

instrument of increasing country competitiveness. *Torun International Studies*, 1 (13), 131-150.

<https://doi.org/10.12775/TIS.2020.010>

3. Murphy, P. R., Poist, R. F., & Braunschweig, C. D. (1996). Green logistics: Comparative views of environmental progressives, moderates, and conservatives. *Journal of Business Logistics*, 17(1), 191.

4. Rogers, D. S., & Tibben- Lemcke, R. (2001). An examination of reverse logistics practices. *Journal of business logistics*, 22(2), 129-148.

5. Grigorak, M. Y., & Varenko, Y. V. (2014). Principles of «green» logistics in the activity of logistics providers In *Proceedings of IV international conference «Mathematical modeling, optimization and information technologies* (pp. 139-146).

6 Brin, P., Prokhorenko, O., Nehme, M., & Trabulsi, H. (2020). Strategic contribution of a business process to company's performance. *Journal of Information Technology Management*, 12(3), 82- 99. <https://doi.org/10.22059/jitm.2020.76296>

УДК 005.591

Гончаренко І.М., к.е.н., доц.

Коховська О.О., студентка

Київський національний університет технологій та дизайну

ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СТАРТАПІВ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВІЙНИ

Відповідно до Національної економічної стратегії 2030, економічна візія України полягає у перетворенні її на найпривабливішу країну економічних можливостей для інновацій, інвестицій та ведення бізнесу. Проте, вторгнення російських збройних сил в Україну ознаменувало початок війни, яка порушила функціонування стартапів і технологічних компаній в Україні. На тлі війни

українські компанії, що розвиваються, намагаються входити в нову реальність та працювати з наслідками, гарантуючи безпеку своїх співробітників, передаючи операції на аутсорсинг та продовжують функціонувати.

Україна, будучи молодою державою, бачила скромну технологічну активність у порівнянні зі своїми європейськими колегами, такими як Велика Британія та Німеччина. Тим не менш, Україна стала свідком процвітаючої екосистеми стартапів завдяки великій кількості розробників програмного забезпечення, що призвело до успішних стартапів, таких як Gitlab, Grammarly, People.ai та Liki24 [1]. Однак через пандемію та війну індустрія технологічних стартапів потерпає від кризи, що робить дане дослідження своєчасним та актуальним.

Стартапом вважається проект, що швидко розвивається у будь-якій з існуючих сфер економіки. Успішний запуск такого проекту як правило забезпечує значний соціальний ефект, що проявляється через створення нових робочих місць та достойну оплату праці персоналу [2,3]. Стартап-компанії, з одного боку, є привабливими для інвесторів з огляду на можливості швидкого отримання високих прибутків від комерціалізації інноваційної ідеї, а з іншої – відлякують останніх, оскільки існують високі ризики втрати інвестованого капіталу. Саме тому важливо мати об'єктивну та всебічну оцінку життєздатності стартапу ще на рівні ідеї .

Для того щоб якісно оцінити вплив подій на подальший розвиток проєктів, розглянемо стадії розвитку стартапу та джерела їхнього фінансування. Всього існує 5 стандартних стадій, за якими проєкт формується, розвивається та приносить прибуток.

Seed stage. Початкова стадія. На цьому етапі зароджується ідея та формується колектив однодумців. Це один з найважливіших етапів, коли необхідно досконало продумати проєкт, його фінансування, вихід на ринок та подальший розвиток.

Інвестувати в проєкт на цій стадії необхідно також. Це як правило власні кошти, кошти знайомих та друзів. На цьому етапі найдоцільніше користуватись правилом фінансування: 3F (Family, Friends, Fools).

Startup stage. На цій стадії необхідно приділити увагу рекламі та пошукам інвесторів. У нас вже є продумана модель та план, які необхідно профінансувати.

Growth stage. Дана стадія передбачає вже «народження» продукту. В цей час необхідно остаточно відкоригувати дефекти та недоліки. Розширення та просування бренду на ринку. На цьому етапі також досить важливим є фінансування, оскільки нам необхідно платити заробітну плату, покривати виробничі витрати. Прибуток на цій стадії вже є, але його недостатньо для того, щоб задовільнити всі потреби компанії.

Expansion stage. Ми вже маємо налагоджене виробництво продукту, наш бренд достатньо стійкий на ринку товарів чи послуг. Розширення необхідне для збільшення прибутку і поступового виходу на власний капітал, без інвестицій. Дуже важливо правильно сформулювати маркетингову стратегію та вихід на інший рівень ринку. До прикладу: світовий ринок, роздрібна торгівля .

Exit stage. Ми розуміємо, що створили самостійний бізнес, який твердо стоїть на ринку. Підприємство отримує постійний прибуток, який схильний до збільшення. На цьому етапі ми можемо стати акціонерами, або продати свій бізнес, як готовий налагоджений механізм [4].

Всі ці стадії взаємопов'язані, вони не можуть існувати поодиноці. Тому необхідно контролювати фінансування на всіх етапах. В розрізі теперішніх подій, фінансування може бути недоотримано на будь-якій зі стадій.

Майбутній рівень інфляції дасть змогу дешевше купити чи профінансувати стартап іноземному інвестору, проте це не принесе прибутку, оскільки у людей не буде коштів на придбання тої чи іншої послуги або товару. Загалом, ситуація буде залежати від тривалості війни та подальшої підтримки від країн – партнерів національної економіки країни.

Перспективи майбутніх досліджень у даному напрямі передбачаються у розробці дієвих механізмів залучення банківських кредитів та державних ресурсів як джерел фінансування стартапів, враховуючи досвід західних країн.

Література

1. Баб'ячок Р.І. Основні тенденції розвитку стартапів в Україні – проблеми, перешкоди і можливості. URL: <https://www.civicsynergy.org.ua/wpcontent/uploads/2018/04/OsnovnitendentsiyirozvytkustartapivvUkrayini11.pdf>
2. Davydenko N., Skrypnyk H., Titenko Z. Investment attractiveness of agricultural enterprises. 20th International Scientific Conference ECONOMIC SCIENCE FOR RURAL DEVELOPMENT 2019. 9-10 May 2019, Jelgava, Latvia. URL: http://www.esaf.llu.lv/sites/esaf/files/files/lapas/Latvia_ESRD_52_2019.pdf
3. Джерело фінансування стартапів. URL: <https://bizua.org/266/dzherelafinansuvannyastartapiv> (дата звернення: 23.05.2022).
4. На чому тримається стартап-екосистема України. Економічна правда. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2022/01/20/681620/>

УДК: 005.336.1:004.4]:658.3

Білявський В.М., к.е.н., доцент
Ставіцький О.О., магістрант
Національний авіаційний університет

ЕФЕКТИВНІСТЬ ЗАСТОСУВАННЯ CRM-ТЕХНОЛОГІЙ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Сьогодні *CRM*-системи є невід'ємним інструментом діяльності багатьох світових підприємств, що дозволяє їм набагато ефективніше встановлювати та розвивати відносини з клієнтами. Проте в Україні імплементація *CRM*-систем