

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
Факультет бізнесу і права  
Кафедра фінансів, обліку та підприємництва**

**Розробка та впровадження стартап- проекту на основі зарубіжних  
концепцій**

Кваліфікаційна робота (проект)  
на здобуття ступеня вищої освіти «бакалавр»

Виконала: студентка 4 курсу, 451 групи,  
заочної форми навчання  
Спеціальності: 076 Підприємництво,  
торгівля та біржова діяльність  
Освітньо-професійної програми  
«Підприємництво, торгівля та біржова  
діяльність»  
Лазарєва Дар'я Сергіївна

Керівник: Петренко В.С., докторка  
економічних наук, доцентка  
Рецензент: к.е.н., доцентка Карнаушенко  
А.С.  
голова СФГ «Олексієнко С.М.»

## ВСТУП

**Актуальність.** У наш час, коли швидкість змін у суспільстві та технологіях постійно зростає, розробка та впровадження стартап-проектів стали надзвичайно актуальними. Ці проекти не лише відображають новаторський потенціал нашого часу, а й виступають основою для подальшого розвитку економіки та суспільства в цілому.

Стартапи відкривають двері для молодих підприємців та інноваторів, які мають ідеї, що можуть змінити світ. Вони створюють унікальні можливості для впровадження нових технологій, революційних бізнес-моделей та ідей, що можуть поліпшити наше життя. Активний розвиток стартап-екосистеми сприяє створенню стимулів для креативності та інновацій. Наприклад, у галузі технологій з'являються стартапи, що розробляють нові програмні рішення, штучний інтелект, блокчейн-технології та багато іншого. Ці інновації можуть змінити підхід до бізнесу, медицини, освіти та інших сфер життя. Крім того, стартапи стимулюють конкуренцію на ринку, що підвищує якість продуктів та послуг, а також знижує їхню ціну. Вони створюють нові робочі місця, сприяють розвитку місцевих економік та залученню інвестицій. Розробка та впровадження стартап-проектів є ключовим чинником для стимулювання інноваційного розвитку, збільшення конкурентоспроможності та забезпечення сталого економічного зростання.

**Мета** кваліфікаційної роботи полягає у дослідженні методів, стратегій та підходів, які використовуються за кордоном для створення та успішного запуску стартапів. Робота спрямована на аналіз сучасних тенденцій у світовій стартап-індустрії, вивчення найефективніших практик та інструментів, які використовуються для розвитку стартапів у різних країнах.

Основні **завдання** роботи включають вивчення теоретичних аспектів стартапів, оцінку сучасного стану світового ринку стартап-проектів, аналіз та порівняння методів державної підтримки стартап-екосистеми в різних країнах, а також розробку рекомендацій щодо ефективного створення та впровадження

стартап-проектів у контексті української економіки. У цій роботі буде акцентована увага на виявленні ключових принципів та інноваційних стратегій, які можуть бути використані для успішного розвитку стартап-бізнесу в українському середовищі.

**Об'єктом** дослідження є процес створення та розвитку стартап-проекту

**Предметом** кваліфікаційної роботи є вивчення та аналіз процесів, стратегій та методів, які використовуються за кордоном для створення та успішного запуску стартапів.

**Методи дослідження.** При написанні кваліфікаційної роботи використовувалися різноманітні методи дослідження, включаючи загальнологічні підходи, такі як абстрагування, аналогії, моделювання, історичні та логічні методи. Крім того, було використано схематично-графічне моделювання та економіко-статистичні методи.

# РОЗДІЛ 1

## ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СТАРТАП-ПРОЄКТІВ

### 1.1. Визначення поняття стартапу

Світова економіка завжди залежала від інновацій та новаторських підходів. У цьому контексті стартапи, молоді та амбіційні компанії, що працюють над впровадженням нових ідей та технологій, відіграють вирішальну роль. Вплив стартапів на світову економіку є значним і має кілька ключових аспектів.

По-перше, стартапи є джерелом нових робочих місць. Вони найчастіше працюють у високотехнологічних та інноваційних секторах, де потребуються спеціалізовані знання та навички. Створення нових підприємств із залученням молодих та талановитих фахівців сприяє збільшенню пропозиції робочих місць та зменшенню безробіття.

По-друге, стартапи стимулюють інновації та конкуренцію. Шляхом впровадження нових ідей, технологій та бізнес-моделей вони змушують існуючі компанії постійно вдосконалювати свої продукти та послуги, щоб залишатися конкурентоспроможними на ринку.

Крім того, стартапи часто є джерелом нових ринків та можливостей для розвитку. Вони допомагають створювати нові сегменти ринку та розширювати галузі, які можуть стати новими центрами економічного зростання. Не менш важливою є роль стартапів у просуванні ідей та розвитку соціальних та екологічних ініціатив. Багато стартапів працюють над вирішенням соціальних проблем, таких як бідність, освіта та охорона здоров'я, а також захист навколишнього середовища та сталий розвиток.

Науковці, які досліджували стартап-проєкти, включають в себе широкий спектр експертів та дослідників у галузі бізнесу, економіки, менеджменту та інновацій. Найвідоміші науковці і дослідників в цій області це:

- Стефен Бланк (Steve Blank)(автор концепції "Клієнт на першому місці" та "Методологія розвитку стартапів", відомий як один із піонерів Lean Startup);
- Ерік Ріс (Eric Ries) (автор книги "The Lean Startup" та один з провідних експертів у галузі Lean Startup та інноваційного менеджменту);
- Алекс Остервальдер (Alexander Osterwalder) (відомий своєю роботою над бізнес-модельним канвасом та стратегічним інноваційним процесом);
- Пітер Тіел (Peter Thiel) (інвестор, підприємець та автор книги "Zero to One", де він досліджує стратегії створення інноваційних стартапів).

Згідно з аналізом зарубіжних та вітчизняних досліджень існує значна різноманітність у тлумаченні сутності стартапу. Основні з них відображені в таб.1.1.

*Таблиця 1.1*

**Визначення поняття «стартапу» зарубіжними та вітчизняними вченими**

Автор	Визначення
Стів Бланк	Стартап - це тимчасова організація, створена для пошуку стійкої бізнес-моделі, здатної масштабувати нове рішення.
Ерік Ріс	Стартап - це компанія, яка використовує інноваційну бізнес-модель для вирішення проблеми або задоволення потреб клієнтів.
Гай Кавасака	Стартап - це невелика компанія, яка прагне до швидкого зростання та розширення.
Пол Грем	Стартап - це компанія, яка розробила новий продукт або послугу, яка ще не має стійкої бізнес-моделі.
Пітер Тіль	Стартап - це компанія, яка прагне змінити світ.
Олександр Гливинський	Стартап - це новостворена компанія, яка розробляє та впроваджує інноваційні продукти або послуги, що володіють високим потенціалом зростання та мають на меті завоювати значну частку ринку.
Ірина Хижняк	Стартап - це динамічно розвивається компанія, що ґрунтується на інноваційній ідеї та прагне до швидкого зростання за рахунок створення та комерціалізації нових продуктів або послуг, що відповідають потребам ринку.
Сергій Черняков	Стартап - це підприємницька структура, що характеризується високим рівнем невизначеності та ризику, але й значним потенціалом для отримання надприбутків завдяки впровадженню інноваційних технологій та рішень.
Юрій Бондаренко	Стартап - це компанія на ранній стадії розвитку, що спирається на інноваційну ідею та має на меті створення та комерціалізацію нового

	продукту або послуги, що володіють конкурентними перевагами та здатні задовольнити запити ринку.
Олена Іванова	Стартап - це динамічно розвивається компанія, що ґрунтується на інноваційній ідеї та характеризується високим рівнем креативності та динамізму, прагнучи до швидкого зростання та завоювання значної частки ринку завдяки впровадженню нових продуктів або послуг.

На підставі вище вказаних джерел ми сформулювали визначення, що стартап є молодим, невеликим та незалежним підприємством, яке відзначається креативністю та інноваційністю. Воно займається науково-дослідною діяльністю з метою вирішення актуальних проблем та пропонує перспективні рішення. Стартап привертає талановитих співробітників та прагне досягти зростання продажів за допомогою привабливої бізнес-моделі.

До відмінностей, що характеризують стартап та відрізняють його від звичайного підприємництва можна віднести наступне:

- стартапи часто базуються на новаторських ідеях та концепціях, які ще не були впроваджені на ринку;
- діяльність стартапів часто пов'язана з великими ризиками через нестабільний ринок, невизначеність та нестабільність;
- стартапи зазвичай мають швидкий темп розвитку та зростання, порівняно з традиційними підприємствами;
- стартапи часто зосереджуються на пошуку ідеального продукту або послуги для вирішення конкретної проблеми на ринку;
- стартапи мають здатність швидко адаптуватися до змін у внутрішніх та зовнішніх умовах;
- стартапи часто залежать від залучення зовнішніх інвестицій для фінансування своєї діяльності та розвитку;
- у стартапах зазвичай панує відкрита та інноваційна корпоративна культура, яка стимулює творчість та експерименти.

Ці відмінності роблять стартапи унікальними та відмінними від традиційних форм підприємництва.

Найвідомішою та найбільшою стартап-екосистемою в сучасному світі є Силіконова долина (Silicon Valley) в Каліфорнії, США. Ця регіональна область, яка охоплює деякі міста, зокрема Пало Альто, Маунтін В'ю та Сан-Франциско, є світовим центром інновацій, технологій та стартап-бізнесу.

Силіконова долина відома своїм концентрованим сукупним інтелектом, технологічними гігантами, високим рівнем інвестицій та інфраструктурою, що сприяє розвитку стартапів. Тут зосереджені такі компанії, як Google, Facebook, Apple, Tesla, а також велика кількість венчурних капіталістів, акселераторів та інноваційних лабораторій. Вона вважається символом успіху для багатьох підприємців і стартапів, які прагнуть втілити свої ідеї у життя та отримати підтримку від найкращих фахівців у своїй галузі. Фінансові показники Силіконової долини відображають її статус одного з найбільш динамічних та успішних регіонів у світі. ВВП Силіконової долини перевищує 300 мільярдів доларів США, забезпечуючи їй місце серед найбагатших регіонів у світі. Зростання ВВП регіону виявляється важливим, оскільки за останні 10 років воно перевищило 50%. Рівень безробіття значно нижчий, ніж у США в цілому, досягаючи близько 2% у 2023 році порівняно зі 3,6% національного рівня. Крім того, середня річна заробітна плата в регіоні становить понад 120 000 доларів США, порівняно з 67 520 доларів США на національному рівні.

Силіконова долина відома як один з основних центрів венчурного капіталу, і лише у 2022 році в стартапи регіону було інвестовано понад 150 мільярдів доларів США. Вартість акцій технологічних компаній даній системі стрімко зростає, що демонструється, наприклад, зростанням вартості акцій Apple на понад 10 000% з 2009 року. Цей успіх пояснюється декількома факторами. По-перше, регіон є домом для найкращих університетів та дослідницьких центрів, що забезпечує наявність висококваліфікованих кадрів. Крім того, в Силіконовій долині панує сильна інноваційна культура, що призвело до розробки багатьох нових технологій та продуктів. Наявність значних фінансових ресурсів і підтримки венчурного капіталу також

стимулює створення нових компаній в регіоні, де люди готові ризикувати у своїх підприємницьких зусиллях.

## 1.2. Стадії розвитку та життєвий цикл стартапу

У світі сучасних технологій і швидкого розвитку глобального бізнесу стартапи стають важливим катализатором інновацій та економічного зростання. Розуміння стадій їх розвитку є критично важливим для підприємців, інвесторів та дослідників (рис. 1.1.).

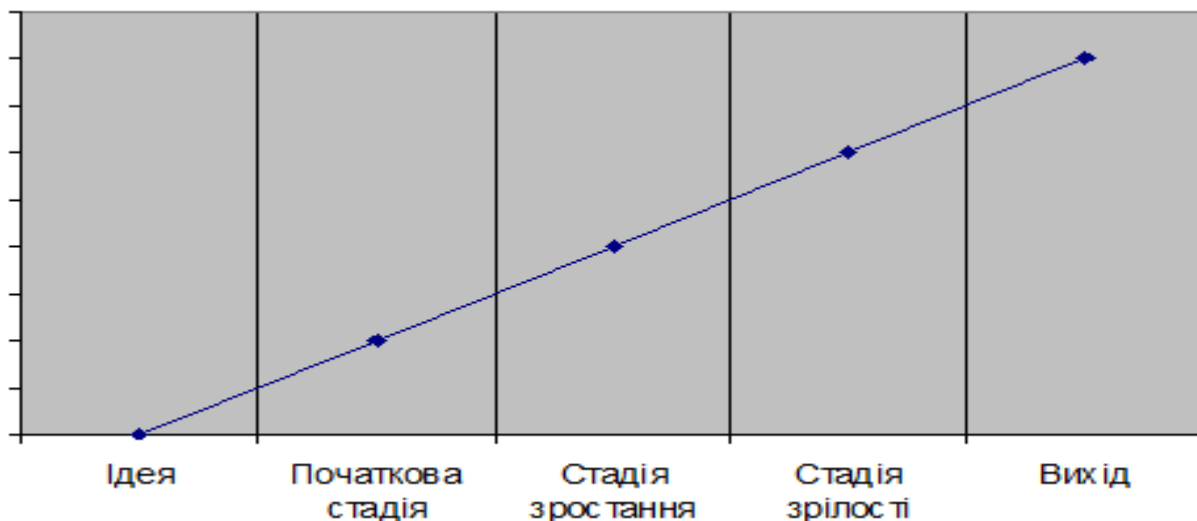


Рис.1.1. Стадії розвитку стартапу

Першою стадією є зародження ідеї, коли підприємець виявляє нову можливість або проблему, яка потребує вирішення. На цій етапі важливо провести дослідження ринку та аналіз конкурентів, щоб зрозуміти потенційну вигоду та конкурентні переваги ідеї.

Друга стадія - розробка, коли ідея перетворюється на концепцію продукту або послуги. Це включає в себе створення прототипів, тестування та збирання відгуків користувачів. На цьому етапі важливо розробити чіткий план дій і стратегію виконання.

Третя стадія - запуск продукту на ринок. Це момент істини, коли підприємець відкриває свою ідею світу і починає залучати перших клієнтів. На



цьому етапі важливо мати ефективну маркетингову стратегію та план дій для впровадження продукту на ринку.

Четверта стадія - ріст. Після успішного запуску стартап може перейти до активного росту. У цей період компанія зосереджується на залученні нових клієнтів, розширенні асортименту продуктів або послуг та розширенні свого бізнесу.

Зрештою, остання стадія - зрілість або вихід. Деякі стартапи досягають зрілості, стаючи стабільними і успішними компаніями, тоді як інші можуть вирішити продати бізнес або злитися з іншою компанією.

Зрозуміння цих стадій дозволяє підприємцям та інвесторам ефективно планувати та керувати своїми стартапами, максимізуючи їх шанси на успіх у сучасному конкурентному бізнес-середовищі.

Життєвий цикл стартапу є важливою концепцією, яка відображає етапи та еволюцію молодого підприємства від її заснування до завершення або подальшого розвитку. Цей цикл можна поділити на кілька основних етапів, кожен з яких відзначається власними характеристиками та впливом на стартап. Його можна узагальнити до трьох основних стадій: піднесення («standup»), запуск («startup») та масштабування («scaleup»).

Піднесення («standup»). На цій стадії стартап ще тільки виникає з ідеї або концепції. Підприємець визначається з проблемою чи потребою на ринку та починає формувати свій бізнес-план. Основним завданням на цьому етапі є розробка концепції, проведення первинних досліджень ринку та залучення початкового капіталу.

Запуск («startup»). На цій стадії стартап вже готовий до введення свого продукту або послуги на ринок. Після успішного прототипування та тестування компанія впроваджує свій продукт або послугу та активно просуває його серед цільової аудиторії. Основною метою на цьому етапі є залучення перших клієнтів, встановлення бренду та пошук стратегій для збільшення прибутку.

Масштабування («scaleup»). На цій стадії стартап вже досяг певного рівня стабільності та успішності і готовий до широкомасштабного розширення. Компанія концентрується на збільшенні обсягів виробництва, розширенні свого ринкового присутності та вдосконаленні операційних процесів. Основною метою на цьому етапі є збільшення обсягів продажів та максимізація прибутку.

Кожна з цих стадій відображає різні виклики та завдання, які стартап повинен пройти для досягнення успіху. Розуміння цих стадій дозволяє підприємцям ефективно планувати та керувати своїми діями на кожному етапі розвитку їхнього бізнесу.

Життєвий цикл стартапу є важливою концепцією, яка відображає етапи та еволюцію молоді компанії від її заснування до завершення або подальшого розвитку. Цей цикл можна поділити на кілька основних етапів, кожен з яких відзначається власними характеристиками та впливом на стартап. Життєвий цикл стартапу є важливою концепцією, яка відображає етапи та еволюцію молоді компанії від її заснування до завершення або подальшого розвитку. Цей цикл можна поділити на кілька основних етапів, кожен з яких відзначається власними характеристиками та впливом на стартап. Життєвий цикл стартапу є важливою концепцією, яка відображає етапи та еволюцію молоді компанії від її заснування до завершення або подальшого розвитку. Цей цикл можна поділити на кілька основних етапів, кожен з яких відзначається власними характеристиками та впливом на стартап.

### **1.3. Роль стартапів у сучасній економіці**

Стартапи сьогодні відіграють надзвичайно важливу роль у сучасній економіці, і ось чому. По-перше, вони є джерелом інновацій. Стартапи постійно генерують нові ідеї та розробляють продукти та послуги, які можуть змінити світ. По-друге, вони створюють робочі місця. За даними Kauffman Foundation, стартапи в США щороку створюють понад 3 мільйони робочих

місць. По-третє, стартапи стимулюють економічне зростання. Вони генерують новий дохід, інвестують у капітал та створюють нові ринки. По-четверте, вони роблять економіку більш конкурентною. Стартапи кидають виклик існуючим компаніям та змушують їх постійно вдосконалюватися.

Ще один важливий аспект - гнучкість. Стартапи, як правило, більш гнучкі, ніж великі компанії. Вони можуть швидше адаптуватися до нових умов та реагувати на мінливі потреби ринку. Є безліч прикладів того, як стартапи вплинули на сучасну економіку. Наприклад, багато з найпопулярніших інтернет-компаній, таких як Google, Amazon та Facebook, розпочали свій шлях як стартапи. Однак варто зазначити, що не всі стартапи досягають успіху. Багато з них зазнають невдачі. Але ті, які мають успіх, можуть мати значний вплив на економіку та змінити світ.

Останнім часом уряди та інвестори все більше визнають важливість стартапів. Існує багато програм та ініціатив, спрямованих на підтримку стартапів та допомогу їм у розвитку та успіху. Таким чином, стартапи є невід'ємною та важливою частиною сучасної економіки. Вони є джерелом інновацій, створюють робочі місця, стимулюють економічне зростання та роблять економіку більш конкурентною. Тому важливо підтримувати стартапи та створювати сприятливі умови для їх розвитку.

Також стартапи грають важливу роль у стимулюванні інновацій та створенні нових продуктів та послуг, які змінюють наше життя. І це не просто слова. Ось кілька причин, чому це важливо.

По-перше, стартапи створюють новий дохід. Вони не лише розвивають нові ідеї, а й створюють нові робочі місця, що призводить до збільшення податкових надходжень та стимулює економіку в цілому.

По-друге, вони привертають інвестиції. Стартапи інвестують у капітал, що включає обладнання, програмне забезпечення та нерухомість. Це не лише стимулює економічне зростання, а й сприяє створенню нових робочих місць.

По-третє, стартапи створюють нові ринки. Вони пропонують продукти та послуги, які раніше не існували, що призводить до збільшення конкуренції та стимулює інновації.

По-четверте, вони підвищують продуктивність. Багато стартапів розробляють технології та процеси, які підвищують продуктивність праці, що в свою чергу знижує витрати та сприяє економічному зростанню.

І наостанок, стартапи сприяють економічній диверсифікації. Вони допомагають створювати нові галузі та робочі місця, що робить економіку більш стійкою до потрясінь.

Таким чином, важливо підтримувати стартапи та створювати сприятливі умови для їх розвитку, оскільки вони є невід'ємною частиною сучасної економіки та сприяють формуванню кращого майбутнього для всіх.

Ось кілька прикладів того, як стартапи стимулюють економічне зростання: у Силіконовій долині в Каліфорнії, багато з найуспішніших стартапів у світі знаходять свій дім. Ці стартапи не лише допомогли зробити Силіконову долину одним з найбагатших регіонів у світі, а й стали катализатором для розвитку нових технологій та інновацій. Ізраїль отримав прізвисько "Стартап-нація" завдяки своїй великій кількості успішних стартапів. Ці компанії не лише піднімали ізраїльську економіку, а й стали прикладом для інших країн у сфері інновацій та технологічного розвитку. Китай, з однією з найбільш динамічно розвинених економік у світі, також не відстає від своїх досягнень у стартап-індустрії. Китайські стартапи успішно конкурують на світовому ринку в таких галузях, як електронна комерція, штучний інтелект та мобільні технології.

Незважаючи на те, що багато стартапів зазнають невдач, ті, які мають успіх, можуть мати значний вплив на економіку. Тому важливо підтримувати стартапи та створювати сприятливі умови для їх розвитку.

Уряди та інвестори все частіше визнають важливість стартапів для економічного зростання. Існує багато програм та ініціатив, спрямованих на підтримку стартапів та допомогу їм у розвитку та успіху.

Стартапи не лише стимулюють економічне зростання, а й роблять світ кращим. Вони спонукають існуючі компанії до інновацій та постійного вдосконалення, що робить економіку більш конкурентоспроможною і динамічною.

Важливо зазначити, що це лише деякі з основних економічних показників ефективності розвитку стартапів у світі.

Існує багато інших показників, які можна використовувати для оцінки успішності стартапів, таких як рентабельність інвестицій, темпи зростання та створення робочих місць.

Стартапи вносять великий внесок у конкуренцію. Шляхом пропозиції нових продуктів, послуг та цін вони створюють альтернативи, викликаючи існуючі компанії до постійного вдосконалення. Ще одна ключова перевага стартапів - це їхній підвищений рівень інновацій. Зазвичай вони більш готові до ризику та експериментів, що дозволяє їм постійно шукати нові способи поліпшення продуктів і послуг. Гнучкість та ефективність - це ще дві важливі риси стартапів. Вони можуть швидше адаптуватися до змін, оскільки не обмежені складними бюрократичними процедурами та правилами. Стартапи роблять ринок більш доступним для нових учасників, що стимулює конкуренцію та сприяє розвитку інновацій.

Подивімося на кілька прикладів того, як стартапи вплинули на конкурентоспроможність у різних сферах:

1. У сфері авіаперевезень, низькобюджетні авіакомпанії, такі як Ryanair та EasyJet, поставили традиційним авіакомпаніям серйозні виклики, пропонуючи доступніші ціни та покращений сервіс.
2. Електронна комерція змусила традиційні магазини роздрібної торгівлі переглянути свою стратегію, адже онлайн-магазини, як Amazon, надали споживачам більше вибору та зручності.
3. Мобільні технології, завдяки стартапам, постійно вдосконалюються, що приводить до покращення якості та доступності мобільних послуг.

Хоча не всі стартапи досягають успіху, ті, які його досягають, мають значний вплив на економіку, підвищуючи її конкурентоспроможність. Тому важливо створювати сприятливі умови для розвитку стартапів, щоб вони могли продовжувати змінювати світ навколо нас.

На цьому шляху до підвищення конкурентоспроможності стартапи відіграють ключову роль, стимулюючи інновації, знижуючи ціни та покращуючи якість продуктів та послуг.

Також важливо пам'ятати, що динамічність розвитку стартапів у регіоні може залежати від багатьох факторів, таких як політична та економічна стабільність, доступність капіталу, рівень кваліфікації робочої сили та культура підтримки підприємництва.

Окрім фінансових аспектів, важливо також враховувати інші фактори при оцінці динамічності розвитку стартапів у регіоні, такі як:

1. Інноваційна екосистема (наявність сильних університетів, дослідницьких центрів та акселераторів може сприяти розвитку інновацій та створенню нових стартапів).
2. Державна підтримка (уряди можуть стимулювати розвиток стартапів, пропонуючи податкові пільги, гранти та інші програми підтримки).
3. Культура підприємництва (наявність сприятливої культури підприємництва, яка цінує ризик та винагороджує успіх, може заохочувати людей до створення власного бізнесу).

Враховуючи всі ці фактори, можна зробити висновок, що не існує єдиної відповіді на питання про те, який регіон є найдинамічнішим для розвитку стартапів. Різні регіони мають свої сильні та слабкі сторони, і успіх стартапу багато в чому залежить від його здатності використовувати доступні можливості та долати виклики.

## **РОЗДІЛ 2**

### **ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАРТАПІВ**

#### **2.1. Інвестиційно-інноваційний аспект у фінансуванні стартапів**

Законодавча база для інноваційних методів фінансування постійно розвивається. Уряди багатьох країн приймають закони та правила, які сприяють залученню капіталу та стимулюють інвестиції в інновації.

Наприклад, у США діє Закон про JOBS, який спростив правила краудфандингу та дозволив стартапам збирати більше коштів від неакредитованих інвесторів. У Великобританії існує закон про інновації та зростання малого бізнесу, який створив нову категорію інвестицій, що сприяє розвитку ранніх стадій стартапів. А в Європейському Союзі діє закон про альтернативні інвестиційні фонди, який створив нову категорію фондів, спрощуючи правила для інвестування у стартапи.

Ці приклади демонструють важливість правової підтримки для розвитку інноваційних методів фінансування. Уряди та інвестори повинні продовжувати підтримувати ці методи, щоб стартапи могли отримати необхідну підтримку для свого успіху.

В Україні також існують закони та нормативно-правові акти, які регулюють фінансування стартапів. Наприклад, закон "Про інноваційну діяльність" та закон "Про внесення змін до деяких законодавчих актів України (щодо стимулювання інноваційної діяльності)" встановлюють правові засади та пільги для інноваційних підприємств, включаючи стартапи.

Окрім законодавства, важливо враховувати інші фактори, такі як технологічні інновації, зміни в інвестиційному кліматі та зміна поведінки інвесторів, які також можуть впливати на розвиток інноваційних методів фінансування стартапів.

Фінансування стартапів - ключовий чинник для їхнього успіху. Одним зі способів залучення необхідних коштів для розвитку та зростання є використання інноваційних методів фінансування. Давайте розглянемо деякі приклади таких методів та їх вплив на стартапи.

Краудфандинг - це один з популярних способів, який дозволяє стартапам збирати кошти від широкого кола людей через спеціальні онлайн-платформи, такі як Kickstarter та Indiegogo. Цей метод дозволяє залучити фінансування безпосередньо від споживачів та прихильників ідеї.

Основні функції краудфандингу:

- дозволяє проектам збирати кошти від великої кількості людей, що може бути складно зробити за допомогою традиційних методів фінансування, таких як банківські кредити або венчурний капітал;
- допомагає проектам створити спільноту навколо себе, залучаючи людей, які зацікавлені в їх успіху.
- допомагає проектам підтвердити концепцію, перш ніж вони будуть інвестувати значні кошти.
- допомагає проектам просунути себе та охопити нову аудиторію.

Основні принципи краудфандингу:

1. Прозорість (проекти, які збирають кошти за допомогою краудфандингу, повинні бути прозорими щодо своїх планів, бюджету та використання коштів).
2. Відповідальність (проекти, які збирають кошти за допомогою краудфандингу, повинні бути відповідальними перед своїми спонсорами та регулярно оновлювати їх щодо прогресу проекту).
3. Справедливість (проекти, які збирають кошти за допомогою краудфандингу, повинні пропонувати справедливу винагороду своїм спонсорам, відповідно до їх внеску).

Існує багато різних платформ краудфандингу, кожна з яких має свої власні правила та умови.



Ангельські інвестори - це люди, які мають достатній капітал і готові інвестувати в перспективні стартапи на ранніх стадіях їхнього розвитку. Вони часто надають не лише фінансову підтримку, але й цінні поради та контакти.

Вони часто шукають перспективні проекти з високим потенціалом зростання, і готові ризикувати своїми коштами в обмін на частку власності в компанії.

Основні функції ангельських інвесторів:

- надають стартапам капітал, необхідний для розвитку та зростання;
- мають багато досвіду в бізнесі та можуть надати цінні поради та настанови стартапам;
- допомагають стартапам налагодити зв'язки з іншими інвесторами, потенційними клієнтами та партнерами.

Основні принципи ангельського інвестування:

- ризиковане заняття, адже багато стартапів не досягають успіху.
- шукають проекти з високим потенціалом зростання, щоб отримати високу віддачу на свої інвестиції.
- інвестують в стартапи на ранніх стадіях розвитку, тому вони готові чекати на повернення своїх інвестицій протягом декількох років.
- беруть участь у розвитку стартапів, в які вони інвестують.
- являються цінним джерелом капіталу, менторства та мережування для стартапів.

Однак важливо пам'ятати, що ангельське інвестування – це ризиковане заняття, і не всі стартапи, які отримують ангельські інвестиції, досягають успіху.

Венчурні капіталісти - це фірми, які спеціалізуються на інвестуванні у стартапи з високим потенціалом зростання. Вони надають значні суми капіталу в обмін на частку у компанії та активно допомагають їй у розвитку.

Венчурні капіталісти: Визначення, функції та принципи

Венчурні капіталісти – це фірми, які інвестують у стартапи з високим потенціалом зростання.

Вони зазвичай інвестують на більш пізніх стадіях розвитку, ніж ангельські інвестори, і пропонують більші суми коштів в обмін на більший контроль над компанією.

Основні функції венчурних капіталістів:

- надають стартапам капітал, необхідний для розширення масштабів та виходу на нові ринки;
- мають багато досвіду в бізнесі та можуть надати цінні поради та настанови стартапам<sup>4</sup>
- допомагають стартапам налагодити зв'язки з іншими інвесторами, потенційними клієнтами та партнерами;
- можуть взяти на себе керівні ролі в стартапах, в які вони інвестують.

Основні принципи венчурного капіталу:

1. Венчурне інвестування – це ризиковане заняття, адже багато стартапів не досягають успіху.
2. Венчурні капіталісти шукають проекти з високим потенціалом зростання, щоб отримати високу віддачу на свої інвестиції.
3. Венчурні капіталісти зазвичай інвестують в стартапи на пізніх стадіях розвитку, тому вони готові чекати на повернення своїх інвестицій протягом декількох років.
4. Венчурні капіталісти зазвичай активно беруть участь у розвитку стартапів, в які вони інвестують.
5. Венчурні капіталісти можуть бути цінним джерелом капіталу, менторства та мережування для стартапів.

Інкубатори та акселератори - це організації, які надають стартапам доступ до ресурсів, експертного наставництва та інвестицій у обмін на частку у компанії та допомогу в її розвитку.

Інкубатори допомагають молодим, сирим ідеям перетворитися на життєздатні бізнес-моделі. Вони надають їм необхідну інфраструктуру, ресурси та менторство на ранніх етапах розвитку. Орієнтовані на стартапи на початковій стадії, які ще не мають чіткої бізнес-моделі або мінімально

життєздатного продукту (MVP). Інкубатори пропонують офісні приміщення, спільний робочий простір, доступ до обладнання, юридичні та бухгалтерські консультації, а також менторську підтримку від досвідчених підприємців. Вони створюють середовище, сприятливе для навчання, нетворкінгу та розвитку бізнес-планування.

Переваги для стартапів:

- доступ до ресурсів, які можуть бути недоступними для молодих компаній (офіс, обладнання);
- менторська підтримка від досвідчених підприємців.
- спілкування з іншими стартапами та обмін досвідом.
- можливість залучити інвестиції від фондів, які співпрацюють з інкубатором.

Акселератори допомагають стартапам, які вже мають певний прогрес, швидко масштабуватися та вийти на новий рівень. Вони надають їм інтенсивне навчання, менторство від успішних підприємців та інвесторів, а також можливість залучити фінансування. Орієнтовані на стартапи, які вже мають MVP та деяку тягу користувачів, але потребують допомоги в масштабуванні та оптимізації бізнес-процесів. Акселератори пропонують інтенсивні навчальні програми, майстер-класи, менторство від відомих підприємців та інвесторів, а також можливість презентувати свій проект потенційним інвесторам під час Demo Day.

Переваги для стартапів:

- інтенсивне навчання та менторство від успішних підприємців та інвесторів;
- можливість залучити фінансування від інвесторів, які беруть участь в акселераторській програмі;
- зв'язки з потенційними клієнтами та партнерами;
- підвищення впізнаваності бренду стартапу.

Вибір між інкубатором та акселератором залежить від стадії розвитку вашого стартапу та його потреб. Якщо у вас є лише ідея або прототип, і вам

потрібна допомога з розробкою бізнес-моделі та доступом до ресурсів, тоді інкубатор – кращий вибір.

Якщо у вас вже є MVP та деяка тяга користувачів, і ви прагнете масштабуватися та залучити інвестиції, тоді акселератор – кращий вибір.

Незалежно від того, який варіант ви оберете, інкубатор чи акселератор, вони можуть стати чудовим способом отримати підтримку та ресурси, необхідні для розвитку вашого стартапу.

Токенизація - це процес, коли активи розбиваються на цифрові токени, які можна продавати інвесторам. Цей метод стає все більш популярним завдяки розвитку блокчейн-технологій. Основними принципами токенизації є:

1. Фракціонування - токенизація дозволяє ділити активи на менші частини, що робить їх більш доступними для інвесторів. Наприклад, можна токенизувати дорогу нерухомість та продавати токени, що представляють право власності на невеликі частки цієї нерухомості.
2. Ліквідність – токенизовані активи можуть бути більш ліквідними, ніж традиційні активи. Їх можна легко торгувати на спеціальних біржах, подібно до того, як торгуються акції або криптовалюти.
3. Прозорість – операції з токенизованими активами можуть бути більш прозорими, оскільки вони реєструються на блокчейні. Це дозволяє відстежити історію володіння активом та запобігти шахрайству.
4. Доступність - токенизація може зробити інвестиції в певні активи більш доступними для широкого кола інвесторів. Наприклад, можна інвестувати в твори мистецтва або рідкісні предмети колекціонування, придбавши токени, що представляють частку власності на ці активи.

Сфери застосування токенизації:

- використовується для створення нових фінансових продуктів, таких як токенизовані акції, облігації та фонди;
- використовується для продажу часткової власності на нерухомість;
- використовується для продажу часткової власності на твори мистецтва, рідкісні предмети колекціонування тощо;

- використовуватися для захисту та управління правами інтелектуальної власності;
- використовується для відстеження товарів по ланцюжку поставок.

Таким чином, інноваційні методи фінансування грають важливу роль у розвитку стартапів та стимулюванні економічного зростання. Вони сприяють залученню капіталу, необхідного для розвитку нових ідей та технологій, та сприяють створенню нових робочих місць.

## **1.2. Роль стратегій у розвитку стартап-проекту**

Стратегії для стартапів є ключовим елементом успіху. Ось кілька типових стратегій, які стартапи можуть використовувати:

1. Диференціація продукту або послуги;
2. Цінова стратегія;
3. Ринкова ніша;
4. Партнерство зі сторонніми компаніями;
5. Маркетингова стратегія;
6. Рістові стратегії;
7. Технологічна стратегія;
8. Стратегія залучення фінансування;
9. Стратегія управління ризиками;
10. Стратегія виходу на ринок.

Вибір правильної стратегії залежить від конкретної ситуації стартапу, його цілей, ресурсів та конкурентного середовища.

Диференціація продукту або послуги - це стратегія, що полягає в створенні унікальної пропозиції, яка робить продукт або послугу відрізняючоюся від конкурентів на ринку. Основна ідея полягає в тому, щоб надати споживачам щось, чого вони не можуть знайти у інших продуктах або послугах.

Ця стратегія може бути реалізована за допомогою різних підходів:

Унікальність функціональних характеристик - це може включати унікальні особливості продукту, такі як високоякісні матеріали, покращена функціональність або нові технології, які роблять продукт більш ефективним або зручним для користувачів.

Дизайн і стиль - можуть бути ключовими факторами, що визначають його відмінність. Привабливий та стильний дизайн може зробити продукт більш привабливим для споживачів.

Брендування та імідж - створення сильного бренду, який асоціюється з певними цінностями або ідеями, може зробити продукт більш привабливим для цільової аудиторії. Репутація бренду може стати ключовим фактором в рішенні споживачів.

Послуги післяпродажного обслуговування – надання високоякісного обслуговування після купівлі може стати ключовим фактором, який робить продукт більш привабливим для клієнтів. Гарантії, безкоштовне технічне обслуговування або швидка підтримка можуть відрізнити продукт від конкурентів.

Персоналізація – надання можливості користувачам налаштувати продукт або послугу за своїми потребами може зробити його більш привабливим і конкурентоспроможним.

Стратегія диференціації дозволяє створити унікальну пропозицію, яка дозволяє стартапу вирізнитися на ринку, привертати увагу клієнтів і створювати конкурентну перевагу. Вона вимагає від стартапу інноваційного мислення, ретельного вивчення потреб цільової аудиторії та постійного вдосконалення продукту або послуги.

Цінова стратегія - це ключовий аспект в плануванні бізнесу, що визначає, яким чином компанія буде встановлювати ціни на свої продукти або послуги. Ця стратегія впливає на прибутковість, конкурентоспроможність та споживчу попит на товари чи послуги компанії. Розглянемо детальніше деякі аспекти цінової стратегії:

Фіксовані ціни або динамічне ціноутворення: Компанія може встановлювати фіксовані ціни на свої товари або послуги протягом певного періоду часу. З іншого боку, вона може використовувати динамічне ціноутворення, коли ціни змінюються в залежності від попиту, сезонності, конкуренції тощо.

Цінова стратегія "Premium" або "Low-cost". Компанія може обрати стратегію "Premium", коли вона ставить свої ціни вище середнього рівня на ринку, підкреслюючи високу якість, розкіш або ексклюзивність своїх товарів або послуг. З іншого боку, стратегія "Low-cost" передбачає встановлення нижчих цін з метою залучення більшої кількості клієнтів, особливо тих, хто шукає економію без втрати якості.

Цінова дискримінація – ця стратегія передбачає встановлення різних цін для різних сегментів ринку, враховуючи їхні можливості платежу, готовність до купівлі та інші фактори. Наприклад, компанія може встановити різні ціни для різних географічних ринків або різних категорій клієнтів.

Сезонні ціни – деякі компанії користуються стратегією сезонних цін, коли вони змінюють ціни на свої товари або послуги в залежності від піків попиту під час певних періодів, таких як святкування, відпустки або зміна сезону.

Цінова упаковка – ця стратегія передбачає комбінування товарів або послуг в пакети з різними цінами. Наприклад, компанія може пропонувати знижену ціну, якщо клієнт купує більше одного товару або послугу разом.

Цінова стратегія повинна відповідати цілям компанії, потребам ринку та конкурентному середовищу. Вона може бути змінена з часом відповідно до змін у ринкових умовах, споживчих уподобань або цілей бізнесу. Важливо, щоб компанія ретельно аналізувала всі аспекти своєї цінової стратегії, щоб забезпечити успішність на ринку.

Ринкова ніша - це стратегія, що передбачає спрямування уваги на конкретний сегмент ринку, який характеризується особливими потребами,

вимогами або характеристиками, і який недостатньо задовольнений існуючими гравцями на ринку. Розглянемо цю стратегію більш детально:

Аналіз ринку – перший крок у розробці стратегії ринкової ніші - це детальний аналіз ринку. Це включає вивчення споживчих потреб, вимог, тенденцій та недоліків на ринку. Компанія має зрозуміти, які групи споживачів можуть виявити інтерес до її продуктів або послуг.

Виділення ніші – після аналізу ринку компанія визначає конкретні сегменти або ніші, які вона може успішно задовольнити своїми пропозиціями. Це може бути ринковий сегмент за віковою групою, географічним розташуванням, інтересами або іншими факторами.

Розвиток унікальності – після визначення ніші компанія розробляє унікальну пропозицію, яка відповідає потребам цього конкретного сегменту ринку. Це може бути унікальна функціональність, висока якість, інноваційність або інші особливості, які виділяють її серед інших гравців на ринку.

Маркетинг та просування - після розробки унікальності компанія розробляє стратегію маркетингу та просування, спрямовану на залучення цільової аудиторії з обраної ринкової ніші. Це може включати в себе використання специфічних каналів зв'язку та реклами, спрямованість на певні групи споживачів та інші методи.

Стабілізація та розвиток - після успішного входу на обрану ринкову нішу компанія зосереджується на стабілізації своєї позиції та подальшому розвитку. Це може включати в себе постійне вдосконалення продуктів або послуг, розширення асортименту, вдосконалення обслуговування клієнтів та інші заходи.

Конкурентна перевага – одним з ключових елементів успіху в ринковій ніші є збереження конкурентної переваги. Компанія повинна постійно слідкувати за ринковими тенденціями, а також діями конкурентів, щоб забезпечити свою конкурентоспроможність.



Стратегія ринкової ніші дозволяє компанії ефективно конкурувати на ринку, забезпечуючи задоволення специфічних потреб або вимог цільової аудиторії. Вона дозволяє компанії створити унікальну позицію на ринку та отримати стабільну базу клієнтів, що сприяє подальшому розвитку та зростанню бізнесу.

Стратегія партнерства зі сторонніми компаніями - це підхід до розвитку бізнесу, коли компанія співпрацює з іншими фірмами або організаціями для досягнення спільних цілей, взаємної вигоди та підтримки. Розглянемо цю стратегію більш детально:

Аналіз потенційних партнерів – перший крок у реалізації стратегії партнерства - це виявлення та аналіз потенційних партнерів. Компанія повинна зрозуміти, які компанії можуть бути корисними для співпраці, чий знання, ресурси або досвід можуть доповнити її власні.

Визначення цілей інтеграції – після вибору партнерів компанія повинна визначити конкретні цілі співпраці та очікувані результати від партнерства. Це може бути розширення асортименту продуктів, збільшення обсягів продажів, введення нових ринків або інші цілі.

Укладання угоди: Після визначення цілей інтеграції компанії укладають угоду або договір, що визначає умови та параметри співпраці. Це може включати в себе обмін ресурсами, спільні інвестиції, розподіл відповідальності та інші аспекти партнерських відносин.

Розвиток взаємодії - після укладання угоди компанії розпочинають активну взаємодію та співпрацю. Це може включати спільний розвиток продуктів, спільні маркетингові кампанії, обмін технічною підтримкою та інші види співпраці.

Оцінка результатів – під час реалізації стратегії партнерства важливо постійно оцінювати результати співпраці та визначати, наскільки вони відповідають поставленим цілям. Це дозволяє компаніям коригувати свої стратегії та дії для досягнення кращих результатів.

Подальший розвиток та узгодження. На основі отриманих результатів компанії можуть приймати рішення про подальший розвиток та узгодження співпраці з партнерами. Це може включати розширення обсягів співпраці, введення нових умов угоди або навіть припинення співпраці у разі неефективності.

Стратегія партнерства зі сторонніми компаніями дозволяє підприємствам отримати доступ до додаткових ресурсів, знань та можливостей, які допомагають їм досягти своїх бізнес-цілей швидше та ефективніше. Ця стратегія сприяє зміцненню позицій на ринку, розширенню асортименту продукції та послуг, а також залученню нових клієнтів і партнерів.

Маркетингова стратегія - це план дій, спрямований на досягнення маркетингових цілей компанії та задоволення потреб цільової аудиторії. Вона включає в себе аналіз ринку, визначення цілей, вибір маркетингових стратегій та тактик для досягнення цих цілей. Ось детальне пояснення кожного етапу маркетингової стратегії:

Аналіз ринку. Перший крок у формуванні маркетингової стратегії - це докладний аналіз ринку. Це включає вивчення сегментації ринку, аналіз конкурентів, визначення ключових трендів та оцінку потреб цільової аудиторії.

Визначення цілей. На основі аналізу ринку компанія визначає свої маркетингові цілі. Ці цілі можуть включати збільшення обсягів продажів, розширення ринкової частки, покращення впізнаваності бренду, підвищення лояльності клієнтів та інші.

Вибір цільової аудиторії. Компанія визначає цільову аудиторію, тобто групу людей, які мають найбільший потенціал для купівлі її продуктів або послуг. Це може бути визначено на основі демографічних, психографічних та поведінкових характеристик цільової аудиторії.

Вибір маркетингових стратегій. Після визначення цілей і цільової аудиторії компанія обирає стратегії маркетингу для досягнення цих цілей. Це може включати такі стратегії, як диференціація продукту, цінова стратегія,

стратегія розширення асортименту продуктів, стратегія розвитку нових ринків та інші.

Розробка маркетингових тактик. На основі обраних стратегій компанія розробляє конкретні маркетингові тактики. Це може включати рекламні кампанії, промо-акції, піар-заходи, цифровий маркетинг, участь у виставках та подіях, розвиток веб-сайту та інші інструменти маркетингу.

Виконання та контроль. Після розробки маркетингового плану компанія реалізує його та веде контроль за його виконанням. Це включає в себе відстеження результатів маркетингових заходів, аналіз їх ефективності та внесення необхідних коректив в стратегію.

Оцінка результатів та корекція стратегії. На основі аналізу результатів компанія оцінює ефективність своєї маркетингової стратегії та приймає рішення про необхідні корективи. Це може включати зміну цілей, стратегій або тактик маркетингу для досягнення кращих результатів.

Маркетингова стратегія є ключовим елементом успішного бізнесу, оскільки допомагає компаніям досягати своїх цілей, привертати нових клієнтів та збільшувати свою конкурентоспроможність на ринку. Це важлива складова частина загальної стратегії розвитку бізнесу та допомагає компаніям адаптуватися до змін в умовах ринку та конкуренції.

Ростова стратегія - це план дій, спрямований на збільшення обсягів бізнесу та розширення його впливу на ринку. Ця стратегія включає в себе різні методи та тактики для досягнення цілей зростання компанії. Давайте розглянемо детальніше кожен етап ростової стратегії:

Аналіз ринку і конкурентів. Першим кроком у ростовій стратегії є детальний аналіз ринку та конкурентів. Компанія вивчає ринок, визначає можливості для зростання, ідентифікує конкурентів і встановлює свої переваги.

Визначення цілей росту. На основі аналізу ринку компанія визначає конкретні цілі росту, такі як збільшення обсягів продажів, розширення

ринкової частки, введення нових продуктів чи послуг на ринок, підвищення впізнаваності бренду тощо.

Вибір стратегії росту. Після визначення цілей компанія обирає стратегію росту, яка найбільш відповідає її потребам та можливостям. Це може бути вертикальний або горизонтальний розвиток, концентрація на ринковому розширенні, диверсифікація бізнесу, злиття та поглинання, стратегія альянсів тощо.

Розробка та впровадження плану дій. Після вибору стратегії росту компанія розробляє детальний план дій для його впровадження. Це включає в себе визначення необхідних ресурсів, встановлення критеріїв успіху, розподіл відповідальності та визначення термінів реалізації.

Виконання плану та моніторинг результатів. Після впровадження плану дій компанія активно виконує його та моніторить результати. Це включає в себе постійний аналіз ефективності заходів, відстеження показників росту та внесення коректив у стратегію при необхідності.

Оцінка результатів та корекція стратегії. Після завершення певного періоду виконання ростової стратегії компанія оцінює результати та визначає, наскільки успішно була реалізована стратегія. На основі цього оцінюється необхідність внесення змін до стратегії або плану дій на майбутнє.

Ростова стратегія є важливою складовою успіху будь-якої компанії, оскільки дозволяє їй розвиватися, конкурувати на ринку та досягати нових висот. Вона вимагає від компанії великих зусиль та вкладення ресурсів, але при цьому може принести значний приріст цінності та стабільність у майбутньому.

Технологічна стратегія - це план дій компанії щодо використання та розвитку технологій з метою підвищення її конкурентоспроможності, вдосконалення продуктів або послуг, оптимізації процесів та забезпечення стабільного росту. Ось детальний опис кожного етапу технологічної стратегії:

- аналіз технологічного ландшафту (першим кроком у технологічній стратегії є аналіз поточного технологічного стану галузі та

конкурентного середовища. Компанія вивчає нові технології, тренди та інновації, що можуть мати вплив на її бізнес);

- визначення потреб і можливостей (на основі аналізу компанія визначає свої потреби та можливості в галузі технологій. Це може включати в себе виявлення слабких місць у процесах, потребу в оптимізації, підвищенні ефективності або розширенні продуктового портфолію);
- вибір стратегії технологічного розвитку (компанія визначає стратегію технологічного розвитку, яка найбільш відповідає її потребам і метам. Це може бути стратегія внутрішнього розвитку, коли компанія самостійно розробляє технології, або стратегія зовнішнього розвитку, коли компанія співпрацює з партнерами або зовнішніми постачальниками);
- розробка і впровадження інновацій (на цьому етапі компанія розробляє нові технології або модернізує існуючі, щоб вони відповідали її потребам та стратегічним цілям. Потім вони впроваджуються в роботу);
- моніторинг та оцінка результатів (компанія стежить за впровадженням нових технологій та оцінює їхні результати. Це включає в себе аналіз впливу технологій на продуктивність, якість продукції, задоволення клієнтів та інші ключові показники);
- постійне оновлення і удосконалення (технологічна стратегія є постійним процесом, тому компанія постійно оновлює та удосконалює свої технології, враховуючи зміни в ринкових умовах та потребах клієнтів);
- створення інноваційної культури (успіх технологічної стратегії залежить від того, наскільки компанія вдається створити інноваційну культуру, що сприяє впровадженню нових ідей та технологій у всіх сферах діяльності).

Технологічна стратегія дозволяє компанії залишатися конкурентоспроможною, реагувати на зміни у ринкових умовах та впроваджувати нові можливості для підвищення ефективності та якості своїх продуктів або послуг.

### 2.3. Аналіз стратегій стартап-проектів

SWOT аналіз - це метод дослідження стратегічного стану організації або проекту, який включає аналіз їхніх сильних і слабких сторін, а також можливостей і загроз. Такий аналіз допомагає компаніям та проектам розуміти їхні внутрішні та зовнішні фактори, а також розробляти стратегії для досягнення своїх цілей.

Ось SWOT аналіз для основних стратегій стартап проектів:

Диференціація продукту або послуги

Сильні сторони (S):

- Унікальність продукту або послуги.
- Здатність привернути цільову аудиторію за рахунок унікальних функцій або характеристик.
- Змога створити більш високу цінність для клієнтів, що дозволяє встановити вищі ціни.

Слабкі сторони (W):

- Високі витрати на дослідження та розробку нових продуктів або послуг.
- Ризик низької відповідності ринковим очікуванням або низької прибутковості.

Можливості (O):

- Попит на унікальні та інноваційні продукти або послуги на ринку.
- Можливість зайняти нішевий сегмент ринку.

Загрози (T):

- Конкуренція з боку інших компаній, які також намагаються відрізнитися від інших.
- Зміна попиту або технологій, що може зменшити конкурентоспроможність унікальних продуктів або послуг.

Цінова стратегія

Сильні сторони (S):

- Здатність привернути цільову аудиторію за рахунок низьких цін.

- Можливість встановити низьші ціни через зниження виробничих витрат.

Слабкі сторони (W):

- Ризик низької прибутковості через низькі ціни.
- Висока конкуренція з боку інших компаній, які можуть також знижувати ціни.

Можливості (O):

- Зміна попиту на більш доступні продукти або послуги.
- Можливість привернути нових клієнтів через привабливі ціни.

Загрози (T):

- Реакція конкурентів на зниження цін.
- Ризик зниження прибутковості через недостатність виручки від продажів.

Ринкова ніша

Сильні сторони (S):

- Здатність зосередитися на конкретному сегменті ринку та задовольнити його потреби.
- Можливість створити сильні взаємини з клієнтами у вибраній ніші.

Слабкі сторони (W):

- Обмежені можливості росту через специфічність нішевого ринку.
- Ризик залежності від успіху або виживання лише в обраній ніші.

Можливості (O):

- Недостатнє задоволення потреб специфічної аудиторії, що може створити попит на спеціалізовані продукти або послуги.
- Можливість створити сильну позицію на ринку у вибраній ніші.

Загрози (T):

- Поява нових конкурентів у вибраній ніші.
- Зміна потреб або вимог цільової аудиторії у вибраній ніші.

Партнерство зі сторонніми компаніями

Сильні сторони (S):

- Можливість отримати доступ до додаткових ресурсів, експертизи або технологій через партнерство.

- Здатність розширити ринкові можливості через співпрацю з іншими компаніями.

Слабкі сторони (W):

- Ризик втрати контролю над деякими аспектами бізнесу через партнерство.
- Потенційні конфлікти інтересів або взаємозалежності з партнерами.

Можливості (O):

- Можливість використовувати зовнішні ресурси та знання для збільшення конкурентоспроможності.
- Можливість швидко реагувати на зміни у ринковому середовищі через партнерство з гнучкими інноваційними компаніями.

SWOT аналіз основних стратегій стартап проєктів дозволяє отримати глибше розуміння їхнього потенціалу та викликів, з якими вони можуть зіткнутися на ринку. Диференціація продукту або послуги може принести конкурентні переваги, проте потребує значних витрат на дослідження та розробку, і стикається з загрозами зміни попиту або конкуренції. Цінова стратегія може бути ефективною для залучення цільової аудиторії, але при цьому ризикує зниженням прибутковості та конкуренцією. Ринкова ніша може дозволити зайняти певний сегмент ринку, але стикається з обмеженістю можливостей росту та конкуренцією в цьому сегменті. Партнерство зі сторонніми компаніями може забезпечити доступ до додаткових ресурсів та експертизи, але при цьому потребує управління ризиками та відносинами з партнерами. Отже, вибір стратегії для стартапу проєкту повинен бути обдуманим і враховувати його потенціал, конкурентні переваги та виклики на ринку.

## **ВИСНОВКИ**

Після проведеного кваліфікаційного дослідження стратегій стартап проєктів можна сформулювати декілька важливих висновків.

По-перше, вибір стратегії для стартапу є критичним етапом у процесі розвитку бізнесу. Кожна з розглянутих стратегій - диференціація продукту,



цінова стратегія, ринкова ніша, партнерство зі сторонніми компаніями, маркетингова стратегія та технологічна стратегія - має свої переваги та обмеження, які потрібно уважно враховувати.

По-друге, успішна стратегія стартапу вимагає глибокого розуміння ринку, конкурентного середовища та потреб цільової аудиторії. Недостатнє вивчення цих аспектів може призвести до невдачі обраної стратегії та загрозити успіху проєкту.

По-третє, комбінація різних стратегій може бути більш ефективною, ніж одночасне використання лише однієї стратегії. Наприклад, поєднання диференціації продукту та маркетингової стратегії може забезпечити стартапу конкурентні переваги та залучити увагу цільової аудиторії.

По-четверте, успішні стартапи часто відзначаються гнучкістю та здатністю до адаптації. Вони не соромляться змінювати свою стратегію відповідно до змін на ринку, нових технологій та вимог споживачів.

По-п'яте, ключовою складовою успіху будь-якої стратегії є постійне вдосконалення та інновації. Стартапи, які активно впроваджують нові ідеї, вдосконалюють свої продукти та послуги, зазвичай мають більші шанси на успіх у конкурентному середовищі.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Боровік Л.В., Петренко В.С., Карнаушенко А.С. Роль шкільної освіти в розвитку молодіжного підприємництва. Ефективна економіка. Вип.3. 2021. doi: 10.32702/2307-2105-2021.3.6

2. Закон України «Про інноваційну діяльність» [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://ips.ligazakon.net/document/JG1JN00A?an=3>.
3. Карнаушенко А. С., Петренко В.С., Лопатньов Д.К.. Пасивний дохід в Україні: джерела та перспективи. Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління, вип. 13, 2024, doi:10.54929/2786-5738-2024-13-08-01.
4. Карнаушенко А.С., Петренко В.С. Активізація розвитку торговельної галузі України. *Таврійський науковий вісник. Серія «Економіка»*. 2020. Вип. 1. С. 139–147.
5. Карнаушенко А.С., Петренко В.С., Боровік Л.В. Сучасні тенденції та перспективи розвитку європейського ринку страхування. *Таврійський науковий вісник*. Вип. 14. 2022. С.85–94. doi:10.32782/2708-0366/2022.
6. Кудельський В. Е. Стартап в Україні: переваги та недоліки / В. Е. Кудельський // Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова. – 2020. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу:[http://old.univer.km.ua/doc/zbirniki/Zbirnik\\_tez\\_schorichnoi\\_zvitnoi\\_naukovoii\\_konferentsii\\_naukovo-pedagogichnikh\\_pratsivnikiv\\_doktorantiv\\_ta\\_aspirantiv\\_2020.pdf#page=154](http://old.univer.km.ua/doc/zbirniki/Zbirnik_tez_schorichnoi_zvitnoi_naukovoii_konferentsii_naukovo-pedagogichnikh_pratsivnikiv_doktorantiv_ta_aspirantiv_2020.pdf#page=154)
7. Мохненко А.С., Антонов Р.А. Сучасні тенденції розвитку маркетингу на підприємстві. *Менеджмент та маркетинг у складі сучасної економіки, науки, освіти, практики: матеріали XI міжнар. наук.-практ. конф., м. Харків, 21 березня 2024р.* Харків: НФаУ, 2024. С. 384–385.
8. Мохненко А.С., Антонов Р.А. Інформаційно-аналітичне забезпечення безпеки підприємництва в умовах воєнної економіки // *Фінансове та інформаційно-аналітичне забезпечення безпеки бізнесу в умовах воєнної економіки та повоєнного відновлення: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., м. Харків, 22-23 листопада 2023 р.* Харків: ХНУМГ, 2023. С. 158–160.
9. Мохненко А.С. Підвищення економічної ефективності підприємств в

умовах євроінтеграційних процесів. *Теорія, методологія і практика обліку, оподаткування й аналізу виробничо-економічної діяльності суб'єктів агробізнесу та сільських територій: нові реалії та перспективи в умовах інтеграційних процесів*: колективна монографія. – Херсон: Айлант, 2020. С. 187-200.

10. Петренко В.С., Карнаушенко А. С., Мельникова К. В. Соціальні стандарти ЄС та їх вплив на українську економіку. Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління, вип. 10, Грудень 2023, doi:10.54929/2786-5738-2023-10-02-03.
11. Проект Закону про стимулювання розвитку цифрової економіки в Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.kmu.gov.ua/bills/proekt-zakonu-pro-stimulyuvannya-rozvitku-tsifrovoiekonomiki-v-ukraini>. 4. Бланк С., Дорф Б. Стартап. Настольная книга основателя. –М.: Альпина Паблишер, 2013. –616 с.
12. Руснак А.В., Петренко В.С. Карнаушенко А.С. Аналіз фундаментальних методів бюджетування з метою розроблення організаційної бюджетної політики. *Науковий журнал «Причорноморські економічні студії»*. 2018. (33). 203-208.
13. Сакун А. В. Стартап – тренд сучасної економіки та освіти / А. В. Сакун, Т. І. Кадлубович, Д. С. Черняк // Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції «Проблеми інтеграції освіти, науки та бізнесу в умовах глобалізації»: тези доповідей, м. Київ, 10 листопада 2020 р. – Київ: КНУТД, 2020. – С. 163-164.
14. Серьогіна Д. О. Тренінг-курс «Start-up»: конспект лекцій для студентів заочної форм навчання освітнього рівня «бакалавр» за спеціальністю 051 – Економіка / Д. О. Серьогіна; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2021. – 92 с.
15. Ситник Н. І. Інструменти державної підтримки екосистеми стартапів: досвід країн Центральної та Східної Європи / Ситник Н. І. // Проблеми економіки. – 2020. – С. 55–63.

16. Смачило, В., Халіна, В., & Чайка, Д. (2021). Формування локальної стартап-екосистеми. Економіка та суспільство, (23). [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-23-9>
17. Танклевська Н.С., Карнаушенко А.С., Петренко В.С. Ізраїльський досвід післявоєнного відновлення економіки. *Науковий вісник Львівської академії*. 2022. 6. 20-28.
18. Чепка В.В. Корпоративні акселератори: світовий досвід / Чепка В.В, Копаниця Я.І., Шеремет Б.О. – 2019. – [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/32317/Siukf\\_19\\_197.pdf?sequence](https://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/32317/Siukf_19_197.pdf?sequence)
19. Чернявська О. В. Стартап як об'єкт інвестиційного процесу: сутність та життєвий цикл існування / О. В. Чернявська, Л. В. Гнипа-Черневецька, Ван Чжицеюнь. // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. – 2017. – С. 121–123.
20. Accelerate Startup Ecosystem Development [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://startupgenome.com>. 24. AI Readiness Index 2020 // Oxford. – 2020. – [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.oxfordinsights.com/government-ai-readiness-index2020>.
21. Diversity Report: 20 Percent Of Newly Funded Startups In 2019 Have A Female Founder // Crunchbase. – 2020. – [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://news.crunchbase.com/news/eoy-2019-diversity-report-20-percent-ofnewly-funded-startups-in-2019-have-a-female-founder/>.
22. Ihnatenko, M., Marmul, L., Petrenko, V., Karnaushenko, A. and Levaieva L. (2020), Innovative tools in the methodology and teaching of the basic principles of enterprise management. *International Journal of Management*, vol. 11, is. 06, pp. 847–854. <https://doi.org/10.34218/IJM.11.6.2020.073>.
23. Petrenko, V., Karnaushenko, A (2021) Development of entrepreneurial universities as a necessity in conditions of economic instability and financial turbulence. *Intellectual development of mankind in modern conditions:*

economics, history. Books ha 19. Part 2: series of monographs (Series "Science environment of modern man"; No. 19). ISBN978-617-7880-27-0. pp. 12-29  
<https://doi.org/10.30888/2663-5569.2021-19-02-013>