

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет «Запорізька політехніка»

Кафедра підприємництва, торгівлі та біржової діяльності

**СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ
ПІДПРИЄМНИЦТВА, ТОРГІВЛІ ТА БІРЖОВОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ**

**Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції
«Запорізька політехніка».**

(13-14 травня 2021 року)

Електронне видання на DVD-ROM

Запоріжжя, 2021

УДК 334.72:339
С83

*Рекомендовано до видання Вченою радою
Національного університету «Запорізька політехніка»
(Протокол №11/21 від 31.05.2021 р.)*

С83

Стратегічні пріоритети розвитку підприємництва, торгівлі та біржової діяльності: матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції, Запоріжжя, 13-14 травня 2021 року [Електронний ресурс] Електрон. дані. – Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2021. – 1 електрон. опт. диск (DVD-ROM); 12 см. – Назва з тит. екрана. – 391 с.

ISBN 978-617-529-326-3

Збірник містить стислий виклад доповідей і повідомлень учасників II Міжнародної науково-практичної конференції «Стратегічні пріоритети розвитку підприємництва, торгівлі та біржової діяльності», спрямованих на пошук шляхів розвитку підприємництва, торгівлі та біржової діяльності в умовах трансформаційних змін в економіці України.

УДК 334.72:339

ISBN 978-617-529-326-3

© НУ «Запорізька політехніка», 2021

ВІТАЛЬНЕ СЛОВО

Шановні учасники II Міжнародної науково-практичної конференції «Стратегічні пріоритети розвитку підприємництва, торгівлі та біржової діяльності», щиро вітаю Вас в Національному університеті «Запорізька політехніка»!

Національний університет «Запорізька політехніка» має 120-річну історію існування, завжди був і є провідним, конкурентоспроможним та таким, що постійно розвивається міжрегіональним центром інженерної та бізнес-освіти, що забезпечує підготовку високоякісних фахівців.

Сьогоднішнє поважне зібрання засвідчує добрі наукові традиції, стали творчі контакти, які склалися в нашому університеті з багатьма університетами України та інших країн, а також з представниками бізнесу.

II Міжнародну науково-практичну конференцію «Стратегічні пріоритети розвитку підприємництва, торгівлі та біржової діяльності» організовано за ініціативи колективу кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності під керівництвом завідувача кафедри д.е.н., професора Ткаченко А.М. Проводячи традиційно цей захід, кафедра підприємництва, торгівлі та біржової діяльності виходить із того, що виховання у майбутніх фахівців самостійності, творчого мислення та відповідальності є основним її завданням. Підґрунтям набуття перелічених якостей була і залишається наука, яка безумовно не в змозі розвиватися без обміну досвідом між різними науковими школами та пошуку можливостей для апробації та впровадження результатів досліджень.

Беручи участь у цій знаковій для НУ «Запорізька політехніка» події, кожен з Вас має нагоду апробувати результати плідної наукової роботи, презентувати свої наукові та творчі здібності, обговорити актуальні питання сьогодення та запропонувати шляхи вирішення існуючих проблем у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності в умовах трансформації економіки країни до новітньої «інвайронментальної» моделі економіки.

Упевнений, що професійна дискусія та обмін досвідом дадуть новий імпульс подальшому розвитку підприємництва, торгівлі та біржової діяльності в Україні.

Тож, усім учасникам конференції бажаю успіхів і сподіваюсь, що Ви отримаєте задоволення від гостинності нашого університету та Запорізького краю!

З глибокою повагою,
*перший проректор Національного університету
«Запорізька політехніка», к.с.н., доцент
Едуард Гугнін*

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. ЕНЕРГОЕФЕКТИВНІСТЬ ТА ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ - ЕФЕКТИВНІ ІНСТРУМЕНТИ ЕНЕРГОМЕНЕДЖМЕНТУ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ.....	15
Братковська К.О., Горбенко В.І. ЩОДО ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ СОНЯЧНИХ ФОТОЕЛЕКТРИЧНИХ УСТАНОВОК.....	15
Дем'яненко С.І., Іваненко Ф.В. ВІДНОВЛЮВАНА ЕНЕРГІЯ ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ У СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ.....	17
Лівощко Т.В., Вострікова Н.Л. ЕНЕРГОЕФЕКТИВНІСТЬ БАГАТОКВАРТИРНИХ БУДІВЕЛЬ.....	19
Лівощко Т.В., Новосад Ю.А. ЕКОНОМІЧНИЙ ЕФЕКТ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ.....	22
Лівощко Т.В., Шапочка Г.В. АЛЬТЕРНАТИВНІ ВИДИ ПАЛИВА - НАЙДЕШЕВШЕ Й ЕКОЛОГІЧНО ЧИСТЕ ДЖЕРЕЛО ЕНЕРГІЇ.....	24
Сердюк Є.М. РЕСУРСОЗБЕРЕЖЕННЯ, ЯК НАПРЯМОК ЕНЕРГЕТИЧНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ.....	26
Сердюк Є.М., Птущенко Н.В. ВПРОВАДЖЕННЯ АКУСТИЧНОГО МОНІТОРИНГУ ТЕХНІЧНОГО СТАНУ ЕЛЕКТРОДВИГУНА З МЕТОЮ ОПТИМІЗАЦІЇ ВИРОБНИЧОГО ПРОЦЕСУ.....	28
СЕКЦІЯ 2. МОНІТОРИНГ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ТА АНТИКРИЗОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ.....	30
Kolodiy A. V. INDICATORS OF MONEY SUPPLY ASSESSMENT AS AN IMPORTANT INSTRUMENT OF MONETARY POLICY.....	30
Аніскевич Д.М. ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	32
Брагіна О.С., Павлусь М.Г. КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА - КЛЮЧОВИЙ ФАКТОР ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ.....	34
Воляк О.О. УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ДІЯЛЬНОСТІ БІЗНЕС-СИСТЕМИ В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОСТІ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА.....	36
Голованова М.А., Бойко А.И. ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ АНТИКРИЗИСНОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	38
Дутчак Р. Р., Дутчак В. Ф. КІБЕРЗЛОЧИННІСТЬ ЯК СУЧАСНИЙ ВИКЛИК ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА.....	40
Євсєєва-Северина І. В. ФУНКЦІОНУВАННЯ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ КРИЗОВИХ ЯВИЩ.....	42

Гларіонов О. Ю. МОНИТОРИНГ НЕЗАКОННОГО ВИДОБУВАННЯ ВУГІЛЛЯ ЯК СКЛАДОВА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ.....	44
Клименко Т. А., Гупалова Д. С. АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ.....	46
Клименко Т. А. АКТУАЛЬНІ МЕХАНІЗМИ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ.....	48
Кравець О.В. СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА УКРАЇНИ В УМОВАХ КРИЗИ.....	51
Кравець О.В., Петренко С.О. АНАЛІЗ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ЗАПОРІЗЬКОГО РЕГІОНУ В УМОВАХ КРИЗИ.....	53
Кравець О.В., Тимошенко О.Г. МОНИТОРИНГ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	55
Куницька-Іляш М. В. ХАРАКТЕРИСТИКИ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ ЯК СКЛАДОВОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ БЕЗПЕКОЮ СТРАТЕГІЧНИХ ГАЛУЗЕЙ.....	57
Курепін В.М. КАДРОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ФАКТОР ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ТА АНТИКРИЗОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОГО ПРОФІЛЯ.....	59
Мацедонська Н.В. Кобильченко Г.В. СУЧАСНІ ПІДХОДИ ОЦІНЮВАННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА.....	64
Несторенко Т.П., Арцибашева Є.С., ВПЛИВ КАРАНТИННИХ ОБМЕЖЕНЬ НА МАЛИЙ ТА СЕРЕДНІЙ БІЗНЕС УКРАЇНИ	66
Пожуєва Т.О. ДУАЛЬНА ІННОВАЦІЙНА ОСВІТА ЯК ПЕРЕХІД ДО БЕЗПЕЧНОГО ЕКОНОМІЧНОГО СЕРЕДОВИЩА.....	68
Рубай О.В. ЗНАЧЕННЯ ДЕРЖАВНОГО КАЗНАЧЕЙСТВА В УПРАВЛІННІ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ.....	70
Синявська Л.В., СУТНІСТЬ ПУБЛІЧНИХ ФІНАНСІВ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ.....	72
Тютченко С.М, Бут К.А., НАПРЯМКИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА.....	74
СЕКЦІЯ 3. РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА ФОРМУВАННЯ СТАРТАП ЕКОСИСТЕМИ В УКРАЇНІ.....	78
Horiashchenko Y.H. REVIEW OF ACHIEVEMENTS OF TARGET INDICATORS OF STRATEGY OF DEVELOPMENT OF SPHERE OF INNOVATIVE ACTIVITY AND OTHER STATE PROGRAMS.....	78

Skhidnytska H. V. THE INFLUENCE OF E-COMMERCE ON THE ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE STATE».....	80
Баранов В. В. СТВОРЕННЯ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ПАРКІВ У РЕГІОНАХ ЯК ОСНОВИ ІННОВАЦІЙНОЇ ЕКОСИСТЕМИ УКРАЇНИ.....	82
Білоцерківський О.Б. Бакадорова Г.Є. РОЗВИТОК ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ...	85
Борзих О.І., Круть М.В. ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНА БАЗА ДАНИХ НАУКОВИХ РОЗРОБОК ІЗ ЗАХИСТУ ЗЕРНОВИХ КУЛЬТУР В УКРАЇНІ.....	87
Брагіна О.С. Жила А.В. ВАЛЮТНИЙ РИНОК: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ.....	90
Віннікова І.І. Івашук Д.В. ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ ЯК СПОСОБУ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ ПАНДЕМІЇ.....	92
Воляк О.О. ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТОК СТАРТАП-ЕКОСИСТЕМИ В УКРАЇНІ.....	94
Герасимчук В.В., Куш А.О. СТАРТАП – ІНСТРУМЕНТ ПРИВАБЛЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙ.....	95
Голіонко Н.Г., Кістерська О.Л. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ЦИФРОВОЇ КУЛЬТУРИ ОРГАНІЗАЦІЇ.....	97
Голованова М. А., Клименко Т. А. РЕЙТИНГ НАЙКРАЩИХ СТАРТАП-ЕКОСИСТЕМ.....	100
Городецька Т.Б., Домусчі В.О. ОСОБЛИВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ВЕНЧУРНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	102
Городецька Т.Б., Славенко Є.А. СТАРТАПИ – ПІДРУНТЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА.....	104
Городецька Т.Б., Чиж К.А. ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА.....	106
Карпенко А.В., Карпенко Н.М. РОЛЬ КЛАСТЕРІВ У РОЗБУДОВІ РЕГІОНАЛЬНИХ ІННОВАЦІЙНИХ ЕКОСИСТЕМ.....	108
Крупка М. І., Рушишин М. О. МЕТОДИ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ.	110
Литвин Л. М. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ БІЗНЕС-МОДЕЛІ СТАРТАПУ.....	112
Литвиненко А. О., Литвиненко О. Д. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СТАРТАП ЕКОСИСТЕМИ ЄВРОПИ.....	114
Марченко О. І., Шпакович С. В. ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ.....	116
Міщук І.П., Ягельницька Ю.С. ФОРМИ І ПРОБЛЕМИ	

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Заплатинський М. В. Проблеми фінансового забезпечення інноваційної діяльності підприємств України. Агросвіт №4, 2020. С. 83-90.
2. Сутність і структура інноваційної діяльності [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://buklib.net/books/27731/>
3. Хорошко В. А. Методи фінансового забезпечення інноваційної діяльності підприємства. «Управління розвитком», №12(152), 2013. С. 35-37.

УДК 330.341.1(477)

Литвин Л. М.¹

¹ к.е.н., доц., доцент кафедри філософії та суспільних наук, Тернопільський національний педагогічний університет ім. В.Гнатюка, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ БІЗНЕС-МОДЕЛІ СТАРТАПУ

На даному етапі розвитку підприємництва спостерігається значне піднесення у розвитку стартапів. Для ефективного функціонування та підвищення результативності їхньої діяльності необхідно визначити місце бізнес-моделі. Адже усі процеси всередині компанії описуються її бізнес-моделлю і підпорядковуються їй.

Сьогодні при визначення сутності поняття «бізнес-модель» виокремлюють два підходи: 1) орієнтований на бізнес-процеси/ролі (підхід, спрямований усередину підприємства); 2) орієнтований на цінність/клієнта (підхід, спрямований на зовнішнє оточення підприємства).

Бізнес-модель є основою, структурною решіткою будь-якого бізнесу. Її визначають як:

1) аналітичну методику, що дозволяє зрозуміти процеси, завдяки яким компанія заробляє гроші;

2) спосіб організації бізнесу в галузі, що відображає економічну логіку діяльності компанії та пояснює, як нові продукти, технології, організаційні новації створюють економічну цінність для споживачів, акціонерів, партнерів, як компанія отримує прибуток;

3) спосіб, у який компанія створює цінність для клієнтів та отримує від цього прибуток.

Бізнес-модель має забезпечити системне поєднання цілей компанії та її бізнес-процесів із реаліями зовнішнього середовища, яке підступно-стрімко змінюється. Стійкість бізнес-моделі досягається завдяки правильному баченню ключових аспектів створення нової цінності (інновації).

Інноваційною називають бізнес-модель, що застосовується лише певною компанією галузі. Інноваційна бізнес-модель визначає сегмент споживачів, який не обслуговують існуючі оператори ринку; формування якісно нової пропозиції товару чи послуги змінює ланцюжок вартості та

створює нові цінності для споживачів. Це не пропозиція нового товару чи послуги, це знаходження нового способу пропозиції.

Бізнес-модель буде успішною, якщо базуватиметься на інноваціях, починаючи від ідеї нової споживчої цінності (товару, послуги), способу її створення і завершуючи новими підходами до роботи зі споживачами та партнерами для того, щоб генерування доходів від продажу споживчої цінності відбувалося протягом тривалого часу і забезпечило фірмі швидке зростання. Залежно від того, наскільки довго інновації можуть забезпечувати більшу споживчу цінність товару чи послуги стартапу порівняно з конкурентами, залежать стійкість бізнес-моделі і темпи зростання стартапу.

Фахівці ідентифікують близько 50 шаблонів бізнес-моделей, що з різним ступенем інтенсивності застосовуються в різних галузях. Найбільш зручними та відповідно популяризованими на сьогодні шаблонами для моделювання інноваційного бізнесу є: шаблон бізнес-моделі «Canvas» О. Остервальдера та І. Пінье [1].

Бізнес-модель «Canvas» складається з дев'яти взаємопов'язаних блоків, що відображають: ключові види діяльності інноваційного проекту, споживчі сегменти та канали формування взаємовідносин зі споживачами, ціннісну пропозицію, канали збуту продукції, ключових партнерів, ресурси, витрати та потоки формування доходів проекту. Такий підхід спрощує процеси опису, візуалізації, оцінки та зміни моделі ведення інноваційного бізнесу. Його розробники використовують термін «дизайн бізнесу», наголошуючи на творчому ставленні до проектування інновацій. Для забезпечення цього пропонується низка методів та інструментів проектування щодо розуміння потреб споживача, ідентифікації ідеї, візуального мислення, макетування, розробки сценаріїв тощо [1].

При розробці інноваційної бізнес-моделі потрібно звернути увагу на важливі моменти: 1) Визначення раціональних меж бізнесу – галузі, в якій діє компанія. 2) Визначення місця компанії в майбутньому ланцюгу створення вартості.

Варто зауважити, що інноваційна бізнес-модель має бути новою не лише для компанії, а й для ринку/галузі в цілому.

Таким чином, інноваційна бізнес-модель – це метод ведення бізнесу, який забезпечує конкурентну стійкість і швидке зростання стартапу. Процес створення інноваційної бізнес-моделі містить етапи: проектування (ініціалізація, генерування ідей, інтеграція), створення прототипу (форми: презентація, бізнес-план, пілотний проект), тестування.

В сучасному висококонкурентному середовищі здатність підприємств до тривалого функціонування залежить від того, наскільки продуманими є їх бізнес-моделі з погляду створення споживчої цінності. Однак висока мінливість споживчих потреб вимагає від підприємців

постійного вдосконалення моделі ведення бізнесу для утримання лояльності споживачів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Остервальдер А., Пинье И. Построение бизнес-моделей: Настольная книга стратега и новатора / Пер .с англ.. М.: Альпина Паблшер, 2011. 288 с.

УДК 338.49

Литвиненко А. О.¹, Литвиненко О. Д.²

¹к.е.н., доц., доцент кафедри підприємництва і готельно-ресторанного бізнесу, Харківський національний економічний університет імені С. Кузнеця, Україна

²к.е.н., доцент кафедри маркетингу, менеджменту та торговельного, Україна підприємництва, Харківський торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету, Україна

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СТАРТАП ЕКОСИСТЕМИ ЄВРОПИ

В останні роки в екосистемі Європи спостерігається сплеск кількості стартапів. Незважаючи на цю прискорену діяльність, європейські стартапи все ще відстають у досягненні успішних результатів на пізніх стадіях у порівнянні з іншими стартовими екосистемами.

Метою даного дослідження є вивчення тенденцій й викликів, що впливають на екосистеми, та основних проблем, з якими стикаються підприємці.

В сучасний час у Європі генерує 36 відсотків усіх офіційно фінансованих стартапів. Екосистема Європи була менш ефективною, ніж екосистема США, перетворюючи стартапи у успіхи на пізніх стадіях. Європейські стартапи мали на 30 відсотків менше шансів прогресувати до успішного результату у порівнянні зі стартапами, які залучили фінансування у США [1].

Європейська стартова екосистема значно розвинулась за останні п'ять років, оскільки держави активно прагнули сприяти підприємству, але стартапи, запущені в Європі мають постійно нижчі загальні показники успіху та демонструють менший прогрес на всіх стадіях розвитку порівняно з США. Європейські компанії частіше зупиняються після збору коштів, тобто вони просто не переходять до наступного етапу фінансування. Це може впливати на зацікавленість венчурних капіталістів, для яких діяльності з прибутком недостатньо.

Європа відкрила свої ринки, але це все ще сукупність десятків різних країн зі своїми мовами, культурами та урядами. Наприклад, поведінка

споживачів різняться залежно від країни, що може вимагати перебудови брендів для окремих ринків. Канали розподілу та збуту можуть бути не менш складними. Навіть лише розміщення мов та методів оплати вимагає більших вкладень в часі розробника, ніж це зазвичай потрібно для запуску в США.

Культурні цінності відіграють свою роль. Європейські стартапи стикаються з набагато більшим тиском ніж стартапи в Сполучених Штатах, де невдача в минулому, як правило, розглядається як почесний знак (або принаймні як досвід, важливий для отримання уроків, необхідних для остаточного успіху).

У той же час, значно менша кількість провідних технологічних компаній та успішних стартапів в Європі зменшує кількість досвідчених керівників та інших талантів, які мають практичний досвід у створенні компаній. Тип оперативних знань, що походить від глибокого досвіду запуску та виходу успішних стартапів, є ключовим для масштабування компаній на пізніх стадіях.

Інноваційні «суперхаби» не настільки щільні ресурсами, як у Сполучених Штатах. Такі суперхаби, як Силіконова долина та Нью-Йорк, які мають високу концентрацію підприємців, технічних талантів та інвесторів, зіграли дуже важливу роль у успіху стартап екосистеми.

Незважаючи на те, що умови покращуються, виклики, що стоять перед початковою екосистемою Європи, залишаються значними. Для їх подолання слід врахувати, зокрема, три ключові сфери. Першим серед них є гармонізація та формування активної політики. Європа могла б продовжувати впорядковувати свої нормативні рамки, які залишаються складними для стартапів, щоб вони могли легко орієнтуватися. Подібним чином можна також переглянути нову правову базу, щоб дозволити європейським стартапам залучити та зберегти необхідний для розвитку стартап екосистеми і масштабувати нові компанії. В основі всього цього може лежати бачення, яке спрямоване як на захист існуючих сильних сторін Європи, так і на побудову та підтримку областей потенційного зростання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Офіційний сайт McKinsey & Company. URL: <https://www.mckinsey.com/industries/technology-media-and-telecommunications/our-insights/europes-start-up-ecosystem-heating-up-but-still-facing-challenges>.
2. Офіційний сайт McKinsey & Company. URL: <https://www.mckinsey.com/business-functions/mckinsey-digital/our-insights/building-a-start-up-innovation-ecosystem-a-conversation-with-jardine-mathesons-anne-oriordan-and-michael-poon>.
3. Lytvynenko A. O. Process development of venture business