

УДК 330.1

І. Б. Чичкало-Кондрацька,

д.е.н., професор, завідувач кафедри міжнародної економіки та маркетингу, Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка, м. Полтава

Е. О. Хаустова,

магістрантка, Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка, м. Полтава

Д.С. Кондрацька,

студентка, Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка, м. Полтава

Інноваційний потенціал українських стартапів на міжнародному ринку

UDK 330.1

I. B. Chychkalo-Kondratska,

D.Sc. (Economics), Professor, Head of International Economics and Marketing Department, Poltava National Technical Yuri Kondratyuk University

E. O. Khaustova,

student, Poltava National Technical Yuri Kondratyuk University

D.S. Kondratska,

student, Poltava National Technical Yuri Kondratyuk University

Innovative potential of Ukrainian startups on the international market

Стаття присвячена дослідженню теоретичних аспектів ефективності стартапів та визначенню їх місця на міжнародному ринку. Проведено аналіз найуспішніших вітчизняних стартапів, які отримали міжнародне визнання та фінансування від іноземних інвесторів. Виявлено основні проблеми, які заважають розвиватися українським стартапам. Досліджено основні методи оцінювання вартості та потенціалу нових проектів. Встановлено фактори, що впливають на успішність реалізації стартапів. Визначено шляхи підвищення ефективності стартапів на міжнародному ринку.

The article is devoted to the study of theoretical aspects of the effectiveness of startups and their location in the international market. The analysis of the most successful domestic startups which have received international recognition and financing from foreign investors has been analyzed. The main problems that hinder the development of Ukrainian start-ups are revealed. The main methods of estimating the value and potential of new projects are investigated. The factors influencing the success of implementation of startups are established. The ways of increasing the efficiency of startups on the international market are determined.

***Ключові слова:** стартап, метод оцінки стартап проекту, фактори ефективності стартапу, інноваційний потенціал.*

***Keywords:** startup, startup method for assessing project, efficiency factors startup, innovative potential.*

Постановка проблеми. Світова економіка сьогодні стрімко розвивається, тому, щоб відповідати вимогам міжнародного ринку, підприємствам необхідно створювати актуальні інноваційні продукти. Саме вони забезпечують конкурентоспроможність та прибутковість діяльності підприємств на міжнародних ринках. На сучасному етапі структурних зрушень в економіці України формується венчурний ринок, який створює сприятливі умови для розвитку нових інноваційних підприємств. В останні роки українські стартапи займають провідні позиції не лише на місцевих, але й на міжнародних краудфіндингових платформах.

Аналіз останніх досліджень. Значний світовий науково-практичний досвід та дослідження українських науковців не в повній мірі охоплюють таку актуальну проблему, як створення та оцінювання інноваційного потенціалу вітчизняних стартапів. Розвиток стартапів на міжнародних ринках, економічні інструменти для покращення рентабельності та залучення інвестицій в компанії розкрито в наукових працях таких зарубіжних вчених, як Гай Кавасакі[3], Марк Нейджер і Клінт Нільсен[5], Джоа Маллінст [4]та ін. У науковій літературі, що досліджує питання створення стартапів, в основному йдеться лише про ідеї для бізнесу, маркетингові тактики, менеджментові рішення, а не про інноваційний потенціал, який, безумовно, є важливою передумовою успішного бізнесу. У багатьох наукових роботах, зокрема у працях таких авторів, як Л. М. Таранюк [16], Ю. М. Бажал [7], Н. В. Івашова [9], А. М. Ткаченко [17] та ін., вивчено потенціал підприємств загалом та їх інноваційний потенціал. Певні теоретичні і практичні аспекти оцінювання інноваційного потенціалу стартапів, визначення факторів і

створення передумов для їх виходу на міжнародні ринки потребують більш детального вивчення, що в свою чергу дозволить зрозуміти, яке місце на міжнародному ринку посідають вітчизняні підприємства, та сприятиме підвищенню ефективності стартапів.

Ціль статті. Метою дослідження є аналіз та оцінювання інноваційного потенціалу українських стартапів; виявлення проблем, що заважають розвиватися стартапам та виходити на міжнародний ринок; визначення напрямів підвищення ефективності вітчизняних стартапів на цьому ринку.

Виклад основного матеріалу. Інноваційний потенціал характеризує здатність компанії розробляти і впроваджувати інноваційні ідеї, продукти, процеси. Це основа її ефективної інноваційної діяльності та високої рентабельності товару, який створено з використанням інновацій. Інноваційність продукту, що виходить на міжнародний ринок, відіграє важливу роль на даному етапі розвитку світової економіки в умовах високих темпів технологічного прогресу й жорстокої конкуренції.

З метою дослідження інноваційного потенціалу підприємства та методичних підходів до його оцінювання доцільно виділити наступні елементи: інституційний (управлінсько-організаційний), ресурсний, таргетинговий (цільовий), фінансово-інвестиційний та результативний [19, 18]. Інституційна складова – це інститути, які забезпечують внутрішні процеси інноваційної діяльності (винахід і виробництво нового продукту), безпосереднє впровадження нових технологій, взаємозв'язок підприємства з наукою, з ринком тощо, а також методи і засоби організації управління інноваційним процесом. Ця складова забезпечує оригінальність ідеї, продукту, рекламної компанії, оскільки автентичність повинна дотримуватися на всіх етапах створення стартапу.

Ресурсний потенціал складається з можливостей використання кожного одиничного господарського ресурсу в інноваційному процесі, зокрема інтелектуальних (трудових), матеріально-технічних ресурсів, тощо. Таргетинг містить у собі показники ринкових можливостей підприємства, які

основані на цільовій аудиторії. Знайти вільну ринкову нішу зараз уже складно, адже велике різноманіття компаній та продуктів змагаються за кожного споживача. Інвестиційно-фінансова складова інноваційного потенціалу дозволяє забезпечити зв'язок між всіма його складовими, формування матеріальних і нематеріальних активів, тощо. Результативна складова відображає фактичний продукт, який надається споживачам і містить у собі інноваційну складову, щоб задовольнити потреби клієнтів.

Системний підхід до інноваційного потенціалу дає можливість аналізувати його внутрішню будову з урахуванням життєвого циклу стартапу та його внеску в кінцеві результати діяльності підприємства не лише за рахунок основних, а й забезпечувальних інновацій.

Оцінювання інноваційного потенціалу стартапів доцільно розпочати з аналізу успішних підприємств, які втрималися на ринку. Важливими проблемами стартапів в Україні є: нестабільний стан економіки, обмежений ринок, який характеризується низьким рівнем сприйняття інновацій, а також недостатній досвід стртаперів. У результаті – 99% молодих фірм «вмирають» на самому початку свого бізнесу. Труднощі виникають на Pre-seed стадії, коли є ідея стосовно того, що потрібно ринку і споживачам, але чіткого уявлення про те, як її слід реалізовувати технічно (технічне завдання) і як її слід розвивати, щоб вона приносила прибуток (бізнес-план), ще немає, або є лише в найзагальнішому вигляді. Проблеми існують і на Seed-стадії, на якій відбувається вивчення ринку, формування і реалізації технічного завдання, складання бізнес-плану, тестування створеного проекту або продукту. Обмеженість внутрішнього ринку для інноваційних продуктів підвищує актуальність дослідження можливостей виходу українських стартапів на міжнародні ринки.

Інноваційний потенціал вітчизняних стартапів можна визначити на основі статистичних даних міжнародних рейтингових компаній. Так, аналіз даних рейтингової таблиці країн світу за кількістю успішних стартапів, які в них засновані, наведений на сервісі Startup Ranking, показав, щодо даного

переліку увійшли 137 країн і Україна зайняла в ньому 37 місце, випередивши Південну Корею та Естонію [6]. Як видно з рис. 1, на першому місці знаходяться США (32413 стартапів), на другому – Індія (3788 стартапів) і третю позицію займає Індонезія(1520 стартапів).

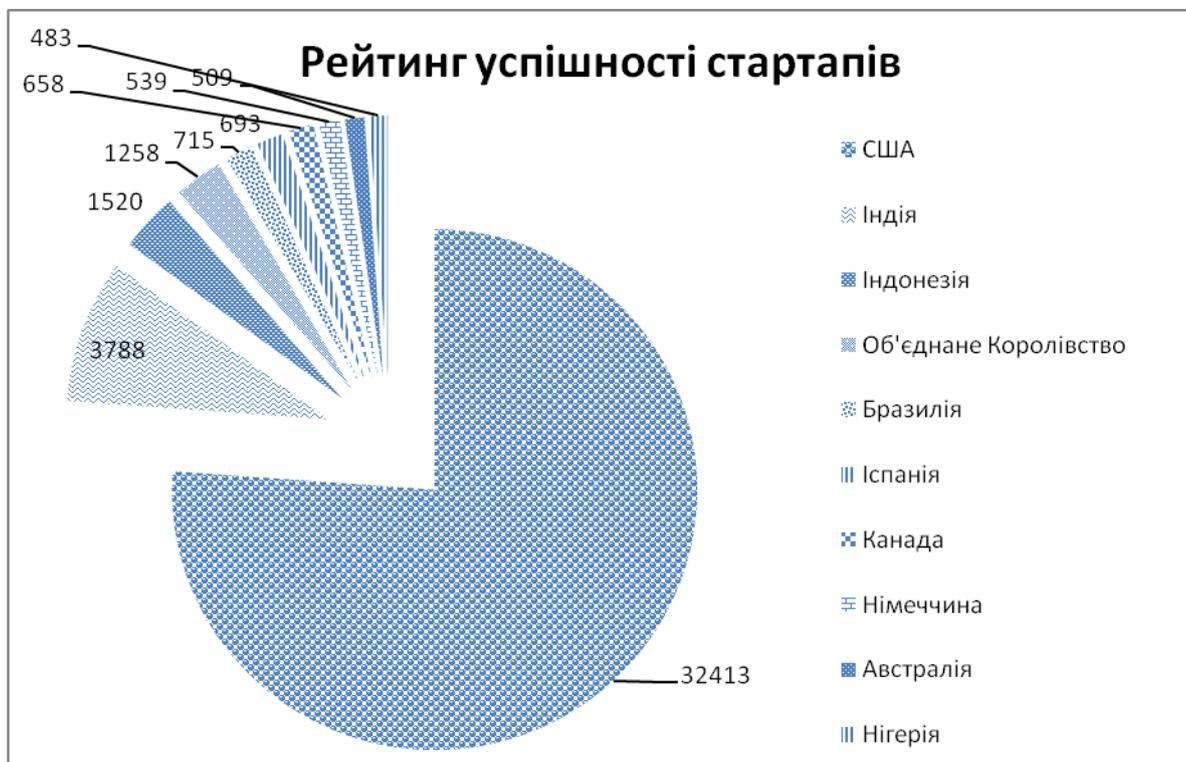


Рис. 1. Рейтинг успішності стартапів серед країн у 2016 р.

Джерело: побудовано автором за даними [11]

Україна, маючи 173 стартапи, не увійшла в десятку лідерів і має чималий відрив від провідних країн. Тобто засновникам вітчизняних стартапів потрібно вдосконалювати проекти, поліпшувати організацію менеджменту, працювати над залученням інвестицій.

Згідно даних Global Entrepreneurship Monitor, у 2016 р. 472 мільйони підприємців проводили активну роботу з розроблення і просування інноваційних ідей, за цей період було зареєстровано 305 мільйонів стартапів[2]. В середньому ж кожного року в світі реєструється 100 мільйонів стартапів.

Що ж до України, то за даними світового рейтингу стартапів сервісу Startup Ranking в нашій країні у 2016 р. було зареєстровано 141 стартапів.

компанію [6]. Перше місце серед стартапів посідає платформа віртуалізації Sixa, яка була заснована в 2015 р. українцями Євгенієм Нечаєвим і Миколою Минченком і дозволяє користувачам отримати через додаток доступ до потужного комп'ютера в «хмарі». Це також позбавляє користувачів необхідності купувати сучасне обладнання й економить електроенергію та заряд батареї, адже всі розрахунки відбуваються в хмарі. За використання платформи Sixa бере погодинну оплату. У 2015 р. стартап зміг пройти акселераційну програму Y Combinator і залучити 120 тис. дол. Інвестицій[8]. Після декількох раундів відбору українська команда змогла отримати ще 3,5 млн. дол. від каліфорнійського фонду Tandem Capital, української Digital Future і Horizon Capital.

Важливим критерієм виходу стартапів на міжнародний ринок є їх конкурентоспроможність. Україна є країною з ринком, що розвивається, тому вітчизняні стартапери не мають достатнього досвіду, щоб конкурувати з міжнародними компаніями, які досягли успіху в умовах жорстокої виробничої конкуренції та високої еластичності попиту. Та все ж деяким українським стартапам вдалося зайняти провідні місця не лише на вітчизняному, а й на міжнародному ринку.

Так, на міжнародній виставці CES 2017 у Лас-Вегасі взяли участь вісім українських стартапів. А ще три українські команди потрапили до фіналу Eurasia Mobile Challenge і тепер змагатимуться за головний приз в 20 тис. дол., а також можливість поїхати в Барселону на Mobile World Congress 2017.

З останніх українських розробок, відзначених на престижних міжнародних конкурсах, можна виділити [20]:

- Photofact – розробка, яка захищає фотографії від підробки;
- Luckfind.me (Online Lost & Found Luckfind.me) – сервіс пошуку втрачених речей;
- InCust – безкарткова програма лояльності для бізнесу;
- Solargaps – розумні жалюзі, що автоматично відстежують положення сонця і генерують електроенергію;

- Technovator – пристрій для дистанційної зарядки смартфонів.

Українські краудфандингові платформи, де спостерігаємо найуспішніші проекти Na-Start (популярні проекти – Tap4Parking, Сонячний Акумулятор Тепла, Проект «Чудова Країна»), BigIdea (Громадське телебачення, кінофестиваль «Ровер», майстерня з переробки пластику «Zelenew», акція «Зробимо Україну чистою», Арт-пікнік Слави Фролової), Сім Зірок (платформа для взаємного фінансування між приватними особами, де можна вкласти гроші в цікавий проект та отримати додатковий прибуток чи отримати позику від приватних осіб без відсотків онлайн), безумовно роблять величезний вклад у розвиток української економіки та суспільства.

Але слід зазначити, що багато українських стартапів залучають кошти і від іноземних інвесторів. Найпопулярніші українські стартапи останніх трьох років на міжнародному ринку, які зібрали найбільше коштів на краудфандингових платформах, зображені на рис. 2.

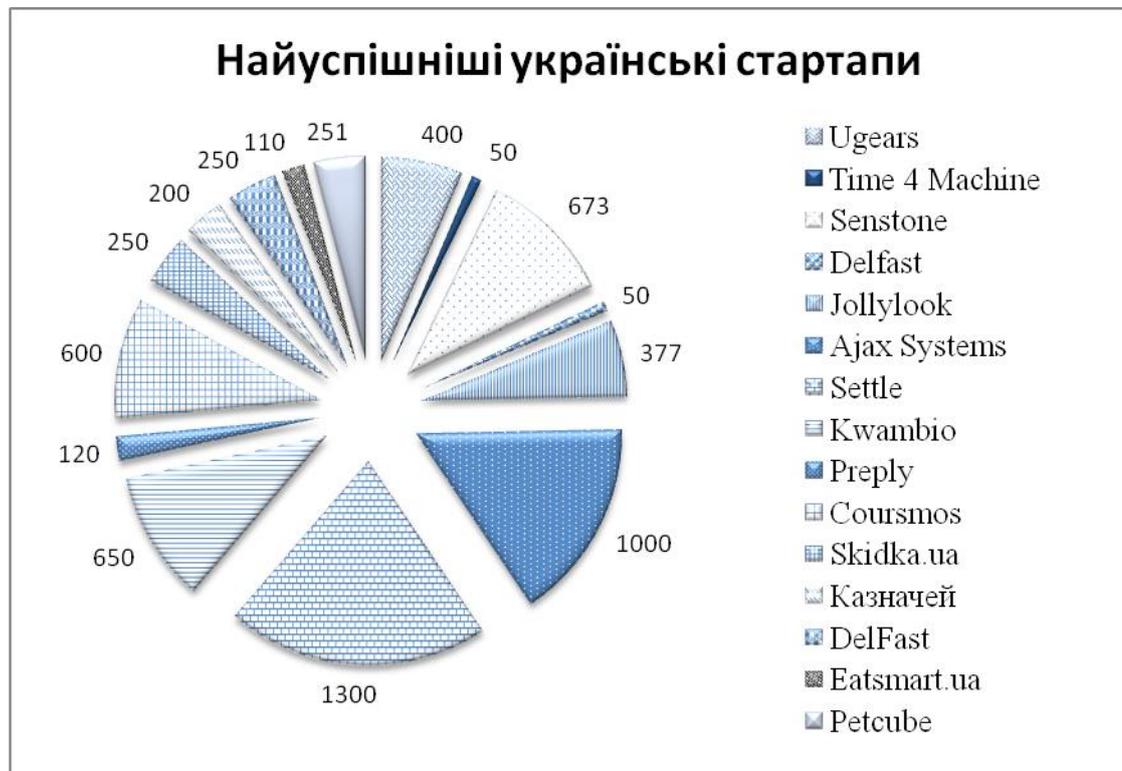


Рис. 2. Найуспішніші українські стартапи, тис. дол.

(побудовано авторами за джерелом [6])

Petcube – один із найвідоміших українських стартапів за останні роки, визнаний кращим стартапом Європи 2014 року. Він спрямований на виробництво пристроїв для власників домашніх тварин. Перший продукт компанії – це пристрій, за допомогою якого через мобільний додаток можна дистанційно стежити, розмовляти і грати в лазерні ігри з домашнім улюбленцем.

Проект Kwambio Володимира Усова вже отримав широку популярність і 650 тис. дол. на розвиток. Це онлайн-платформа, на яку дизайнери можуть завантажувати свої 3D-проекти, а користувачі змінювати їх зовнішній вигляд на свій смак і роздруковувати на своїх пристроях. Для друку власнику принтера не потрібно встановлювати додатковий софт, так як всі дії відбуваються в браузері або додатку. А недавно Kwambio представив свій власний 3D принтер.

Також можна виділити ще кілька проектів, на фінансування яких інвестори виділили досить значні кошти в 2016 р.:

- eTachki – онлайн-аукціон старих автомобілів. Відразу після перезапуску в проект зайшла інвестиційна компанія TA Ventures, що допомогло залучити 1 млн. дол.;

- Allset – сервіс для замовлення їжі і бронювання столиків в ресторанах. Розробники протестували різні бізнес-моделі і запустили в США додаток, який допомагає завчасно замовити столик і їжу в ресторанах. З кожного замовлення стартап заробляє 2 дол. – один від ресторану, другий – від користувача. З 2016 р. проект залучив 3,35 млн. дол. від Andreessen Horowitz і ряду інших інвесторів;

- Mevics – залучив 500 тис. дол. від інвестиційно-консалтингової компанії UBTower. Гаджет дозволить зберегти здоров'я спини і виробити правильну поставу тим, хто веде сидячий спосіб життя.

Серед пріоритетних сфер реалізації успішних українських стартапів на міжнародному ринку слід відзначити: енергозбереження, охорону здоров'я, «розумний будинок», ІТ галузь.

У 2015 році український проект Ecoisme (смарт-система для відстеження енергоспоживання в будинку або квартирі) став переможцем пітч-сесії Utility Day на конференції CeBIT-2015 Ганновері і отримав приз від найбільшого європейського вендора в галузі енергозбереження RWE, а також пройшов в програму акселератора Virgin Media Accelerator, який запустив відомий підприємець Річард Бренсон в партнерстві з американським інкубатором TechStars. Стартап вийшов на міжнародну краудфандингову платформу і зібрав 67 тис. дол.[11].

На iForum-2016 Ecoisme став найкращим українським стартапом року за результатами опитування ІТ лідерів України. Також проект вийшов у фінал щорічного конкурсу європейських стартапів EDF Awards, котрий організовує найбільший у світі оператор атомних електростанцій Électricité de France. У грудні 2016 р. стартап Ecoisme пройшов до програми Dubai Future Accellerator разом з декількома відомими міжнародними компаніями, обійшовши 2400 конкурентів. У 2017 р. українці зайнялися розв'язанням проблеми ефергоефективності Дубаї, зокрема зменшенням витрат на електроенергію [12].

Український стартап UniEcho, який є модульним екзоскелетом для людей з інвалідністю, переміг у листопаді 2016 р. на конкурсі Кремнієвої долини Silicon Valley Robotics, отримавши більше 90 % голосів [13].

У вересні 2016 р. проект українців Богдана Сучіка і Миколи Лобанова – платформа Mobalytics – виграв битву стартапів (Startup Battlefield) у Сан-Франциско. Розробники отримали кубок Disrupt та 50 тис.дол. Mobalytics – це тренер для геймерів, за допомогою якого вони можуть дізнатися про свої слабкі місця і сильні сторони[18].

У 2017 р. експерти радили розробникам, які хочуть вийти на міжнародний ринок, зробити акцент на фінтех-рішеннях (блокчейн, біткоіни, платіжні системи – таких, як MoneyX, WayForPay, Allset), агротех (дрони для саджання дерев, автоматичні теплиці, системи управління та ін. – яскравий

представник Agri Eye), а також на технологіях “розумного будинку” на кшталт української розробки Ecoisme [20].

Досвід успішних стартапів показує, що найчастіше на запуск робочого рішення потрібно менше року, а для деяких сфер достатньо однієї бізнес-моделі і MVP продукту для початку переговорів про фінансування. Для краудфандінг-проектів існує можливість взагалі отримувати фінансування, починаючи з першого дня роботи кампанії, маючи лише візуальну презентацію проекту.

Так, українська команда Planexta розробила “розумний браслет”, який вміє моніторити психічний стан “носія” на підставі даних електрокардіограми, і зібрала на Kickstarter потрібні 100 тис. дол. за 8 днів до кінця кампанії. За словами засновника стартапу Євгена Найштетика, гаджет SenseBand допоможе виявляти наростаючу ішемію і прогнозувати розвиток інфаркту міокарда [8]. Запускати комерційну версію продукту планують до кінця 2017 р.

Для розвитку ідеї та перетворення її в конкурентоспроможні товари, перш за все, необхідно отримати фінансову підтримку. Важливо вміти презентувати ймовірним інвесторам інноваційний потенціал стартапу та довести перспективність проекту, відповідність продукту вимогам міжнародного ринку. Для цього доцільно застосовувати спеціальні методи, які дозволяють оцінити потенціал стартапу. Критичний аналіз цих методів дозволив виявити найдоцільніші з них, на нашу думку, в залежності від специфіки продукту чи ринку.

Одним із таких методів є метод оцінки потенційної аудиторії за прибутковістю клієнта [1]. Даний метод є одним з найбільш точних економічних методів розрахунку майбутньої вартості проекту. Він спирається на поточну дохідність одного клієнта як середнє значення по ніші стартапу та на оцінку кількості споживачів на певному етапі розвитку проекту. Базуючись на тому, що головне завдання стартапу – перетворювати ідеї в продукти, необхідно оцінювати реакцію споживачів, а

потім приймати рішення про те, чи слід внести зміни, чи краще рухатися запланованим курсом. Метод є своєрідним індикатором, який показує затребуваність продукту серед споживачів, а відповідно і майбутню рентабельність проекту. Цей метод варто застосовувати для проектів, дохід від яких безпосередньо можна по'язати з клієнтами компанії і можливо розрахувати прибуток від одного клієнта.

Ще одним доцільним для використання є метод Беркуса. Згідно з ним спочатку обчислюється вартість відтворення початкової версії (оплата роботи спеціалістів, витрати на ліцензування, патентування, вартість наявних активів, вартість реклами, тощо), потім враховуються певні коефіцієнти, які додають вартість проекту [1, с. 75]:

- привабливість ідеї – 20–40 %;
- менеджмент проекту – 20–80 %;
- унікальність ринкової пропозиції – 10–20 %;
- оригінальність логотипу – 20–40 %.

При оцінці інноваційного потенціалу стартапу необхідно враховувати також кількість конкурентів у даній галузі.

З метою порівняння різних стартап проектів під час вибору пріоритетного напрямку інвестування використовують модель AveMaria. Вона враховує такі складові[1]:

- acquisition – тобто аудиторія проекту, можливість її розширення;
- value (cost) – вартість залучення клієнта;
- engagement – запрошення, залучення клієнтів або користувачів;
- monetization – монетизація проекту, окупність різних сегментів користувачів;
- retention – утримання клієнтів;
- intellectual property – захист інтелектуальної власності компанії.

За допомогою методу скорингу (або бенчмаркінгу) інвестори можуть порівнювати придбану компанію з іншими стартапами, які підходять для фінансування. Особливістю метода є прив'язка до місцевих умов. Тобто

порівнюватися можуть лише компанії, які знаходяться на однаковій стадії розвитку і розташовані в одному регіоні.

Не менш вагомим етапом оцінювання інноваційного потенціалу стартапів є визначення факторів, які здійснюють вплив на успішність виходу та прибутковість стартапів на міжнародному ринку.

Дослідження фахівців з агентства Bunch, проведеному 2017 р., показали, щостартапи, які починають без чітких цілей, часто стають більш прибутковими [15]. Було вивчено дані про 62 стартапи на ранній стадії розвитку. З'ясувалося, що ті розробники, які твердо дотримувалися своєї початкової спеціалізації працювали тільки в рамках розробленого проекту, отримували менший прибуток.

Тобто на ранніх етапах для стартапу набагато важливіше вміти вчасно перебудуватися, погодитися, що людям потрібен інший продукт, бути гнучкими, ніж чітко дотримуватися раніше заданого курсу. Перші тижні особливо важливі для того, щоб зрозуміти, яким буде кінцевий продукт. Ті стартапи, які правильно встановлюють зворотний зв'язок, готові відмовитися від якихось раніше запланованих рішень на користь нових, отримують більше грошей. Як приклад можна навести Twitter, який спочатку задумувався як платформа для подкастів. Команда не стала зупинятися на цій концепції і створила одну з найпопулярніших соціальних мереж. На гнучкість припадає істотна частина прибутків стартапів. Для стартапу головне – знайти баланс між наявною структурою і здатністю підлаштовуватися під мінливі умови, вчасно визначати, що насправді потрібно споживачу.

З іншого боку, ми згодні з експертами, які вважають, що не слід розпорошувати свої зусилля. Для досягнення успіху важливо сфокусуватися на одній меті, спрямувати весь свій потенціал на її досягнення.

У дослідженні Venture Beat вивчалися й інші фактори, що впливають на прибутковість стартапу. Так, важливою виявилася однотайність колективу. Мова йде про те, щоб погляд на розвиток компанії збігався у всіх

її учасників. Також агентство стверджує, що важливішим є не високий інтелект окремих учасників групи, а мислення на одному рівні в рамках загальної концепції. Bunch навіть пропонує влаштовувати спеціальні мітинги і особливим чином наймати персонал, щоб все було уніфіковано.

Висновки. Таким чином, можна зробити висновок, що Україна має значний інноваційний потенціал стартапів, зокрема висококваліфіковані інженерні ресурси, створюється відповідна інфраструктура та екосистема навколо стартапів. Як результат, зростає кількість стартапів, які отримують визнання на міжнародній арені і здобувають фінансування від іноземних інвесторів.

Важливими шляхами підвищення ефективності вітчизняних стартапів на міжнародному ринку є:

- обов'язкове оцінювання інноваційного потенціалу стартапу та потенційної ємності ринку;
- вихід на міжнародний ринок з якісним інноваційним продуктом, який має потенційно великий ринок;
- формування згуртованої команди людей, які дійсно сильно переймаються справою;
- концентрація зусиль на одній найголовнішій меті;
- ретельний моніторинг за змінами попиту споживачів та гнучке і вчасне реагування на нього.

Українським стартапам варто приділяти більше уваги новизні та оригінальності своїх проєктів, щоб зайняти провідні позиції на міжнародному ринку та стати прибутковими.

Література.

1. Berkus D. Basic Berkonomics – soft cover / D. Berkus. – Morrisville, Lulu: Online Self Publishing Book & eBook Company, 2012. – 704 с.
2. Global Entrepreneurship Monitor // [Електронний ресурс]. □ Режим доступу:<http://www.gemconsortium.org>.
3. Kawasaki G. The Art of the Start 2.0: The Time-Tested, Battle-Hardened Guide for Anyone Starting Anything / Guy Kawasaki. – London: Portfolio, 2015. – 336 с.

4. Mullins J. The Customer-Funded Business: Start, Finance, or Grow Your Company with Your Customers' Cash / Mullins J. – New Jersey: Wiley, 2014. – 304 с.
5. Nager M. Startup Weekend: How to Take a Company From Concept to Creation in 54 Hours / M. Nager, C. Nelsen, F. Nouyrigat. – New Jersey: Wiley, 2011. – 172 с.
6. Startup Ranking // [Електронний ресурс]. □ Режим доступу: <http://www.startupranking.com>.
7. Бажал Ю. М. Розвиток інноваційної діяльності у знаннєвому трикутнику "держава – університети – промисловість" / Ю. М. Бажал // Економіка і прогнозування. - 2015. - № 1. – С. 76–88.
8. Бобрицький Д. 24 успішних українських стартапу, на яких найбільше заробили [Електронний ресурс] / Дмитро Бобрицький. – Режим доступу до ресурсу: http://24tv.ua/24_uspeshnyh_ukrainskih_startapa_na_kotoryh_bolshe_vsego_zarabotali_n603818.
9. Івашова Н. В. Формування бренд-орієнтованої системи управління промисловим підприємством / Н. В. Івашова // Маркетинг і менеджмент інновацій. - 2012. - № 4. – С. 280–288.
10. Метод оцінки потенційної аудиторії за вартістю клієнта// [Електронний ресурс]. □ Режим доступу: <http://helpiks.org/6-9438.html>
11. Правда // [Електронний ресурс]. □ Режим доступу: <https://life.pravda.com.ua/society /2016/09/15/218040/>
12. Правда // [Електронний ресурс]. □ Режим доступу: <https://life.pravda.com.ua/society /2016/11/28/220712/>
13. Правда // [Електронний ресурс]. □ Режим доступу: <https://life.pravda.com.ua/society /2016/12/14/221493/>
14. Правда // [Електронний ресурс]. □ Режим доступу: <https://life.pravda.com.ua/society /2016/05/6/211899/>
15. Стартапи, які починають без чітких цілей, заробляють більше [Електронний ресурс]. □ Режим доступу: <http://news.finance.ua/ua/news/-/411243/startapy-yaki-pochynayut-bez-chitkyh-tsilej-zaroblyayut-bilshe>.
16. Таранюк Л. М. Потенціал і розвиток підприємства: навчальний посібник / Л. М. Таранюк. – Суми : Видавничо-виробниче підприємство «Мрія-1», 2016. – 278 с.
17. Ткаченко А. М. Державне регулювання інвестиційної діяльності в Україні / А. М. Ткаченко, Є. М. Плаксина // Економіка і регіон. – 2014. – № 2. – С. 7–12.

18. Чичкало-Кондрацька І.Б. Інноваційний розвиток регіональних науково-виробничих систем: [Монографія]. / І.Б. Чичкало-Кондрацька. – Полтава: Полтавський літератор, 2011. – 392 с.

19. Чоботар С.В. Інноваційний потенціал підприємства [Електронний ресурс] / С.В. Чоботар. – Режим доступу: http://www.confcontact.com/Okt/18_Chebot.htm

20. Які українські стартапи виживуть 2017 року// [Електронний ресурс]. □
Режим доступу: <https://news.finance.ua/ua/news/-/392975/yaki-ukrayinski-startapy-vyzhyvut-2017-roku>

References.

1. Berkus, D. (2012), Basic Berkonomics – soft cover, Lulu: Online Self Publishing Book & eBook Company , Morrisville, , United States

2. Global Entrepreneurship Monitor (2017), “GLOBAL REPORTS”, available at: <http://www.gemconsortium.org> (Accessed 28 August 2017).

3. Kawasaki, G. (2015), The Art of the Start 2.0: The Time-Tested, Battle-Hardened Guide for Anyone Starting Anything, Portfolio, London, UK

4. Mullins, J. (2014), The Customer-Funded Business: Start, Finance, or Grow Your Company with Your Customers' Cash, Wiley, New Jersey, United States

5. Nager, M. Nelsen, C. Nouyrigat, F. (2011), Startup Weekend: How to Take a Company From Concept to Creation in 54 Hours, Wiley, New Jersey, United States

6. Startup Ranking (2017), “Countries”, available at: <http://www.startupranking.com> (Accessed 12 August 2017).

7. Bazhal Y. M. (2015), “Rozvytok innovatsiynoyi diyal' nosti u znannyevomu trykutnyku derzhava – universytety – promyslovist” Ekonomika i prohnozuvannya. vol. 1, pp. 76–88.

8. 24tv (2011), “24 successful Ukrainian start-ups, which earned the most money“, available at: http://24tv.ua/ru/24_uspeshnyh_ukrainskih_startapa_na_kotoryh_bolshe_vsego_zarabotali_n603818 (Accessed 22 August 2015).

9. Ivashova, N. V. (2012), “Formuvannya brend-orientovanoyi systemy upravlinnya promyslovym pidpryyemstvom” Marketynh i menedzhment innovatsiy vol. 4, pp. 280–288.

10. Pravda (2017), “Sotsial'na pravda”, available at: <https://life.pravda.com.ua/society/2016/09/15/218040/> (Accessed 27 August 2017).

11. Pravda (2017), “Sotsial'na pravda”, available at: <https://life.pravda.com.ua/society/2016/11/28/220712/> (Accessed 12 March 2017).

12. Pravda (2017), “Sotsial'na pravda”, available at: <https://life.pravda.com.ua/society/2016/12/14/221493/> (Accessed 15 June 2017).

13. Pravda (2017), “Sotsial'na pravda”, available at: <https://life.pravda.com.ua/society/2016/12/14/221493/> (Accessed 23 July 2017).
14. Finance (2017), “Startapy, iaki pochynaiut' bez chitkykh tsilej, zarobliaiut' bil'she ”, available at: <http://news.finance.ua/ua/news/-/411243/startapy-yaki-pochynayut-bez-chitkyh-tsilej-zaroblyayut-bilshe/> (Accessed 23 March 2017).
15. Taranyuk L. M. (2016), Potential and Enterprise Development, Mriya-1, Sumy, Ukraine.
16. Tkachenko, A. M. “Derzhavne rehulyuvannya investytsiynoyi diyal' nosti v Ukrayini” *Ekonomika i rehion*, vol. 2, pp. 7–12.
17. Chychkalo-Kondrats'ka I.B. (2011) *Innovatsijnyj rozvytok rehional'nykh naukovovyrobnychkykh system*, Poltav's'kyj literator , Poltava, Ukraine.
19. Chobotar S.V. (2016), “Innovative potential of the enterprise””, available at: http://www.confcontact.com/Okt/18_Chebot.htm / (Accessed 9 October 2017).
20. Finance (2017), “Yaki ukrains'ki startapy vyzhyvut' 2017 roku”, available at: <http://news.finance.ua/ua/news/-/411243/startapy-yaki-pochynayut-bez-chitkyh-tsilej-zaroblyayut-bilshe/> (Accessed 23 March 2017).