

перспективних інноваційних ідей більш активні фірми-експерти, для яких це може стати шансом на зміцнення свого фінансового стану.

Список використаних джерел

1. Князевич А.О. Управління інфраструктурним забезпеченням інноваційного розвитку економіки: моногр. / А.О. Князевич. – Рівне: Волинські обереги, 2018. – 362 с.
2. Шовкалюк В.С. Інноваційний розвиток України: особливості 2012 року. Наука України у світовому інформаційному просторі. Вип. 7. – Київ: Академперіодика, 2013. – С. 14-25.

СТАРТАПИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ

*Антонова Д. В., студентка,
Науковий керівник – Козакова О. М., к. е. н., доцент,
Одеський національний політехнічний університет*

В умовах мінливого ринкового середовища однією з сучасних глобальних тенденцій активного впровадження бізнес-проектів є створення стартап-компаній. Стартапи – це новітні проекти, які засновані на ідеї та розпочинаються практично з нуля. Основною причиною їх виникнення спеціалісти називають передбачуваність дій та інертність великих корпорацій, які успішно функціонують на ринку з уже існуючими товарами (послугами), але розробка, створення та впровадження інноваційних продуктів на їх рівні займає багато часу через складність організаційних структур [1].

Існують різні особливості формування та реалізації стартапів в залежності від мети, спрямованості, сфери діяльності та інших критеріїв. Водночас, до загальних ознак стартапів можна віднести такі:

- структурними елементами стартапу є: ідея, інтелектуальний ресурс (стартап-команда), фінансові ресурси (та своєчасність їх отримання), маркетинг інновацій (концепція, філософія бізнесу);
- створення нового продукту, який би задовольняв потреби споживачів;
- мобільність з точки зору втілення нових ідей;
- швидкий розвиток та тимчасовість;
- невизначеність, значні ризики існування (згідно статистичних даних, близько 70 % всіх стартапів «не виживають» на ринку вже у перший рік свого існування) [2].

Кожен стартап від початку формування ідеї до виходу інноваційного продукту проходить певні етапи. Одним з основних підходів до класифікації етапів розвитку стартапів, який використовується науковцями та бізнес-практиками, є такий, що складається з п'яти стадій:

- посівна стадія. Це стадія появи ідеї, в основі якої лежить інноваційний продукт (послуга, технологія). На цьому етапі формується команда-інноваторів, розробляється план розвитку ідеї та здійснюється пошук фінансових ресурсів, якими найчастіше є власні заощадження чи кошти друзів, родини або партнерів (правило фінансування 3F – Family, Friends, Fools) [3];
- стадія запуску. Це стадія просування продукту, коли вже створена робоча модель продукту, і продовжується пошук джерел фінансування (одним з них є краудфандінг –народне фінансування);
- стадія зростання як стадія остаточного формування продукту. На цьому етапі компанія займає помітне місце на ринку, отримує прибуток та проводить маркетингову політику щодо його максимізації, має можливість отримувати фінансування від інвесторів;
- стадія розширення як стадія, коли компанія має завершений продукт, що приносить постійний прибуток і

дозволяє компанії займатися масштабуванням – збільшенням обсягів реалізації чи кількості споживачів, чи розширенням діяльності в суміжних сферах;

- стадія виходу. Це стадія, що характеризується перетворенням стартапу на стабільний бізнес. Компанія може випускати акції, що приносять дивіденди її засновникам та інвесторам, чи може бути продана, маючи високу капіталізовану вартість.

В трансформаційних умовах розвитку України активізація діяльності стартапів має бути вирішальною передумовою модернізації, технологічного розвитку країни та переходу до нової моделі економічного зростання.

На сьогодні чисельність українських стартапів стрімко зростає. Згідно з рейтингом країн за кількістю стартапів, складеним сервісом Startup Ranking, Україна у 2018 р. зайняла 37 місце серед 137 країн світу, обігнавши Південну Корею та Естонію. Між тим, у рейтингу глобальних стартапів українські компанії стартують лише з 658 місця [4].

Для успішного формування та розвитку стартапів має бути створено сприятливе середовище в країні, передусім, доступ до фінансів та знань. Вирішальну роль у цьому процесі має відігравати держава. З аналізу досвіду державної політики підтримки стартапів в Естонії вбачається, що в Україні є всі можливості розробити та впроваджувати комплексну державну програму щодо інформаційної та фінансової допомоги стартап-компаніям на всіх етапах їх розвитку. До складових такої програми, на наш погляд, слід віднести: створення єдиного Фонду розвитку підприємництва в країні, державні гранти і замовлення, пільги в оподаткуванні, пільгове банківське кредитування, субвенції на відшкодування витрат щодо організації бізнесу та підготовки і підвищення кваліфікації підприємців (працівників), розширення можливостей для залучення ресурсів венчурного характеру, підтримка діяльності

інноваційних структур – бізнес-центрів та бізнес-інкубаторів (бізнес-акселераторів).

Список використаних джерел

1. Мулик Л.І. Маркетинг незалежних та афілійованих стартапів /Л.І. Мулик, С.О.Солнцев // Економічний вісник НТУУ «КПІ». – 2017. № 14. – С. 336-242.
2. Український стартап preply залучив \$1,3 млн [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://isef.in.ua/en/alumni-club/item/200-ukrajinskij-startap-preply-zaluchiv-1-3-mln.html>
3. Основні тенденції розвитку стартапів в Україні – проблеми, перешкоди і можливості [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.civic-synergy.org.ua/wp-content/uploads/2018/04/Osnovni-tendentsiyi-rozvytku-startapiv-v-Ukrayini-1-1.pdf>
4. Startup Ranking. Countries Ranking. URL: <http://startupline.com.ua/other/top-startupranking>
5. Парадигма інноваційного розвитку в умовах ринкової трансформації : монографія / Е. М. Забарна, О. М. Козакова, В. А. Чередниченко [та ін.] ; за заг. ред. Е. М. Забарної ; Одес. нац. політехн. ун-т. – Херсон : Олді-плюс, 2019. – 92 с. <http://dspace.opu.ua/jspui/handle/123456789/8458>

ФРАНЧАЙЗИНГ ЯК НОВА ФОРМА ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ В ІНДУСТРІЇ ХАРЧУВАННЯ УКРАЇНИ

*Бабчук А. М., студентка,
Науковий керівник – Кобеля З. І., к. е. н., доцент,
Чернівецький національний університет ім. Ю. Федьковича*

Господарська діяльність суб'єктів господарювання спрямована на отримання прибутку і задоволення потреб. Потреба в їжі є однією із основних та невід'ємних потреб кожної людини, саме тому бізнес у індустрії харчування є актуальним та перспективним видом діяльності ведення підприємницької справи. Ресторанний бізнес має свої відмінності від інших видів