витрачання коштів та нестачу фінансування, 35% – через відсутність попиту. Більше 70% Інтернет-стартапів закриваються через передчасне масштабування, переоцінивши свої можливості та необдуманно збільшивши штат у декілька разів [11]. Така ситуація характерна для всіх секторів. Це означає, що на старті розвитку будь-якої компанії та в інвестора, який вирішив стати його партнером,

Обсяг і частота фінансування стартапів залежно від соціально-демографічних характеристик стартаперів в Україні [3, с. 19]

| Індикатор | Кількість раундів фінансування | Рік | | | | | | |
|---|--------------------------------|-------|-------|------|------|------|------|-------|
| | | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020* |
| <i>Отримане фінансування залежно від віку стартаперів</i> | | | | | | | | |
| молодше 25 | 8 | 0 | 0.6 | 2 | 0 | 10 | 0.15 | 0.27 |
| 25–35 років | 92 | 10.8 | 6.8 | 46.8 | 22.8 | 181 | 62.3 | 122 |
| 35–45 років | 80 | 38.4 | 23.5 | 47.3 | 154 | 354 | 408 | 100 |
| старше 45 | 19 | 36.4 | 18.2 | 27.6 | 27.5 | 72.9 | 0.4 | 0.04 |
| <i>Отримане фінансування залежно від статі стартаперів</i> | | | | | | | | |
| чоловіки | 422 | 55.6 | 51.1 | 111 | 193 | 414 | 482 | 123 |
| жінки | 61 | 2.2 | 4.4 | 7.6 | 9.4 | 13.4 | 0.9 | 13.9 |
| <i>Отримане фінансування залежно від рівня освіти стартаперів</i> | | | | | | | | |
| вища освіта | 133 | 39.6 | 29.5 | 53.3 | 162 | 353 | 409 | 122 |
| студент | 105 | 46 | 20.1 | 34.7 | 143 | 257 | 146 | 100 |
| аспірант | 11 | 0 | 0 | 36.4 | 10.9 | 0.95 | 1.6 | 0 |
| <i>Отримане фінансування залежно від спеціалізації освіти стартаперів</i> | | | | | | | | |
| бізнес-освіта | 105 | 41 | 29.2 | 54.7 | 156 | 370 | 388 | 116 |
| технічна освіта | 128 | 44.5 | 25.3 | 88.9 | 168 | 360 | 410 | 110 |
| ІТ-освіта | 112 | 38 | 20.3 | 70.7 | 150 | 250 | 165 | 109 |
| соціальна / гуманітарна | 24 | 0.103 | 0.152 | 1.3 | 1.1 | 2.8 | 6.2 | 0 |
| <i>Отримане фінансування залежно від досвіду запуску стартапів</i> | | | | | | | | |
| серійний засновник | 104 | 3.1 | 6.2 | 7.8 | 21.5 | 202 | 135 | 114 |
| несерійний засновник | 395 | 55.6 | 48.7 | 110 | 186 | 384 | 427 | 117 |

Примітка: * – перше півріччя.

ризиків максимальні, що пов'язано з: нестачею управлінського досвіду та досвіду налагодження зв'язків; непродуманою бізнес-моделлю; неефективним розподілом інвестицій; юридичними помилками чи високою конкуренцією в обраних сегментах ринку; недостатньою обізнаністю в особливостях ринку, відсутністю гнучкості до змін ринкового середовища та плану на випадок таких змін; невчасністю виходу на ринок. Водночас у світовій практиці відома значна кількість стартапів, які стали високоприбутковими компаніями, серед яких соціальні мережі Facebook та Twitter, Uber, Airbnb, Pinterest, YouTube, WhatsApp, Alibaba.

Задля мінімізації ризиків при організації стартапу необхідно дотримуватися певних принципів ведення стартап-діяльності. У цьому контексті С. Бланк оголошує такі принципи:

- ✦ усвідомити проблему та потреби цільової аудиторії продукту;
- ✦ дослідити ринок, запропонувати власне розв'язання проблеми чи потреби із застосуванням інновацій чи нового підходу до організації бізнес-процесів;

- ✦ зібрати вмотивовану професійну команду;
- ✦ визначити спосіб реалізації вашої ідеї ще на етапі тестування та презентації інвесторам;
- ✦ докладати зусиль з реалізації вашого плану та не зупинятися при перших невдачах [2].

Технологія пошуку ідеї та вибору ефективного рішення для стартапу передбачає такі практичні аспекти:

- ✦ цікавитися новинками ринку, відстежувати тренди та мати експертну оцінку щодо певних проблем. Це дасть змогу запропонувати інноваційно-креативні рішення на стику технологій. Так, працівник інвестбанку Salomon Brothers Майкл Блумберг, який очолював відділ торгівлі акціями та контролював інформаційні системи компанії, після звільнення у 1981 р. вирішив створити власну фінансову агенцію Bloomberg, що дозволило стати йому одним із найбагатших і впливовіших людей світу;
- ✦ представити вирішення проблеми, яка стосується стартапера, тобто запропонувати рішення, якого ще немає на ринку, але яке суттєво полегшить життя, перш за все, вам. Так виник

Детермінанти успіху та невдач стартап-проектів

| Детермінанти розвитку стартап-проектів | Детермінанти успіху | Детермінанти невдач |
|--|--|---|
| Ідея | Наявність новаторської, креативної ідеї та її затребуваність на ринку | Відсутність прогресивної бізнес-ідеї |
| Бізнес-модель | Задовольняє як теоретичні, так і практичні аспекти ведення ринкової діяльності та може зазнавати трансформацій, урахуовуючи багатоварний, міждисциплінарний, міжгалузевий аналіз сучасних глобальних бізнес-відносин | Заснована на обмеженій теоретичній базі й орієнтована на використання та практичні аспекти, які не перевірені часом; у цьому контексті трансформації бізнес-моделі можуть давати негативний ефект для стартап-бізнесу |
| Час запуску | Вдало підібраний час запуску проекту з урахуванням зовнішніх факторів | Неготовність ринку до запуску проекту |
| Команда | Наявність лідерських якостей і відповідних навичок керівника проекту; підбір компетентної, кваліфікованої команди та правильний розподіл ролей між учасниками | Відсутність лідерських якостей керівника проекту; некомпетентність учасників у команді; неефективний розподіл ролей у команді проекту |
| Маркетингова стратегія | Грамотна маркетингова стратегія; постійний моніторинг потреб споживачів продукту та врахування їх побажань і зауважень | Непродуманість маркетингу, продажу та сервісу |
| Інвестування | Розроблена ефективна система інвестування проекту | Відсутність розуміння каналів залучення інвестиційних коштів |
| Система місії, цілей, цінностей | Чітка система місії, цілей, цінностей (мотивації до успіху, стресостійкість і віра у свій проект); продумана стратегія зростання та масштабування | Несформована система місії, цілей і цінностей стартап-проекту; відсутність чіткої стратегії зростання та масштабування |

Джерело: узагальнено на основі [4, с. 308–309].

фотохостинг Flickr у 2004 р., оскільки розробникам онлайн-гри «Game Neverending» треба було десь зберігати фото;

- ✦ шукати та відчувати слабкі місця, покращити вже наявний продукт. Особливо вдалим можуть бути рішення щодо товарів і послуг, які зараз викликають певний негатив через недопрацьований інтерфейс, функціонал чи ряд інших причин. Так, у 2001 р. в Україні виникла служба експрес-доставки «Нова Пошта»;
- ✦ пов'язати те, що, на перший погляд, не пов'язується. За таким принципом працюють стартапи, які знайшли вдале поєднання дешевих товарів чи послуг і замовників, яким вони потрібні. Яскравим прикладом є біржі фрілансерів, які допомагають компаніям знайти фрілансерів як з інших країн, так і всередині своєї країни;
- ✦ копіювати з покращенням. У такому випадку можливо два варіанти розвитку подій: 1) невдало скопійована бізнес-модель швидко піде з ринку, а вдала розвинеться в самостійну компанію. Прикладом можна назвати онлайн-торговельні майданчики, які взяли

ідею з Amazon чи Alibaba; 2) вдосконалена чи адаптована до особливостей бізнес-модель успішно функціонуватиме на іншому ринку. Яскравим прикладом є соціальні мережі «Однокласники» та «ВКонтакте», ідея яких почалася з Facebook і була адаптована до особливостей ринку країн СНД;

- ✦ переймати досвід, подорожуючи країнами світу або регіонами власної країни. Американський підприємець Говард Шульц запозичив ідею кав'ярень в Мілані. Саме так з'явився наприкінці 1980-х років Starbucks у тому вигляді, яким ми його знаємо сьогодні,
- ✦ працювати з новими ринками. Якщо відстежувати новинки відомих компаній на зовнішніх ринках, то можна оперативно запропонувати для них покращення та доповнення;
- ✦ нетворкінг з розумними та креативними людьми. Часто креативні люди мають багато різних ідей, проте в силу певних причин не можуть їх реалізувати. Тому вони раді делегувати ці функції людям з підприємницьким баченням.

ВИСНОВКИ

Стартап-бізнес як сучасний напрям інноваційно-креативного формату ведення бізнесу, функціонуючи в міждисциплінарному вимірі економічних парадигм цифрової економіки, сервісної економіки, гіг-економіки, економіки знань, є досить актуальним напрямом дослідження та викликає як теоретичний, так і практичний інтерес. Детермінанти успіху стартап-компаній визначаються чітко окресленою місією, цілями, цінностями бізнесу, його менеджментом і висококваліфікованою командою; розумінням глобальних трендів інноваційно-технологічного розвитку та імплементацією прогресивних технологічних рішень; розміщенням компанії та екосистемою, в якій функціонує бізнес, і низкою інших складових. Стартап-бізнес має свої дивергентні особливості порівняно із веденням бізнес-діяльності у традиційному розумінні, оскільки є креативно-інноваційним, гнучким і динамічним, при ефективному менеджменті та залученні інвестицій має всі шанси перетворитися на успішну компанію та масштабуватися. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. State of the Global Startup Economy // Startup Genome. 2020. URL: <https://startupgenome.com/article/state-of-the-global-startup-economy>
2. Blank S., Dorf B. The Startup Owner's Manual: The Step-By-Step Guide for Building a Great Company. John Wiley & Sons, 2020. 608 p.
3. Defining the socio-demographic predictors of priority investment in the context of tasks for the financial subsystem of startup-management / L. Ligonenko, Y. Borysov, L. Hromozdova et al. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*. 2021. Vol. 1 No. 13. P. 15–25.
DOI: <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2021.225639>
4. Іванченко Н. О., Подскребко О. С., Сідлецька А. О. Основні проблеми та перспективи розвитку ринку стартапів в Україні. *Бізнес Інформ*. 2020. № 4. С. 303–311.
DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-4-303-311>
5. Чернявська О. В., Гнипа-Черневецька Л. В., Чижієв В. Стартап як об'єкт інвестиційного процесу: сутність та життєвий цикл існування. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки»*. 2017. № 5. С. 119–128.
URL: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/482128.pdf>
6. Ситник Н. І. Концептуальні основи стартапів: їх сутність і класифікація. *Бізнес Інформ*. 2016. № 8. С. 64–68. URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2016-8_0-pages-64_68.pdf
7. Закон України «Про інноваційну діяльність» від 04.07.2002 р. № 40-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text>
8. Eurostat – OECD Manual on Business Demography Statistics // OECD. 2007. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/3859598/5901585/KS->

- RA-07-010-EN.PDF/290a71ec-7a71-43be-909b-08ea6bcd521?version=1.0
9. GEM 2020/2021 Global Report // Global entrepreneurship Monitor. 2021. URL: <https://www.gemconsortium.org/report/gem-20202021-global-report>
 10. The Complete List Of Unicorn Companies // Cbinsights. 2021. URL: <https://www.cbinsights.com/research-unicorn-companies>
 11. The Top 12 Reasons Startups Fail // Cbinsights. 2021. URL: <https://www.cbinsights.com/research/startup-failure-reasons-top/>

REFERENCES

- Blank, S., and Dorf, B. The Startup Owner's Manual: The Step-By-Step Guide for Building a Great Company. John Wiley & Sons, 2020.
- Cherniavska, O. V., Hnypa-Chernevska, L. V., and Chzhytsieiu, V. "Startup yak ob'iekt investytsiinoho protsesu: sutnist ta zhyttievyy tsykl isnuvannia" [Startup as the Subject of an Investment Process: The Nature and the Life Cycle]. *Naukovyi visnyk Poltavskoho universytetu ekonomiky i torhivli. Seriya «Ekonomichni nauky»*, no. 5 (2017): 119-128. <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/482128.pdf>
- "Eurostat – OECD Manual on Business Demography Statistics". OECD. 2007. <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/3859598/5901585/KS-RA-07-010-EN.PDF/290a71ec-7a71-43be-909b-08ea6bcd521?version=1.0>
- "GEM 2020/2021 Global Report". Global entrepreneurship Monitor. 2021. <https://www.gemconsortium.org/report/gem-20202021-global-report>
- Ivanchenko, N. O., Podskrebko, O. S., and Sidletska, A. O. "Osnovni problemy ta perspektyvy rozvytku rynku startapiv v Ukraini" [The Main Problems and Prospects for the Development of the Startup Market in Ukraine]. *Biznes Inform*, no. 4 (2020): 303-311.
DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-4-303-311>
- [Legal Act of Ukraine] (2002). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text>
- Ligonenko, L. et al. "Defining the socio-demographic predictors of priority investment in the context of tasks for the financial subsystem of startup-management". *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*, vol. 1, no. 13 (2021): 15-25.
DOI: <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2021.225639>
- "State of the Global Startup Economy". Startup Genome. 2020. <https://startupgenome.com/article/state-of-the-global-startup-economy>
- Sytnyk, N. I. "Kontseptualni osnovy startapiv: yikh sutnist i klasyfikatsiia" [The Conceptual Foundations of Startups: their Essence and Classification]. *Biznes Inform*, no. 8 (2016): 64-68. https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2016-8_0-pages-64_68.pdf
- "The Complete List of Unicorn Companies". Cbinsights. 2021. <https://www.cbinsights.com/research-unicorn-companies>
- "The Top 12 Reasons Startups Fail". Cbinsights. 2021. <https://www.cbinsights.com/research/startup-failure-reasons-top/>