

DOI: [10.32702/2307-2105-2020.4.94](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.4.94)

УДК 658.11

*Н. М. Кулик,
к. т. н., доцент кафедри менеджменту,
Донбаський державний педагогічний університет, Слов'янськ
ORCID ID: 0000-0003-1249-0062*

ВПРОВАДЖЕННЯ ТА РОЗВИТОК СТАРТАПІВ В УКРАЇНСЬКІЙ ЕКОНОМІЦІ

*N. Kulyk
PhD in Technical Sciences, Associate Professor at the Department of Management,
Donbass State Pedagogical University, Slavyansk*

IMPLEMENTATION AND DEVELOPMENT OF STARTUPS IN THE UKRAINIAN ECONOMY

У статті приділяється увага значущості стартапів, як засобів підвищення рівня економіки України. Відсутність законодавчого закріплення сприяє слабкої вмотивованості держави до розвитку ринку, а також створює перепони на шляху від ідеї до створення та впровадження реально функціонуючого бізнесу. Проаналізовано стан ринку стартапів та охарактеризовано країни-флагмани за кількістю та рейтингом інноваційних видів бізнесу. Визначено, що наразі основні напрями розробки українських стартапів – це ІТ-сфера. Українське бізнес-середовище має значний потенціал до розвитку, оскільки стартапи створюють нові ринки або повністю трансформують старі, вже існуючі, впроваджуючи продукти, що змінюють економіку. Для України стартапи це рушійні сили економічного зростання, адже це спосіб створення робочих місць, уникнення стагнації, підвищення використання інноваційних технологій. У дослідженні систематизовано етапи розвитку стартапів в українських реаліях на основі міжнародного досвіду. Зазначено, що на першій стадії визначається необхідність проведення оцінки життєздатності стартапу, отримання консалтингових послуг, надання інформаційної підтримки, встановлення комунікацій. Друга стадія передбачає входження стартапу на ринок та організацію виробництва, при цьому визначені фактори впливу на ефективний процес запуску стартапу та пристосування продуктів до вимог клієнтів. Визначені основні напрями розвитку стартапів на третій стадії, де актуальним стає управління фінансовим розподілом, часом і ресурсами, удосконаленням команди фахівців, менеджерів, розширенням управлінської системи. На наступному етапі проводиться обґрунтування подальших стратегічних кроків, розширення масштабності стартапу, аналіз перспектив виходу на світові ринку збуту. Досліджено джерела фінансування стартапів, що притаманні українським реаліям та доведено значущість новітніх фінансових джерел, які необхідно застосовувати при розробці стартапу як на території України так і за її межами.

The article deals with the problem of the importance of startups as a way to improve the economy of Ukraine. The lack of legislative consolidation leads to weak motivation of the state to develop the

market, and also creates barriers from the idea to the creation and implementation of a really functioning business. The state of the startup market was analyzed and also the flagship countries were characterized by the number and rating of innovative types of businesses. The author defined the main areas of development of Ukrainian startups it is the IT-sphere. The Ukrainian business environment has significant potential for development, as startups create new markets or completely transform old, existing ones, introducing products that change the economy. For Ukraine, startups are the leading forces of economic growth, because this is a way of creating jobs, in order to avoid stagnation, increasing the use of innovative technologies. In research systematized the stages of development of startups in Ukrainian realities, following the example of international experience. The article notes that, first of all, at the first stage, it is necessary to assess the viability of a startup, get consulting services, provide information support and establish communications. The second stage provides for a startup to enter the market and organize production, at the same time, the author determines the factors affecting the effective process of launching a startup and adapting products to customer requirements. At the third stage, the main directions of development of startups are identified, where the management of financial distribution, time and resources, improving the team of specialists, managers, expanding the management system becomes relevant. At the next stage, substantiation of further strategic steps is carried out, the scale of the startup is expanded, and prospects for entering the global sales market are analyzed. The sources of financing startups inherent in Ukrainian realities are investigated and proved the significance of the latest financial sources that must be used in developing a startup both in Ukraine and abroad.

Ключові слова: стартапи; ринок Інтернет-торгівлі; стадії створення та впровадження стартапів; підприємництво; розвиток бізнесу; управлінська команда; фінансові кошти; джерела фінансування.

Key words: startups; e-commerce market; stages of creation and implementation of startups; entrepreneurship; business development; management team; financial resources; sources of financing.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Вирішення нагальних економічних та соціальних проблем держави, підприємства та суспільства, вимагає від урядів більшості країн застосування нових підходів до управління процесами створення нових товарів та послуг, розширення сприймання таких категорій як державне та приватне підприємництво та пошуку інноваційних рішень. З плином часу з'являються нові види та форми бізнесу і Україна в свою чергу має значний потенціал щодо реалізації цих можливостей. Розвиток інформаційних технологій дає потенційні можливості для розвитку ринку інтернет-торгівлі, штучного інтелекту, революції у сфері промисловості, зростання малого та середнього бізнесу та впровадження значної кількості стартапів у різні сфери економіки. Актуальними залишаються питання створення та впровадження нових інвестиційних проектів, стартапів, що на шляху від ідеї до реалізації проходять багато етапів та стискаються з великою кількістю викликів, які притаманні українській економіці. Саме пошук шляхів розв'язання означених проблем є запорукою ефективного розвитку ринку стартапів та інноваційних видів бізнесу.

Аналіз останніх досліджень та публікацій, на які спирається автор. Зокрема, проблематиці розвитку ринку стартапів, інноваційних технологій, перспектив та можливостей їх застосування, присвячені публікації таких вітчизняних та закордонних науковців, як І. Гнатенко [1], В. Жалдак [2], Л.Лисенко [3], О. Маслак [4], І. Падерін [5], Н. Скрипник [6] та ін. Важливість впровадження новітніх засобів прийняття управлінських рішень, інновацій у підприємницькій діяльності висвітлено в роботах М. Кулинич [7], О. Поліщук [8], Л. Федулова [9], Є. Харитонова [10] та інших дослідників.

Метою статті є дослідження етапів впровадження стартапів в Україні, потенційних проблем та можливостей їхнього розвитку у складних соціально-економічних умовах.

Викладення основного матеріалу. Процес трансформації ділових відносин та розвиток сфери ІТ-технологій надають широкі можливості для реалізації власних бізнесових ідей та інноваційного підприємництва. Саме поняття «стартап», це новий термін для українських реалій, адже його трактування не закріплено в жодному законодавчому акті держави. З цього приводу виникають деякі дискусійні аспекти, що ускладнюють ефективну розробку та реалізацію даних проектів.

Згідно з науковцем [2, с.109], стартап - це щойно започаткована компанія, яка перебуває на стадії розвитку і будує свій бізнес на основі нових інноваційних ідей чи технологій. Здебільшого це ідеї пов'язані зі

створенням пристроїв та техніки для роботи у глобальній мережі, це софт та програми для розваг або для ведення електронної торгівлі. Проте інша сфера застосування – це бізнес у реальній економіці зі створення нового виду товару чи ефективного рішення.

Найчастіше поняття «стартап» асоціюється з інноваційною ідеєю бізнесу, планом розвитку або створенням нового товару у вигляді унікального продукту чи сервісу, стартапам притаманні невизначеність подальшого розвитку та пошук оптимальних шляхів реалізації бізнес-стратегії.

Так, за даними сайту [11] світового рейтингу стартапів 2020 р. Україна займає 43 місце, що значно нижче європейських країн та інших розвинутих країн світу. На сьогоднішній день до першої десятки входять такі країни як: США із загальною кількістю майже 50 000 стартапів; Індія – 7481; Великобританія – 5187; Канада – 2626; Індонезія – 2170; Німеччина – 2064; Австралія - 1522; Франція – 1454; Іспанія – 1273; Бразилія – 1111. Інші країни мають менше 1000 стартапів, що входять до міжнародного рейтингу. Серед них і Україна, лише 267 стартапів.

Аналізуючи першу десятку українських стартапів, слід зазначити що майже всі вони пов'язані зі сферою ІТ, що є показовим напрямом розвитку саме в Україні. Стартап Serpstat, що займає перше місце у рейтингу держави представляє собою інструмент для злому «hacking tool» зростання SEO, PPC, Content Mark. Інший стартап, що займає друге місце SendPulse створює профіль поведінки для кожного передплатника на основі його переваг в області зв'язку, часового поясу, вмісту, макета, покупок продуктів і багатьох інших унікальних точок даних за допомогою AI & ML. Наразі третє місце в рейтингу займає стартап Mailtrap-це підроблений SMTP-сервер для команд розробників, які можуть тестувати, переглядати і обмінюватися електронними листами, відправленими з середовища розробки та проміжного середовища, без спаму реальних клієнтів. Також до першої десятки увійшли такі інноваційні ідеї стартапів як uKit – інструмент створення веб-сайтів для бізнесу, Шафа – торговий майданчик жіночого одягу, Newoldstamp – безкоштовний генератор підписів електронної пошти, Divan.TV – ТВ-стрімінговий сервіс ОТТ для етнічних груп доступний у 200 країнах світу.

Впровадження стартапів впливає на швидкі темпи розвитку електронної торгівлі, з'являються численні площадки для забезпечення реалізації інтересів продавців та покупців з різних куточків світу. У своєму дослідженні, автори [7, 12] визначають характерні особливості електронної торгівлі та галузі цифрового господарства:

- глобальний електронний маркетинг, зокрема просування традиційних товарів та послуг;
- електронна комерція у вузькому значенні, тобто торгівля «невловимими» товарами, які можуть передаватися в цифровій формі або оплата яких може відбуватися в цифровій формі (повідомлення в текстовій, графічній або звуковій формі);
- віддалені послуги (послуги, пов'язані з консультуванням, юридичною та бухгалтерською підтримкою тощо, які можуть надаватися на відстані);
- дистанційна робота (будування «розподілених офісів», в яких спільно діють люди, які перебувають у різних приміщеннях, містах і навіть державах).

Для забезпечення ефективного функціонування ринку електронної комерції, держава неодмінно пов'язана з наданням стабільного рівня послуг мобільного зв'язку, Інтернету, встановлення широкого покриття мережі передачі даних, вдосконалення технічних потужностей, проведенні цифровізації сільської місцевості та рівного доступу до можливостей глобальної мережі усіх громадян.

Проте на шляху застосування інтерактивних можливостей, сьогодні показує наявність значної кількості проблем в цій сфері, що становлять бар'єри, а саме це низький рівень інформованості громадян, щодо можливостей сфери Інтернет-торгівлі, недовіра до нових технологій, внаслідок слабкого розвитку законодавчої бази, яка гарантує та захищає права громадян України, поява значної кількості суб'єктів у мережі, які ведуть не добросесну діяльність, випадки шахрайства, нехтування правами покупців та недостатній рівень освіченості людей та практичного досвіду використання технологічних пристроїв для реалізації своїх інтересів як покупців та продавців.

З плином часу, виокремлення суті функціонування та впливу стартапів набуває все більш чіткого розуміння серед громадян та людей, що мають на меті реалізувати власну інноваційну ідею. Проте етапи та кроки впровадження стартапів викликають багато дискусій. Узагальнення досвіду вітчизняних та зарубіжних венчурних фірм [13-15], дає можливість навести наступну схему перетворення ідеї у реальне інноваційне підприємництво для українських реалій (рис.1), усуваючи невизначеність процесу.



Рис. 1. Стадії розвитку стартапів

Перша стадія це вже початок життєвого циклу бізнесу, навіть за умови що стартап ще офіційно не існує. Передбачається, що підприємець має власну бізнес-ідею та готовий зробити перший крок у втіленні проекту, проте на цьому етапі першочерговим є оцінка життєздатності стартапу. Необхідно отримати консультації та інформаційну підтримку про потенціал бізнес-ідеї з якомога більшої кількості джерел, насамперед це друзі, колеги, ділові партнери або будь-які фахівці в галузі, до яких майбутній підприємець має доступ та з якими встановлено деякі комунікації. Успіх стартапу багато в чому залежить від власних підприємницьких здібностей, наявності капіталу, фінансових ресурсів та створення управлінської команди.

Друга стадія передбачає офіційне оформлення ідеї та звичайно запуск стартапу. Організовується виробництво та вихід товарів на ринок. Багато з іноземних підприємців вважає, що помилки допущені на цій стадії впливають загалом на весь час функціонування проекту в цілому, тому це є проблемою короткого життєвого циклу значної кількості впроваджуваних стартапів. Серед найбільш впливових факторів на цьому етапі є здатність українських стартапів до гнучкості, адаптивності, оскільки необхідно встановлювати зворотній зв'язок з першими клієнтами для налаштування та пристосовування нових продуктів чи сервісів до вимог наступних клієнтів.

При досягненні стартапом третьої стадії розвитку, бізнес повинен генерувати постійний дохід і стабільно виробляти та забезпечувати клієнтів продукцією. При цьому грошовий потік збільшується, оскільки регулярні доходи покривають витрати та відбувається процес накопичення надлишку, тобто збільшення прибутку. На цьому етапі найбільшими викликами для підприємців є ефективний розподіл часу і ресурсів між низкою нових вимог, що потребують уваги, це обслуговування клієнтів, конкуренція, розширення виробничого процесу, пошук робочої сили, джерела вкладення вільних грошей. Саме ці проблеми для українських стартапів вирішує залучення до роботи людей з навичками, необхідними для максимального використання потенціалу бізнесу на цьому етапі, тобто професіоналів своєї справи, юристів, менеджерів, економістів, ІТ – фахівців. Розширення управлінської команди та команди фахівців передбачає згуртованість та мотивацію на досягнення мети бізнесу у відповідності з чітко визначеними напрямками та зрозумілими цілями роботи.

Четвертий етап настає за умов стабільної та прибуткової діяльності стартапу, тобто коли чітко розподілені управлінські функції, персонал відповідає вимогам та вмiло виконує поставлені задачі. Розширення полягає у збільшенні масштабів роботи стартапу, тобто перехід до великих ринків збуту. При цьому необхідно оцінити свої ресурси, зусилля та потенційні здобутки, що можуть принести нововведення, адже розширення може вплинути на поточну якість обслуговування. Слід чітко розуміти, що бізнес-модель, яка принесла прибуток на території України не є гарантією того, що вона буде працювати в інших місцях на інших зовнішніх ринках або що нові пропозиції приведуть до аналогічного успіху.

На етапі зрілості кампанія працює стабільно із року в рік, деякі продовжують нарощувати потужності та розширювати географію збуту. Інші підприємці стикаються з декількома питаннями чи займатися

подальшим розширенням бізнесу чи виходити з нього. Якщо обирається перший варіант, то з'являється необхідність визначити чи може бізнес підтримувати подальше зростання, чи є достатньої можливостей для розширення, та чи є бізнес достатньо фінансово стійким, щоб за умов невдалої спроби покрити видатки. Також на цьому етапі можливі впровадження інноваційної техніки чи технології, що переведе функціонування бізнес-проекту на інший більш якісний рівень. Якщо обирається другий варіант, це як правило, свідчить про точку виходу венчурних інвесторів, чи продаж частки інвестора іншому стратегічному інвестору, при цьому вартість на етапі «exit» значно перевищує початкові вкладення, що дозволяє інвесторам отримувати великі прибутки.

Однією з головних проблем впровадження стартапів є їх фінансування. Для України існує багато можливостей в цьому напрямі (рис. 2).



Рис. 2. Джерела фінансування стартапів в Україні та світі

Самофінансування, банківські кредити, конкурсні змагання для підприємців, гранти, державні програми є досить поширеною практикою, але інші джерела фінансування є менш розповсюдженими за відсутністю достатньої інформаційної підтримки для бізнесу, проте значно ефективніші, як показує досвід зарубіжних країн [16-17]. Використання новітніх джерел фінансування актуально під час економічної кризи в Україні. Деякі дослідники [18] вважають, що економічна ситуація в світі настільки складна, що вона може докотитися до руйнівного стану, як колись вже відбувалось, однак криза це потенційна можливість для розвитку. При старті власного бізнесу за умов невизначеності в українських реаліях слід використовувати краудфандінгові платформи, які допомагають отримати кредит, вклад, інвестиції від більш ніж однієї людини одночасно. На цих платформах можливо розміщувати інформацію про стартап, цілі бізнесу, плани на отримання прибутку та інші відомості. Співпраця з бізнес-ангелами, це робота з людьми, що мають великий інтерес до інвестування саме в стартапи, вони також можуть запропонувати наставництво або консультації поряд з наданням капіталу. Венчурний капітал являє собою професійно керовані фонди, які інвестують у компанії, що володіють величезним потенціалом розвитку. Загалом венчурне інвестування може бути доцільно для малих українських підприємств, які знаходяться за межами стадії запуску і вже приносять дохід. Проте мінусом є необхідність швидкого повернення вкладених коштів інвесторам. Бізнес-інкубатори та акселератори застосовуються, як показує практика, на ранніх етапах розвитку стартапу. Деякі фахівці використовують ці терміни як взаємозамінні, хоча існують певні значні відмінності. Так, інкубатори надають інструменти для відкриття і навчання для бізнесу та консалтингову допомогу, акселератори у свою чергу спрямовані на якісне розширення, масштабування вже існуючого бізнесу.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Розвиток інформаційних технологій надав значні можливості покращення світової та української економіки зокрема. Створення та впровадження стартапів в Україні вже набуває значних розмірів, проте цей процес ускладнений специфічними проблемами, а саме: низька підтримка з боку держави; скрутне фінансове становище; низька культура підприємництва; відсутність інформаційної підтримки; несприятливий інвестиційний клімат; бракування знань іноземних мов для спілкування з потенційними партнерами та інвесторами; нерозвиненість венчурного інвестування та інші проблеми. Разом з тим Україна має потенціал розвитку ринку стартапів, оскільки у цій сфері відсутня значна конкуренція, налагоджуються зв'язки з міжнародними грантовими організаціями, фондами що підтримують

розвиток інновацій та новітніх видів бізнесу. Використання новітніх форм фінансування та професійний підхід до ведення бізнес-процесів є запорукою розвитку стартапів в Україні.

Список використаної літератури.

1. Гнатенко І.А. Державне регулювання інноваційної діяльності підприємництва як напрям забезпечення сталого розвитку економіки країни / І.А. Гнатенко, О.В. Орлова-Курилова, В.О. Рубежанська // Економіка, управління та адміністрування. – 2019. – № 3 (89). – С. 35-40.
2. Жалдак Г.П. Проблеми та перспективи розвитку стартапів в Україні / Г.П. Жалдак // Економіка та управління підприємствами. – 2019. – №32. – С. 109-113.
3. Коюда В.О. Інноваційна діяльність підприємства та оцінка її ефективності : монографія / В.О. Коюда, Л.А. Лисенко. – Х. : ФОП Павленко О.Г. ; ВД «ІНЖЕК», 2010. – 224 с.
4. Маслак О.О. Чинники впливу на інноваційну діяльність промислових підприємств / О.О. Маслак, К.О. Дорошкевич // Науковий вісник НЛТУ України. – 2012. – Вип. 22. – С. 269–274.
5. Падерін І.Д. Віртуальне підприємство як резерв підвищення ефективності у нових умовах / І.Д. Падерін, О.В. Романов, І.В. Савельєв // Вісник економічної науки України. – 2014. – № 3 (27). – С. 85–88.
6. Скрипник Н.Є. Особливості розвитку інтернет-торгівлі у світовому просторі / Н.Є. Скрипник, Т.С. Панасюк // Економіка та управління підприємствами. – 2018. – № 6(17). – С. 310–316.
7. Кулинич М.Б. Цифрова трансформація вітчизняних підприємств в сучасних умовах / М.Б. Кулинич // Економіка, управління та адміністрування. – 2019. – № 3 (89). – С. 8–15.
8. Поліщук О.О. Сутність поняття «інноваційна діяльність» як соціально-економічної категорії / О.О. Поліщук // Економічний вісник Донбасу. – 2010. – № 3 (21). – С. 169–171.
9. Федулова Л.І. Проблеми і передумови формування в Україні економіки новітнього технологічного укладу / Л.І. Федулова // Управлінські інновації. – 2012. – Вип. 1. – С. 9–20.
10. ІТ-право: теорія та практика : навч. посібник / авт. кол. ; за ред. Є.О. Харитоновна, О.І. Харитонові. – Одеса : Фенікс, 2017. – 472 с.
11. Countries – With the top startups worldwide [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.startupranking.com/countries>
12. Максимова Т.С. Використання електронної комерції роздрібними торговельними підприємствами / Т.С. Максимова, Д.В. Сорочан // Торгівля і ринок України. – 2010. – № 29. – С. 273-279.
13. Zahorsky D. The 7 Stages of Starting and Running a Business / D. Zahorsky // Small Business. – 2019. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.thebalancesmb.com/find-your-business-life-cycle-2951237>
14. Petch N. The Five Stages Of Your Business Lifecycle: Which Phase Are You in? / N.Petch // Entrepreneur. – 2016. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.entrepreneur.com/article/271290>
15. Goldstein M. The Five Stages of VC Funding Explained / M. Goldstein // CoxBlue. – 2020. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.coxblue.com/vc-funding-stages-explained/>
16. 9 Startup Funding Sources: Where and How to Get Funding for Your Startup? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://blog.salesflare.com/startup-funding-sources>
17. 10 Ways To Raise Money For Your Business [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.profitbooks.net/funding-options-to-raise-startup-capital-for-your-business/>
18. Грем П. Навіщо створювати стартапи у слабкій економіці [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.management.com.ua/notes/startup-in-bad-economy.html>

References.

1. Hnatenko, I.A. Orlova-Kurylova, O.V. and Rubezhanska, V.O. (2019), “State regulation of innovative activity of entrepreneurship as a direction of ensuring sustainable development of the country's economy”, *Economy, management and administration*, Vol. 3 (89), pp. 35-40.
2. Zhaldak, H.P. (2019), “Problems and prospects for the development of startups in Ukraine”, *Economics and enterprise management*, Vol.32, pp. 109-113.
3. Koyuda, V.O. and Lisenko, L.A. (2010), *Innovacijna dij'al'nist' pidpryjemstva ta ocinka i'i' efektyvnosti* [Innovative activity of the enterprise and evaluation of effectiveness], FOP Pavlenko O.G., VD «ІNZhEK», Kharkiv, Ukraine.
4. Maslak, O.O. and Doroshkevich, K.O. (2012), “Factors of influence on innovative activity of industrial enterprises”, *Scientific Bulletin of NLTU Ukraine*, Vol. 22, pp. 269–274.
5. Paderin, I.D. Romanov, O.V. and Savell'jev, I.V. (2014), “Virtual Enterprise as a Reserve for Increasing Efficiency in New Conditions”, *Bulletin of economic science of Ukraine*, vol. 3 (27), pp. 85–88.
6. Skrypnyk, N.Ie and Panasiuk, T.S. (2018), “Features of development of Internet commerce in the world”, *Economics and Management of Enterprises*, Vol. 6(17), pp. 310–316.
7. Kulynych, M.B. (2019), “Digital transformation of domestic enterprises in modern conditions”, *Economics, Management and Administration*, Vol. 3 (89), pp. 8–15.
8. Polishhuk, O.O. (2010), “The essence of the concept of “novation” as a socio-economic category”, *Economic Bulletin of Donbass*, vol. 3 (21), pp. 169–171.
9. Fedulova, L.I. (2012), “Problems and prerequisites for a formation in Ukraine the economy of the newest technological way”, *Management innovations*, Vol. 1, pp. 9–20.

10. Harytonov, Je.O. and Harytonova, O.I. (2017), *IT-pravo: teorija ta praktyka* [IT Law: Theory and Practice], Feniks, Odesa, Ukraine.
11. Startupranking (2020), "Countries – With the top startups worldwide", available at: <https://www.startupranking.com/countries> (Accessed 4 April 2020).
12. Maksymova, T.S. and Sorochan, D.V. (2010), "Using of e-commerce by retailers", *Trade and Market of Ukraine*, Vol. 29, pp. 273-279.
13. Zahorsky, D. (2019), "The 7 Stages of Starting and Running a Business", *Small Business*, [Online], available at: <https://www.thebalancesmb.com/find-your-business-life-cycle-2951237> (Accessed 20 March 2020).
14. Petch, N. (2016), "The Five Stages Of Your Business Lifecycle: Which Phase Are You in?", *Entrepreneur*, [Online], available at: <https://www.entrepreneur.com/article/271290> (Accessed 21 March 2020).
15. Goldstein, M. (2020), "The Five Stages of VC Funding Explained", *CoxBlue*, [Online], available at: <https://www.coxblue.com/vc-funding-stages-explained/> (Accessed 21 March 2020).
16. Funding and Investment (2020), "9 Startup Funding Sources: Where and How to Get Funding for Your Startup?", available at: <https://blog.salesflare.com/startup-funding-sources> (Accessed 23 March 2020).
17. Startups funding (2020), "10 Ways To Raise Money For Your Business", available at: <https://www.profitbooks.net/funding-options-to-raise-startup-capital-for-your-business/> (Accessed 23 March 2020).
18. Grem, P. (2008), "Why create startups in a weak economy", available at: <http://www.management.com.ua/notes/startup-in-bad-economy.html> (Accessed 20 March 2020).

Стаття надійшла до редакції 20.04.2020 р.