

Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv. Economics, 2020; 2(209): 26-32

УДК 339.1

JEL classification: A14, P36

DOI: <https://doi.org/10.17721/1728-2667.2020/209-2/4>

І. Мазур, д-р екон. наук, проф.

ORCID ID 0000-0002-2441-8001,

М. Буга, економіст

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, Україна

## СТАРТАП ЯК НОВИЙ ЗМІСТ У ПІДПРИЄМНИЦТВІ

*Досліджено теоретичні основи сутності підприємництва та підприємця; виявлено особливості визначення поняття "підприємець" представниками економічних шкіл; розкрито чотири етапи формування теорій підприємництва (таблиця 1), в яких проаналізовано характерні ознаки підприємця, що змінювались під впливом соціально-економічного розвитку (зовнішнього середовища).*

*На основі економічної характеристики змін розвитку макро- і мікрорівнів, обґрунтовано появу нових видів підприємницької діяльності – стартапів; стартап визначено як швидкозростаючий суб'єкт малого інноваційного підприємництва з короткостроковою історією діяльності, який діє в умовах надневизначеності та спрямований на створення принципово нового продукту для задоволення специфічних потреб споживачів.*

*Обґрунтована логіка формування поняття підприємець-стартапер у структурній схемі; дана характеристика стартаперу як своєрідному поєднанню трансформованих рис підприємця відповідно до етапів розвитку теорії підприємництва; виявлено характерні риси стартапера; проаналізовано особливості функціонування стартапів в Україні.*

*Запропонована характеристика особливих рис підприємця-стартапера; обґрунтовано подальше дослідження теорій підприємництва відповідно до трендів глобальної економіки в умовах невизначеності, а також дослідження особливостей розвитку та функціонування нових суб'єктів підприємництва – стартапів як вирішення незадоволених потреб споживачів і як використання сучасних технологій у створенні нового продукту.*

**Ключові слова:** підприємець, стартапер, підприємництво, історія економічної думки, теорії підприємництва.

**Постановка проблеми.** Глобалізаційні процеси диктують світові тенденції розвитку економік країн світу, а також впливають на розвиток економічних явищ і процесів загалом. Зокрема змін зазнав процес підприємницької діяльності як рушійної сили економічного процвітання та інноваційного розвитку країн. Під час еволюції суспільних відносин підприємництво набувало нових форм, особливостей та під впливом економічної глобалізації трансформувалось у сучасну бізнес-модель реалізації підприємницької ідеї – стартап. Стартап – це новий зміст у підприємницькій діяльності. Традиційно вважалося, що створення нового продукту/послуги починається з дослідження ринку, тобто класичного аналізу потреб споживачів, але в сучасних умовах більшість проривних інноваційних продуктів з'являються на ринку завдяки інтуїції підприємців. Вони створюють ринок для таких продуктів шляхом залучення майбутнього споживача (масштабування) у "співавтори" нового продукту. Ця бізнес-модель підприємництва є відносно новим поняттям в економіці, саме тому потребує більш детального теоретичного обґрунтування з метою його критичного осмислення та подолання бар'єрів у практичній реалізації стартапу.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Підприємництво є основою розвитку економіки та інноваційних процесів країни. Визначення сутності підприємця було актуальним впродовж всієї історії економічної думки [1]. Так, теорії підприємництва досліджували такі економісти-класики, як: Р. Кантільйон [2], А. Сміт [3], Д. Рікардо [4], Ж-Б Сей [5], Дж. С. Мілль [7]; представники історичної школи: Й. Шумпетер [8]; маржиналісти: Ф. Хайек [10], Ф. Найт [9], а також представники неокейнства: У. Баумоль [15] та інші.

Оскільки поняття "підприємець" та "підприємництво" еволюціонують під впливом зміни економічного середовища, то й сьогодні дану проблему досліджують такі видатні закордонні економісти, як: Е. Лейзир [16], Р. Хизрич [14], І. Кірцнер [11], А. Чепуренко [13], а також українські вчені: Л. Донець та Н. Романенко [1], З. Варналій [6], В. Козловська [12], О. Волошина [17], І. Мазур [20, 21] та інші.

Аналізування стартапу як форми організації підприємницької діяльності присвячені роботи науковців-практиків: С.Бланка [22], Б. Дорфа [22], Г.П. Тіля [23], Е. Піса [24] та ін.

**Методологія дослідження** базується на застосуванні загальнонаукових методів дослідження: історичному та логічному методах при дослідженні ретроспективного розуміння підприємництва в економічній думці; порівняння та систематизації для уточнення змісту понять "підприємець" і "підприємець-стартапер", а також під час типологізації поняття "підприємництво"; таксономічний метод для узагальнення етапів історичного розвитку поняття підприємець; групування – для виокремлення чинників впливу на розвиток підприємництва; структурно-логічного для формування поняття власника стартапу (стартапера); системний підхід – для ідентифікації підприємницької діяльності та появи стартапу; графічний – для наочного представлення теоретико-приладного матеріалу.

**Мета статті** полягає у комплексному дослідженні еволюції теорій підприємництва та виникнення поняття "стартапер", визначенні особливих характеристик стартапера і розкритті важливості реалізації стартапу для виходу економіки України з кризи.

**Результати.** В умовах економічної глобалізації зростає роль підприємництва як рушійної сили економічного розвитку країни.

У країнах з перехідною економікою розвиток підприємства виступає показником успішності проведення ринкових реформ. А загалом для всіх країн світової спільноти підприємницька здатність є найважливішим фактором економічного зростання.

Загалом підприємництво як економічне поняття розглядається у двох аспектах:

1) як форма економічної діяльності, метою якої є отримання прибутку і яка орієнтована на перспективність та впровадження інновацій, а також характеризується самостійністю у прийнятті управлінських рішень;

2) як тип господарської поведінки, що ґрунтується на динамічності, творчості, ініціативності, ризикованості та прагненні задовольнити потреби споживачів [1, с. 6].

Вперше поняття підприємець у його сучасному розумінні було введено в науковий обіг англійським економістом XVIII століття *Річардом Кантільйоном* у його "Есе (нарис) про природу торгівлі загалом" (1755). На його думку, підприємцем є особа, що діє в ризикових умовах.

Прикладом підприємця є фермер, оскільки у своїй діяльності він поєднує землю і робочу силу, сплачує фіксовану суму грошей за користування ними, проте ціна на виготовлений продукт залежить від його обсягу, погодних умов та ринкової ціни, що формує підприємницький прибуток фермера у галузі сільського господарства. Окрім нього, Р. Кантільон також вважав підприємцями інших людей із нефіксованими прибутками, тобто ремісників, купців тощо [2, с. 73-77].

*Адам Сміт* зазначав, що підприємець (undertaker) є власником, який ризикує лише для досягнення певної комерційної мети та отримання прибутку [3, с. 43].

*Девід Рікардо* мав подібні думки про підприємця, проте слід також зазначити, що винахідником та новатором за його судженнями є дві людини, які виконують різні функції та мають додаткову перевагу у вигляді прибутку до того часу, коли інновації переходять у загальне використання [4, с. 282].

1797 року французький економіст *Нікола Бодо* узагальнив категорію ризику, включивши до неї категорію відповідальності, а також додавши такі елементи до підприємницької діяльності, як планування, контролювання, нагляд та володіння підприємством [1, с. 7-8].

У свою чергу, у 1803 році *Жан Батист Сей* сформулював своє поняття підприємця, який є ключовим фактором економічного прогресу; ініціативна людина, бізнес якої є ефективним поєднанням всіх факторів виробництва у найбільш продуктивній економічній сфері. Дохід підприємця складається з двох частин:

- виробничого прибутку (або відсотків від капіталу), який накопичується за допомогою часу, виробництва та ощадливості;
- підприємницького прибутку як плати за його особисті якості, а саме талант, розсудливість, наполегливість, розуміння бізнесу та світових процесів загалом тощо [5, с. 48].

Німецький економіст, представник класичної школи *Йоганн фон Тюнен* зазначав, що підприємницький дохід є не лише платою за ризик, а й за мистецтво підприємця, тобто основою його доходу є новаторська діяльність [6, с. 13].

*Джон Стюарт Мілль*, який увів у широкий вжиток термін "підприємництво" у 1848 році, вважав, що підприємець – це людина, яка використовує трудові ресурси, капітал, природні ресурси, інновації та машинне обладнання для досягнення певних комерційних цілей за допомогою спеціальних навичок та знань, а також виконує такі функції, як керівництво, контроль, організування та відповідальність за ризик [7, с. 116].

Усвідомлення ролі підприємництва у розвитку економіки почалось на зламі XIX–XX ст. Особливу увагу заслуговує французький економіст *Андре Маршалл*, який вперше додав четверту функцію підприємця – організацію, що призвело до розширення розуміння самого поняття підприємництва [7, с. 14].

У свою чергу, автор "Принципів економічної науки" (1890 р.) *Альфред Маршалл* ототожнював поняття підприємництва та менеджменту, роблячи акцент на інноваційній складовій та безпосередній ролі підприємця у застосуванні нововведень у вигляді сучасних досягнень науки і техніки [6, с. 22].

Піком розвитку теорії підприємництва можна вважати працю *Йозефа Шумпетера*. У центрі дослідження його книги "Теорія економічного розвитку" (1912) – підприємець, чия діяльність визначає тенденції та характер економічних змін. За Йозефом Шумпетером, у постійному

"колообігу економічного життя" економіка ніколи не досягає рівноваги, але в разі необхідності переходить від одного нерівноважного стану до іншого. У цьому колообігу підприємець є рушійною силою у механізмі змін. "Розробку нового, – писав Й. Шумпетер, – ... ми називаємо підприємництвом, а індивідуальності, які здійснюють практичне їх втілення, ми називаємо «підприємцями»" [8, с. 74].

На його думку, підприємець – є особливою особою, яка володіє неординарними здібностями. Він відрізняється від тих, хто надає такі ресурси, як земля, фінансовий капітал, праця або предмети інтелектуальної власності (патенти). Хоча, безумовно, підприємець може постачати ці ресурси, проте його основною функцією є подолання труднощів, зумовлених наявністю невизначеності. Він виконує дві функції в економіці будь-якої країни:

- управління бізнесом для покриття поточних витрат (функція менеджменту);
- інноваційна (новаторська функція), орієнтована на зростання, розвиток і досягнення перспективних цілей.

*Йозеф Шумпетер* вважав, що діяльність підприємця як економічного агента зумовлена наявністю у нього певної мотивації. Він аргументовано довів наявність інших, не менш важливих способів досягнення максимальної корисності, відмінних від одержання максимальної вигоди. За Й. Шумпетером, найбільш важливим мотивом, що визначає поведінку підприємця як раціонального економічного агента, є його бажання успішності, досягнень та влади: "мрія та бажання створити приватне королівство", тобто створення власного бізнесу за відсутності гарантій успішності та мотиву отримання прибутку, проте з бажанням конкурувати, почати й організувати щось нове, досягнути успіху лише задля самого успіху. Окрім зазначеного вище мотиву, підприємця також стимулює бажання змін.

У своїй підприємницькій концепції Й. Шумпетер виділив три базові принципи:

- основна функція підприємництва – революціонізація та зміна виробництва шляхом випуску нових чи модернізації старих товарів, зміна структури сфери діяльності; тобто дана функція полягає у впровадженні успішних комбінацій факторів виробництва та інновації;
- підприємництво у поєднанні з іншими видами діяльності (управління, маркетинг, наукові розробки тощо) становить універсальну складову усіх економічних систем;
- підприємництво обумовлює можливості, мотивації та перспективи розвитку господарсько-політичного середовища [8, с. 74].

За Шумпетером, підприємець є в першу чергу новатором, який не лише пропонує нововведення стосовно товарів, а й виявляє нові джерела сировини та відкриває нові ринки.

Значний внесок у розвиток теоретичних розробок Й. Шумпетера про унікальну роль підприємця, який функціонує в умовах невизначеності, зробив *Френк Найт*, який у своїй основній праці "Ризик, невизначеність і прибуток" вперше чітко розмежував поняття ризику і невизначеності. Так, ризик, на думку Ф. Найта, являє собою майбутні події, настання яких невідомо, а параметри ризику відомі лише за можливості придбання і реалізації страхового покриття за такими подіями. Невизначеність являє собою залишкову категорію майбутніх подій, настання яких невідоме і страхування яких неможливе. Унікальна роль, яку відіграють підприємці в економіці та в суспільстві у цілому, полягає в їх бажанні та готовності

здійснювати діяльність в умовах економічної невизначеності. Оскільки здібності до роботи в умовах невизначеності є унікальними, то підприємницький прибуток є свого роду монополістичним [9].

Новим поштовхом до дослідження теорії підприємництва стали праці сучасної австрійської школи, в яких акцент був зроблений саме на економічних дослідженнях та динамічному процесі, рушійною силою якого є підприємництво. Її представник *Людвіг фон Мізес* у своїй роботі "Людська діяльність: трактат з економічної теорії" (1940) визначає підприємництво як людську діяльність, що розглядається виключно з погляду невизначеності. На його думку, прагнення підприємців до прибутку є рушійною силою ринкової економіки [16, с. 358]. На думку *Фрідріха Хайєка*: підприємництво пов'язане з особистою свободою, яка дає людині можливість раціонально розпоряджатися своїми здібностями, знаннями, інформацією. Підприємець прагне оптимально використовувати ці компоненти відповідно до ситуації на ринку [10].

Не менш важливий внесок у розвиток теорії Й. Шумпетера зробив відомий американський економіст, продовжувач теорії Л. фон Мізеса, *Ізраїль Кірцнер*, який розглядав підприємця як рушійну силу економічних змін. На його думку, в основі підприємницької діяльності лежить пошук і виявлення можливостей отримання прибутку шляхом забезпечення рівноваги між незадоволеним попитом і невикористаною пропозицією, а також визначення продукції, технологій і нових ринків, які є перспективними. Унікальною особливістю підприємця є "надуважність", яка дозволяє йому в конкретному економічному середовищі не лише констатувати поверхневі факти, а й побачити їх в новому економічному ракурсі, швидше усвідомити нові можливості та застосувати їх на практиці.

Слід також зазначити, що за І. Кірцнером підприємець більшою мірою є імітатором та арбітражером, який отримує прибуток від здійснення арбітражних угод [11, с. 41, 48].

З 1960-х рр. інтерес до дослідження феномену підприємництва з'явився у школи "поведінкових наук" (behavioralscience), де на основі індивідуалістичного підходу досліджуються відмінні риси (тип особистості) підприємця і його індивідуальні особливості. Перший представник цієї школи, який займався емпіричними дослідженнями в області підприємництва, був *Девід Кліренс Мак Клелланд*. На його думку, підприємці – це люди, які мають високу потребу в досягненні, тобто вони впевнені в собі, надають перевагу ситуаціям із помірним ризиком та досягають поставлених цілей: чим вищий ступінь потреби у досягненні в даному суспільстві, тим більше підприємців займаються підприємницькою діяльністю і тим вищим є економічний розвиток у країні [6, с. 16].

З кінця 80-х рр. ХХ ст. з'явився новий напрям у дослідженні феномену підприємництва. Відбувся перехід від досліджень індивідуальних особливостей підприємця в область управління. У процесно-орієнтованому підході фірма виступає одиницею аналізу, підприємство розглядається як процес створення нового підприємства і підприємницької поведінки. Цьому присвячені роботи Б. Гартнера, П. Рельнольдса, М. Мінніті, С. Веннікерс та ін. *П. Рельнольдс* за допомогою PSED (Panel Study of Entrepreneurial Dynamics) на основі зібраних даних із різних країн світу розширив знання про становлення мотивації провідних підприємців [12, с. 98-101].

Інший підхід до вивчення підприємницького процесу з 2000-х рр. запропонували у своїх роботах *С. Шейн* і *С. Венкатараман*, які вважають, що підприємницький процес – це існування, відкриття та експлуатація можливостей. Під підприємницькими можливостями розумі-

ють ситуації, в яких нові товари, послуги, сировина, ринки та методи організації можуть бути введені з метою отримання прибутку [13].

Ресурсоорієнтована теорія підприємництва (resource-based theory of entrepreneurship) відноситься до сучасних теорій фірми, що активно розвивається з середини 90-х рр. ХХ ст. і вивчає неоднорідність уявлень про цінності ресурсів. У даній теорії, представниками якої є *Д. Річардсон*, *Дж. Барві* та інші, підкреслюється важливість фінансових, соціальних і людських ресурсів.

В інституційній теорії підприємці розглядаються як актори (суб'єкти), які зацікавлені у зміні діяльності інституційних механізмів, як ті, хто залучає ресурси для створення нових інституцій або змінює наявні [12, с. 98-101].

Ще одне визначення підприємництва запропонував американський економіст *Роберт Хизрич*. На його думку, підприємництво є процесом виведення певного нововведення, яке має вартісне вираження, а підприємець – людина, яка вкладає свої час та зусилля, а також несе відповідальність за ризики з метою задоволення та винагороди [14, с. 35].

За *Аланом Хоскінгом*, індивідуальним підприємцем є людина, яка має свій бізнес та управляє ним, забезпечує його функціонування та особіно приймає рішення. Основна мета діяльності підприємця – це отримання прибутку та задоволення від заняття таким видом діяльності за умов відповідальності за втрати у разі банкрутства бізнесу [13].

Особливої уваги також заслуговують погляди американського економіста *Вільяма Баумоля*. Він зазначав про необхідність розмежування двох функцій підприємця – власне підприємницьку функцію та функцію управління. У першому випадку підприємець – це особа, яка створює, організовує та управляє бізнесом, незалежно від того, чи є його діяльність інноваційною. У другому – це новатор, тобто особа, яка практично втілює нові ідеї та винаходи у діяльність підприємства [15, с. 197-210].

Відносно недавно з'явилися роботи сучасного американського економіста *Едварда Лейзира*, в яких підприємці представлені індивідуальностями, які мають особливі специфічні риси, проте без схильності до інновацій і здійснення підприємницької діяльності в умовах невизначеності. На його думку, відмінною рисою підприємця є різнобічність, тобто, за наявності певного відносного недоліку в одному вмінні, він наділений більш збалансованими талантами у цілому комплексі навичок та вмінь. Слід зауважити, що за своєю суттю теорія Е. Лейзира, яка передбачає наявність у підприємця таланту розрізняти навички та здібності інших і забезпечувати їх найбільш продуктивне використання, є розвитком теорії Шумпетера-Найта-Кірцнера про підприємництво як особливий дар індивідуальності [16, с. 649-650].

Загалом у розвитку підприємницької теорії можна виділити таких 4 етапи:

- перший етап виник у ХVІІІ столітті та пов'язаний із фокусуванням на здатності підприємця нести ризик;
- представники другого етапу виділяють таку відмінну рису підприємця, як інноваційність;
- третій етап пов'язаний із зосередженням уваги на особистих якостях підприємця (здатності реагувати на зміни ситуації, самостійності у виборі рішення, наявності управлінських здібностей);
- четвертий етап пов'язаний з акцентуванням у підприємницькій діяльності на управлінський аспект, зокрема на внутрішньофірмове підприємництво (за Г. Піншо), для якого обов'язковою умовою є наявність свободи творчості [17].

Приклади визначення поняття "підприємець" відповідно до вищезазначених етапів наведено в табл. 1.

Таблиця 1. Етапи розвитку теорії підприємництва

Рік	Автор	Визначення
Перший етап		
1776	Адам Сміт	Підприємець – власник капіталу, який заради реалізації певної комерційної ідеї та отримання прибутку йде на економічний ризик.
1830	Жан-Батіст Сей	Підприємництво – це раціональна комбінація факторів виробництва в конкретному ринковому просторі. Підприємець – людина, що організує людей у межах виробничої одиниці, постійно знаходиться у центрі процесу виробництва і розподілу, а в основі його діяльності лежить здатність організувати виробництво і збут продукції.
Другий етап		
1911	Йозеф Шумпетер	Головне в підприємстві – інноваційна діяльність, "... робити не те, що інші" і "... не так, як роблять інші", здатність здійснювати нові комбінації чинників виробництва, здійснювати "творче руйнування"
1921	Йоганн фон Тюнен	Підприємець – власник особливих якостей (особа, що вміє ризикувати, ухвалювати нестандартні рішення і відповідати за свої дії) і тому претендує на незапланований (непередбачений) дохід. Підприємець повинен одержувати дохід як за ризик, так і за підприємницьке мистецтво, при цьому він обов'язково повинен бути новатором
Третій етап		
1921	Френк Найт	Менеджер стає підприємцем тоді, коли його дії стають самостійними, і він готовий до особистої відповідальності. Підприємницький дохід – це різниця між очікуваною (прогнозою) грошовою виручкою фірми та реальною її величиною. Незважаючи на невизначеність майбутнього, підприємець може "вгадати" основні параметри розвитку виробництва й обміну, за що одержати додатковий комерційний ефект
1936	Джон Мейнард Кейнс	Підприємець – своєрідний соціально-психологічний тип господарника, для якого головне "... не стільки новаторство Шумпетера, скільки набір певних психологічних якостей". Основні підприємницькі якості: вміння співвідносити споживання і заощадження, здатність до ризику, впевненість у перспективах тощо.
Четвертий етап		
1983	Гіффорд Піншо	Підприємець діє в умовах існуючого підприємства, отримує свободу дій та певний капітал для реалізації ідей, що лежать в основі внутрішньофірмового підприємництва.
1985	Роберт Хізрич	Підприємництво – процес створення чогось нового, що має вартість, а підприємець – людина, що витрачає на це весь необхідний час і сили, бере на себе весь фінансовий, психологічний і соціальний ризик, одержуючи в нагороду гроші і задоволення досягнутими результатами

Джерело: [3, с. 43; 5, с. 43; 8, с. 74; 9; 17, с. 145].

З таблиці видно, що під час розвитку історії економічної думки підприємець набував все більше характерних рис для пристосування до умов економічного середовища. Світова економіка диктує зміни у розвитку як на макро-, так і на мікрорівні, що спричинило появу сучасних бізнес-моделей підприємницької діяльності, а саме – стартапів. Стартап на нашу думку – це швидкозростаючий суб'єкт (бізнес-модель) малого інноваційного підприємства з короткостроковою історією діяльності, який діє в умовах надневизначеності та спрямований на створення принципово нового продукту для задоволення специфічних потреб споживачів.

На рис. 1 наведена структурна схема еволюції поняття "підприємець" до сучасної інтерпретації підприємця-власника стартапу (стартапера).

Зі схеми видно, що стартапер став своєрідним поєднанням трансформованих характерних рис, відповідно до етапів розвитку теорії підприємництва. Тож можна виділити такі характерні риси стартапера:

- стартапер може не бути тим власником стартапу, який вкладає свої кошти у його заснування та розвиток; на сьогодні більшість стартапів функціонують за рахунок інвестицій, краудфандингових коштів, бізнес-інкубаторів та акселераторів тощо;

- власник малого інноваційного підприємства поєднує усі 5 факторів виробництва (земля, праця,

капітал, інновації та неординарні здібності, а також забезпечує ведення *ефективної конкурентної політики* на ринку;

- функціонування в умовах невизначеності для стартапера перетворилось в умови *надневизначеності та асиметрії інформації*, що й робить даний бізнес надризиковим та ускладнює процеси прийняття управлінських рішень;

- отримання прибутку для стартапера – це другорядна мета діяльності, перш за все він працює *задля самореалізації*, втілення у життя усіх планів та задоволення амбіцій;

- стартапер – це не просто управлінець, а насамперед *відповідальний лідер та креативна особистість*.

Функціонування стартапів як у світі, так і в Україні набуває все більшої популярності. Найбільш поширеною галуззю для функціонування даного виду суб'єктів підприємницької діяльності є, звичайно ж, – сфера ІТ. Так, на сьогодні, українська ІТ-індустрія розвивається більшими темпами, ніж світова. За даними звіту української компанії-розробника ПЗ N-iX про ІТ-ринку в Україні за 2019 рік – показники росту галузі складають 26 % та вона є третьою за величиною експорту послуг в Україні [18]. Тому дану галузь можна назвати перспективною для розвитку підприємництва, у тому числі й інноваційного.

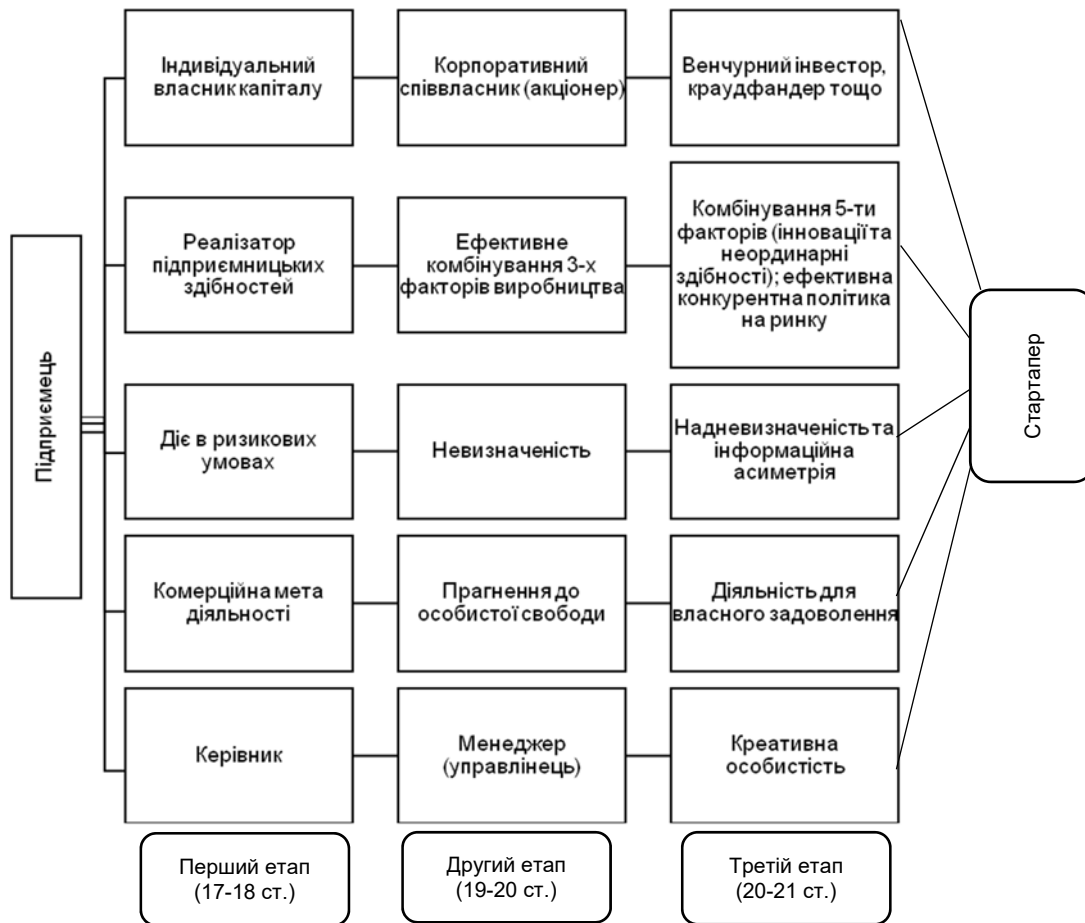


Рис. 1. Логіка формування поняття стартапера

Джерело: власна розробка.

Якщо говорити саме про ІТ-стартапи в Україні, їхнє функціонування має ряд особливостей.

По-перше, такі компанії, як й інші ІТ-компанії, зазвичай створюють декілька юридичних осіб для зручності співпраці з клієнтами. Так, оплата послуг на цій підставі може здійснюватися з та без ПДВ.

По-друге, ІТ-стартапи та звичайні компанії у сфері ІТ для вимірювання ефективності свого функціонування використовують специфічні показники, відповідно до підрозділу компанії. До прикладу, у звичайного ІТ-стартапу, який продає підписку на пакет ІТ-послуг, зазвичай, існують такі підрозділи:

- фінанси (фінансові фахівці та бухгалтери) – стандартні фінансові та бухгалтерські показники, звітність тощо;
- маркетинг – ліди (залучені користувачі сайту, потенційні клієнти), кваліфіковані ліди (клієнти, які готові зробити "покупку"), конверсія (скільки лідів конвертується у безпосередніх клієнтів);
- розробка ІТ – кількість виконаних задач в sprint (певний обсяг роботи фахівця на 1-2 тижні), швидкість розробки кожного девелопера;
- відділ продажу – кількість проданих ІТ-послуг;
- клієнтський відділ поділяється на два підвідділи: customer success та customer support; перший підвідділ орієнтується на утриманні клієнта, кожному надається персональний менеджер тощо, а другий надає онлайн-підтримку в разі неполадок, незрозуміlostей із системою. Для цього відділу показниками є: churn (кількість клієнтів, які пішли від компанії) та retention (кількість клієнтів, що залишились); дані показники розраховуються щомісячно.

Також важливим показником є обрахунок середнього чека. Він розраховується як загальна сума доходу, ділена на кількість клієнтів. Даний показник також рахується щомісячно для визначення ефективності функціонування.

По-третє, відсутність необхідності у нарощуванні штату працівників, оскільки це призведе до зменшення ефективності.

По-четверте, важливість отримання фідбеку від клієнтів для вдосконалення ІТ-послуг; клієнтоцентричність компанії. Для стартапів клієнт є джерелом прибутку, тому його задоволення чи незадоволення тими чи іншими продуктами, послугами чи функціями задає вектор руху для вдосконалення ІТ-продукту.

По-п'яте, усі ІТ-стартапи характеризуються швидким масштабуванням, як і стартапи загалом.

Якщо виходити з позицій класиків прикладного підходу до виявлення особливостей стартапу – Стівена Бланка (творця концепції розвитку споживачів (Customer development), бізнес-експерта, один з авторів концепції Lean startup, підприємця, який створив 8 успішних стартапів, входить у десятку найвпливовіших людей Кремнієвої долини) і Боба Дорфа (підприємця, який створив 6 успішних стартапів, співавтора концепції Customer development, консультанта початківців-стартаперів і викладача в Колумбійській школі бізнесу) то умовами функціонування стартапа є "режим пошуку для відтворювальної, прибуткової бізнес-моделі" [22, с. 17]. А для цього, зауважують вони, "потрібні зовсім інші правила, стратегії, інструменти, уміння, навички, які дозволять мінімізувати ризики та підвищити вірогід-

ність успіху" [22, с. 18]. Тобто до стартапу не можна підходити з традиційними методами та засобами управління, що були запропоновані програмами MBA для великих організацій [22]. Зазначені дослідники так вважають тому, що стартап – це зовсім інша за змістовним наповненням бізнес-модель, яка потребує ітеративного підходу до виготовлення продукції/надання послуг, який передбачає безперервний аналіз отриманих результатів через тестування споживачами продукції/послуг із метою їх удосконалення. Це дає можливість втілювати інноваційні ідеї значно швидше і дешевше.

Слід зазначити, що для України така бізнес-модель як стартап є актуальною і корисною не лише щодо виконання нею економічних функцій, а й соціальних. Але втілення інноваційних ідей через стартап, на нашу думку, має такі проблеми як: по-перше, дуже важко провести підприємницьку ідею через бюрократичні перепони (немає в Україні відповідних "правил гри" для швидкої реалізації підприємницьких ідей); по-друге, саму підприємницьку ідею можна продати (або гірше – можуть "запозичити" шляхом рейдерства), але ж втілити її буде дуже важко, тому що тільки носій ідеї найкраще зможе її реалізувати; по-третє, незахищеність права інтелектуальної власності на підприємницьку ідею (скоріше від незнання своїх прав підприємцями) дає підстави для маніпулювання (корупції) діями підприємця; по-четверте, інформації багато, а от креативних ідей, які можуть комерціалізуватись і бути успішними, менш як 10 % від усіх запропонованих, це загальновідома статистика.

Розвиток даного напрямку підприємницької діяльності, у тому числі й в Україні, є надзвичайно важливим, оскільки саме підприємство, а особливо інноваційне, – є каталізатором розвитку економіки та суспільства загалом. Саме вони здатні втілити в життя не лише цікаві ідеї та програми для розваг, а створити продукти, які надалі здатні змінити життя мільйонів людей. Українці вже активно рухаються у цьому напрямі. Наприклад, вже розроблені жалюзі, що здатні "збирати" сонячну енергію (SolarGaps), мініатюрний пристрій, який робить кардіограму та сповіщає родичів і лікаря про зміни в стані здоров'я пацієнта (Cardiomo), розвиваючі 3-Д-пазли із дерева (Ugears), онлайн-платформа для безкоштовного навчання (Prometheus) [19] тощо. Цей перелік не є вичерпним, оскільки в Україні істотний науковий та винахідницький потенціал, якісна освіта та перспективна молодь. Головною задачею ж є не допустити "відтоку мізків" та забезпечити сприятливі умови для розвитку та функціонування стартапів в Україні.

**Висновки та дискусія.** Отже, підприємство за своєю суттю складне явище, яке вперше було визначено ще у XVIII столітті, однак продовжує вдосконалюватись та набувати нових змістовних характеристик і сьогодні, зокрема завдяки міждисциплінарному та іншим методологічним підходам.

У ході дослідження виникли дискусійні питання щодо організації стартапу. Чи можна називати стартап новим видом підприємницької діяльності чи це різновид інноваційного підприємництва, можливо нова форма підприємництва? На нашу думку, це є короткострокова швидкозростаюча бізнес-модель, яка діє в умовах надневизначеності, спрямована на створення принципово нового продукту для задоволення специфічних потреб споживачів.

Це зумовлює необхідність подальшого дослідження теорій підприємництва відповідно до трендів глобальної економіки та під впливом сучасного інноваційного розвитку економіки в умовах невизначеності, а також

дослідження особливостей розвитку та функціонування нових суб'єктів підприємництва, зокрема стартапів як вирішення незадоволених потреб споживачів і як використання сучасних технологій у створенні нового продукту у сучасних умовах.

#### Список використаних джерел:

1. Донець Л. І., Романенко Н. Г. Основи підприємництва. Навчальний посібник / Л. І. Донець, Н. Г. Романенко. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 320 с.
2. Cantillon R. Essai sur la Nature du Commerce en Général (an English translation by C. Saucier) / R. Cantillon. – Auburn, Alabama: Ludwig von Mises Institute, 2010. – 254 p.
3. Smith A. An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations / A. Smith., 2007. – 743 p. – (Metalibri).
4. Ricardo D. On the Principles of Political Economy and Taxation / D. Ricardo. – Ontario: Batoche Books, 2001. – 333 p.
5. Say J.-B. A Treatise on Political Economy / J.-B. Say. – Auburn, Alabama: Ludwig von Mises Institute, 1971. – 492 p.
6. Варналій З.С. Мале підприємство: основи теорії і практики, 4-те вид., стер. / З.С. Варналій. – К.: Знання, 2008. – 302 с.
7. Mill J. S. Principles Of Political Economy [Електронний ресурс] / J.S. Mill. – 2009. – 792 p. – Режим доступу: [http://www2.econ.iastate.edu/classes/econ521/orazem/Papers/Lazear\\_entrepreneurship.pdf](http://www2.econ.iastate.edu/classes/econ521/orazem/Papers/Lazear_entrepreneurship.pdf)
8. Шумпетер Й.А. Теория экономического развития / Й.А. Шумпетер. – Москва: Директмедиа Паблшинг, 2008. – 401 с.
9. Knight F. H. Risk, uncertainty, and profit. [Електронний ресурс] / F. H. Knight – Режим доступу: <http://www.econlib.org/library/Knight/knRUP1.html>.
10. Хайек, Ф.А. фон "Индивидуализм и экономический порядок" [Електронний ресурс] // Ф. А. фон Хайек. – 1948. – Режим доступу: [http://bc.math.msu.su/wiki/lib/exe/fetch.php?media=downloads:friedrich\\_august\\_von\\_hayek.pdf](http://bc.math.msu.su/wiki/lib/exe/fetch.php?media=downloads:friedrich_august_von_hayek.pdf).
11. Кирцнер И.М. Конкуренция и предпринимательство / И.М. Кирцнер; пер. с англ. под ред. проф. А.Н. Романова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 239 с.
12. Козловская В.Н. Эволюция теории предпринимательства в экономической науке / В.Н. Козловская. // Весті БДПУ. Серія 2. – 2014. – С. 98–101.
13. Чепуренко А. Теория предпринимательства: новые вызовы и перспективы [Електронний ресурс] / А. Чепуренко – Режим доступу до ресурсу: [https://www.researchgate.net/profile/Alexander\\_Chepurenko/publication/282197997\\_Entrepreneurship\\_Theory\\_New\\_Challenges\\_and\\_Future\\_Prosppects/links/5640780708ae4b5d28d42d6/Entrepreneurship-Theory-New-Challenges-and-Future-Prosppects.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Alexander_Chepurenko/publication/282197997_Entrepreneurship_Theory_New_Challenges_and_Future_Prosppects/links/5640780708ae4b5d28d42d6/Entrepreneurship-Theory-New-Challenges-and-Future-Prosppects.pdf)
14. Хизрич Р. Предпринимательство, или Как завести собственное дело и добиться успеха / Р. Хизрич, М. Питерс; пер. с англ. – М.: Прогресс, 1992. – Вып. 1. – 158 с.
15. Baumol W. Formal Entrepreneurship Theory in Economics: Existence and Bounds / W. Baumol // Journal of Business Venturing. – 1993. – № 8. – P. 197–210. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(93\)90027-3](https://doi.org/10.1016/0883-9026(93)90027-3)
16. Lazear E. P. Entrepreneurship / E. P. Lazear. // Journal of Labor Economics. – 2005. – Vol. 23, № 4. – P. 649-680. <https://doi.org/10.1086/491605>
17. Волошина О. О. Эволюция научных взглядов на сущность та функций підприємництва / О. О. Волошина, Д. Д. Бруев. // НАУЧНЫЙ ВЕСТНИК ДГМА. – 2017. – № 2. – С. 142–147.
18. Software development in Ukraine: 2019-2020 IT market report [Електронний ресурс] // N-iX. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.n-ix.com/software-development-in-ukraine-2019-2020-market-report/>.
19. Топ-10 українських стартапів, які отримали світове визнання [Електронний ресурс] // BakerTilly. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://bakertilly.ua/news/id46363>.
20. Підприємство: практикум: навчальний посібник // За заг. ред. Мазур І.І.К.: Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", 2016. – 263 с.
21. Mazur I., Gura V. Entrepreneurial culture as a background for the SMEs development Development of small and medium enterprises: the EU and East-partnership countries experience: monograph / [Britchenko I., Polishchuk Ye. and all] / Edited by Igor Britchenko and Yevhenia Polishchuk: Wydawnictwo Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. prof. Stanisława Tarnowskiego w Tarnobrzegu, 2018. – P. 103-116.
22. Бланк С. Стартап: Настольная книга основателя / Стив Бланк, Боб Дорф; Пер. с англ. – М.: Альпина Паблшер, 2013. – 485 с.
23. Тиль П., Мастерс Б. От нуля к единице. Как создать стартап, который изменит будущее / Ганс Питер Тиль, Бланк Мастерс; Пер. с англ. – М.: Альпина Паблшер, 2018. 192 с.
24. Рис Э. Бизнес с нуля / Эрик Рис; Пер. с англ. – М.: Альпина Паблшер, 2019. 258 с.

Received: 05/03/2020  
1st Revision: 06/03/2020  
Accepted: 19/04/2020

Author's declaration on the sources of funding of research presented in the scientific article or of the preparation of the scientific article: budget of university's scientific project

И. Мазур, д-р экон. наук, проф.,

М. Буга, экономист

Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, Киев, Украина

### СТАРТАП КАК НОВЫЙ СМЫСЛ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ

*Выявлены особенности определения понятия "предприниматель" представителями экономических школ. Раскрыты этапы формирования теории предпринимательства в истории экономической мысли. Обоснована логика формирования понятия предприниматель-стартапер. Предложена характеристика особых черт предпринимателя-стартапера.*

*Ключевые слова: предприниматель, стартапер, предпринимательство, история экономической мысли, теории предпринимательства.*

I. Mazur, Doctor of Sciences (Economics), Professor,

M. Buha, economist

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine

### STARTUP AS A NEW CONTENT IN ENTREPRENEURSHIP

*The article studies theoretical foundations for the essence of entrepreneurship and entrepreneur; specifics in defining the concept of "entrepreneur" by representatives of economic schools; four stages of formation of the theories of entrepreneurship, where the characteristic features of the entrepreneur that changed under the influence of socio-economic development (external environment) are analyzed.*

*Based on the economic characteristics of changes in the development of macro and micro levels, the emergence of new types of entrepreneurial activity – startups – is justified; a startup is defined as a fast-growing entity of small innovative entrepreneurship with a short-term history of operations, which operates in conditions of uncertainty and aims to create a fundamentally new product to meet the specific needs of consumers.*

*The logic of forming of the concept of entrepreneur-startupper in the structural scheme is substantiated; the characteristic of a startupper as a peculiar combination of transformed traits of an entrepreneur in accordance to the stages of development of the theory of entrepreneurship is given; the characteristic features of the startupper are revealed; the peculiarities of the functioning of startups in Ukraine are analyzed.*

*The characteristic of the special features of the startup entrepreneur is offered; further study of theories of entrepreneurship in accordance to the trends of the global economy under uncertainty, as well as the study of the features of development and functioning of new business entities – startups as a solution for unmet consumer needs and how to use modern technologies to create a new product, are justified.*

*Keywords: entrepreneur, startup, entrepreneurship, history of economic thought, theories of entrepreneurship.*

#### References (in Latin): Translation / Transliteration/ Transcription:

1. Donets L.I., Romanenko N. H., 2006. Basics of entrepreneurship. Tutorial. Kyiv: Educational literature Centre, 320 p.
2. Cantillon R., 2010. Essai sur la Nature du Commerce en Général (an English translation by C. Saucier). Auburn, Alabama: Ludwig von Mises Institute, 254 p.
3. Smith A., 2007. An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations. Metalibri, 743 p.
4. Ricardo D., 2001. On the Principles of Political Economy and Taxation. Ontario: Batoche Books, 333 p.
5. Say J.-B. A., 1971. Treatise on Political Economy. Auburn, Alabama: Ludwig von Mises Institute, 492 p.
6. Varnalii Z. S., 2008. Small entrepreneurship: basics of theory and practice, 4<sup>th</sup> edit. Kyiv: Znannya, 302 p.
7. Mill J. S., 2009. Principles Of Political Economy. 792 p. [online]. Available at: <[http://www2.econ.iastate.edu/classes/econ521/orazem/Papers/Lazear\\_entrepreneurship.pdf](http://www2.econ.iastate.edu/classes/econ521/orazem/Papers/Lazear_entrepreneurship.pdf)>
8. Shumpeter, J.A, 2008. The Theory of Economic Development. Moscow: Directmedia Publishing, 401 p.
9. Knight F. H. Risk, uncertainty, and profit [online]. Available at:<<http://www.econlib.org/library/Knight/knRUP1.html>>.
10. Hayek, F. A. fon, 1948. Individualism and Economic Order [online]. Available at: <[http://bc.math.msu.su/wiki/lib/exe/fetch.php?media=downloads:friedrich\\_august\\_von\\_hayek.pdf](http://bc.math.msu.su/wiki/lib/exe/fetch.php?media=downloads:friedrich_august_von_hayek.pdf)>.
11. Kirzner I. M., 2001. Competition and Entrepreneurship (translation from English with the edition of prof. Romanova A. N. Moscow: UNITI-DANA, 239 p.
12. Kozlovskaya V. N., 2014. The Theory of Entrepreneurship Evolution in Economic Science. *Vesci BDPU*, 2, p. 98-101.
13. Chepureno A. The theory of entrepreneurship: new challenges and perspectives [online]. Available at: <[https://www.researchgate.net/profile/Alexander\\_Chepureno/publication/282197997\\_Entrepreneurship\\_Theory\\_New\\_Challenges\\_and\\_Future\\_Propects/links/5640780708ae4b5d28d42d6/Entrepreneurship-Theory-New-Challenges-and-Future-Propects.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Alexander_Chepureno/publication/282197997_Entrepreneurship_Theory_New_Challenges_and_Future_Propects/links/5640780708ae4b5d28d42d6/Entrepreneurship-Theory-New-Challenges-and-Future-Propects.pdf)>.
14. Hisrich R., Peters M., 1992. Entrepreneurship: Starting, Developing, and Managing a New Enterprise. translation from English. Moscow: Progress, 158 p.
15. Baumol W., 1993. Formal Entrepreneurship Theory in Economics: Existence and Bounds. *Journal of Business Venturing*, 8, p. 197–210. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(93\)90027-3](https://doi.org/10.1016/0883-9026(93)90027-3)
16. Lazear E. P., 2005. Entrepreneurship. V. 23, № 4, p. 649-680. <https://doi.org/10.1086/491605>
17. Voloshyna O. O., Bruiev D. D., 2017. Evolution of Scientific View at Entrepreneurship Definition and Functions. *Nauchnyi Vestnik DGMA*, 2, p. 142–147.
18. Software development in Ukraine: 2019-2020 IT market report, 2019. N-iX. [online]. Available at: <<https://www.n-ix.com/software-development-in-ukraine-2019-2020-market-report/>>.
19. TOP-10 Ukrainian startups that received world recognition, 2019. BakerTilly [online]. Available at: <<https://bakertilly.ua/news/id46363>>.
20. Mazur I. I., 2016. Entrepreneurship: practicum. Tutorial. Kyiv: Publishing and Printing Center "Kyiv University", 263 p.
21. Mazur I., Gura V., 2018. Entrepreneurial culture as a background for the SMEs development Development of small and medium enterprises: the EU and East-partnership countries experience: monograph / [Britchenko I., Polishchuk Ye. and all] / Edited by Igor Britchenko and Yevheniia Polishchuk. Wydawnictwo Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. prof. Stanisława Tarnowskiego w Tarnobrzegu, p. 103-116.
22. Blank S., 2013. The startup. Owner's manual, translation from English. Moscow: Alpina Publisher, 485 p.
23. Thiel G. P., Musters B., 2018. Zero to One: Notes on Startups, or How to Build the Future, translation from English. Moscow: Alpina Publisher, 192 p.
24. Ries E., 2019. Business from zero, translation from English. Moscow: Alpina Publisher, 258 p.