

Міністерство освіти і науки України
Український католицький університет
Факультет суспільних наук

Кафедра соціології

Дипломна робота

**«Стартап в умовах війни: виклики та можливості
на прикладі України після 24.02.2022 р.»**

Виконала студентка 4 курсу
бакалаврату за
спеціальністю
«Соціологія», групи ССО-19Б
Кречковська Ірина Олегівна

Науковий керівник:
професор кафедри соціології, к.с.н., доц.

Сусак Віктор Іванович



Львів 2023

Зміст

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. Теоретичні та емпіричні аспекти дослідження функціонування стартапів на загал та під час війни зокрема	7
1.1. Теоретична інтерпретація базових понять: “стартап”, “посівна стадія (seed stage)”, “стадія запуску (startup stage)”, “стадія зростання (growth stage)”, “стадія розширення (expansion stage)”, “стадія виходу (exit stage)”, “акселератор”, “бізнес-ангел”, “MVP”	7
1.2. Порівняльний аналіз досліджень про виклики та можливості стартапів під час війн в Сирії, Афганістані, Іраку, Палестині та Україні.	17
Висновки з Розділу 1	25
РОЗДІЛ 2. Методологія дослідження викликів та можливостей для стартапів в Україні після 24.02.2022 р.	28
2.1. Теоретична основа, базові робочі гіпотези та операціональна схема дослідження.....	28
2.2. Методи збору інформації та аналізу даних.	32
Висновки з Розділу 2	33
РОЗДІЛ 3. Авторське дослідження на тему «Стартап в умовах війни: виклики та можливості на прикладі України після 24.02.2022 р.».....	35
3.1. Результати дослідження та висновки про основні джерела фінансування українських стартапів, зміну їх кількості та участь стартапів у спеціальних міжнародних грантових програмах підтримки України після 24.02.2022 р.	35
3.2. Результати дослідження та висновки про державну підтримку стартапів в Україні, їхні найбільші виклики після 24.02.2022 р. та плани на майбутнє.	40
Висновки з Розділу 3.	43
ВИСНОВКИ	45
СПИСОК ДЖЕРЕЛ І НАУКОВОЇ ЛІТЕРАТУРИ	49
ДОДАТКИ.....	57
Інструментарій дослідження	57

ВСТУП

Актуальність дослідження.

Пандемія COVID-19 та повномасштабна війна в Україні не обійшли стороною й індустрію стартапів. У першу чергу вони призвели до економічного спаду, що спричинив зниження капіталу для інвестицій у стартапах. Зниження доходів стартапів, складні умови для ведення бізнесу та збільшення ризиків знизили інтерес іноземних інвесторів. Крім того, змін зазнала й світова економіка. Для світової економіки характерною стала вища, ніж очікувалось, інфляція, особливо в США та основних європейських економіках. [1]

Сукупний ВВП України у 2021 році був найвищим за часи її незалежності (у доларовому еквіваленті). Одинадцять місяців після початку повномасштабного вторгнення для стартапів можна розділити на три етапи [2]:

- 1) Від 24 лютого до кінця березня 2022 року. Згідно з опитуванням, яке у 2022 році проводила організація Polish-Ukrainian Startup Bridge спільно з Ukrainian Startup Fund та Warsaw Stock Exchange, у цей період понад 30% стартапів були змушені частково перевести свої команди за кордон. Крім цього, в ці дати близько 7 мільйонів українців переїхали за межі України або змінили місце проживання в межах України.
- 2) Квітень - серпень 2022 року. У цей момент відбулась “стабілізація” підприємницької діяльності: відновились повсякденні операції та регулярні транскордонні торговельні потоки (хоча вони й не наблизились до довоєнного масштабу).
- 3) Вересень - грудень 2022 року. На індивідуальному рівні вже починали відчуватись наслідки макроекономічного уповільнення. Щотижня зростали ціни на основні товари. Крім того, продовжувались авіаудари по критичній інфраструктурі, що пригнічувало економічну та соціальну активність. Загалом до кінця 2022 року ВВП в Україні впав орієнтовно на 30%.

Зараз існує ряд проблем, з якими зіштовхнулись стартапи після 24.02.2022 р. Питання аналізу цих проблем, а також можливостей, які відкрились зараз для стартапів, потребує глибокого вивчення для розуміння специфіки функціонування стартапів у воєнному контексті. Дослідженням українських стартапів під час війни вже займались фонд AVentures Capital, компанія Mastercard, організація Polish-Ukrainian Startup Bridge, Міністерство цифрової трансформації України тощо. Вони вивчали венчурні інвестиції в українські стартапи після 24.02.2022 р., рівень збитковості, релокацію стартапів, наявність закордонних проєктів на підтримку України, скорочення команд, рівень зацікавленості іноземних інвесторів до українських стартапів, пріоритетні напрямки інвестицій тощо.

Отже, існують певні напрацювання по дослідженні вищенаведеної теми, але для повного розуміння специфіки викликів і можливостей стартапів в Україні після 24.02.2022 р. їх поки недостатньо.

Метою дослідження є дослідження викликів та можливостей стартапів в умовах війни, зокрема на прикладі України після 24.02.2022 р.

Завдання дослідження:

- Виконати теоретичну інтерпретацію понять “стартап”, “посівна стадія (seed stage)”, “стадія запуску (startup stage)”, “стадія зростання (growth stage)” “стадія розширення (expansion stage)”, “стадія виходу (exit stage)”, “акселератор”, “бізнес-ангел”, “MVP”.
- Провести порівняльний аналіз досліджень про виклики та можливості стартапів під час війн в Сирії, Афганістані, Іраку, Палестині та Україні.
- З’ясувати виклики та можливості українських стартапів після 24.02.2022 р. за результатами авторського дослідження.

Об’єкт дослідження

- За критерієм загальної проблеми: функціонування стартапів під час війни.

- За критерієм носія проблеми: співзасновники та директори стартапів в Україні.

Предмет дослідження: система викликів та можливостей стартапів в Україні після 24.02.2022.

Теоретико-методологічні засади дослідження.

Основною концепцією дослідження стала теорія соціальних взаємодій Дж. Коулмена, що дала змогу розглянути взаємовідносини між індивідами, а також соціальний капітал як підвид ресурсу для досягнення персональних цілей. Також була використана інституційна теорія Р. Мертона, яка допомогла розглянути соціальні інститути, а також їх взаємодію зі стартапами і подальші перспективи допомоги стартапів у відродженні економіки країни. Третьою теорією, на якій базувалось дослідження, стала теорія соціального обміну Дж. Хоманса, що за допомогою ідеї про «винагороди» та «покарання» дала змогу розібратись з тим, чи існують або навпаки відсутні мотиви закордонних організацій допомогти стартапам в Україні та як обмін матеріальних і нематеріальних цінностей стартапів з державою допоможуть їй після перемоги.

У якості емпіричного методу дослідження в цій роботі було застосовано проведення трьох глибинних інтерв'ю з експертами. Подальший аналіз даних ґрунтувався на загальному методі наукової індукції і дедукції.

Гіпотези дослідження

1. Основні фінансові надходження в українські стартапи до початку повномасштабного вторгнення робились в Україні, а після - в США та Західній Європі.
2. Іноземні венчурні фонди, бізнес-ангели, інкубатори почали менше інвестувати в українські стартапи після 24.02.2022 р.
3. Після 24.02.2022 р. українські стартапи мали можливість взяти участь у спеціальних міжнародних грантових програмах підтримки України.

4. На думку стартаперів, держава зараз робить недостатньо для підтримки українського бізнесу.
5. Найбільші виклики, з якими зіштовхнулись українські стартапи після 24.02.2022 р., є потреба у зменшенні команди, блек ауту та неможливість виїхати за кордон для чоловіків.
6. Українські стартапи не мають на меті повного виходу з України після настання перемоги.

Емпірична база дослідження

Авторське дослідження проводилось за допомогою глибинних інтерв'ю з експертами. До вибірки якісного дослідження увійшло три експерти – співзасновники та директори українських стартапів «Mountguide», «Ochi» та «WRAP». Всі три стартапи перебувають на різних стадіях розвитку та мають свої особливості викликів і можливостей, з якими вони зіштовхнулись після 24.02.2022 р.

Структура роботи.

Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків до розділів, загальних висновків, списку джерел, наукової літератури та посилань, який налічує 64 позиції та 1 додаток. Кількість сторінок основного тексту – 46 ст.

РОЗДІЛ 1. Теоретичні та емпіричні аспекти дослідження функціонування стартапів на загал та під час війни зокрема

1.1. Теоретична інтерпретація базових понять: “стартап”, “посівна стадія (seed stage)”, “стадія запуску (startup stage)”, “стадія зростання (growth stage)”, “стадія розширення (expansion stage)”, “стадія виходу (exit stage)”, “акселератор”, “бізнес-ангел”, “MVP”.

Startup (англ. start up) - компанія, яка виникла нещодавно, та має на мені вийти на ринок з інноваційним продуктом або вже вийшла на ринок і працює над тим, щоб залучити інвестиції задля його просування. Вперше термін “стартап” використали в 1976 році у статті американського ділового журналу “Forbes”: “The ... unfashionable business of investing in startups in the electronic data processing field.” [3] Через рік, у 1977 році, термін “стартап-компанія” мав згадку в американському економічному журналі “Businessweek”: “An incubator for startup companies, especially in the fast-growth, high-technology fields.” [4] Найпопулярнішим твердженням про визначення стартапу належить С. Бланку – американському серійному підприємцю, “хрещеному батьку Кремнієвої долини”, викладачу Стенфорда, Берклі та Імперського коледжу: “Стартап - тимчасова організація, створена для пошуку бізнес-моделі, яка є повторюваною та масштабованою”. [5] Відповідно, різниця між стартапом і бізнесом, яка впливає на потреби обох типів організацій, полягає в тому, що стартапи шукають належну бізнес-модель, а діючі бізнеси (компанії) вже мають таку потрібну для діяльності модель і дотримуються її.

Венчурний інвестор, співзасновник та колишній CEO американського бізнес-інкубатора Y Combinator, з якого створились Dropbox, AirBnb та інші, П. Грем стверджував, що стартап - це проєкт з дуже високим ростом (приблизно 5-7% за тиждень). [6] Він переконаний, що в стартапі та бізнесі основною відмінністю є те, що в стартапів інше призначення і вони створені для прискореного зростання. Продукт стартапів має мати попит на

глобальному ринку та містити ідею, яка щомісяця залучатиме все більшу кількість клієнтів. Інший відомий американський підприємець та автор книги “Бізнес з нуля” Е. Рис був переконаний, що “стартап - це організація, яка пропонує новий продукт чи послугу в умовах високої невизначеності”. [7] Ця концепція може прирівнювати ту людину, яка сидить у власній кімнаті, і професіоналів, що засідаються у конференц-залі. Те, що їх об’єднує, є місією, тобто вони намагаються віднайти шлях до стійкого бізнесу в майбутньому. Співзасновник та співголова компанії Warby Parker Н. Блюменталь стверджує, що “Стартап - це компанія, яка працює над вирішенням проблеми, внаслідок чого рішення не є очевидним і успіх якого не гарантований.” [8] Отже, стартап пропонує інноваційні рішення для вирішення потреб споживача, проте інноваційність рішення не означає подальший успіх самої ідеї. Навпаки засновники стартапу не є застрахованими від того, що їхня ідея в будь-який момент може “прогоріти” та вони отримають збитки.

Різниця між стартапом і малим бізнесом полягає в тому, що основним завданням стартапу є знайти власну бізнес-модель, тоді як малий бізнес використовує вже напрацьовану бізнес-модель, що приносить гроші з першого дня. У стартапі основна мета - залучити користувачів за мінімальною ціною та “змусити” їх заплатити за продукт. Стартапи з самого початку націлені на глобальне зростання, або іншими словами, захоплення ринку. Вони повинні робити це швидко та з щонайменшими затратами. Малий бізнес теж може перетворитись на міжнародний, проте зазвичай йому складніше масштабуватись чи вийти на новий ринок. Якщо у випадку стартапу для запуску міжнародної версії застосунку не потрібно робити його заново, то у випадку, наприклад, відкриття салону краси в іншому місті доведеться орендувати приміщення, зробити в ньому ремонт, закупити необхідне обладнання, знайти персонал тощо. Малий бізнес здебільшого використовує власні збереження чи банківські кредити для відкриття. Фаундери стартапів теж часто використовують власні кошти на початковій стадії, проте здебільшого цих сум не вистачає навіть на тестову версію продукту.

Стартапери намагаються залучити smart money - інвестиції від бізнес-ангелів чи фондів, що інвестують у потрібному їм напрямку. Таким чином вони “продають” частку компанії за гроші, менторство чи зв’язки для пришвидшеного зростання. Зі свого боку інвестори очікують від стартапу збільшення цієї суми та фінансової віддачі. У випадку з підприємництвом власник якщо й знайде спонсора, то повинен чимшвидше віддати йому його вкладену суму. Тому підприємцям потрібно заробляти з першого дня, аби мати за що оплачувати роботу працівників, оренду, необхідні матеріали тощо. [9]

Для кращого зображення суті терміну “стартап” варто також згадати приклади компаній, які починали свою діяльність як стартапи, а потім зазнали масштабування та стали світовими лідерами у своїх нішах. Однією з найвідоміших і найдорожчих компаній, що починалась як стартап, вважається “Uber Technologies Inc.” - американська компанія, що створила однойменний мобільний застосунок, у якому можна знайти, викликати та оплатити таксі чи приватного водія. [10] Компанія, заснована Т. Каланіком і Г. Кампом у 2009 році, швидко розширилася по всьому світу та стала однією з найбільших компаній у сегменті ринку. На початку застосунок мав назву Ubercab та дозволяв замовити водія за допомогою декількох кліків. Опісля засновники вирішили зробити застосунок більш бюджетним і доступним для всіх людей. Через два роки стартап помітили венчурні фонди, внаслідок чого компанія отримала перші \$20 млн. на розвиток. Крім того, відбулось масштабування Uber та з’явилися UberEats (сервіс швидкої доставки їжі) та UberBoat (подорожі річкою Темза). [11] Згідно з рейтингом Forbes 2000 зараз компанія оцінюється в більше, ніж \$92 млрд. [12]

Також відомою компанією, що першочергово була створена як стартап, є “Airbnb” - онлайн-сервіс бронювання житла, де користувачі можуть знайти та забронювати житло в різних країнах. Компанія, заснована Б. Ческі, Дж. Гебіа і Н. Блехарчиком в 2008 році, пропонує широкий вибір житла, що включає кімнати в приватних будинках, апартаменти, номери в готелі, будинки на дереві, намети та інше. Ідея виникла з того, що засновники здали

в оренду власну квартиру на час проведення великої дизайнерської конференції у Сан-Франциско та отримали з цього прибуток. Чоловіки розробили спеціальний сайт і намагались знайти інвесторів для своєї ідеї, проте майже рік часу їхні спроби були марними. У 2009 році стартап помітив венчурний інвестор П. Грем, який запросив Airbnb (на той час Air Bed & Breakfast) доєднатись до Y Combinator - престижного акселератора, який надає гроші та навчання в обмін на невелику частку в компанії. У тому ж році стартап вперше отримав інвестиції в розмірі \$600,000 від венчурного фонду Sequoia Capital. [13] Зараз ринкова капіталізація компанії становить орієнтовно \$86 млрд. Компанія вважається однією з найдорожчих у Кремнієвій долині. [12]

Варто згадати про “Pinterest” - соціальну мережу, завдяки якій користувачі можуть зберігати та організовувати зображення та відео на своїх власних віртуальних дошках. Компанія, заснована Б. Сілберманом у 2010 році як стартап, має на меті допомогти людям знайти та зберегти потрібні їм зображення та інформацію в Інтернеті. У 2010 році засновники PayPal та Facebook проінвестували в Pinterest \$500 тис. і відтоді компанія зросла та залучила значну кількість користувачів з усього світу. Зараз у Pinterest є орієнтовно 450 мільйонів активних користувачів щомісяця. У 2017 році компанія оцінювалась в \$11 млрд. [12]

Отже, **стартап** - компанія, яка не має попередньо напрацьованої бізнес-моделі, розвивається швидкими темпами та має на меті постійне масштабування. Масштабування у цьому випадку означає постійні виходи на нові ринки, покращення функціоналу продукту, пошук і збільшення вкладених інвестицій, які на певному етапі розвитку стартапу стають окупними. У цей момент дохід починає перевищувати витрати і стартап доходить до Net Profit.¹ Крім того для досягнення своїх цілей стартапам необхідне зовнішнє

¹ Net Profit – чистий дохід бізнесу після виплати всіх податків та інших видів витрат.
Джерело: Brock, Thomas. "What Is Net Profit Margin? Formula for Calculation and Examples." *Investopedia*, 6 Mar. 2022, www.investopedia.com/terms/n/net_margin.asp.

фінансування, яке вони отримують від акселераторів, венчурних фондів, бізнес-ангелів, спеціальних грантів тощо.

Існує 5 основних стадій розвитку стартапів, кожна з яких має свої особливості:

- 1) посівна стадія (seed stage);
- 2) стадія запуску (startup stage);
- 3) стадія зростання (growth stage);
- 4) стадія розширення (expansion stage);
- 5) стадія виходу (exit stage).

Посівна стадія (seed stage) - початковий етап, коли формується команда, яка працюватиме над ідеєю. На посівній стадії стартап шукає перших інвесторів, з допомогою яких можна було б залучити необхідні фінанси для його розвитку. Основним завданням етапу є створення та розробка продукту чи послуги, що розв'язує певну проблему або задовольняє потреби цільової аудиторії. Відповідно, на цьому етапі також визначають цільову аудиторію та конкурентів. Зазвичай на посівній стадії розробляється початкова версія продукту - MVP (Minimal Viable Product), що допомагає перевірити ідею та зібрати перші відгуки від користувачів. Тим самим розробники визначають, чи є попит на продукт. Одним з найпоширеніших джерел фінансування в цій фазі є друзі та сім'я (джерело фінансування 3F - Friends, Family, Fools). Деякі інвестори спеціалізуються на пошуку стартапів саме на початкових стадіях, аби придбати частину акції компанії тоді, коли вона має найнижчу вартість.

[14]

Розглянемо посівну стадію на прикладі всесвітньо відомого українського стартапу Grammarly. Grammarly - це онлайн-сервіс, який допомагає перевіряти правопис, граматику та стиль текстів. У випадку з Grammarly посівною (seed stage) вважається етап у 2010 році, коли засновники створили MVP (Minimal Viable Product) та випустили перший онлайн-редактор, доступ до якого можна було отримати за підписку. Тоді стартап й розпочав активний процес розвитку продукту та залучення нових

користувачів. Перші 8 років засновники фінансували Grammarly з коштів, які отримали з продажу свого попереднього проєкту – Dropbox. [15]

Стадія запуску (startup stage) - етап, коли команда стартапу готується до запуску свого продукту на ринок. На цій стадії стартап має розроблену стратегію запуску, продуктову стратегію, маркетинговий план, бізнес-модель та фінансову стратегію. Засновники стежать за процесом виробництва та продажем продукту. Якщо необхідно, вони мають швидко виправляти проблеми, які виникають. На стадії запуску стає більш зрозуміло, чи є ефективною запропонована бізнес-ідея. У випадку, якщо вона не зацікавила потенційних споживачів й інвесторів, розробники не зможуть продовжувати її розвиток, адже це не принесе успіху. Багато стартапів закриваються саме на стадії запуску через низку причин. Наприклад, йдеться про те, що в проєкті може припинитись фінансування, виникнути акціонерний конфлікт чи була відсутня модель монетизації. [16]

Під час стадії запуску Grammarly у 2013 році було випущено надбудову Grammarly для Microsoft Office. Опісля через декілька років стартап перетворився на онлайн-сервіс, який можна було використовувати в будь-якому браузері та на платформах соціальних мереж. Так само в цей період стартап вже мав продуктову стратегію, маркетинговий план, бізнес-модель та фінансову стратегію. [17]

Стадія зростання (growth stage) - етап, на якому стартап збільшує обсяг бізнесу в рамках наявних ринків та продуктів. Відбувається остаточне формування продукту чи послуг, виправлення дефектів. Стартап продовжує розвиватись: доводить продукт до ідеального стану, запускає додаткові послуги чи продукти для збільшення конкурентної переваги. Так само ця стадія є чи не найлегшою і найкращою для залучення інвесторів, адже вони самі починають знаходити бізнеси для інвестування. Вже можна помітити ефективність та успіх ідеї, її прибутковість та перспективність можливої подальшої співпраці. [18]

У випадку з Grammarly на стадії зростання у 2016 році компанія запустила окрему програму для ПК, а також мобільні застосунки для пристроїв iOS та Android, щоб зробити продукт ще доступнішим для користувачів. Для власного вдосконалення та відмінності від конкурентів, Grammarly почав додавати нові функції, такі як перевірка плагіату, детектор тону, читабельність тощо. Для збільшення розпізнавання бренду стартап інвестував значні суми в маркетингові кампанії, що містило таргетингову рекламу, співпрацю з інфлюенсерами, контент-маркетинг, наприклад пости в блозі, та контент для соціальних мереж. [19]

Стадія розширення (expansion stage) - етап, коли стартап продовжує збільшувати масштаби свого виробництва та обсяг продажів, шукає нові способи залучити клієнтів. Так само на відміну від стадії зростання, на якій відбувається розвиток наявних продуктів і ринків, на стадії розширення стартапи вводять нові продукти чи послуги задля залучення нових клієнтів та партнерів. На стадії розширення стартапи зазвичай залучають додаткові інвестиції для розвитку та масштабування свого бізнесу, такі як інвестиції в маркетинг, розширення виробничих потужностей та наймання нових співробітників. Основними цілями стадії розширення в стартапі є перетворитись у компанію, яка вирішує природне завдання бізнесу, - розширення. Розширення можна досягнути шляхом збільшення обсягів продажів, збільшення прибутку, географії присутності на ринку та кількості співробітників. [13]

У Grammarly стадією розширення вважається етап, коли після зростання фінансового потоку платформа почала розвиватись в більш складний продукт, який містив не тільки перевірку правопису та граматики, але й структуру речення, пунктуацію та інші функції. Це дозволило стартапу стати одним з провідних у своїй галузі. Стартап мав змогу збільшити обсяг продажів і вийти на нові ринки завдяки залученню інвестицій у 2017 році, коли компанія отримала \$110 млн від американських венчурних фондів, що стало рекордом за всю історію існування українських стартапів. [20]

Стадія виходу (exit stage) - етап, коли засновники вирішують продати компанію або вивести її на біржу (IPO) для отримання прибутку та забезпечення ліквідності своїх інвесторів. Під час фази виходу стартапи зазвичай мають високі показники продажів і прибутковості. Засновники та інвестори хочуть забезпечити максимальний прибуток, продавши свою компанію або вийшовши на біржу. Варіанти виходу можуть включати продаж компанії іншій компанії, продаж акцій у рамках первинного публічного розміщення (IPO), продаж акцій приватним інвесторам (M&A) або продаж акцій компанії фонду прямого інвестування (private equity firm). Залежно від варіанту виходу можна використовувати різні стратегії для максимізації прибутку та забезпечення ліквідності для їхніх інвестицій у стартап. [21]

Наразі Grammarly продовжує розвиватись та залучати нових користувачів. У 2019 році стартап зібрав \$90 мільйонів на раунді фінансування, що дозволило оцінити компанію в \$1 мільярд. Засновники стартапу не виключають можливості IPO (Initial Public Offering) у майбутньому, тобто виходу компанії на фондову біржу. Наразі компанія не здійснила IPO та не планує продаж. [22]

У табл. 1.1 зображено всі п'ять стадій розвитку стартапу з їхніми основними ознаками, джерелами фінансування та обсягами інвестицій. (Див. Таблицю 1.1)

Особливості та характеристики п'яти стадій розвитку стартапу

	Посівна стадія (seed)	Стадія запуску (startup)	Стадія зростання (growth)	Стадія розширення (expansion)	Стадія виходу (exit)
Зміст стадії	Існує ідея та команда або її частина, що прагне реалізувати цю ідею. Створений MVP	Зміна функціоналу продукту, сформований план розвитку	Діюча компанія, що вже має не лише продукт, але й постійних користувачів і помітне місце на ринку	Продукт завершений та приносить постійні прибутки	Робота компанії налагоджена, компанія займає хороші позиції на ринку та має постійний прибуток
Витрати та доходи	Перші значні витрати, дохід відсутній	Витрати значно зростають, з'являються перші доходи	Компанія проходить точку безбитковості (але є винятки), з'являється перший прибуток	Зростання прибутків компанії	В окремих випадках прибуток інвестора фіксується через продаж акцій
Джерела фінансування	Власні заощадження, 3F (family, friends, fools), програми акселерації	Акселератори, бізнес-ангели, фонди, гранти	Венчурні фонди	Венчурні фонди, фонди прямих інвестицій, банківські кредити	Стратегічні та портфельні інвестори

Джерело: Inc42 Media “What Are the Different Stages of a Startup?”, Баб'ячок Р. та Кульчицький І. “Основні Тенденції Розвитку Стартапів в Україні - Проблеми, Перешкоди і Можливості”. [23] [24]

Акселератор - програма підтримки для початкових стадій розвитку компаній, яка дає стартапам змогу отримати підтримку: фінансову, організаційну та менторську з метою розвитку бізнесу та його прискореного запуску на ринок. В акселераторах стартапи часто можуть отримати програми підтримки на декілька місяців, під час яких члени команди стартапу здобувають знання та досвід від експертів, отримують корисні контакти та налагоджують зв'язок з потенційними інвесторами. Існують випадки, коли

акселератори можуть надавати фінансову підтримку в обмін на частку в компанії. [25] Найвідомішими акселераторами у світі є Y Combinator, 500 Startups, Techstars, Plug and Play, MassChallenge тощо. Більшість масштабних акселераторів зосереджені в США. [26] В Україні так само існують акселератори з різною спеціалізацією, зокрема Ukrainian Startup Fund, YEP!, Ukrainian Hub, Vernadsky Challenge тощо. [27]

Бізнес-ангел - інвестор, який надає фінансову підтримку бізнесу на ранніх стадіях розвитку. Зазвичай ця підтримка відбувається як обмін на частку у власності компанії. Бізнес-ангели здебільшого інвестують в стартапи, які знаходяться на ранніх стадіях розвитку, мають потенціал розвитку, проте ще не мають доходу чи прибутку. Інколи бізнес-ангели інвестують у стартап навіть тоді, коли він перебуває лише на етапі ідеї. Інвестування в стартапи є ризикованим, адже бізнес-ангели очікують не лише окупності власних інвестицій, але й високої прибутковості у разі успіху стартапу. Бізнес-ангелами часто стають професіонали з різних сфер (наприклад, юристи, лікарі, фінансисти), що є підприємцями, мають великі фінансові ресурси та хочуть їх інвестувати. Вони можуть надавати не лише фінансову, але й менторську підтримку, передавати свій досвід, знання чи контакти. [28]

MVP (Minimal Viable Product) - мінімально життєздатна версія продукту, що має достатній набір функцій, аби задовольнити потреби користувачів. MVP створюється задля того, щоб перевірити ринкову потребу у продукті, та міститься лише найважливіші функції продукту для його тестування та отримання відгуків від користувачів. На основі цих відгуків команда стартапу може покращити продукт і розвинути його. Термін був введений Ф. Робінсоном і популяризувався Е. Райсом, відомим як засновник методології Lean Startup. Е. Райс стверджував, що “MVP – версія нового продукту, яка дозволяє команді зібрати максимальну кількість даних від клієнтів і про клієнтів з найменшими зусиллями.” [29] Також MVP дозволяє зменшити можливі ризики при запуску продукту на ринок, бо отримані відгуки від

користувачів та дані про них можуть допомогти уникнути зайвих витрат на розробку продукту, що не матиме свого споживача.

1.2. Порівняльний аналіз досліджень про виклики та можливості стартапів під час війн в Сирії, Афганістані, Іраку, Палестині та Україні.

У світі існує багато успішних кейсів розвитку стартапів під час війни, хоча умови війни можуть бути вкрай складними для ведення бізнесу. Війна створює для стартапів нові ризики та виклики, але водночас часто може відкривати нові можливості для їх розвитку. Під час війни можуть зростати потреби в новітніх технологіях або ж з'являться попит у нових продуктах та послугах. Історія свідчить про те, що війна може бути стимулом для розвитку стартапів, оскільки критичні виклики часто можуть ставати відправними точками для більшого успіху. Науковими дослідженнями на тему розвитку економіки, підприємництва та стартапів під час війни займалися такі науковці, як Дж. Мартінсон, Ж.-Ф. Обрі, К. Петракко, Х. Швайгер тощо. Здебільшого вони досліджували зміни в ринкових умовах і споживчих бажаннях, нові технології та інновації, що забезпечували економічний прогрес. Так само вчені розкривали можливості та виклики цього контексту для розвитку стартапів і підприємництва, аналізували різні фактори, які впливають на бізнес під час війни, такі як доступність фінансування, зміни умов ринку, розвиток інноваційних технологій та зміна соціально-економічного розвитку країн. [60]

Соціальний підприємець А. С. Байрам, який зосереджувався на підтримці вразливих спільнот, зокрема доступі біженців до підприємницької діяльності, у своїй роботі "Entrepreneurship In Conflict Zones. Insights On The Startups In Syria" підкреслює, що підприємництво може відігравати ключову роль в економічному зростанні та стабільності в районах, які уражені військовим конфліктом. Він наводить практичні приклади того, як підприємці можуть успішно працювати в складних умовах при відсутності безпеки, проблемах з інфраструктурою, обмежених доступах до фінансування та політичній нестабільності. [30] У рамках дослідження було проведено два

опитування у 2014-ому та 2015-ому, у якому загалом взяло участь 238 респондентів молодих підприємців віком від 16-ти років. Результати показали, що більшість стартапів у Сирії в ці роки закривались на стадії виникнення ідеї (73%), а найчастіше індустріями, з якими були пов'язані ці стартапи, були соціальні нон-профіти, технології та освіта (22%, 22% та 21% відповідно) [30, с. 13] . Кількість молодих підприємців, які почали охоплювати у своїй роботі новітні сфери та створювати нові ідеї з 2014 до 2015 року збільшилась більше, ніж на 10% (52.2% за 2014 рік та 65.8% за 2015 рік) [30, с. 16]. Серед основних проблем, з якими стикались стартапи під час війни в Сирії, підприємці особливо виділяли відсутність безпеки та політичну нестабільність, дефіцит фінансової підтримки та обмежений доступ до ринку. Водночас вони менше згадували про проблеми з дисфункціональною системою освіти чи зменшення розміру ринку [30, с. 18]. У своїй роботі А. С. Байрам так само застосовував метод кейс-стаді з конкретними прикладами стартапів, які зіштовхнулись з воєнними труднощами. Наприклад, Л. Отба, засновниця стартапу “Nobelchemist”, який займається створенням капсул для санітарної обробки води, стверджує, що через руйнування їхньої промислової зони в Алеппо, де базувався проєкт, команда виїхала за кордон, що понесло за собою значні витрати. Для участі в змаганнях у Бейруті команда була змушена перебувати у дорозі 26 годин, у той час як до війни така поїздка зайняла б не більше 5 годин [30, с. 20]. Цікавим є те, що у 2017-ому році 86% сирійських стартапів локально знаходились саме у Сирії, особливо в Дамаску, тоді як лише 14% стартапів локалізувались поза межами країни. Водночас з 2013-ого року відбулось розширення стартап-спільноти в країні задля підтримки сирійських стартапів. Здебільшого ці можливості знаходяться в Дамаску, проте є й декілька онлайн-ініціатив створених для того, щоб охопити ширшу аудиторію, яка знаходиться за кордоном. Так само у 2017-ому році існувало близько 30-ти ініціатив для підтримки сирійських бізнесменів і стартаперів, які працювали над розширенням можливостей для бізнесів. [30, с. 41]

У своїй phd-дисертації для Плімутського університету “Resilience of Entrepreneurs in Conflict Zones: Evidence from Afganistan, Iraq and Palestine” вчена Д. Альталатіні провела дослідження підприємницького досвіду трьох конфліктних зон Афганістану, Іраку та Палестини. Вона досліджувала, як конституційні обмеження в умовах конфліктних зон впливають на створення і розвиток бізнесів. Наприклад, Афганістан є складним середовищем для розвитку та ведення бізнесу, оскільки в цій країні безпека відсутня настільки, що в ній небезпечно подорожувати. Конфлікт у країні з 1970-х років був хронічним, лише час від часу змінювалась його інтенсивність. З 2001 року Афганістан отримував мільярди доларів фінансування в різних формах допомоги, зокрема від США. Більша частина цієї допомоги була спрямована на афганську армію. [31] Це підтверджує факт того, що у 2001-2010 рр. понад 50% від загальної суми всієї іноземної допомоги було спрямовано на безпеку з метою зміцнення Афганської національної армії і поліції. [32] Проте ця допомога була розкрадена самим урядом, який зловживав допомогою США. Фінансова допомога перестала надаватись, коли американці вивели війська, а урядові війська розбіглись і владу захопили таліби. [33] У підприємців з Афганістану існував постійний страх перед корупцією та нападом з боку талібів, повстанців, чи навіть сил, які воюють спільно з самими афганістанцями. [34] Після проведення національного опитування було виявлено, що корупція, злочинність, крадіжки, проблема з інфраструктурою та відсутність безпеки є однією з найбільших проблем бізнес-спільноти Афганістану. [35] Незважаючи на те, що це є основними причинами страху до відкриття власного бізнесу чи стартапу, нові підприємства та стартапи регулярно з’являються, а люди продовжують ризикувати власними активами задля отримання прибутків для забезпечення сімей. [36]

До 1980-го року Ірак мав другу за величиною економіку в арабському світі після Саудівської Аравії та розвинув командну (планову) економіку, якій була характерна сильна залежність від високого експорту нафти в Іраку. [37] Відповідно, більшість населення Іраку мало високий рівень життя, а середній

клас країни розширився через підвищення високих цін на нафту і зусилля, яке уряд держави доклав для швидкого розвитку в 1970-х і на початку 1980-х років. [38] У 1990 році Ірак вторгся в Кувейт, оскільки іракський диктатор С. Хусейн хотів захопити нафтові родовища Кувейту. Була негайно створена міжнародна військова коаліція на чолі з Сполученими Штатами Америки, яка після ретельної підготовки почала наступ проти іракської армії та вигнала її з Кувейту. Наступні десятиліття характеризуються напруженими стосунками між США (демократичним світом) і Іраком. С. Хусейн фінансував і підтримував міжнародний тероризм, а також почав виготовлення хімічної зброї масового ураження. Після терактів 9/11 в 2001 році в Нью-Йорку та Вашингтоні Америка з метою забезпечення миру та безпеки в регіоні розпочала військові дії в Іраку, розгромила іракську армію та скинула Хусейна. [39] Американці заарештували його, судили міжнародним судом і в результаті стратили.

Санкції привели до зубожіння, а Ірак потребував реконструкції та відновлення інфраструктури, покращення стану інститутів і процесів у державі. [40] У 2018 році за індексом сприйняття корупції (Corruption Perceptions Index) Ірак посідав 168 місце зі 180 країн. [41] Закони та нормативно-правові акти, які стосуються приватного сектору, бізнес-середовища та інвестування в країні здебільшого є нечіткими та непрозорими, а також суперечать одне одному. Це дає держслужбовцям широкі повноваження для застосування різних законів чи їх тлумачення для власної вигоди. [42] Крім того, це робить недоступним ведення бізнесу для більшої кількості бажаючих і збільшує ризики цього ведення, а також створює більше можливостей для корупції. У звіті Світового банку Doing Business 2016 Ірак посідає 161 місце зі 189 країн за легкістю ведення бізнесу, а також 142 місце за відкриттям бізнесу та 189 місце за вирішенням проблеми неплатоспроможності, що є найгіршим результатом у світі. [42] Загалом в Іраці реєстрація власності займає орієнтовно 51 день, а закрити бізнес є неможливо. [42]

Конфлікт у Палестині є довготривалим і складним. Він розпочався з кінця 1940-х років зі створення держави Ізраїль і початку війни між ізраїльтянами та палестинцями за землі Палестини. Відбулось чотири арабо-ізраїльські війни. Після цього араби перейшли до терористичних методів боротьби з Ізраїлем, що характеризувались постійними проведеннями терактів та обстрілами територій Ізраїлю. [43] Відповідно, пересування на територіях Палестини та Ізраїлю здійснювалось лише через велику кількість контрольно-пропускних пунктів і у багатьох випадках за наявності спеціального дозволу. Це обмежувало свободу людей отримувати роботу та інвестувати в бізнес чи будівництво. Так само умови праці ускладнювались постійними повітряними тривогами та обстрілами. [44] Внаслідок чергової терористичної атаки арабів Ізраїль запровадив блокаду у Секторі Гази та посилив обмеження на пересування людей і переміщення товарів, через що цей регіон виявився не лише віддаленим від Західного берега, але й повністю ізольованим від світу. [45] Газа пережила три конфлікти у 2008, 2012 та 2014 роках, під час яких загинули тисячі людей, а інфраструктура зазнала значних втрат. Палестинці в Секторі Гази вважаються бідним та з високим рівнем економічної нестабільності, оскільки 80% з них залежать від гуманітарної допомоги. [46] У дослідженні GEM (2009 р.) 88% дорослого населення Палестини вважало, що підприємництво є хорошим вибором для професії, проте лише 56% зазначило, що вони мають необхідні навички та знання для початку розвитку у сфері. [47] Серед основних проблем, з якими стикаються підприємці під час розвитку власної справи, є робота в слабкому правовому середовищі з неефективними можливостями фінансування, обмежений доступ до ринку, обмежені ресурси та маркетингові можливості. [48] Також варто зазначити, що в Палестині один з найнижчих показників рівня залученості жінок до роботи, проте він постійно коливається. [49]

Д. Альталатіні у рамках свого дослідження опитала 30 підприємців з Афганістану, Іраку та Палестини про вплив конфліктних ситуацій у країнах на розвиток бізнесу. Тривалі конфлікти змінюють місцеві інституції, що посилює

нестабільність держави. Як стверджує інституційна теорія, наслідки конфліктної ситуації для інститутів також впливають на мотивацію та ставлення людей, що живуть в умовах тривалої кризи. [50] Вчена досліджувала мотивацію жінок і чоловіків підприємців розпочати свій бізнес в умовах війни в країні, а також виклики, з якими вони стикались. Також вона розглянула фактори, які сприяють стійкості підприємців і стратегії, які вони приймають для подолання викликів, які виникли. [34] Основними мотивами для відкриття бізнесу для чоловіків виявились незалежність, вплив та економічне процвітання і спостереження за моделями для наслідування. У випадку жінок основною мотивацією були особливий інтерес до бізнесу, економічне процвітання і відсутність можливостей іншої роботи. Багато вчених стверджували у своїх роботах, що в країнах, які постраждали від збройного конфлікту, нові підприємці керуються необхідністю працевлаштування та відсутністю такої можливості. [51] У цьому дослідженні учасники з Афганістану, Іраку та Палестини мали багато спільного у своїх мотиваціях розпочати бізнес. Зокрема в більшості учасники опитування розпочали власну справу через прагнення до економічного процвітання незалежно від статі. Більшість учасників чоловіків прагнули відчувати незалежність та вплив у своїй країні. Так само вони намагались мати вплив на покращення нестабільності в їхній країні. Люди, які вперше отримали підприємницький досвід, також отримали доступ до фінансового та соціального капіталів. [42] Жителі Афганістану після того, як спостерігали за іншими бізнесменами, отримували бажання давати можливості роботи своїм співвітчизникам і розвивати економіку своєї країни. Більшість жінок учасниць опитування обрали бізнес-ідею відштовхуючись від того, які в них були попередні інтереси. Таким чином вони хотіли мінімізувати ризики. [42] У Палестині жінки-підприємці прагнули покращити економічну ситуацію та можливості для працевлаштування жінок в країні і саме тому розпочинали бізнес. У той же час в Афганістані жінки-підприємці були зацікавлені в тому,

аби змінити соціальну ситуацію у своїй країні шляхом розширення прав жінок. [42]

Щодо викликів підприємництва в зонах конфлікту, то результати показали, що бізнесмени на нормативному рівні в середовищі, де існує тривалий конфлікт, зустрічаються з більшою кількістю викликів, ніж їхні колеги, які живуть у стабільних умовах. Це пов'язано з тим, що політичне насильство заважає створенню та навіть існуванню інституцій, необхідних для людей. [52] Одним з основних викликів для підприємців у зонах конфлікту була несправедливість нормативно-правової системи. Вона характерна жорстоким врегулюванням, високим рівнем корупції та нерівністю прав. Так само підприємці вважають, що уряд докладає недостатньо зусиль для підтримки бізнесу. [34] На розвиток підприємництва негативно впливають обмеження експорту, незахищеність, брак зовнішнього фінансування та нерозвинена інфраструктура. Дотримання законодавчих норм і високі витрати, яких це дотримання потребує, призводять до високого рівня хабарів за дотримання складного податкового законодавства, зокрема в Афганістані. Частина з цих проблем можна вирішити лише за допомогою зміцнення державних інституцій, які боролись б з рівнем корупції, краще врегульовували б дотримання законів. Водночас серед опитаних жінок особливістю було те, що вони згадували про відчуття обмеженості через брак капіталу (у порівнянні з чоловіками) та більші гендерні труднощі у переконанні інвесторів у виділення фінансування. Так само багато опитуваних підкреслювали, що не отримували підтримки у відкритті бізнесу від сім'ї та друзів, тому що ті не вважали їхню професію респектабельною. [34] Також вони вважають, що освіта в країні не сприяє підприємству, надає замало знань і навичок, які можна використовувати на практиці. [47]

Якщо розглядати кейс з Україною, то за результатами дослідження Polish-Ukrainian Startup Bridge, під час повномасштабного вторгнення 64% українських стартапів працюють глобально, тоді як 13% фокусуються лише на закордонні ринки. [2] Інвестори в багатьох випадках не готові інвестувати в

українські стартапи до закінчення війни в державі так само, як і в Сирії, Афганістані, Іраку та Палестині, які розглядались вище. Інвестори готові починати перемовини лише в випадку, якщо український стартап має зареєстровану юридичну особу за кордоном. Така риса була характерною ще до війни, оскільки інвестори занепокоєні питанням корупції в Україні та більше довіряють стартапам, зареєстрованим за кордоном. [53] Цим кейс України є схожим з кейсами Афганістану, Іраку та Палестини, що мають доволі високі показники рівня корупції. Найбільше стартапам зараз допомагають різноманітні мікрогрантові можливості, серед яких переважає фінансування від закордонних інституцій чи компаній. Це дає змогу українським компаніям закривати поточні потреби. [53] Найбільші перспективи зараз спостерігаються за екостартапами та MilitaryTech, а також стартапами, ідеї яких пов'язані з відбудовою інфраструктури та відновлення країни в майбутньому. Варто додати, що українські стартапи регулярно підтримують українську армію, наприклад через ініціативи, такі як IT-армія та Army of Drones, а так само навіть під час війни продовжують платити податки, залучати нових клієнтів і виходити на закордонний ринок. [54] Згідно з опитуванням “Do IT Like Ukraine”, проведеним IT Ukraine Association, 95% технологічних компаній та понад 90% IT-фахівців регулярно перераховують гроші на ЗСУ. В обох проаналізованих дослідженнях з прикладами інших країн під час суспільних конфліктів не було вказано про таку підтримку державної армії зі сторони вітчизняних стартапів. Також було виявлено, що 43% стартапів очікують на зростання власного бізнесу за підсумками 2022 року. [55] Незважаючи на те, що після початку повномасштабного вторгнення в Україну стартапи змушені були евакуювати своїх працівниць за кордон, а працівників на Захід України, 61% стартапів територіально не залишили власні штаб-квартири. [34] 30% стартапів в Україні на початку війни змушені були релокалізуватись за кордон у той час, коли в Сирії за кордон перемістились 14% стартапів. [5] [30] Відповідно до звіту “Do IT Like Ukraine” у 70% опитаних українських компаній хоча б один член команди перебуває на

військовій службі. [51] Так само складними викликами для чоловіків-підприємців є заборона виїзду за кордон. Ця проблема була актуальна для всіх розглянутих країн, де відбувались чи відбуваються військові дії, та мала значний вплив на діяльність стартапів. Усі українські підприємці зіткнулись з проблемою відключень електроенергії, що так само спіткало і стартапи з Сирії, Афганістану, Іраку та Палестини. Також українські стартапи на початку повномасштабного вторгнення займалися постійними пошуками шляхів фінансової та іншого виду підтримки для своїх працівників. [34] Згідно з дослідженням, проведеним організацією Polish-Ukrainian Startup Bridge, 12% українських стартапів припинили свою діяльність після початку війни. Тим не менш, частині стартапів вдалось вийти на ринки Європи та Америки, залучити додаткові інвестиції та примножити прибутки. Під час війни в Україні іноземні інвестори запустили фонди в підтримку України (Venture Capital, Flashpoint Venture Capital та польський Inovo VC). Ряд компаній (Google, Meta, Mastercard) запустили грантові програми для українських стартапів. [54]

Висновки з Розділу 1

Отже, стартапом вважають компанію, яка має амбіцію вийти на ринок з інноваційним продуктом за короткий час і для цього залучає інвестиції для його просування. Так само стартапу характерне швидке масштабування та зростання, висока невизначеність та ризики. Вперше термін був вжитий у журналі “Forbes” в 1976 році. Стартап відрізняється від бізнесу тим, що він не має напрацьованої бізнес-моделі, оскільки часто може бути першим у своїй ніші. Так само власники стартапів націлені на захоплення світового ринку для чого їм недостатньо залучати лише власні кошти, тому доводиться шукати інвесторів. Відомими світовими компаніями, що розпочинали бізнес як стартапи є “Uber Technologies Inc.”, “Airbnb” та “Pinterest”.

Існує 5 стадій розвитку стартапу, які вирізняються своїми характеристиками. Початковим етапом формування ідеї і команди, запуску MVP є посівна стадія (seed stage). Під час стадії запуску (startup stage) команда

займається підготовкою повного запуску свого продукту на ринок і, відповідно, має наявну бізнес-модель та стратегії для свого бізнесу. Вихід оновленого продукту на нові ринки та його масштабування відбуваються на стадії зростання (growth stage). Стадія розширення (expansion stage) передбачає пошук нових способів залучення клієнтів та збільшення обсягів виробництва. У той же час рішення про продаж компанії та виведення її на біржу (IPO) для отримання прибутків відбувається на стадії виходу (exit stage). У залежності від стадії розвитку відрізняються джерела фінансування стартапів, серед яких власні заощадження, акселератори, бізнес-ангели, гранти, венчурні фонди та інвестори.

Акселератор - програма підтримки стартапів на початкових стадіях, що забезпечує молоді бізнеси фінансовою, організаційно, менторською підтримкою протягом певного проміжку часу. Серед відомих - Y Combinator, 500 Startups, Techstars, Plug and Play, MassChallenge тощо.

Бізнес-ангел - інвестор, що допомагає стартапам фінансово на ранніх стадіях їх розвитку здебільшого в обмін на частку в компанії.

MVP (Minimal Viable Product) - термін, який введений Е. Райсом і означає життєздатну версію продукту, яка має такий набір функцій, який задовольняє користувача.

Науковими дослідженнями стартапів займалися такі науковці, як Дж. Мартінсон, Ж.-Ф. Обрі, К. Петракко, Х. Швайгер тощо. У своїй праці "Entrepreneurship In Conflict Zones. Insights On The Startups In Syria" А. С. Байрам досліджував вплив війни в країні на розвиток стартапів. Вчений дійшов до висновку, що сирійські підприємці могли успішно працювати в умовах відсутності безпеки в регіоні, проблемах з фінансуванням та політичній нестабільності. Їхню роботу також ускладнювали труднощі з вільним пересуванням за кордон. Не зважаючи на це, лише 14% стартапів виїхали за межі країни, а в столиці Сирії - Дамаску було створено програми для підтримки сирійських бізнесменів.

У своїй роботі “Resilience of Entrepreneurs in Conflict Zones: Evidence from Afganistan, Iraq and Palestine” Д. Альталатіні досліджувала вплив воєнного контексту на розвиток підприємництва в Афганістані, Іраку та Палестині. В Афганістані характерними є корупція, крадіжка, проблеми з інфраструктурою та відсутність безпеки. Відповідно, відбувалось розкрадання фінансів, які потенційно могли б виділятися для молодих бізнесів. Ірак займає останні позиції в світі по індексу сприйняття корупції, легкості ведення бізнесу та відкриття бізнесу. У країні є значна проблема з бюрократією, яка перешкоджає веденню бізнесу. У Палестині існували труднощі з пересуванням громадян, постійною військовою загрозою та значними інфраструктурними втратами. Так само не обійшлося без відсутності фінансової підтримки з боку держави і утисків жінок у бізнес-секторі.

Україна має багато спільних з Сирією, Афганістаном, Іраком і Палестиною викликів, з яким зіштовхнулись стартапи після початку повномасштабного вторгнення. До них відносяться неготовність іноземних інвесторів до інвестування в українські стартапи через військовий і корупційний фактори, релокалізація стартапів у безпечні місця та заборона виїзду за кордон для чоловіків.

Із врахуванням вищенаведеного головним дослідницьким запитанням для авторського дослідження є:

“Якими є основні виклики та можливості стартапів в Україні після 24.02.2022 р.?”

РОЗДІЛ 2. Методологія дослідження викликів та можливостей для стартапів в Україні після 24.02.2022 р.

2.1. Теоретична основа, базові робочі гіпотези та операціональна схема дослідження.

Таким чином, основним дослідницьким запитання роботи є “Якими є основні виклики та можливості стартапів в Україні після 24.02.2022 р.?” У своїй роботі це дослідницьке запитання я розв’язую в руслі теорії соціальних взаємодій Дж. Коулмена, інституціональної теорії Р. Мертона, а також теорії соціального обміну Дж. Хоманса.

Теорія соціальних взаємодій Дж. Коулмена передбачала поєднання в один методологічний підхід теоретичних соціологічних й економічних здобутків, що допоможе розглянути сутність поняття “стартап” з боку обох наук. Цей методологічний підхід застосовується для дослідження взаємовідносин між людьми, що дасть змогу розглянути взаємовідносини між засновниками або директорами стартапів з потенційними інвесторами. Засновник теорії пропонує у ролі зв’язкового елемента увести в соціальну теорію концепцію соціального капіталу. [56] Дж. Коулман стверджував, що соціальний капітал це “цінність аспектів соціальної структури для акторів як ресурсів, які вони можуть використовувати для досягнення своїх цілей”. [57, с. 126] За теорією Коулмана економічна поведінка є залежною від відносин всередині груп людей, які об’єднані однаковими нормами та цінностями або ж мають спільні зобов’язання та очікування. [57] Відповідно, з цього ракурсу можна досліджувати мотиви інвесторів вкладати кошти в стартап, що розробляється в країні, де зараз триває війна. Так само це допоможе дослідити те, як невіїзд чоловіків за кордон, їхня неможливість представляти власний продукт на міжнародних виставках, конференціях і подіях, а також інші виклики, пов’язані з війною, впливають на обмеження їх взаємодії з потенційними стейкхолдерами.

Відомий представник структурного функціоналізму Р. Мертон займався

вивченням соціальних інститутів і увів терміни “явний” та “латентний” соціальний інститут. Загалом соціальний інститут є однією з основних форм соціальної взаємодії та одним з головних елементів соціальної культури суспільства. Кожен інститут для виконання своєї основної місії має бути наділений спеціальними ресурсами, необхідними для його функціонування, наприклад фінансовими чи організаційними. [58] Тому за допомогою інституціональної теорії Р. Мертон можна розглянути економічний інститут в Україні та те, як державний сектор підтримує українські стартапи під час війни або ж навпаки - яких видів підтримки стартаперам не вистачає з боку держави. Р. Мертон був переконаний, що явні і латентні функції соціальних інститутів є індикаторами загальної стабільності суспільства. [59] Згідно з цим, явні функції інституту економіки є формалізованими та підконтрольними суспільству, включають у себе регулятивну, інтегративну, комунікативну функції, а також функцію відтворення суспільних відносин. [60] Латентна функція інституту є тією функцією, яка здійснюється насправді та може відрізнитись від формальних функцій. [60] Латентними функціями інституту економіки під час війни може бути створення соціальних зв'язків між бізнесами та потенційними інвесторами, координація економічних зусиль різних секторів, забезпечення умов стабільності та сталого розвитку бізнесів.

Дж. Хоманс, засновник теорії соціального обміну, згадував у своїх працях про роботу М. Мосса, у якій розв'язування частини соціологічних проблем “відчутно просунулось би, якби ми визнали таку думку: взаємодія людей являє собою обмін цінностями як матеріальними, так і нематеріальними”. [61] Відповідно, це дасть змогу дізнатись, чи стартапи мали змогу взяти участь у спеціальних програмах підтримки України після 24.02.2022 р. та чи такі програми є поширеними. Так само Дж. Хоманс спирався на ідеї біхевіоризму, зокрема біхевіористичні ідеї Б. Скіннера та його школи. Таким чином вчений був переконаний в тому, що поведінка людини спрямована на одержання “винагороди” (користі) та уникнення “покарання” (економічних прорахунків і витрат). [62] Дж. Хоманс виділив термін

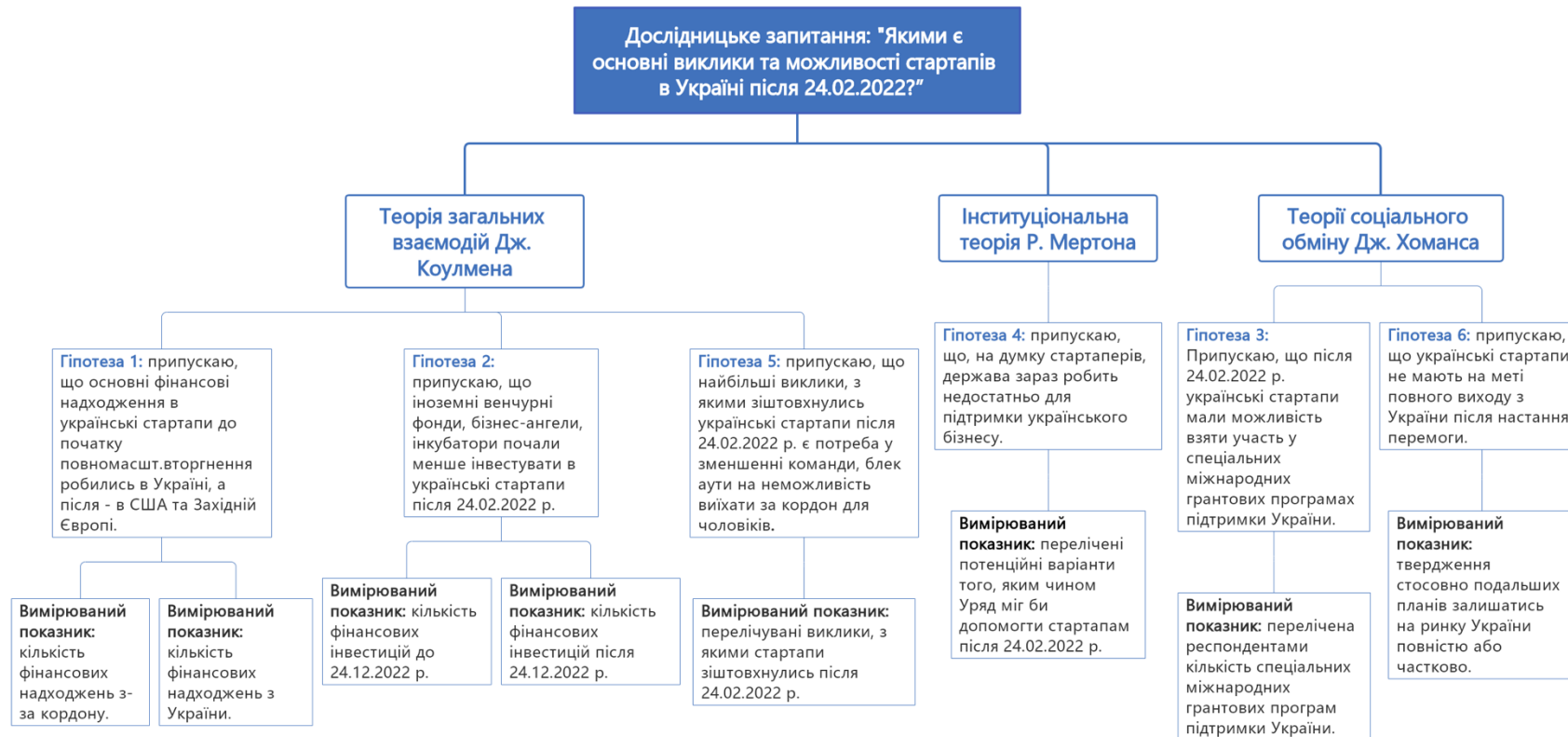
соціальний обмін як особливий тип соціальних дій або ж взаємовинагороджуваних реакцій людей. [62] Саме тому це дозволить дослідити вплив стартапів на економічний розвиток країни після перемоги, а також те, чи мають вони тоді на меті повний вихід з ринку України. Варто зазначити, що соціальні відносини для Дж. Хоманса є обмінними, проте не виключно економічними. У ході обміну матеріальними та нематеріальними цінностями об'єктами обміну часто є не лише гроші чи економічні послуги, але й різні форми похвали або ж прихильності. [62] У такому випадку стартапи можуть приносити не тільки великі грошові податки для країни в майбутньому, але й представляти її за кордоном як провідну та прогресивну державу.

Робочі гіпотези дослідження:

- 1) Припускаю, що основні фінансові надходження в українські стартапи до початку повномасштабного вторгнення робились в Україні, а після - в США та Західній Європі.
- 2) Припускаю, що іноземні венчурні фонди, бізнес-ангели, інкубатори почали менше інвестувати в українські стартапи після 24.02.2022 р.
- 3) Припускаю, що після 24.02.2022 р. українські стартапи мали можливість взяти участь у спеціальних міжнародних грантових програмах підтримки України.
- 4) Припускаю, що, на думку стартаперів, держава зараз робить недостатньо для підтримки українського бізнесу.
- 5) Припускаю, що найбільші виклики, з якими зіштовхнулись українські стартапи після 24.02.2022 р., є потреба у зменшенні команди, блек ауту на неможливість виїхати за кордон для чоловіків.
- 6) Припускаю, що українські стартапи не мають на меті повного виходу з України після настання перемоги.

Операціональна схема дослідження має такий вигляд (Див. Рисунок 1.1):

Рисунок 1.1



2.2. Методи збору інформації та аналізу даних.

Методом збору інформації стало проведення глибинних інтерв'ю з експертами. Для виконання завдань дослідження та його мети було обрано саме такий якісний метод дослідження, оскільки:

- 1) Цей метод допоміг отримати детальні відповіді від учасників дослідження - співзасновників та директорів стартапів. Він дозволив розкрити всю складність воєнного контексту у веденні стартапу, а також виявити нюанси, які могли бути приховані при застосуванні інших методів дослідження.
- 2) Цей метод дав змогу отримати унікальну інформацію з першоджерела. За допомогою нього я почула докладні описи конкретних ситуацій і особистого досвіду, пов'язаних з можливостями та викликами українських стартапів після 24.02.2022 р. Ця інформація могла б стати в нагоді особливо у випадку розробки рекомендацій та стратегій для стартапів, які працюють у воєнних умовах.
- 3) Цей метод дозволив краще контекстуалізувати дослідження. Він дав змогу зрозуміти контекст, у якому функціонують стартапи після 24.02.2022 р. в Україні, а не лише отримати відповіді на конкретно складені мною запитання. Всі ці тонкощі та нюанси можуть бути недосяжними через інші методи дослідження, наприклад такі як кількісні опитування.

Для глибокого аналізу викликів та можливостей українських стартапів після 24.02.2022 р. я обрала три стартапи ("Mountguide", "WRAP" та "Ochi"), які розвиваються у різних нішах - туризм, відеопродакшн та здоров'я, націлені на різні ринки - Україна та закордон, а також зараз перебувають у різних статусах - "Mountguide" в стані "замороження" після 24.02.2022 р., а інші два навпаки активно розвиваються: "WRAP" орієнтується на ринок Великобританії, а "Ochi" на ринок України. Обраний підхід дозволив мені розглянути контрастні випадки із замороженням і стрімким розвитком стартапів після 24.02.2022 р. на українському та закордонному ринках, а також

заглибитись у специфіку викликів, які перед ними повстали, та можливостей, які відкрились.

Інструментарій

На основі опрацьованих у Розділі 1 матеріалів і емпіричних даних, а також розглянутих у Розділі 2 теорій, мною був розроблений гайд [Додаток 1], який розкриває досвід стартапів з залучення інвестицій до та після війни, взаємодію держави і стартапів, виклики та можливості стартапів після 24.02.2022 р., а також подальші плани стартапів на власний розвиток.

Усі ці блоки запитань дають змогу отримати загальну картину поточної ситуації на стартап-ринку України, а також проаналізувати вплив різних чинників на їхнє функціонування. Таким чином проведення експертних інтерв'ю зі співзасновниками та власниками стартапів допомогли мені отримати дані, що за допомогою подальшої обробки сформували релевантні результати проведеного дослідження, виконали мету та завдання, які я поставила на початку. Аналіз даних ґрунтуватиметься на загальному методі наукової дедукції та індукції.

Висновки з Розділу 2

У даному розділі викладена методологія авторського дослідження, яка базується на теоретичних підходах Дж. Коулмена, Р. Мертоні і Дж. Хоманса.

Теорія загальних взаємодій Дж. Коулмена передбачає дослідження про взаємовідносини між людьми, а також введення концепції соціального капіталу в соціальну теорію. Ця теорія допоможе дослідити взаємовідносини між представниками стартапів і потенційними інвесторами, мотиви інвесторів вкладати власні гроші в українські стартапи, вплив неможливості виїзду за кордон і інших обмежень, пов'язаних з війною, на мінімальну можливість живого спілкування з іноземними колегами та інвесторами. Однією з основних тез інституціональної теорії Р. Мертоні є те, що соціальний інститут вважається однією з головних форм соціальної взаємодії, а також одним з основних елементів, який формує соціальну культуру суспільства. Ця теорія

допоможе розглянути те, як держава підтримує або не підтримує українські стартапи під час повномасштабної війни. Згідно з теорією соціального обміну Дж. Хоманса взаємодія людей передбачає обмін матеріальними та нематеріальними цінностями. Ця теорія допоможе дослідити існування спеціальних програм підтримки для українських стартапів та участь стартапів у них, а також вплив стартапів на розвиток України після перемоги.

У розділі було викладено шість робочих гіпотез дослідження. Методом збору інформації дослідження є проведення глибинних інтерв'ю з експертами, що дозволило отримати детальні повні відповіді, унікальну інформацію з першоджерела та контекстуалізувати дослідження. Було проведено три глибинні інтерв'ю з стартапами "Mounguide", "WRAP" та "Ochi", які відрізняються нішами, цільовими ринками, стадіями розвитку тощо. Аналіз даних буде базуватись на загальній методології наукового висновку, що включає дедукцію та індукцію.

РОЗДІЛ 3. Авторське дослідження на тему «Стартап в умовах війни: виклики та можливості на прикладі України після 24.02.2022 р.»

3.1. Результати дослідження та висновки про основні джерела фінансування українських стартапів, зміну їх кількості та участь стартапів у спеціальних міжнародних грантових програмах підтримки України після 24.02.2022 р.

Експерт №1 - засновник та CEO² стартапу у сфері гірського туризму “Mountguide”.

“Mountguide”³ - сервіс, за допомогою якого люди, які ходять в гори, можуть отримати доступ до гірських маршрутів або ж знайти собі гідів. Стартап заснований в серпні 2021 року та був орієнтований на український ринок. Зараз перебуває у стадії “замороження”⁴ після початку повномасштабного вторгнення. Є переможцем стартап-інкубатора IdeasLab від Center for Entrepreneurship, де виграв \$8,000 гранту. Так само стартап є фіналістом конкурсу для seed stage стартапів від Ukrainian Startup Fund⁵, де мав змогу позмагатись за грант у розмірі \$25,000, проте фінальний пітч⁶ конкурсу

²CEO - Chief Executive Officer або головний виконавчий директор.

³ Покликання на досягнення “Mountguide”:

<https://lvbs.com.ua/news/top-10-znakovyh-podij-2021-roku-vid-lvbs/> - пункт 8 - згадка про перемогу в IdeasLab від Center for Entrepreneurship.

<https://www.wubc.club/events/west-ukrainian-pitch-day/> - згадка про пітч на WEST UKRAINIAN PITCH DAY.

https://www.facebook.com/ukrainianstartupfund/photos/778815786845505/?locale=hi_IN&paipv=0&eav=AfbCOeRwB51mN6aEf2b7beT6JjOob2SisDThp7IMwGIBrGfYnm97JfNdtcN0BHeCr5Y&_rd_ - згадка про навчання на курсах від Ukrainian Startup Fund.

⁴ Стадія “замороження” - тимчасове припинення діяльності стартапу через ряд причин, таких як фінансові труднощі, стратегічні перегляди, перебудова команди або зміни на ринку. Це період, коли стартап тимчасово призупиняє свою роботу, але зберігає свої ресурси, права та потенційну можливість повернутися до функціонування у майбутньому.

Авторське визначення

⁵ Ukrainian Startup Fund (USF) - найбільший ангельський інвестор України, заснований у 2018 році Кабінетом Міністрів України. Займається підтримкою стартапів на стадії pre-seed та seed.

Джерело: *Ukrainian Startup Fund*, <https://saveuastartups.com/>

⁶ Пітч (з англ. - pitch) - коротка та обмежена в часі презентація, у якій засновник намагається донести свою бізнес-ідею інвестору задля того аби отримати фінансування.

Джерело: Bussler, Frederik. "The Startup Pitch: Everything You Need to Know." *Intch*, 15 Oct. 2021, <https://intch.org/blog/the-startup-pitch-everything-you-need-to-know/>

мав відбутись 25 лютого 2022 року в Києві, а програму закрили через введення воєнного стану.

Експерт №2 - співзасновник та СТО⁷ стартапу у сфері HealthTech “Ochi”.

“Ochi”⁸ - сервіс догляду за очима, який пропонує підписку на лінзи як спосіб заощадити час і зручно дбати про свій зір. Датою заснування стартапу вважається 22 лютого 2022 року, хоча сама ідея з’явилась восени 2021 року. Зараз він орієнтований на український ринок. Співзасновники дотримуються принципу “плануй глобально - дій локально”, проте на майбутнє розглядають варіант масштабування: першочергово на ринки Польщі та Франції. Стартап перебуває на посівній стадії (seed stage): випущений перший MVP та розпочаті перші маркетингові кампанії. Є переможцями стартап-інкубатора IdeasLab від Center for Entrepreneurship, де виграли 110 тис. грн гранту, та фіналістами YEP Incubator. Так само є переможцями KSE & MTC BootCamp, де отримали \$5,000, а зараз є учасниками Genesis StartUp Academy 3.0.

Експерт №3 - співзасновник та acquisition manager⁹ стартапу у сфері Videoproduction “WRAP”.

“WRAP”¹⁰ - платформа-інструмент, що допомагає людям, залученим в індустрію візуального креативу, виконувати свою роботу швидше та якісніше. З самого початку співзасновники стартапу хотіли орієнтуватись на ринок

⁷ СТО - Chief Technical Officer або технічний директор.

⁸ Покликання на досягнення “Ochi”:

<https://yourochi.com.ua/> - сайт стартапу.

<https://foundation.kse.ua/talents-for-ukraine/> - стартап серед переможців програми “Talents for Ukraine” від Київської школи економіки.

<https://fb.watch/kO7tqRAH2f/> - інтерв’ю Center for Entrepreneurship зі стартапом.

⁹ Acquisition manager - менеджер, який шукає, веде, завершує та організовує угоди з користувачами та займається поширенням інформації про продукт на всіх можливих платформах.

Джерело: "What Does an Acquisitions Manager Do?" *Learn.Org*, https://learn.org/articles/What_Does_an_Acquisitions_Manager_Do.html

¹⁰ Покликання на досягнення “WRAP”:

<https://wrap.technology/> - сайт стартапу.

<https://dev.ua/news/wrap-1664947482> - інтерв’ю dev.ua зі стартапом.

<https://vctr.media/ua/novi-imena-na-it-arena-nazvali-peremozhcziv-154423/> - згадка про стартап у vector.media.

<https://ain.ua/2022/10/07/startap-dnya-wrap-cze-serviz-dlya-organizacziyi-znimalnogo-proczesu/> - інтерв’ю ain.business зі стартапом.

України, проте зрозуміли, що він є занадто малим і не відповідає на їхні гіпотези, а це може відлякати інвесторів. Саме тому цільовим ринком вони обрали Великобританію, де знаходиться найбільш ринок Videoproduction у світі. Попри це, так само мають юзерів¹¹ з Хорватії, США, Польщі, Німеччини, Італії, Франції, України тощо. Стартап заснований у жовтні 2021 року. Після початку війни він 4 місяці знаходився у стадії “замороження” через активну волонтерську діяльність співзасновників. Раніше співзасновники фокусувалися над залученням фінансування, проте зараз змінили фокус на покращення продукту. Як і “Mountguide”, “WRAP” є фіналістом конкурсу для стартапів від Ukrainian Startup Fund, де отримав можливість позмагатись за фінансування у розмірі \$25,000, проте програма була закрита через початок повномасштабного вторгнення. У жовтні “WRAP” став переможцем конкурсу стартапів IT Arena 2022, де виграв приз у розмірі \$20,000 від IT Arena, CRDF¹² та USF. Так само був учасником інкубаторської програми в українському представництві іспанського інкубатора Demium, проте згодом цей інкубатор вийшов з ринку Східної Європи.

Гіпотеза 1. Припускаю, що основні фінансові надходження в українські стартапи до початку повномасштабного вторгнення робились в Україні, а після - в США та Західній Європі.

Гіпотеза частково підтвердилась. “Mountguide” і “WRAP” до війни здебільшого залучали кошти саме від українських інкубаторів, українських акселераційних програм і українських бізнес-ангелів. Хоча стартап “Mountguide” і не мав досвіду залучення інвестицій після 24.02.2022 р., до війни він отримував гроші від українського інкубатора IdeasLab та шукав можливості отримання грантів серед українських фондів (наприклад, USF), яких, за словами засновника стартапу, була достатня кількість. Менші інвестиції стартап отримував у невеликих приватних вкладах (декілька сотень

¹¹Юзер - користувач.

¹²CRDF - Фонд цивільних досліджень та розвитку США.

доларів) від американських жертводавців. “WRAP” до війни так само отримував фінансування від IdeasLa та брав участь у конкурсах від USF.

Якщо говорити про фінансування після 24.02.2022 р., то “Ochi” поки що залучали кошти лише з українських грантів, оскільки вважають, що наразі їх достатньо для розвитку, і фокусуються на вдосконаленні власного продукту. Зараз стартап бере участь в українській Genesis StartUp Academy 3.0., де має шанс виграти інвестиції від міжнародних венчурних фондів. “WRAP” так само залучав невеликі грантові кошти з України, а також виграв фінансування у розмірі \$20,000 від українського та американського фондів на IT Arena 2022. Попри це, команда переговорила з багатьма американськими та європейськими країнами, а також країнами Балтії, які поки не погодились на інвестиції через недостатню, на їхню думку, готовність продукту.

Варто зазначити, що всі три стартапи вкладали власні гроші в перших етапах розвитку своїх продуктів, а команда “WRAP” досі бере додаткові проєкти на команду для того, щоб нарейзити¹³ гроші, які можна вкласти в розвиток стартапу.

Гіпотеза 2. Припускаю, що іноземні венчурні фонди, бізнес-ангели, інкубатори почали менше інвестувати в українські стартапи після 24.02.2022 р.

Гіпотеза підтвердилась. Всі три стартапи погодили з тим, що кількість інвестицій в українські стартапи зменшилась, проте вони й також додали, що з фінансуванням українських стартапів були проблеми ще до початку повномасштабного вторгнення, бо для іноземних інвесторів ринок України завжди був малим і неперспективним. Усі три респонденти говорили про те, що раніше для інвесторів було прийнятним, якщо ти - українська стартап-команда, яка знаходиться в Україні, проте працює на ринок США. Як стверджує засновник “Mountguide” про теперішню ситуацію: “Інвестори бояться невизначеності в Україні, адже в нас були блекаути, відключення

¹³ Нарейзити - заробити.

світла, пропадав інтернет, світло, зв'язок, відбуваються постійні ракетні обстріли. Для умовного інвестора це виглядає дико – коли ти спілкуєшся з проєктом, в який інвестуєш, а в нього на фоні у Києві падає ракета”.

Стартапи одноголосно стверджували, що як до війни, так і зараз багато українців реєстрували свої стартапи за кордоном, наприклад в Естонії, Прибалтиці чи Центральній Європі. Це пов'язано з тим, що за кордоном менші податки, а також іноземні інвестори знають: в Україні існує проблема з верховенством права, юридичними труднощами та корупцією, що є своєрідним red flag¹⁴ для них. Співзасновник “Ochi” додав, що знає випадки, коли в пакет інвестицій для українців входив повний релокейт¹⁵ команди закордон.

Всі опитані стартапи підтвердили, що закордоном збільшився інтерес до України. Наприклад, у “WRAP” декілька разів брали інтерв'ю про роботу під час війни іноземні ЗМІ. За словами співзасновника “WRAP”: “Україна Україною, війна війною, підтримка підтримкою. Все, що цікавить інвесторів - які в тебе метрики¹⁶. Скільки в тебе користувачів, скільки грошей ти заробляєш і як стрімко розвиваєшся. Ну і також Return on investment¹⁷”.

Гіпотеза 3. Припускаю, що після 24.02.2022 р. українські стартапи мали можливість взяти участь у спеціальних міжнародних грантових програмах підтримки України.

Гіпотеза не підтвердилась. Всі стартапи зазначили, що спеціальних грантових програм підтримки України вони не зустрічали. Навпаки ставлення

¹⁴ Red flag - будь-яка небажана характеристика, яка вказує на можливу проблему з акціями компаніями або її фінансовими звітами.

Джерело: Hayes, A. (2022, March 25). *What Is a Red Flag? Definition, Use in Investing, and Examples*. Investopedia. <https://www.investopedia.com/terms/r/redflag.asp>

¹⁵ Релокейт - зміна місця проживання.

¹⁶ Метрики - показники в бізнесі.

¹⁷ Return on investment (ROI) - рентабельність інвестицій, показник ефективності у бізнесі, за допомогою якого спеціалісти оцінюють ефективність та прибутковість інвестицій.

Джерело: Fernando, J. (2023, May 24). *Return on Investment (ROI): How to Calculate It and What It Means*. Investopedia. <https://www.investopedia.com/terms/r/returnoninvestment.asp>

до команд в Україні стало упередженим через високу невизначеність, у якій вони перебувають. З'явилися хіба що освітні можливості для українців закордоном, які є безкоштовними або надаються зі знижкою. Інвесторів, які вкладають гроші, цікавить лише те, коли вони отримають свої інвестиції назад. Як стверджує засновник “Mountguide”: “Сентименти відходять на другий план, коли ми говоримо про реальний бізнес і реальні гроші”. Співзасновник “WRAP” додав, що їхня команда не брала участь у спеціальних міжнародних програмах, адже не має права виїжджати з України через закон про невиїзд. Попри це, через факт релокації багатьох українських продакшнів закордон, стартап отримав клієнтів з ринків різних країн, що принесло їм позитивний результат. Також інколи міжнародні програми для стартапів роблять квоту для українців, наприклад онлайн-програма для підприємців Genesis StartUp Academy 3.0 від української коуфандингової ІТ-компанії Genesis під час набору зробила квоту на участь 15% для українських стартапів.

3.2. Результати дослідження та висновки про державну підтримку стартапів в Україні, їхні найбільші виклики після 24.02.2022 р. та плани на майбутнє.

Гіпотеза 4. Припускаю, що, на думку стартаперів, держава зараз робить недостатньо для підтримки українського бізнесу.

Гіпотеза підтвердилась. Усі стартапи підтвердили, що можливостей для стартапів всередині країни зараз є мало. Так само всі згадували про Ukrainian Startup Fund, який, на думку багатьох українських стартаперів, функціонує не зовсім результативно. Засновник “Mountguide” зазначив, що до війни USF був основним gamechanger¹⁸ на українському ринку з грантами у розмірі \$25,000 та \$50,000, проте під час воєнного стану фонд закритий ці гранти. Натомість для стартапів він зараз пропонує гранти подвійного призначення у розмірі \$35,000 (для MilitaryTech та HealthTech), а також гранти до 250 тис. грн на власну

¹⁸ Gamechanger - лідер, провідник

справу, з яких ти потім маєш повертати кошти державі. “\$35,000 для цієї сфери (MilitaryTech) - це є дуже і дуже мало, бо там тільки одна проєктна розробка дрону може коштувати в десятки більше”, - переконаний засновник “Mountguide”. Крім того, якби держава давала більше грантів, то українські стартапи не реєструвались би в Латвії та Естонії, де податки менші, адже таким чином ми втрачаємо надходження в державний бюджет.

Співзасновник стартапу “Ochi” наводив приклад Польщі, у якій нещодавно стався корупційний скандал, пов’язаний з Національним центром дослідження і розвитку (NCBR), що є польським державним органом. Понад 100 польських компаній не отримали сумарно близько €175 мільйонів обіцяних грантів, що пов’язано з перенаправленням коштів до компаній, наближених до політиків. [63] Відповідно, на думку стартапера, Україна вкладає недостатньо коштів у стартапи, проте надлишок коштів у бюджеті теж може мати погані наслідки. Державі варто було б зайнятись централізацією фінансових ресурсів, наприклад давати гроші акселераторам, які самі могли б їх перерозподіляти. Співзасновник “Ochi” переконаний, що “Стартап - це ніщо інше як гіпермасштабована кампанія, яка експортує інновації”. Відповідно, стартапи окрім того, що формують ставлення до України в світі, ще й платять податки в Україні, працевлаштовують українців і мають тут офіси.

Співзасновник “WRAP” підкреслив, що у держави зараз інші пріоритети та високі видатки на оборону. Можливостей від держави зараз недостатньо, проте їх можна знайти в інших інституціях. Наприклад USAID¹⁹ запустили програму “Конкурентоспроможна економіка України” та регулярно возять українські стартапи на виставки за кордон, а Андрій Федорів²⁰ спільно з засновниками “Нової пошти” спеціально заснували фонд “Vesna Capital”. Так само стартапер порівняв нашу країну з Ізраїлем, підкресливши схожість в інноваціях: “Наш шлях схожий до Ізраїлю - ми робимо не кількістю, а якістю

¹⁹ United States Agency for International Development.

²⁰ Андрій Федорів - засновник маркетингової агенції Fedoriv, автор навчального курсу для власників бізнесу під назвою BrandFather.

у плані технологічності, створенні кращих рішень. Вести вперед розумом і технологіями - наш варіант”.

Гіпотеза 5. Припускаю, що найбільші виклики, з якими зіштовхнулись українські стартапи після 24.02.2022 р., є потреба у зменшенні команди, блек ауту та неможливість виїхати за кордон для чоловіків.

Гіпотеза підтвердилась частково. У жодної з команд не виникало потреби у зменшенні команди. І “Ochi”, і “WRAP”, які працювали під час блек аутів, підтвердили, що вимкнення світло заваджало їм ставити дедлайни та дотримуватись чітких термінів. Співзасновник “Ochi” підкреслив: “Робота над стартапом - робота у повній невизначеності: ти не розумієш, що ти будуєш, для кого ти будуєш. Ти це знаходиш в процесі. Блекаути додавали ще більше невизначених факторів”,

Усі три стартапи наголошували на великій проблемі неможливості виїзду за кордон, що вбиває стартап-спільноту. “Mountguide” додав, що в Україні зараз немає можливостей нетворкінгу для стартапів, “Ochi” - що найближчим часом у Берліні та Варшаві відбудуться два важливі для їхнього стартапу івенти, проте вони не знають, чи отримають дозвіл на виїзд, а “WRAP”, що їх ринок креативних людей здебільшого комунікує виключно наживо на різноманітних подій закордоном, що так само перешкоджає якісній комунікації під час війни.

Співзасновники “Mountguide” і “WRAP” так само додали, що після 24.02.2022 багато часу у них займало волонтерство. “WRAP” навіть заморожував діяльність на 4 місяці через активне волонтерство співзасновників. Для “Mountguide” викликом стало скорочення ринку, погіршення економічної ситуації та неплатоспроможність людей, у яких змінились пріоритети. Так само про нерозуміння актуальності свого стартапу для українців під час війни згадували й “Ochi”.

Гіпотеза 6. Припускаю, що українські стартапи не мають на меті повного виходу з України після настання перемоги.

Гіпотеза частково підтвердилась. “Ochi” та “WRAP” зазначили, що планують залишатись на українському ринку, проте масштабуватись, збільшувати продукт, залучати нових користувачів і інвестиції та виходити на нові закордонні ринки. “WRAP” так само додав, що за ідеальної моделі готовий до екзиту зі свого стартапу та його продажу великій корпорації. “Mountguide” прийматиме рішення в залежності від того, які будуть можливості та економічна ситуація в Україні. Крім того, співзасновнику стартапу складно відповісти на запитання, оскільки зараз неможливо виїхати за кордон, а будувати український стартап в США, перебуваючи не в США - не найкраща ідея.

Висновки з Розділу 3.

Під час проведення авторського дослідження було опитано трьох експертів - засновників українських стартапів ”Mountguide”, “Ochi” та “WRAP”.

Гіпотеза 1 частково підтвердилась. Стартап “Ochi” зараз залучає виключно українські гранти, у той час коли “WRAP” мав спробу залучити кошти закордонних венчурних фондів, проте зараз отримав грант від українського та американського фондів.

Гіпотеза 2 підтвердилась. Всі три стартапи підтвердили факт упередженого ставлення іноземних інвесторів до українських стартапів через високий фактор невизначеності. Крім того, якщо стартап український, знаходиться в Україні та орієнтується на український ринок, то його шанси отримати закордонні інвестиції є мізерними.

Гіпотеза 3 не підтвердилась. Усі три стартапи у той чи інший спосіб висловили думку, що на фактор фінансування не впливає фактор війни в країні. Співзасновник “WRAP” підкреслив, що в першу чергу інвестори дивляться на метрики.

Гіпотеза 4 підтвердилась. Держава не фокусується на розвитку стартапів під час війни і не виділяє спеціальні бюджети для цього. Тим не менш після

перемоги саме стартапи мають шанс допомогти відновленню української економіки.

Гіпотеза 5 частково підтвердилась. Найбільші виклики українських стартапів після 24.02.2022 р.: блекаути, неможливість виїзду за кордон, зміна ринку, неплатоспроможність українських клієнтів, активна волонтерська діяльність співзасновників.

Гіпотеза 6 частково підтвердилась. “Ochi” та “WRAP” планують виходити на нові закордонні ринки, проте паралельно залишатимуться і на українському ринку. “Mountguide” робитиме вибір у залежності від економічної ситуації в Україні.

ВИСНОВКИ

Метою цієї дипломної роботи було дослідження викликів та можливостей стартапів в умовах війни, зокрема на прикладі України після 24.02.2022 р.

У першому розділі роботи було проінтерпретовано базові поняття, такі як “стартап”, “акселератор”, “бізнес-ангел”, “MVP”. У результаті стартап було виділено як компанію, що працює без попередньо налаштованої бізнес-моделі, постійно масштабується на нові ринки та швидко розвивається. Так само було розглянуто специфіку 5 стадій розвитку стартапів, серед яких посівна стадія (seed stage), стадія запуску (startup stage), стадія зростання (growth stage), стадія розширення (expansion stage), стадія виходу (exit stage). Вони відрізняються загальними характеристиками, а також джерелами фінансування, обсягами інвестицій і рівнем доходів.

Так само було зроблено порівняльний аналіз досліджень про виклики та можливості стартапів під час війн в Сирії, Афганістані, Іраку, Палестині та Україні, для чого було розглянуто роботу А. С. Байрама “Entrepreneurship In Conflict Zones. Insights On The Startups In Syria” та роботу Д. Альталатіні “Resilience of Entrepreneurs in Conflict Zones: Evidence from Afganistan, Iraq and Palestine”. За допомогою порівняльного аналізу було виявлено схожі виклики стартапів в Україні та перелічених країнах під час війни, а саме неготовність іноземних інвесторів до інвестування в українські стартапи через військовий і корупційний фактори, релокалізація стартапів у безпечні місця та заборона виїзду за кордон для чоловіків.

Головним дослідницьким запитанням для авторського дослідження стало “Якими є основні виклики та можливості стартапів в Україні після 24.02.2022 р.?” У другому розділі було детально розглянуто теоретичні підходи, на який базувалось дослідження: теорія соціальних взаємодій Дж. Коулмена, інституціональна теорія Р. Мертона та теорія соціального обміну Дж. Хоманса. Це дало змогу розглянути взаємовідносини між індивідами,

значення соціального капіталу, взаємодію з інституціями, «винагороди» й «покарання» та їхню роль. Так само було перелічено шість робочих гіпотез дослідження. Методом збору інформації стало проведення глибинних інтерв'ю з експертами - співзасновниками українських стартапів “Mountguide”, “WRAP” та “Ochi”, кожен з яких має різний цільовий ринок, нішу та стадію розвитку. Було вирішено аналізувати дані за допомогою загальної методології наукового висновку, що містить дедукцію та індукцію.

У Розділі 3 було викладено результати емпіричного дослідження. Було досліджено, що здебільшого основні фінансові надходження в українські стартапи до початку повномасштабного вторгнення робились в Україні. Після початку повномасштабного вторгнення велика частина фінансів надходила з України, проте в стартапів були випадки отримання грантів закордоном, зокрема від США. Стартап “Ochi” розповів про фокус на розвитку продукту та залучення виключно українських грантів, а “WRAP” поділився досвідом зі спробою залучити кошти закордонних венчурних фондів, що поки не був вдалою. Незважаючи на це, стартап мав досвід отримання фінансування від американського та українського фондів.

Виявилось, що іноземні венчурні фонди, бізнес-ангели, інкубатори почали менше інвестувати в українські стартапи після 24.02.2022 р., що стало викликом для стартапів. Всі три стартапи розповіли про те, що іноземним інвесторам не вигідно інвестувати в бізнеси, у країні яких зараз триває війна, особливо якщо мова йде про фізичне перебування стартапу в Україні. Інвестори не готові брати на себе такі ризики та надають перевагу більш надійним варіантам. Окрім того, інвестори вважають Україну ненадійною через високий, на їхню думку, рівень корупції, бюрократичну тяганину та відсутність верховенства права.

Українські стартапи не мали можливість взяти участь у спеціальних міжнародних грантових програмах підтримки України, що підтверджує проблему з доступними фінансовими можливостями, пов'язаними з війною в країні та складними умовами праці. Фонди, бізнес-ангели та інвестори

думають в першу чергу про фінансову вигоду, а не матеріальну підтримку іншої сторони. При недостатній готовності продукту до інвестицій, інвестор не буде брати ризик на себе лише через прихильність до певної країни.

На думку стартаперів, держава дійсно робить зараз недостатньо для підтримки українського бізнесу, що також є великим викликом. У держави зараз інші фокуси, пов'язані з витратами на оборону країни, а також державні інституції, які відповідають за розвиток стартапів у країні, функціонують не зовсім ефективно. Існують певні фінансові можливості безпосередньо від держави, проте їх є обмежена кількість, а також ці гранти не є великими та призначені для окремих сфер (зокрема MilitaryTech, HealthTech). Це не заперечує факт того, що стартапи зараз приносять хороші податки в країну та надають українцям робочі місця, що робитимуть і після перемоги.

Жоден зі стартапів не думав про скорочення складу команди після 24.02.2022 р., проте всі найскладніші виклики для стартапів виявились однаковими: блекаути та неможливість виїзду за кордон. Також у “Mountguide” та “Ochi” були виклики зі зміною ринку та неплатоспроможністю українських клієнтів, а у “Mountguide” та “WRAP” у перші місяці війни пріоритетною стала волонтерська діяльність, а не введення стартапу.

Здебільшого українські стартапи не мають на меті повного виходу з України після настання перемоги. “Mountguide” поки не має точних планів стосовно подальшого ринку для свого стартапу, у той час як “Ochi” та “WRAP” планують залишатись на українському ринку, але паралельно розвивати свій продукт і за кордоном.

Завдяки проведеному дослідженню вдалось отримати інформацію про те, з якими системами викликів та можливостей зіштовхнулись стартапи в Україні після 24.02.2022 р. Як можна побачити з викладу емпіричних результатів і висновків, кількість викликів значно перевищила кількість можливостей. Це питання потребує подальшого дослідження для впровадження практик, що змогли б полегшити становище українських

стартапів, оскільки вони є одним з основних економічних гравців у подальшому відновленні України.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ І НАУКОВОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. “International Monetary Fund.” *IMF*, <https://www.imf.org/en/Home>.
2. “Report: How Does Full-Scale War Affect Ukrainian Startups?”, Polish-Ukrainian Startup Bridge, 30 Dec. 2022, <https://www.startupbridge.eu/report/>.
3. Forbes, (15 Aug. 1976). 6/2.
4. 1977 Business Week (Industr. edn) 5 Sept., <https://startupbrite.com/the-difference-between-startup-and-small-business/>
5. Jabbar, Wasim. “Are Startups Just a Trend?” *Business Data List*, 14 Apr. 2022, <https://businessdatalist.com/are-startups-just-a-trend/>.
6. Грем П. Що змінилося у світі стартапів/ Startup investing trends [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.paulgraham.com/invtrend.html>
7. Ris E. (2012). [Business from scratch. Lean Startup method for quick testing of ideas and selection of business model]. М. Al’pyna Pablysher, 234 p.
8. Ferguson L. A Business Model for Success – and for Good : Interview with Neil Blumenthal. Tufts Now. 2019. April, 4. URL: <https://now.tufts.edu/articles/business-model-success-and-good>
9. Hecht, Jared. “Are You Running a Startup or Small Business? What's the Difference?” *Forbes*, Forbes Magazine, 11 Dec. 2017, <https://www.forbes.com/sites/jaredhecht/2017/12/08/are-you-running-a-startup-or-small-business-whats-the-difference/?sh=364532a926c5>.
10. Venture Capital Report: Europe. 1Q. 2014. Dow Jones 'Venture Source. - 17 p. - Electronic text data. - Mode of access: <https://dokumen.tips/documents/venture-capital-report-dow-jones-capital-report-the-following-report-presents.html?page=3>
11. Blystone, Dan. “The History of Uber.” *Investopedia*, 18 Apr. 2023, www.investopedia.com/articles/personal-finance/111015/story-uber.asp.

12. Contreras, Isabel, and Andrea Murphy. "The Global 2000 2022." *Forbes*, Forbes Magazine, <https://www.forbes.com/lists/global2000/>.
13. Aydin, Rebecca. "How 3 Guys Turned Renting Air Mattresses in Their Apartment into a \$31 Billion Company, Airbnb." *Business Insider*, 20 Sept. 2019, www.businessinsider.com/how-airbnb-was-founded-a-visual-history-2016-2?IR=T#a-month-later-in-april-2009-airbnb-finally-picked-up-a-600000-seed-investment-from-sequoia-capital-chesky-describes-it-as-going-from-only-eating-leftover-cereal-to-ramen-profitable-17.
14. "The Understandable Guide to Startup Funding Stages." *Visible.Vc*, 12 May 2023, <https://visible.vc/blog/startup-funding-stages/>
15. Бегаль, Ірина. "Штучний Інтелект Та Унікальні Функції: Як Український Стартап Grammarly Без Інвестицій Став Єдинорогом." *PaySpace Magazine*, PaySpaceMagazine, 17 Oct. 2022, <https://psm7.com/uk/startup/shtuchnij-intelekt-ta-unikalni-funkci%dl%97-yak-ukra%dl%97nskij-startap-grammarly-bez-investicij-stav-yedinorogom.html>.
16. Garel G. *Le management de projet*. Paris: La Decouverte, 2011. 128 p. (Collection Réperes n° 377)
17. "A History of Innovation at Grammarly." *A History of Innovation at Grammarly / Grammarly Blog*, 9 Nov. 2022, <https://www.grammarly.com/blog/grammarly-12-year-history/>.
18. Баб'ячок Р., and Кульчицький І. *Основні Тенденції Розвитку Стартапів в Україні - Проблеми, Перешкоди і Можливості*. 2018, <https://www.civic-synergy.org.ua/wp-content/uploads/2018/04/Osnovni-tendentsiyi-rozvytku-startapiv-v-Ukrayini-1-1.pdf>.
19. "Grammarly Blog." *Company | Grammarly Blog*, Grammarly Blog, <https://www.grammarly.com/blog/category/company/>.

20. “Ukrainian Grammar Checker Raises \$110 Million.” *IT Arena*, 11 May 2017, <https://itarena.ua/grammarly-raises-110-million/>.
21. Робул Ю. Управління стартапами. URL: <https://imbacademy.com.ua>
22. Lunden, Ingrid. “Grammarly Raises \$90M at over \$1B+ Valuation for Its AI-Based Grammar and Writing Tools.” *TechCrunch*, 10 Oct. 2019, <https://techcrunch.com/2019/10/10/grammarly-raises-90m-at-over-1b-valuation-for-its-ai-based-grammar-and-writing-tools/>.
23. “What Are the Different Stages of a Startup?” *Inc42 Media*, 29 Mar. 2022, <https://inc42.com/resources/what-are-the-different-stages-of-a-startup/>.
24. Баб'ячок Р. та Кульчицький І.. *Основні Тенденції Розвитку Стартапів в Україні - Проблеми, Перешкоди і Можливості*. 2018, <https://www.civic-synergy.org.ua/wp-content/uploads/2018/04/Osnovni-tendentsiyi-rozvytku-startapiv-v-Ukrayini-1-1.pdf>.
25. Bernstein, Corinne. “What Is Startup Accelerator?” *CIO*, TechTarget, 23 Jan. 2019, <https://www.techtarget.com/searchcio/definition/startup-accelerator>.
26. Cremades, Alejandro. “10 Startup Accelerators Based on Successful Exits.” *Forbes*, Forbes Magazine, 12 Oct. 2022, <https://www.forbes.com/sites/alejandrocremades/2018/08/07/top-10-startup-accelerators-based-on-successful-exits/?sh=79a920d34b3b>.
27. Чубатюк, Анна. “Для Чого Стартапу Акселератор? Топ Акселераторів, Які Підтримують Українські Стартапи На Ранніх Стадіях.” *Ucluster*, 27 July 2021, <https://ucluster.org/blog/2021/07/top-akseleratoriv-pidtrymujut-ukrainski-startapy-na-rannih-stadijah/>.
28. O'Connell, Brian. “What Are Angel Investors?” *Forbes*, Forbes Magazine, 9 Mar. 2023, <https://www.forbes.com/advisor/investing/what-are-angel-investors/>.

29. Young Entrepreneur Council. “A Review Of The Minimum Viable Product Approach.” *Forbes*, Forbes Magazine, 9 Nov. 2022, <https://www.forbes.com/sites/theyec/2021/12/08/a-review-of-the-minimum-viable-product-approach/?sh=f3413802e207>.
30. Bayram, Ahmad Sufian. *Entrepreneurship in Conflict Zones*. Jan. 2017, <https://ahmadsb.com/books/entre-in-conflict-zone/ENTREPRENEURSHIP-IN-CONFLICT-ZONES.pdf>.
31. Lutz, C. and Desai, S. (2015). *US Reconstruction Aid for Afghanistan: The Dollar and Sense*. Brown University.
32. Kapstein, E. and Kathuria, K. (2012). *Economic Assistance in Conflict Zones: Lessons from Afghanistan*. Policy Paper 013, Center for Global Development, Washington DC.
33. Морі, Євгеній. “Що Потрібно Знати Про Талібів і Конфлікт в Афганістані, Який Триває 40 Років.” *Суспільне Культура*, 18 Aug. 2021, <https://suspilne.media/156398-so-potribno-znati-talibiv-i-konflikt-v-afganistani-akij-trivae-vze-ponad-40-rokiv/>
34. Althalathini, Doaa. *Resilience of Entrepreneurs in Conflict Zones: Evidence from Afghanistan, Iraq and Palestine*, Jan. 2020, <https://pearl.plymouth.ac.uk/bitstream/handle/10026.1/16204/2020ALTHALATHINI10563304PhD.pdf?sequence=1>.
35. Ward, C.; Mansfield, D.; Oldham, P. and W Byrd, W. (2008). *Afghanistan: economic incentives and development initiatives to reduce opium production*. Technical Report, World Bank and DFID, Washington DC.
36. Cusack, J. and Malmstrom, E. (2010). *Afghanistan's willing entrepreneurs: Supporting private-sector growth in the Afghan economy*. Policy brief, Center for a New American Security, Washington, DC.

37. Foote, Ch., Block, W., Crane, K. and Gray, S. (2004). Economic Policy and Prospects in Iraq. *Journal of Economic Perspectives*, 18(3), pp. 47–70.
38. Barakat, S. (2007). *Reconstructing Post-Saddam Iraq*. Routledge.
39. Лук'янюк, Володимир. “Війна Коаліції Проти Іраку.” *Цей День в Історії*, 20 Mar. 2020, www.jnsm.com.ua/h/0320Q/.
40. Rimmer, S. (2013). Gender and Private Sector Development (PSD) in Iraq. World Bank, available online: <http://nina-iraq.com/wp-content/uploads/2014/03/Gender-QuickNotea.pdf> [Accessed 6th June 2019].
41. “2018 Corruption Perceptions Index .” *Transparency.org*, 2018, <https://www.transparency.org/en/cpi/2018>.
42. World Bank Group. “World Development Report 2016: Digital Dividends.” *World Bank*, World Bank Group, 15 Mar. 2021, <https://www.worldbank.org/en/publication/wdr2016>.
43. Сіонізм і 70-річчя проголошення держави Ізраїль: нотатки з історії за матеріалами ВФЮ ІР НБУВ | Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського. Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського. URL: <http://www.nbu.gov.ua/node/4154>
44. Bashi, S. and Diamond, E. (2015). *Separating Land, Separating People: Legal Analysis of Access Restrictions between Gaza and the West Bank*. Legal Center for Freedom of Movement – Gisha.
45. Shihab, A. (2013). *The Role of NGOs in Poverty Reduction during the Israeli Siege on the Gaza Strip: Analytical Study in Charitable NGOs*. Master thesis, Islamic University of Gaza.
46. Human Rights Watch (2019). *World Report 2019: Events of 2018*. <https://www.hrw.org/world-report/2019/country-chapters/israel/palestine> [Accessed 17 June 2019]

47. IDRC (2010). Global Entrepreneurship Monitor: GEM-MENA Regional Report 2009. International Development Research Centre, Egypt.
48. Atyani, N. and Alhaj-Ali, S. (2009). Problems of Micro, Small and Medium Enterprises in Palestine. Ramallah, Palestine.
49. Sayre, E. and Al-Botmeh, S. (2009). Youth exclusion in the West Bank and Gaza Strip: The impact of social, economic and political forces. Wolfensohn Center for Development, Dubai School of Government, 2(10), pp. 1–55.
50. Bellows, J. and Miguel, E. (2009). War and Local Collective Action in Sierra Leone. *Journal of Public Economics*, 93(11-12), pp. 1144–1157.
51. Abdullah, S. and Hattawy, M. (2014). Policies for Scaling Up Female Entrepreneurship in the State of Palestine. Palestine Economic Policy Research Institute (MAS), Ramallah.
52. Justino, P. (2009). The Impact of Armed Civil Conflict on Household Welfare and Policy Responses. Discussion paper, Household in Conflict Network, Institute of Development Studies, University of Sussex - WP61.
53. Нагаєвщук, Олена. “Як Українські Стартапи Працюють в Умовах Війни.” *Накипіло*, 26 Jan. 2023, <https://nakipelo.ua/ru/yak-ukrainsky-startapi-pracyuyut-v-umovah-viyni>.
54. Balkova, Alexandra. “Startup Survival: Navigating the Challenges of War in Ukraine.” *Tech.eu*, 9 Feb. 2023, <https://tech.eu/2023/02/09/startup-survival-navigating-the-challenges-of-war-in-ukraine/>.
55. “Do IT Like Ukraine.” *Ukraine IT Report 2022*, IT Ukraine Association, 2022, <https://reports.itukraine.org.ua/en>.
56. Алексеєнко, Д. “Теорія Соціального Капіталу Як Методологічне Підґрунтя Дослідження Результативності Інституціональних Реформ.” *Економічний Вісник №3*, 2017, https://ev.nmu.org.ua/docs/2017/3/EV20173_022-028.pdf

57. Бурдые П. Формы капитала [Электронный ресурс] / П. Бурдые // Экономическая социология : электронный журнал. – Т. 3. – № 5. – 2002. – С. 60– 74. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://ecsoc.hse.ru/data/670/586/1234/ecsoc_t3_n5.pdf
58. “Концепція Р. Мертонa - Явні Та Латентні Функції Соціальних Інститутів.” ., 2020, <https://ukrbukva.net/44546-Koncepciya-R-Mertona-yavnye-i-latentnye-funkcii-social-nyh-institutov.html>
59. Мертон Р. Социальная теория и социальная структура (фрагменты) / Реферативный пер. с англ. и вступ, статья В. Костинской . - К.: Ин-т социологии НАН Украины, 1996. - 112 с.
60. Савчук, О. *Теоретичні Засади Дослідження Функцій Інституту Вищої Освіти*, <https://sociology.knu.ua/sites/default/files/library/elopen/aktprob.11.112.pdf.%20%20Accessed%2023%20May%202023>
61. Мосс М. Общества. Обмен. Личность : труды по социальной антропологии / М. Мосс ; пер. А.Б. Гофман ; РАН, Ин-т этнологии и антропологии им. Н.Н. Миклухо-Маклая. – М. : Вост. лит., 1996. – 360 с.
62. Макеєв, С. *Соціологія Навчальний Посібник 4-Те Видання Перероблене і Доповнене* , 2008, <http://simonchuk.kiev.ua/wp-content/uploads/2014/11/2008-%D0%9F%D0%BE%D0%B2%D1%81%D1%8F%D0%BA%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D0%B5-%D0%B6%D0%B8%D1%82%D1%82%D1%8F.pdf>
63. Ярова, М. (2023, April 19). *Корупційний скандал в Польщі поставив десятки стартапів на межу банкрутства.* Ain.Business. <https://ain.ua/2023/04/19/korupczijnyj-skandal-v-polshhi-postavyv-desyatky-startapiv-na-mezhu-bankrutst>

64. Petracco, Carly, and Schweiger, Helena "The Impact of Armed Conflict on Firms' Performance and Perceptions." *Google Scholar*, 2 Jun. 2023, <https://www.ebrd.com/downloads/research/economics/workingpapers/wp0152.pdf>

ДОДАТКИ

Додаток 1

Інструментарій дослідження

Добрий день! Мене звати Ірина Кречковська. Я - студентка 4 курсу програми “Соціологія” в УКУ. Зараз досліджую виклики та можливості стартапів під час війни на прикладі України. Вдячна, що погодились взяти участь у цьому дослідженні. Прошу надати згоду на запис та його узагальнений аналіз в межах дослідження. Уся надана інформація залишиться анонімною та конфіденційною.

Вступний блок

1. Як Вас звати?
2. Скільки Вам років?
3. Звідки Ви та де зараз перебуваєте?
4. Яку посаду займаєте в стартапі?

Блок 1. Ознайомча частина.

1. Розкажіть трішки про свій стартап. Як Ваша ніша? Хто є цільовою аудиторією?
2. На який ринок (країни) Ви орієнтувались до початку повномасштабного вторгнення? Чи змінився цей фокус зараз?
3. Скільки часу існуєте? На якому етапі розвитку зараз перебуваєте?
4. Зі скількох людей на момент створення складалась команда? Скільки людей є у команді зараз?

Блок 2. Інвестиції до та після повномасштабного вторгнення.

1. Яким чином Ви залучали кошти до початку повномасштабної війни?
 - Чи брали участь в акселераційних програмах? У яких саме та які аутками вони Вам приносили?

- Чи шукали окремих інвесторів або бізнес-ангелів для свого стартапу?
 - Чи вели комунікацію стосовно потенційного фінансування з венчурними фондами?
2. Чи доводилось Вам залучати власні кошти на seed стадії свого стартапу? Чи з'явилась така потреба після початку повномасштабного вторгнення?
 3. Звідки в основному зараз надходять інвестиції?
 4. Чи готові зараз іноземці інвестувати в українські стартапи до того, як закінчиться війна?

Блок 3. Держава та стартапи.

1. Чи стикались Ви з певними юридичними бюрократичними проблемами під час ведення стартапу? Якими саме?
2. Чи змінилась бюрократична складова ведення стартапу після початку повномасштабного вторгнення?
3. Чи достатньо зараз можливостей для фінансування в країні? Чи достатньо таких можливостей з-за кордоном?
4. На вашу думку, чи докладає держава достатньо зусиль для підтримки бізнесу зараз? Чи повинна вона це робити? Як саме Уряд міг би зараз допомогти стартапам?
5. Чи допоможуть стартапи в майбутньому в економічному відновленні країни?

Блок 4. Виклики, пов'язані з повномасштабним вторгненням.

1. Чи була у Вас потреба зменшення команди через нестачу фінансування після 24 лютого 2022 року? Чи змінилась кількість членів команди та на скільки?
2. Чи була необхідність релокейтити команду?
3. Чи виникала у Вас думка про закриття стартапу після 24 лютого 2022 року? З яких причин?

4. Чи відбувся у Вас застій у діяльності після 24 лютого 2022 року?
5. Чи впливали блек ауту на вашу діяльність? Як саме?
6. Чи впливає на Вашу діяльність неможливість виїхати за кордон? Як саме?
7. Які ще виклики повстали перед Вами після 24 лютого 2022 року?

Блок 5. Можливості, пов'язані з повномасштабним вторгненням.

1. Як змінились умови ринку? Чи змінилось ставлення до українських стартапів? Позитивно чи негативно?
2. Чи були Ви учасниками спеціальних українських чи закордонних програм для підтримки українських стартапів? Що про них знаєте?
3. Чи з'явилися якісь нові можливості для Вашого стартапу після початку повномасштабного вторгнення?
4. Чи вдалось Вам збільшити свої прибутки після 24 лютого 2022 року?
5. Чи надавали Ви роботу українцям на аутсорс після 24 лютого 2022 року?

Блок 6. Плани на майбутнє

1. Які КРІ Ви поставили перед собою на цей рік?
2. Чи плануєте після перемоги повністю виходити з українського ринку на іноземний (якщо до того орієнтувались на Україну)?
3. Чи плануєте Ви в майбутньому продавати свій продукт або виводити його на біржу?

Можливо, Ви хотіли б додати щось, що ми не встигнули проговорити?

Дякую за участь у дослідженні!