МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра Готельноресторанного та туристичного бізнесу

Допущено до захисту
Завідувачка кафедри
Давиденко І.В.
“___”_____2025 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня магістра
зі спеціальності 242 «Туризм»
за освітньою програмою «Економіка та організація туристичної діяльності»

за темою:

ДОСЛІДЖЕННЯ ІННОВАЦІНИХ СТАРТАППРОЄКТІВ У СФЕРІ ТУРИЗМУ

Виконавець
студентка VI курсу ЦЗФН
Лузіна Діана Романівна
Науковий керівник
к.е.н., доцент Михайлюк О.Л.

Одеса 2025

ЗМІСТ

стор.

ВСТУП 3

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ПЕРЕДУМОВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ СТАРТАПІВ 6

1.1. Стартап як один із видів бізнесу: сутність поняття «стартап», нові інноваційні продукти та послуги. 6

1.2. Особливості розвитку туристичного бізнесу. 11

1.3. Нормативно-правова база для організації стартапів 19

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СВІТОВОГО ДОСВІДУ В ОРГАНІЗАЦІЇ СТАРТАПІВ У ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРІ 27

2.1. Роль стартапів у світовій економіці. 27

2.2. Туристична сфера світу та її інноваційні здобутки. 34

2.3. Аналіз стартап екосистеми туристичної сфери України 43

РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ ПОЛІТИКИ СТАРТАПІВ У ТУРИСТИЧНИЙ БІЗНЕС УКРАЇНИ 47

3.1. Програми навчання для організації стартапів. Сприяння стартапам від Google та Міністерства цифрових технологій. 47

3.2. Переваги і ризики роботи у стартапі 55

3.3. Перспективні стартаппроєкти у сфері туристичного бізнесу України 59

ВИСНОВКИ 66

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 68

ДОДАТОК А 78

ДОДАТОК В 80

ВСТУП

Актуальність теми. У наш час більшість туристичного бізнесу не обмежується лише відкриттям туристичних агентств. Багато туристичних бізнес-планів можуть зробити туристичний бізнес більш прибутковим.

Стартапи, здається, є нормою сьогодні в усіх галузях. Багато з цих стартапів підтримуються відомими венчурними капіталістами, тоді як багато нових компаній лише намагаються заявити про себе на арені стартапів.

Багато підприємців-початківців у сфері туризму та гостинності почали переходити від традиційної роботи на повний робочий день до фріланс-праці для роботи над своїми підприємницькими проєктами.

У Європі налічується 19 637 стартапів у сфері туристичних та готельних технологій, серед яких Get Your Guide, Thales, Travel Perk, Bla Bla Car та Eurostar. З них 3175 стартапів отримали фінансування, 1398 отримали фінансування серії A+, а 22 отримали статус єдинорога.

У 2025 році в Європі було створено 4 стартапи у сфері туристичних та готельних технологій. Протягом останніх 10 років щорічно запускалося в середньому 965 нових компаній. Примітно, що кілька з цих стартапів були засновані випускниками HEC Paris, INSEAD та Кембриджського університету.

Мета магістерської роботи – дослідити інноваційні стартаппроєкти у сфері туризму.

Для досягнення цієї мети були поставлені наступні завдання:

- визначити сутність понять: «стартап», нові інноваційні продукти та послуги;
- дослідити особливості розвитку туристичного бізнесу;
- проаналізувати нормативно-правова база для організації стартапів;
- визначити роль стартапів у світовій економіці;
- провести аналіз туристичній сфері світу та її інноваційним здобуткам;
- проаналізувати стартап екосистеми туристичної сфери України;
- дослідити програми навчання для організації стартапів;

- визначити переваги і ризики роботи у стартапі;

- виділити перспективні стартаппроєкти у сфері туристичного бізнесу України.

Об'єкт дослідження – стартаппроєкти світу і України у сфері туризму.

Предмет дослідження – теоретичні і практичні аспекти створення та розвитку стартаппроєктів у сфері туризму.

Питання розвитку стартапів висвітлюються у працях Т. Ваблена [7], Н.Б. Демчишака [14], А.И. Евсейчева [17], А.О. Касича [22], G.Sobirova [69], S.Shuiga [65] та інших. Особливості створення на функціонування стартапів в Україні описують Г.П. Жалдак [18], М. Кучук [32], Т.В. Сак [47] та інші. Дослідженнями стартапів у туристичній сфері займаються Є.В.Козловський [24,25], А. Ремізов [46], Т.Ю. Чайка [58] та інші.

Практичне значення кваліфікаційної роботи полягає у наступному:

- визначено сутність понять: «стартап», нові інноваційні продукти та послуги;

- досліджено особливості розвитку туристичного бізнесу;

- проаналізовано нормативно-правова база для організації стартапів;

- визначено роль стартапів у світовій економіці;

- проведено аналіз туристичній сфері світу та її інноваційним здобуткам;

- проаналізовано стартап екосистеми туристичної сфери України;

- досліджено програми навчання для організації стартапів;

- визначено переваги і ризики роботи у стартапі;

- виділено перспективні стартаппроєкти у сфері туристичного бізнесу України.

Методи дослідження: аналогії (порівняльна характеристика розвитку стартапів у світі і Україні); порівняльного, історичного, статистичного аналізу - для аналізу розвитку стартапів туристичної сфери; предметного моделювання, метод аналіз-синтез, системно-структурний – для систематизації основних понять.

Інформаційна база дослідження. Дослідження по темі кваліфікаційної роботи проводилися за допомогою аналізу законодавчих актів; літературних джерел, матеріалів офіційних сайтів об'єктів туристичного бізнесу.

Структура та обсяг роботи. Робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел. Загальний обсяг кваліфікаційної роботи становить 85 сторінок. Робота містить 32 таблиці та 2 малюнки. Список використаних джерел включає 95 найменувань.

Публікації за темою дослідження.

1. Лузіна Д.Р. ТУРИСТИЧНА СФЕРА СВІТУ ТА ЇЇ ІННОВАЦІЙНІ ЗДОБУТКИ. *Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України: матеріали VII Міжнародної науковопрактичної конференції здобувачів вищої освіти* (м. Одеса, 15 квітня 2026 р.) / Одеський національний економічний університет. Одеса: ОНЕУ, 2026.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ПЕРЕДУМОВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ СТАРТАПІВ

1.1. Стартап як один із видів бізнесу: сутність поняття «стартап», нові інноваційні продукти та послуги

Стартап – це новостворена організація, яка знаходиться в постійному пошуку повторюваної та масштабованої бізнес-моделі в умовах надзвичайної невизначеності.

Стартап (англ. startup або start-up) – це компанія, яка зазвичай перебуває на ранніх стадіях свого розвитку. Ці підприємства, як правило, започатковують 1-3 засновники (фаундери), які зосереджуються на капіталізації ринкового попиту шляхом створення нових інноваційних продуктів або послуг.

Таблиця 1.1

Ключові характеристики стартапу

№№ п/п	Особливості	Характеристика
1	Інноваційність	В основі стартапу лежить нова бізнес-ідея, продукт чи технологія
2	Швидкий ріст та масштабування	Основна мета - не просто отримати прибуток, а швидко розширити свою діяльність на ринку
3	Невизначеність і ризик	Стартапи діють в умовах високої невизначеності, і їхній успіх не гарантований
4	Потреба в інвестиціях	Зазвичай стартапи потребують зовнішнього фінансування, часто від венчурних інвесторів, які вкладають кошти в проєкти з високим потенціалом прибутку
5	Обмежені ресурси	На старті стартапи мають обмежені фінансові та матеріальні ресурси
6	Пошук сталої бізнес-моделі	Стартап - це тимчасовий етап, метою якого є знайти та перевірити життєздатну бізнес-модель, яка може бути повторена та масштабована
Відмінності від звичайного бізнесу		
1	Відсутність готової бізнес-моделі	Звичайний бізнес часто спирається на перевірені схеми, тоді як стартап шукає нові
2	Фокус на майбутньому зростанні	Стартапи вкладають кошти в розвиток більше, ніж заробляють у моменті, орієнтуючись на майбутній масштаб
3	Вищий ступінь ризику	Інвестиції в стартапи пов'язані з більшими ризиками порівняно зі звичайними бізнесами

Джерело: [59]

Стартапи організуються задля вирішення конкретних проблем і направлені на втілення інновацій і найскоріше масштабування. Стартапи приваблюють спонсорів та інвесторів зважаючи на високий потенціал зростання. Як правила, стартапи починають з ідеї, а потім досить швидко створюють продукт (MVP), який поступово перетворюється на глобальний сервіс чи платформу.

Починають стартапи з дуже обмежених ресурсів і на початковому етапі діють у межах мінімального прибутку. На початкових етапах стартапи в основному діють в умовах самофінансування, а надалі шукають фінансування за рахунок венчурних фондів або ангельських інвесторів.

Найпоширеніший метод до створення стартапу - lean startup, яку започаткував американський бізнесмен Ерік Ріс. Основна ідея - проведення експериментів та ітеративний випуск продуктів, щоб скоротити цикл розробки і отримати зворотній зв'язок від клієнтів.

Розрізняють кілька типів бізнесу:

Малий бізнес. Він зацікавлений у рості, розвивається власними темпами. Власники бізнесу діють за умов самофінансування. До малого бізнесу можна віднести: туристичні агенції, перукарні, кафе, мін-готелі тощо. На роботу вони можуть наймати місцевих жителів і членів своєї сім'ї.

Соціальне підприємство. Соціальні підприємства не орієнтуються на створенні багатства для своїх засновників. Вони будують свій бізнес, щоб позитивно впливати на довкілля та громадянське суспільство. Сере цих компаній благодійні та неприбуткові організації. Іноді вони фінансуються за рахунок благодійних пожертвувань та грантів.

Основною метою будь-якого стартапу є продуктування проєктів, спрямованих на нові ринки або удосконалення існуючих. Стартапи швидко зростають та досягають високої рентабельності інвестицій (ROI).

Технологічні компанії відрізняються високим потенціалом, легко виходять на світовий ринок. Прикладами таких стартапів є Facebook та Twitter.

Ці проєкти мають змогу наймати найкращих робітників і інвесторів, прискорюючи і масштабуючи свої ідеї.

Spin off – стартапи у сфері крупного бізнесу. Крупний бізнес є самодостатнім, тому зростає паралельно з новими ринковими потребами і тенденціями.

Існує багато факторів, які можуть впливати на успішну діяльність стартапу. Провідними визначають: наявність фінансування, вдале місцезнаходження клієнтів, довірчі відносини між фаундерами (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

Чинники, що безпосередньо впливають на діяльність та успіх стартапу

№№ п/п	Чинники	Характеристика
1	Місцезнаходження клієнтів - цільовий ринок	Місцезнаходження можливих клієнтів стартапу суттєво впливає на успішну його діяльність. Стартапу потрібно чітко усвідомити межі свого цільового ринку. Від ємності цього ринку залежить подальший розвиток у майбутньому.
2	Фінансування	Для початку функціонування стартапу потрібні кошти. Для цього можна залучити кошти Утворивши краудфандингову кампанію, або звернутися до бізнес-ангелів чи венчурних фондів. Варіантом можуть бути кредити для малого бізнесу і гранти.
3	Структура та відносини всередині стартапу	Вдалий розподіл ролей у стартапі є основною умовою стійкості стартапу. Для успішного бізнесу потрібно чітко розділити ролі і визначити частку майбутніх прибутків для кожного з учасників.

Джерело: [59]

Стартапи - це не про список справ і рутину, а про відкриття дверей новим можливостям та викликам, які дозволять рости (табл. 1.3.).

Є багато причин, чому хтось може захотіти створити власний стартап. Деяких людей спонукає виклик і можливість створити щось нове та інноваційне. Інших мотивує потенціал заробити багато грошей. Треті бачать у створенні стартапу спосіб змінити світ на краще.

Стартапи мають потенціал, щоб зробити великий вплив, як з точки зору продуктів або послуг, які вони пропонують, так і з точки зору способу ведення бізнесу. Якщо ви хочете змінити світ на краще, заснування стартапу – це одна з можливостей зробити це.

Запуск стартапу – це прискорений курс з бізнесу, маркетингу, продажів і багато іншого. Якщо ви прагнете здобути нові навички та зростати як професіонал, немає кращого способу зробити це, ніж заснувати власний бізнес. Досвід, який ви отримаєте як фаундер, навіть якщо стартап не зазнає успіху, буде неоціненним для вашої майбутньої кар'єри.

Таблиця 1.3

Перелік переваг роботи в стартапі

№№ п/п	Переваги	Характеристика
1	Більше можливостей для навчання	Як правило, стартап надає своїм працівникам більше свободи дій, ніж великі компанії. Більшість стартапів не може найняти значну кількість працівників. Тому часто призначають додаткові обов'язки членам команди, щоб таким чином компенсувати додаткові завдання. Це може розглядатися як можливість навчитися чомусь новому.
2	Гнучкий графік	Багато стартапів має гнучкий графік роботи або можливість працювати з дому. Гнучкий графік роботи підвищує ефективність.
3	Сприяння інноваціям	Стартап сприяє зростанню та успіху працівників, надає можливість проявити свої знання та здібності. Працівники стартапів можуть пропонувати свої ідеї вищому керівництву безпосередньо.
4	Дружня команда	Більшість стартапів невеликі, тому можна познайомитися з усіма колегами особисто. Таке спілкування забезпечує ефективну співпрацю та впровадження ідей швидко. Оскільки часто члени команди отримують частку від стартапу, усі вони мають особистий інтерес щодо його успіху, що забезпечує створення сприятливої атмосфери у колективі.

Джерело: [59]

Стартапи гнучкіші, ніж великі компанії, у питаннях використання робочого часу і вибору членами команди часу для відпустки [59].

Стартап-проєкт - це, по суті, символ інноваційної економіки та впровадження сучасних технологій. Втім, сфера діяльності нових бізнесів може бути абсолютно різною. За цілями та напрямами вони поділяються на наступні види (табл. 1.4.).

За принципом організації та масштабами проєкти бувають:

- такими, що засновуються як малий бізнес, не потребують великих капіталовкладень і розширюються досить повільно;

- створюваними з метою продажу. Зазвичай вони пов’язані з програмним забезпеченням і технологіями;

Таблиця 1.4

Типи стартапів

№№ п/п	Типи	Характеристика
1	Продуктові	Зазвичай це суб’єкти, що зосереджені на розробленні нових технологічних продуктів або знаходять нестандартні рішення для розв’язання певних завдань. Над такими проєктами часто працює група інженерів і науковців. Втілення ідей може бути пов’язане з розробленням програмного забезпечення, застосуванням хмарних технологій, штучного інтелекту тощо
2	Соціальні	Їхня діяльність спрямована на розв’язання проблем соціального характеру, а місією є покращення життя окремих, як правило, незахищених категорій громадян: сиріт, осіб з інвалідністю, хворих і постраждалих внаслідок війни. Серед прикладів такої діяльності можна назвати працевлаштування людей з інвалідністю, освітні курси для колишніх військовослужбовців тощо. Деякі подібні стартапи не ставлять за ціль отримання прибутку
3	«Зелені»	Такі компанії пропонують ринку альтернативу товарам і послугам, що несуть шкоду для довкілля. Прикладами є створення біорозкладного пластику та інших recycled матеріалів, проєкти в галузі зеленої енергетики
4	HealthTech	Категорія передбачає застосування інновацій у сфері охорони здоров’я, медицини та фармацевтики. Сьогодні в Україні дуже популярні сервіси, що навчають надавати першу медичну допомогу під час війни, а також застосунки, пов’язані з ментальним здоров’ям
5	Military Tech	Цей напрям у нашій країні став особливо актуальним після повномасштабного вторгнення рф. Галузь охоплює розроблення і виробництво БПЛА, ПЗ для кібербезпеки тощо
6	Освітні	У період covid-пандемії неабиякої популярності набули платформи для онлайн-навчання. Українці, що евакуювалися за кордон, досі активно використовують онлайн-сервіси для вивчення іноземних мов
7	Ритейл	Такі стартапи створюють різноманітні продукти, пов’язані з роздрібною інтернет-торгівлею. Це можуть бути маркетплейси, майданчики для обміну товарів тощо.
8	Фінансові	Найчастіше ці компанії створюються експертами в галузі фінансів і банківської справи або програмістами, що розуміються на цій сфері. Їхні розробки - платіжні системи (зокрема криптовалютні), електронні гаманці та платформи для пошуку інвестицій.

Джерело: [65]

- відгалуженими. Стартап запускається на базі великої компанії та згодом стає окремим бізнесом. Сформована інфраструктура і напрацьована база клієнтів полегшує їхній розвиток;

- масштабованими. Проєкти швидко залучають інвестиції та перших клієнтів, а також створюють ажіотаж навколо продукту.

Окремо варто згадати про роль стартапів у післявоєнному відновленні нашої держави. Вже зараз, коли значна частина житлового фонду і цивільної інфраструктури зруйнована, українці працюють над новими технологіями в будівництві. Очікується, що інноваційні розробки, підсилені іноземними інвестиціями, допоможуть зводити житло, соціальні та комунальні об'єкти, котрі відповідатимуть вимогам щодо екологічності, безпеки й економічності [65].

1.2. Особливості розвитку туристичного бізнесу

Туризм – це діяльність людей, які подорожують до місця за межами свого звичного середовища на термін менше року для відпочинку, відвідування друзів та родичів або з професійною метою.

Важливо визначити, що означає вислів «туристична галузь». По суті, це стосується всієї діяльності, пов'язаної з короткостроковим переміщенням людей до місць, віддалених від їхнього звичайного проживання. Це одна з найбільших галузей промисловості світу, і економіка багатьох країн значною мірою залежить від їхньої туристичної торгівлі.

Це також широкомасштабна галузь, яка включає готельну індустрію, транспортну галузь та кілька додаткових галузей або секторів.

Турист. Простіше кажучи, турист подорожує до іншого місця, далеко від свого звичного соціального середовища, з метою бізнесу, задоволення або соціальних потреб. Згідно з більшістю прийнятих визначень, щоб вважатися туристом, людина повинна перебувати в цьому місці довше 24 годин, але не довше одного року.

Туристів можуть мотивувати до подорожі різні чинники, такі як відновлення тіла та розуму або прагнення до захопливих вражень, розваг чи задоволення. З іншого боку, мандрівниками може рухати культурна цікавість,

самовдосконалення, бізнес, бажання відвідати друзів та родину або встановити нові стосунки.

Хоча ділових мандрівників зазвичай класифікують як туристів, варто зазначити, що багато визначень цього слова виключають тих, хто подорожує, щоб заробити гроші в місці, куди вони їдуть.

Туризм пропонує широкий спектр переваг, включаючи економічні вигоди для країн, які приваблюють багатьох відвідувачів завдяки грошам, які вони витрачають не лише на своє перебування, а й на місцевий бізнес. Він також забезпечує багато робочих місць для людей, які працюють, серед іншого, у транспортній та готельно-ресторанній галузях (табл. 1.5).

Таблиця 1.5

Переваги туристичної галузі

№№ п/п	Переваги	Ключові аспекти	Вплив на економіку та громади
1	Економічне зростання	Генерує дохід за рахунок витрат на туризм. Підтримує різні сектори, такі як готельний бізнес, транспорт та розваги.	Зміцнює місцеву економіку та створює робочі місця. Збільшує податкові надходження для розвитку інфраструктури.
2	Культурний обмін	Сприяє культурній взаємодії та взаєморозумінню. Пропагує збереження та відзначення культурної спадщини.	Сприяє толерантності, різноманітності та глобальній обізнаності. Заохочує обмін традиціями та знаннями.
3	Охорона навколишнього середовища	Фінансує зусилля з охорони природи за рахунок туристичних зборів та пожертв. Пропагує сталий розвиток та ініціативи в галузі екотуризму.	Підтримує захист природних середовищ існування та дикої природи. Підвищує обізнаність про важливість збереження навколишнього середовища.
4	Розвиток громади	Заохочує інвестиції в місцеву інфраструктуру та послуги. Сприяє залученню громади та культурній гордості.	Покращує загальну якість життя мешканців. Створює можливості для місцевого бізнесу та підприємництва.

Джерело: [66]

Більше того, туризм може потенційно покращити відносини між державами чи підприємствами, створити можливості для розваг та відпочинку, а також підвищити вартість валюти. Він також може відкрити можливості для

культурного обміну, а для туристів – призвести до покращення щастя, добробуту та освіти.

Транспорт. Транспортний сектор займається тим, щоб допомогти туристам дістатися до місця призначення за допомогою транспорту. Це може включати надання їм засобів для досягнення мети відпустки, а також допомогу в пересуванні після прибуття до місця призначення. Цей сектор включає послуги автомобільного, залізничного, повітряного та морського транспорту.

Прокат автомобілів. Для багатьох туристів наявність автомобіля є важливою частиною їхнього туристичного досвіду, що гарантує їм можливість вільно досліджувати світ та подорожувати. Сервіси прокату автомобілів забезпечують такий доступ і часто працюють поблизу аеропортів або навіть у партнерстві з певними авіакомпаніями чи туристичними компаніями.

Космічний корабель. Новий елемент транспортного сектору, який набуватиме дедалі більшого значення в найближчі роки, пов’язаний з використанням космічних апаратів для доставки туристів у космос. Virgin Galactic нещодавно відправила космічний літак VSS Unity у відкритий космос і планує запропонувати комерційні рейси для «космічних туристів» найближчим часом.

Проживання. Сектор розміщення є центральним у туристичній та готельної індустрії, оскільки людям, які подорожують до різних регіонів, потрібне місце для проживання, відпочинку, сну та розслаблення. Фактично, за багатьма визначеннями, турист класифікується як такий, лише якщо його перебування перевищує 24 години, і він використовує певну форму проживання на ніч.

Цей підрозділ має багато складових, починаючи від готельного бізнесу і закінчуючи кемпінгами, хостелами та круїзами. Ці підрозділи детальніше пояснюються нижче:

Готелі є найочевиднішим і найпопулярнішим видом розміщення для туристів, а готельна індустрія нерозривно пов'язана з туристичною галуззю. Останнім часом спільне проживання стало основним варіантом для туристів.

Одним із найпопулярніших сервісів, що пропонують спільне житло, є Airbnb, де користувачі можуть розміщувати вільні кімнати та здавати їх в оренду мандрівникам на короткий термін. Це можуть бути окремі, приватні кімнати або спільні місця загального користування.

Хостел – це, як правило, дешевший варіант проживання, що підходить для тих, хто має обмежений бюджет або намагається зменшити витрати на проїзд. Це соціальне житло, де кілька гостей орендують ліжка у спільному просторі, зазвичай зі спільною ванною кімнатою та кухнею.

Кемпінг - це ночівля на свіжому повітрі в наметі або подібному типі укриття. Хоча туристи можуть вирішити розбити табір у громадських місцях, комерційні кемпінги є популярними та часто зручнішими.

Готель типу "ліжко та сніданок" пропонує кілька кімнат для гостей, а також пропонує ночівлю та сніданок вранці. У більшості випадків гості матимуть окрему спальню та ванну кімнату, хоча іноді ванні кімнати є спільними. Власники або господарі цих закладів також часто живуть у готелі типу "ліжко та сніданок".

Круїзи також належать до сектору розміщення, оскільки круїзні лайнери самі по собі слугують формою розміщення. Як правило, під час круїзу мандрівникам надається їхня каюта, а сам круїз триває певний час, при цьому туристи залишаються на круїзному лайнері більшу частину часу.

Мандрівники дедалі більше охоче зупиняються у фермерських будинках, зазвичай із власним харчуванням. Це пов’язано з агротуризмом, де туристи відвідують ферми, дізнаються про роботу, яка там виконується, а іноді навіть беруть участь у щоденній роботі в рамках подорожі.

Проживання з таймером. Таймшер-житло або житло на умовах відпустки – це житло, де права власності або користування розділені між кількома особами. Цим особам надається часовий проміжок – зазвичай тиждень або два тижні на рік – протягом якого вони мають право користуватися нерухомістю.

Їжа та напої. Сектор харчування та напоїв відіграє цікаву роль у туристичній галузі, забезпечуючи туристів необхідними напоями та закусками

на всіх етапах їхньої подорожі, зокрема під час подорожі, під час перебування в обраному житлі та під час дослідження місця, куди вони подорожували.

Ресторани або закусочні є одним з основних способів, якими туристи харчуються та спілкуються під час своїх подорожей. Ця категорія включає все: від ресторанів швидкого харчування, таких як McDonald's та KFC, до сімейних ресторанів та розкішних ресторанів, що пропонують страви високої кухні.

Кейтеринг зазвичай визнається як надання послуг харчування у більш віддалених місцях. Він також включає пропозиції у багатьох туристичних атракціях або розважальних закладах.

Бари та кафе є важливою частиною місцевої економіки в багатьох туристичних напрямках, пропонуючи туристам більш спокійне місце для споживання напоїв, алкоголю та спілкування з місцевими жителями чи іншими туристами. Вони, як правило, менші за ресторани та можуть мати певну тематику або пропонувати досить загальний асортимент продуктів.

Нічні клуби є однією з найважливіших частин харчової промисловості та напоїв, забезпечуючи мандрівників розвагами вночі та приваблюючи багатьох туристів до деяких напрямків.

Розваги. Деякі туристи подорожують до нових місць у пошуках розваг. Таких мандрівників можуть приваблювати розважальні можливості, недоступні в їхньому рідному місці, або ж вони можуть потребувати більш загальних розваг, які доступні майже в будь-якій точці світу, як частини своєї подорожі.

Розважальні пам'ятки чи місця проведення іноді є головними речами, які приваблюють мандрівників до певного туристичного місця. З іншого боку, багато інших розважальних пропозицій створені для того, щоб скористатися існуючим туризмом.

Казино – це розважальні заклади, зосереджені на азартних іграх. Більшість цих заходів – це азартні ігри, хоча казино також пропонують ігри з певним елементом навичок.

Туристична інформація. У сучасній індустрії подорожей та гостинності туристична інформація існує онлайн та офлайн. Онлайн-туристична інформація

включає інформаційні веб-сайти, що висвітлюють місцеві визначні пам'ятки, туристичні місця чи об'єкти.

Шопінг. Роздрібна торгівля та туристична галузь тісно пов'язані, і більшість основних туристичних напрямків також пропонують торговельні заклади. У деяких випадках шопінг може приваблювати туристів у першу чергу, тоді як підрозділ шопінгу в секторі розваг також включає такі речі, як безмитні покупки та торгівлю на місцевих ринках.

Туристичні путівники та тури. Туристичні гіди надають туристам доступ до організованих екскурсій місцевими визначними пам'ятками, пам'ятками, навчальними закладами та іншими цікавими місцями. Роблячи це, вони можуть запропонувати допомогу, експертну думку та контекст, часто роблячи враження приємнішими, зручнішими та кориснішими для туристів.

Пов'язані галузі. Деякі галузі прямо чи опосередковано пов’язані з туризмом. До них належать галузі, що базуються на фактичному зв’язку клієнтів з туристичними послугами, а також галузі, що базуються на наданні клієнтам важливої інформації, яка може допомогти їм у подорожах.

Фінансові послуги можуть бути пов'язані з туристичною галуззю кількома способами, найочевиднішим з яких є надання страхових продуктів, що пропонують фінансовий захист у надзвичайних ситуаціях або у випадках, коли потрібне медичне лікування. Крім того, фінансові послуги можуть бути пов'язані з такими речами, як обмін валют.

Туристичні агенти продають туристичні або туристичні продукти клієнтам від імені постачальників. Зазвичай вони отримують комісію від постачальників і пропонують мандрівникам поради щодо найкращих туристичних продуктів, що відповідають їхнім потребам або вподобанням. Деякі туристичні агенти також пропонують послуги з ділових поїздок.

Туроператори, як правило, продають пакетні тури, які поєднують кілька туристичних послуг в один продукт. Пакетний тур може, наприклад, включати плату з туристів за авіаквитки, трансфер з/до аеропорту, проживання в готелі та послуги місцевого представника.

Онлайн-турагентства, або OTA, пропонують послуги, подібні до інших туристичних агентів, хоча ці послуги надаються через Інтернет, забезпечуючи більше самообслуговування. Деякі популярні OTA включають Expedia, Booking.com, Kayak та lastminute.com. Ці OTA також можуть виконувати функцію метапошукових систем.

Туристичні організації існують для того, щоб піклуватися про туристичну галузь та діяти від її імені. Вони можуть впливати на національну туристичну політику, лобіювати уряди в інтересах туристичної галузі та працювати над об'єднанням різних секторів.

Освітні. Туристична галузь також дедалі більше включає освітній компонент, оскільки багато людей подорожують для участі в конференціях чи виставках, часто зосереджених на спеціалізованих темах (табл. 1.6).

Таблиця 1.6

Види туризму

№№ п/п	Види туризму	Характеристика
1	Культурний туризм	Культурний туризм – це вид туризму, коли мандрівника мотивує бажання дізнатися про історію, традиції, звичаї та культурні пам'ятки певного місця та познайомитися з ними. Часто це пов'язано з знайомством з іншими способами життя та спілкуванням з людьми, але культурний туризм також може допомогти фінансувати зусилля зі збереження природи. За своєю природою культурний туризм може приймати багато різних форм, зокрема відвідування пам'яток, музеїв та релігійних місць, участь у фестивалях, заняття мистецтвом або вивчення місцевої мови.
2	Спортивний та подієвий туризм	Спорт слугує головною привабливістю в туристичній галузі, а спортивний туризм – це будь-яка форма подорожі, де відвідування спортивного заходу є основною мотивацією.
3	Сталий туризм	Сталий туризм має на меті мінімізувати вплив туризму на навколишнє середовище, природу та місцеві громади. Прикладами сталих практик є зменшення відходів, використання відновлюваної енергії, закупівля продуктів харчування на місцевому рівні або перехід на способи транспорту з меншими викидами.
4	Пригодницький туризм	Пригодницький туризм описує форми туризму, які включають елемент ризику та де можуть знадобитися фізичні зусилля та спеціальні навички. Він надає туристам можливість насолодитися гострими відчуттями або унікальними враженнями та заохочує їх відійти від звичного способу життя, щоб спробувати щось більш авантюрне. Прикладами діяльності, що підпадає під визначення пригодницького туризму, є альпінізм, стрибки з тарзанки, підводне плавання та трекінг.
5	Рекреа	Туризм, який в першу чергу мотивований відпочинком, задоволенням та

	ційний туризм	розслабленням, можна класифікувати як рекреаційний туризм. Завдяки рекреаційному туризму люди часто можуть фізично відновити сили, одночасно покращуючи своє психічне здоров'я. Сама галузь часто висвітлює можливості для туристів створити незабутні спогади.
6	Діловий туризм або корпоративні подорожі	Подорожі з діловою метою називають діловим туризмом або діловими поїздками. Це величезна частина туристичної галузі, яка зазвичай мотивована бажанням обмінятися знаннями та налагодити ділові стосунки. Важливо, що ділових туристів все ще вважають працюючими, але вони роблять це поза своїм звичним місцем роботи Прикладами діяльності, яка може відбуватися під час ділових поїздок, є відвідування конференцій, виставок, ділових вечерь, зустрічей або семінарів
7	Внутрішній туризм та відпочинок удома	Внутрішній туризм - це вид туризму, коли людина подорожує до іншого місця в межах країни, де вона зазвичай проживає. Це може включати відпустки на виїзді, вихідні та інші подібні поїздки. Багато готелів активно орієнтуються на внутрішніх туристів у своїх маркетингових зусиллях, оскільки вони можуть забезпечити цілорічний бізнес. Внутрішній туризм може бути особливо важливим у великих країнах, таких як Сполучені Штати.
8	Сільський туризм	Основне визначення сільського туризму – це туризм, зосереджений на районах, віддалених від великих населених пунктів, таких як міста та селища. Однак, сільський туризм зазвичай виходить за рамки простого відвідування сільської місцевості та передбачає активну участь у сільському способі життя. Прикладами є походи з кемпінгом, піші походи, агротуризм, який зазвичай зосереджений на фермах або ранчо, та екотуризм, який є формою відповідального подорожування до природних зон.
9	Медичний туризм або оздоровчий туризм	Медичний туризм відбувається, коли людина подорожує до іншої країни з метою отримання медичного лікування. Історично медичний туризм був орієнтований переважно на людей, які проживали в країнах з поганою системою охорони здоров'я. Однак останнім часом низка країн виявили, що пропонування косметичних процедур або доступ до експериментальних методів лікування може залучити велику кількість відвідувачів і дати значний поштовх розвитку туристичної галузі.
10	Агротуризм – проживання на фермах та ранчо	Агротуризм поєднує сільськогосподарську діяльність з туризмом і, як правило, передбачає перебування туриста на фермі, ранчо чи подібній власності. Це дозволяє туристу відчути повсякденне життя в сільськогосподарському середовищі, навчаючи його аспектам діяльності підприємства та водночас забезпечуючи розваги. Типовими прикладами діяльності, в якій можуть брати участь туристи, є годування тварин, катання на конях, збирання фруктів та вживання страв, приготованих на фермі з використанням продуктів з ферми.
11	Темний туризм, чорний туризм або туризм скорботи	Темний туризм, або чорний туризм, – це підрозділ туристичної індустрії, зосереджений на місцях, пов’язаних із трагедіями. Іноді його називають туризмом горя, він включає відвідування полів битв, таборів для військовополонених, місць, пов’язаних із катастрофами, та інших історичних місць, пов’язаних зі смертю та стражданнями. Темний туризм не завжди має негативні конотації та може бути освітнім, з шанобливими намірами. Прикладами цього є поїздки до концентраційного табору Освенцим, Поля смерті в Камбоджі, Всесвітній торговий центр у Нью-Йорку або район навколо Чорнобильської атомної електростанції.

Джерело: [66]

Окрім того, школи та навчальні програми є частиною цього підрозділу туристичної та готельної індустрії.

Туристичні гіди надають туристам доступ до організованих екскурсій місцевими визначними пам'ятками, пам'ятками, навчальними закладами та іншими цікавими місцями. Роблячи це, вони можуть запропонувати допомогу, експертну думку та контекст, часто роблячи враження приємнішими, зручнішими та кориснішими для туристів [67].

1.3. Нормативно-правова база для організації стартапів

Початок нового бізнесу може бути складним завданням, особливо коли йдеться про подолання регуляторних труднощів. Підприємці та інвестори повинні бути в курсі змін у політиці та вимогах щодо дотримання нормативних вимог, щоб уникнути правових та фінансових наслідків.

По-перше, важливо дослідити відповідні нормативні акти, що стосуються сфери застосування, включаючи державні та місцеві закони. Залучення юридичної експертизи на ранній стадії може бути дуже корисним; найм спеціалізованого юрисконсульта, який розуміє нюанси вашої галузі [68].

Важливим є інвестування в заходи кібербезпеки та впровадження політик конфіденційності, що відповідають таким нормативним актам, як GDPR, для європейських клієнтів.

Для стартапів, які планують міжнародну експансію, необхідне розуміння дотримання глобальних нормативних вимог. Також важливо адаптувати програми дотримання вимог з урахуванням культурних та правових відмінностей у різних країнах.

Важливо встановити внутрішні політики захисту комерційної таємниці, включаючи угоди про нерозголошення (NDA) для співробітників і партнерів. Регулярний моніторинг ринку на предмет потенційних порушень прав інтелектуальної власності та вжиття швидких правових заходів проти порушників може запобігти крадіжці інтелектуальної власності та її несанкціонованому використанню.

Для успішного запуску та управління стартапом важливо не лише створити інноваційний продукт чи послугу, але й сформувати правильну правову базу. Юридичні питання забезпечують правову безпеку стартапу, збільшують шанси на залучення інвестицій та допомагають запобігти проблемам у майбутньому. Законодавство та правова база щодо стартапів включають такі важливі елементи:

Вибір організаційно-правової форми. Одним з найважливіших рішень під час реєстрації стартапу є вибір організаційно-правової форми. Цей вибір визначає, які податки сплачуватиме бізнес, рівень юридичної відповідальності та майбутні стосунки з інвесторами (табл. 1.7).

Таблиця 1.7

Найпоширеніші типи організаційно-правових структур

№№ п/п	Типи орг. структур	Характеристика
1	Індивідуальне підприємництво	найпростіша правова форма з одним власником, який несе особисту відповідальність за всіма зобов'язаннями бізнесу
2	Товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ)	захищає особисті активи власників від зобов'язань бізнесу. ТОВ пропонують гнучкість у податковому плані та є зручним вибором для малого бізнесу.
3	Корпорації (C-Corp та S-Corp)	Корпорації контролюються акціонерами та надають їм можливість залучати капітал. Венчурні капіталісти віддають перевагу C-Corp, оскільки вони пропонують більшу гнучкість та захист для інвесторів.

Джерело: [69]

Обираючи організаційно-правову форму, слід враховувати розмір бізнесу, план залучення коштів та ризики відповідальності.

Корпоративні документи та угоди. Після реєстрації стартапу необхідно належним чином підготувати та організувати корпоративні документи. До них належать:

1. Установчі документи. Ці документи містять основну інформацію про компанію, включаючи її назву, мету, організаційно-правову форму та структуру управління.

- Статут. Він визначає правила діяльності та управління компанією. Він регулює взаємовідносини між акціонерами, директорами та керівництвом.
- Угоди про розподіл акцій. Ці угоди визначають, як можуть бути розподілені акції. Вони також визначають права та обов'язки власників компанії.

2. Права інтелектуальної власності. Інтелектуальна власність (ІВ) може бути одним із найцінніших активів вашого стартапу. Права ІВ важливі для захисту вашого продукту, технології, бренду та інших інновацій. Існує кілька способів захисту інтелектуальної власності:

- Комерційна таємниця: використовується для захисту конфіденційної інформації стартапу, включаючи виробничі процеси, рецепти чи стратегії.

3. Трудове право та командні контракти. Наявність правильних контрактів з членами вашої команди допоможе вашому стартапу залишатися юридично захищеним. Наступні контракти є важливими для формалізації командних відносин:

- Трудові договори: визначають обов'язки членів команди, заробітну плату, умови праці та інші правила. NDA (угода про нерозголошення): визначає зобов'язання щодо конфіденційності між членами команди та партнерами. Це необхідно для захисту конфіденційної інформації стартапу.
- Угоди про неконкуренцію та непереслідування клієнтів: використовуються для заборони працівникам працювати в конкуруючій компанії або залучати клієнтів компанії після звільнення з компанії.

4. Графік надання прав. Під час надання акцій членам команди їм ставиться умова працювати протягом певного періоду часу, щоб повністю отримати акції. Це використовується для забезпечення сталого розвитку стартапу та залучення команди до довгострокової співпраці.

5. Залучення інвестицій та контракти. Юридичні контракти мають особливе значення в процесі залучення капіталу для стартапів. Наступні контракти важливі в процесі залучення капіталу:

- Термін угоди: це початковий документ для укладення угоди між інвестором та стартапом. У ньому зазначено умови інвестування, вартість, частку та права інвесторів.
- Інвестиційні угоди: Визначають права та обов'язки між сторонами на основі умов, узгоджених з інвесторами. Вони передбачають суму інвестицій, права інвесторів, дивіденди та акції.
- Угода акціонерів: регулює відносини між акціонерами. Вона включає права інвесторів, правила голосування, умови продажу акцій та інші важливі аспекти.

6. Податкові питання та фінансові розрахунки. Під час управління стартапом важливо розуміти податкові питання та дотримуватися податкового законодавства. У процесі формування правової бази необхідно вивчити, як сплачувати податки, які вигоди від них отримувати та стратегії зниження податків. Також правильні фінансові розрахунки дозволяють забезпечити інвесторів достовірними фінансовими показниками.

7. Угоди та захист від судових позовів. Під час ведення стартапу можуть виникати різні угоди та судові позови. Щоб запобігти цьому, необхідно вжити заходів правового захисту та скласти правильні контракти. Також важливо проконсультуватися з юристом, щоб заздалегідь розглянути юридичні питання та мінімізувати потенційні ризики [69].

Законодавство про стартапи – це правова база, яка регулює створення, діяльність та розвиток нових підприємств. Вона охоплює широкий спектр правових дисциплін, включаючи корпоративне право, право інтелектуальної власності, трудове право та дотримання нормативних вимог (табл. 1.8).

У країнах ЄС розроблена Комісією Стратегія для стартапів та масштабних компаній. Комісія визначила стартапи, дослідження та інновації як один з ключових пріоритетів свого мандату, з метою подолання інноваційного розриву між ЄС та його світовими конкурентами для підвищення конкурентоспроможності.

Таблиця 1.8

Складові алгоритму створення стартапу

№№ п/п	Складові стартапу	Характеристика
1	Створення та структура компанії	Одним із перших юридичних міркувань для будь-якого стартапу є вибір правильної бізнес-структури. Варіанти включають індивідуальне підприємництво, партнерство, товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ) та корпорацію. Кожна структура має свої власні наслідки для оподаткування, відповідальності та управління. Для компаній на ранніх стадіях розвитку ТОВ пропонують адаптивність та захист особистих активів, тоді як C-Corps, розроблені для масштабування, можуть похвалитися податковими пільгами та можливостями випуску акцій.
2	Інтелектуальна власність (ІВ)	Для стартапів інтелектуальна власність (ІВ) часто є їхнім найціннішим активом. Засновники стартапів повинні бути знайомі з торговими марками, патентами, авторськими правами та комерційною таємницею, а також вживати проактивних заходів для захисту своїх творінь.
3	Відповідність	Стартапи працюють у складному регуляторному середовищі, що підпадає під дію законів та нормативних актів на місцевому, державному рівнях.
4	Дотримання законів про конфіденційність даних	Зі зростанням акценту на конфіденційності даних, стартапи повинні надавати пріоритет дотриманню правил конфіденційності, щоб захистити інформацію про клієнтів та зменшити юридичні ризики. Розуміння таких правил, як GDPR та CCPA, має вирішальне значення для стартапів, які збирають, обробляють або зберігають персональні дані.
5	Законодавство про фінансування та цінні папери	Закони про цінні папери регулюють продаж акцій та боргових цінних паперів, встановлюючи вимоги до розкриття інформації та обмеження на діяльність зі збору коштів. Раунди початкового фінансування залучають бізнес-ангелів, тоді як раунди серії А залучають венчурних капіталістів. Кожен з них має свої особливості та угоди з інвесторами.
6	Юридичні контракти	Від угод про нерозголошення (NDA) з потенційними інвесторами до трудових договорів та угод про надання послуг з постачальниками, бездоганні контракти – це важливі дорожні знаки. Вони визначають очікування, зменшують ризики та захищають ваш бізнес від непорозумінь і потенційних суперечок.
7	Трудове право	Створення талановитої команди є ключем до успіху, але дотримання законодавства є обов'язковим. Розуміння вимог щодо мінімальної заробітної плати, правил понаднормової роботи та пільг для працівників забезпечує гармонійне робоче середовище.
8	Галузеві норми	Кожна галузь працює в рамках власного правового поля. Розуміння та дотримання цих правил є життєво важливим для безперебійної роботи та уникнення дорогих штрафів.
9	Бізнес-ліцензії та дозволи	Отримання необхідних ліцензій та дозволів для стартапу є надзвичайно важливим, оскільки це легітимізує бізнес-операцію та забезпечує дотримання місцевих норм. Це може включати дозволи на зонування, дозволи на охорону здоров'я, професійні ліцензії або дозволи, пов'язані з певною галуззю.
10	Податкові міркування	Дотримання податкових зобов'язань є фундаментальним аспектом ведення стартапу та вимагає ретельного планування і розробки стратегії.

	для стартапів	Стартапи сплачують різні податки, включаючи податок на прибуток, податок з продажу та податок на заробітну плату. Визначення податкових відрахувань та кредитів, доступних для стартапів, може допомогти мінімізувати податкові зобов'язання та оптимізувати фінансові ресурси.
11	Міжнарод на експансія	Вихід на міжнародні ринки створює як можливості, так і виклики для стартапів, що вимагає ретельного врахування правових та регуляторних факторів. Правові аспекти включають транскордонне оподаткування, захист інтелектуальної власності та дотримання іноземних законів і нормативних актів.
12	Стратегії виходу	Поширені варіанти виходу включають придбання, злиття та первинні публічні пропозиції акцій (IPO). Розуміння юридичних наслідків кожного варіанту може допомогти приймати обґрунтовані рішення.

Джерело: [69]

Ключові дії зосереджені на сприянні інноваційно-орієнтованому регулюванню, покращенні доступу до фінансування, прискоренні виходу на ринок та його розширення, залученні та утриманні найкращих талантів і сприянні доступу до інфраструктури, мереж і послуг.

Стартапи та скейлапи є одними з ключових рушійних сил інновацій, оскільки вони часто розробляють та впроваджують на ринок проривні інноваційні продукти та рішення. Процвітаюча екосистема стартапів та скейлапів відіграє ключову роль в економічному зростанні та розвитку ринку, стимулюючи продуктивність, стимулюючи інвестиції та створюючи якісні робочі місця.

Багато інноваційних компаній шукають венчурний капітал та розширюють можливості за межами Європи: близько 60% усіх глобальних зростаючих компаній базуються в Північній Америці, порівняно з лише 8% в ЄС. Частка ЄС у світовій частці залученого венчурного капіталу становить лише 5%, порівняно з 52% у Сполучених Штатах або 40% у Китаї [71].

Стратегія ЄС окреслює комплекс дій у п'яти ключових сферах, поєднуючи нові законодавчі пропозиції, незаконодавчі заходи та фінансові інструменти для зміцнення екосистем стартапів та скейлапів (табл. 1.9).

До прикладу, в Іспанії засновники нещодавно створених технологічних, швидкозростаючих, інноваційних компаній із масштабованою бізнес-моделлю

(відомі як стартапи) мають власну регуляторну базу для розвитку своєї діяльності: «Закон про сприяння екосистемі стартапів» [75].

Таблиця 1.9

Основні дії стратегії ЄС для підтримки стартапів та скейлапів*

№№ п/п	Дія	Опис
1	Сприяння інноваційно-сприятливому регулюванню	В основі прагнення Комісії спростити регуляторний ландшафт лежить 28-й Європейський режим (1 квартал 2026 року), спрямований на оптимізацію регулювання в таких сферах, як неплатоспроможність, трудове та податкове законодавство. Комісія також представить Європейський закон про інновації (1 квартал 2026 року), спрямований на підтримку інновацій шляхом сприяння регуляторним пісочницям, які дозволять новаторам розробляти та тестувати нові ідеї в реальних умовах.
2	Краще фінансування для стартапів та скейлапів	Щоб подолати дефіцит фінансування для компаній, що розвиваються в галузі глибоких технологій, Комісія співпрацюватиме з приватними інвесторами для створення ринкового, приватно керованого та співфінансованого Фонду Scaleup Europe (2026). Цей новий інструмент призначений для підтримки швидкозростаючих стартапів, що працюють у так званих стратегічних секторах, таких як штучний інтелект, чисті технології та технології подвійного використання.
3	Швидке освоєння ринку та розширення	Для пришвидшення виходу на ринок Стратегія включає такі дії, як ініціатива «Від лабораторії до єдинорога» (2026), метою якої є об'єднання університетських екосистем по всьому ЄС. Комісія також перегляне та запропонує заходи щодо закупівель, що сприяють інноваціям (2025-2026), щоб краще підтримувати стартапи та масштабні компанії шляхом зменшення можливих бар'єрів та заохочення інновацій.
4	Підтримка найкращих талантів у Європі	Для сприяння кращому доступу до висококваліфікованих фахівців Стратегія включає такі дії, як Ініціатива «Блакитний килим» (2025-2026). Комісія також представить Пакет заходів щодо справедливої мобільності робочої сили *(2026)*, що включає роз'яснення правил координації соціального забезпечення у разі транскордонної дистанційної роботи та Ініціативу щодо перенесення навичок для подальшого полегшення та спрощення визнання кваліфікацій, зокрема для громадян третіх країн.
5	Доступ до інфраструктури, мереж та послуг	Щоб забезпечити скорочення часу виходу на ринок та швидшу комерціалізацію, Стратегія включає такі дії, як Хартія доступу (2025) для промислових користувачів до дослідницької та технологічної інфраструктури.

**Скейлап (англ. scale-up) компанія, яка вже вийшла зі стадії стартапа, довела свою затребуваність на ринку та тепер активно нарощує масштаби своєї діяльності, значно збільшуючи доходи, кількість співробітників, охоплення ринку та частку ринку, щоб стати лідером у своїй ніші.*

Джерело: [72]

Нове положення визначає категорію стартап-компанії як таку, що відповідає умовам: вік не більше п'яти років (семи для стратегічних секторів), штаб-квартира або постійний зареєстрований офіс в Іспанії, розробляє

інноваційний підприємницький проєкт із масштабованою бізнес-моделлю або не котирується на фондовій біржі та не виплачує дивіденди; 60% робочої сили повинні мати трудовий договір в Іспанії, або річний обіг не повинен перевищувати 10 мільйонів євро.

Щоб стати бенефіціаром заходів, викладених у законі, стартап-компанія повинна довести свою «інноваційну та масштабовану природу бізнес-моделі». Для цього було включено такі критерії, які оцінюватиме Національна компанія з інновацій (ENISA): ступінь інноваційності, ступінь ринкової привабливості, етап розвитку компанії, масштабованість бізнес-моделі, конкуренція, команда або обсяг клієнтів чи користувачів [73].

В Україні нормативно-правова база щодо стартапів у повному обсязі досі не створена. Є Розпорядження «Про схвалення Стратегії розвитку сфери інноваційної діяльності на період до 2030 року» [1], останній варіант закону «Про інноваційну діяльність» був розроблений 23 роки тому і в ньому про стартапи немає нічого [2].

Висновки. Стартапи є одними з ключових рушійних сил інновацій, оскільки вони часто розробляють та впроваджують на ринок проривні інноваційні продукти та рішення. Процвітаюча екосистема стартапів та скейлапів відіграє ключову роль в економічному зростанні та розвитку ринку, стимулюючи продуктивність, стимулюючи інвестиції та створюючи якісні робочі місця. Оскільки Україна розробляє багато різних стартапів, які мають міжнародне визнання, необхідно забезпечити їх відповідною нормативно-правовою базою.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СВІТОВОГО ДОСВІДУ В ОРГАНІЗАЦІЇ СТАРТАПІВ У ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРІ

2.1. Роль стартапів у світовій економіці

Стартапи – це молоді компанії, засновані підприємцями для розробки унікального продукту чи послуги та виведення їх на ринок. Ці підприємства зазвичай характеризуються інноваційним підходом, масштабованістю та потенціалом для швидкого зростання. Екосистема стартапів охоплює широкий спектр гравців, включаючи засновників, інвесторів, акселератори, інкубатори та служби підтримки, які працюють разом для сприяння підприємництву та стимулювання економічного прогресу (табл. 2.1. і 2.2.).

Таблиця 2.1

Провідні технологічні стартап-екосистеми у світі у 2023 році (кількість стартапів)

№№ п/п	Країни	Кількість, одиниць
1	США	167
2	Велика Британія	34
3	Індія	31
4	Ізраіль	18
5	Канада	16
6	Німеччина	14
7	Франція	12

Джерело: [74]

Таблиця 2.2

Найбільші інвестиційні раунди стартапів

№№ п/п	Назва проєкту	Характеристика
1	Ramp	платформа для управління корпоративними витратами, у тому числі на поїздки (300 млн дол.)
2	Archer Aviation	розробник таксі, що літає (215 млн. дол)
3	Klook	онлайн-турагентство (210 млн. дол.. у вигляді капіталу та боргу)
4	GetYourGuide	онлайн-турагентство (194 млн. дол. у вигляді капіталу та боргу)
5	Lilium	розробник таксі, що літає (192 млн. дол.)
6	SkyNGR	розробник екологічного авіаційного палива (190,9 млн. дол.)
7	Hostaway	платформа для управління об’єктами короткострокової оренди (175 млн. дол.)
8	DiDi Autonomous Driving	розробник безпілотного таксі (149 млн. дол.)

Джерело: [61]

StartupBlink - це найповніша у світі карта екосистеми стартапів та дослідницький центр, який співпрацює з понад 100 державними установами по всьому світу. Глобальна карта екосистеми стартапів StartupBlink містить десятки тисяч зареєстрованих стартапів, коворкінгів та акселераторів, створюючи надійну вибірку інновацій у всьому світі [79].

Один із ключових способів, яким стартапи сприяють економічному зростанню, – це впровадження революційних технологій та інноваційних бізнес-моделей. Приклади революційних стартапів, які трансформували цілі галузі:

1. Uber та Lyft у сфері транспорту.
2. Airbnb у сфері гостинності.
3. Netflix у сфері розваг.
4. Amazon у роздрібній торгівлі та хмарних обчисленнях.
5. Смуга - у фінансових технологіях.

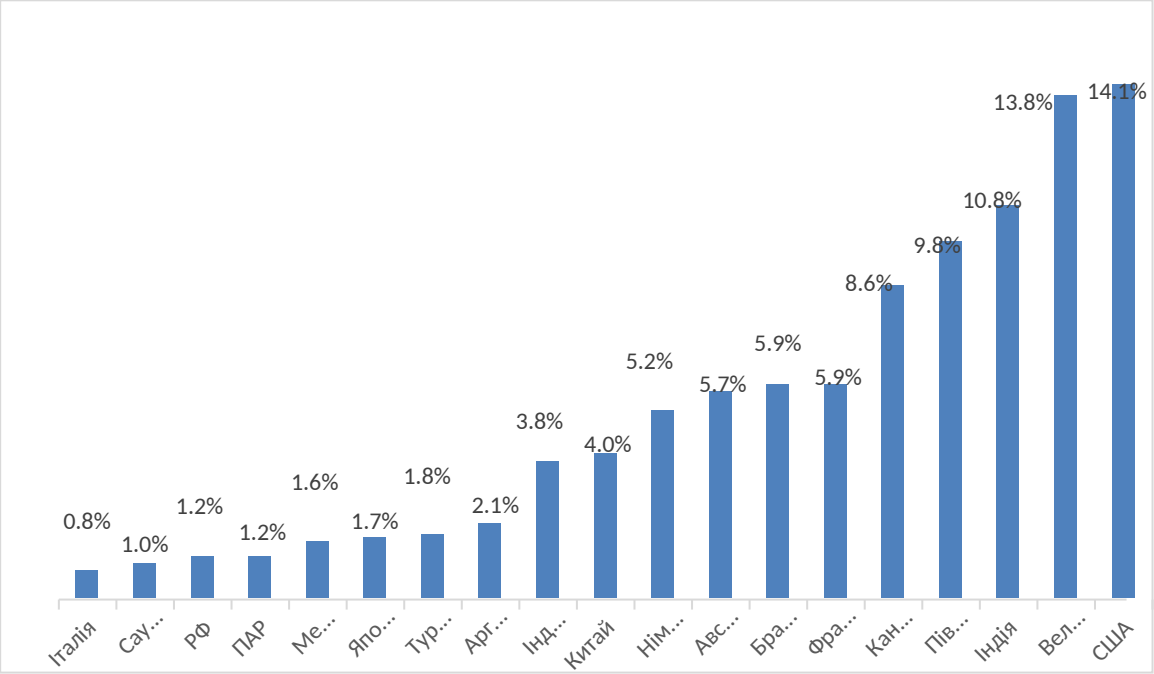


Рис. 2.1. Економічне значення стартапів* (% від ВВП країни)

**Середнє значення становить 8% ВВП G20*

Джерело: [74]

Ці компанії не лише створили величезну цінність для себе, але й стимулювали інновації та конкуренцію у своїх відповідних секторах, що зрештою принесло користь споживачам та економіці в цілому.

Стартапи як генератори робочих місць**.** Одним із найважливіших внесків стартапів в економічне зростання є їхня роль у створенні робочих місць. Стартапи постійно розширюються та наймають нові таланти для стимулювання свого зростання.

Якість та різноманітність зайнятості. Стартапи не лише створюють велику кількість робочих місць, але й пропонують різноманітні та високоякісні можливості працевлаштування. Ці компанії часто залучають кваліфікованих фахівців, включаючи інженерів, дизайнерів, маркетологів та фахівців з обробки даних, сприяючи розвитку висококваліфікованої робочої сили.

У всьому світі малі та середні підприємства становлять приблизно 90% підприємств і понад 50% зайнятості. Стартапи, які можна умовно визначити як молоді, швидкозростаючі компанії, виявилися надзвичайно динамічним компонентом ширшої категорії малих та середніх підприємств. Зокрема, в ОАЕ малі та середні підприємства забезпечують понад 63% ВВП, не пов'язаного з нафтою, і уряд прогнозує, що до 2030 року в країні буде понад мільйон малих та середніх підприємств.

Мультиплікаційний ефект на зайнятість. Вплив стартапів на створення робочих місць виходить за рамки прямої зайнятості. По мірі зростання та успіху цих компаній вони створюють хвильовий ефект по всій економіці, опосередковано підтримуючи робочі місця в різних секторах.

Спільні інновації та відкрите програмне забезпечення. Багато стартапів використовують моделі спільних інновацій та роблять внесок у проєкти з відкритим кодом, що може пришвидшити технологічний прогрес у цілих галузях. Ділячись знаннями та ресурсами, стартапи допомагають створити більш динамічну та інноваційну екосистему, яка приносить користь економіці в цілому.

Фінтех – класичний приклад цього явища. Більшість революційних проривів у мобільному банкінгу, платіжних рішеннях та технології блокчейн були започатковані стартапами. Ці досягнення трансформують глобальне надання фінансових послуг та розширюють доступ до банківських послуг, особливо в регіонах зі значним населенням, яке не користується банківськими послугами.

Подолання розриву між дослідженнями та комерціалізацією. Стартапи часто слугують мостом між академічними дослідженнями та комерційними застосуваннями. Багато успішних стартапів започатковуються в університетських дослідницьких лабораторіях або засновані науковцями, які прагнуть вивести свої інновації на ринок.

Залучення інвестицій та приплив капіталу. Венчурний капітал та бізнес-ангельське інвестування. Стартапи відіграють життєво важливу роль у залученні інвестиційного капіталу до місцевої та національної економік. Венчурні компанії та бізнес-ангели постійно шукають перспективні стартапи з високим потенціалом зростання (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

Найбільші світові ринки венчурного фінансування (2023р.)

№№ п/п	Країни	млрд.дол США
1	США	269.08
2	Китай	60.68
3	Велика Британія	32.18
4	Індія	28.28
5	Німеччина	17.08
6	Франція	11.68
7	Бразилія	10.68
8	Канада	10.38
9	Ізраіль	8.48
10	Сінгапур	8.38
11	Швеція	7.28
12	Нідерланди	6.28

Джерело: [74]

Інвестування є ще одним важливим чинником економічного зростання. Наприклад, в ОАЕ фінансування технологічних стартапів у 2025р. зросло на 865% (порівняно з аналогічним кварталом попереднього року) до 872 млн.

доларів. Тим часом за той самий період інвестиції в стартапи в Північній Америці досягли 82 млрд. доларів завдяки ентузіазму щодо генеративного штучного інтелекту.

Коли венчурний капітал надходить у стартапи, запускається цикл. Капітал призводить до зростання, а зростання призводить до найму. Це, у свою чергу, означає більшу купівельну спроможність населення, що сприяє зростанню економіки загалом.

Прямі іноземні інвестиції (ПІІ). Процвітаючі екосистеми стартапів можуть залучати прямі іноземні інвестиції, оскільки міжнародні компанії та інвестори прагнуть залучити місцеві таланти та інноваційні технології. Цей приплив іноземного капіталу може стимулювати економічне зростання та сприяти розвитку міжнародних ділових відносин.

Сприяння підприємництву та економічному динамізму. Стартапи відіграють вирішальну роль у розвитку культури підприємництва в суспільстві.

Заохочення до ризику та стійкості. Екосистема стартапів сприяє культурі продуманого прийняття ризиків та стійкості. Підприємці вчаться долати виклики, адаптуватися до змінних ринкових умов та наполегливо працювати, незважаючи на невдачі.

Економічне оновлення та адаптація. Стартапи сприяють економічному оновленню, кидаючи виклик існуючим фірмам та стимулюючи галузеві інновації (табл. 2.4.).

Таблиця 2.4

Організації, що впроваджують ШІ, за функціональними сферами

№№ п/п	Опис функціональної сфери	%
1	зовнішня комунікація	71
2	відносини з клієнтами	66
3	менеджмент робочої сили	60
4	безпека/шахрайство	60
5	операційне середовище	51
6	моніторинг через зовнішні пристрої	37
7	логістика та ланцюги поставок	36
8	системи виробничих засад	27
9	прискорення транзакцій	24
10	мобільний флот	22

Джерело: [74]

Регіональний економічний розвиток та формування кластерів. Стартап-хаби та інноваційні райони. Успішні стартапи часто групуються в певних географічних районах, створюючи динамічні інноваційні центри, які приваблюють таланти, інвестиції та допоміжні служби. Прикладами відомих стартап-центрів є:

1. Кремнієва долина, Каліфорнія.
2. Кремнієва алея Нью-Йорка.
3. Технологічне місто Лондона.
4. Кремнієва долина Тель-Авіва.
5. Чжунгуаньцунь у Пекіні.

Ці кластери стають потужними двигунами регіонального економічного розвитку, сприяючи співпраці, обміну знаннями та створенню спеціалізованої інфраструктури.

Відродження міських територій. Стартапи можуть відігравати значну роль у зусиллях щодо відродження міст. Переміщаючись у раніше недостатньо використовувані райони, молоді компанії можуть трансформувати райони, залучати нових мешканців та підприємства, а також сприяти загальній економічній життєздатності міст.

Сприяючи підприємництву та інноваціям у різних географічних місцях, стартапи можуть допомогти подолати регіональну економічну нерівність.

Підвищення продуктивності та ефективності. Стартапи часто впроваджують нові технології та інноваційні процеси, які можуть значно підвищити продуктивність та ефективність у різних галузях(табл. 2.5).

Від автоматизації та штучного інтелекту до блокчейну та Інтернету речей, інновації, що розвиваються завдяки стартапам, змінюють те, як працюють підприємства та надають цінність клієнтам.

Існує два основних типи стартапів:

1. Трансформаційні стартапи.
2. Стартапи для натурального господарства.

Таблиця 2.5

Прогноз світового доходу від штучного інтелекту у 2025 році, ранжований за варіантами використання у млрд..дол. США

№№ п/п	Види діяльності	млрд. дол.
1	розпізнавання статичних зображень, класифікатор ard тегування	8.097
2	алгоритми торгівлі стратегія продуктивного менеджменту	7.540
3	ефективний, масштабований процес аналізу даних	7.366
4	прогнозне обслуговування	4.680
5	ідентифікація об'єкту, виявлення, класифікація, відстеження	4.201
6	текстовий запит зображень	3.714
7	автоматизоване геофізичне виявлення ознак	3.655
8	розповсюдження контенту на соціальні медіа	3.564
9	виявлення об'єктів/ класифікація, навігація	3.169

Джерело: [74]

Трансформаційні стартапи – це ті, що орієнтовані на високе зростання, прагнучи створювати нові продукти, послуги та галузі. Вони є більш успішними та мають значний вплив на економіку.

Натуральні стартапи зосереджені на отриманні доходу та наданні послуг, не обов'язково прагнучи високого зростання. Вони привносять від 0,5 до 1% щорічного внеску в світову економіку [77].

Дослідження економічного впливу Всесвітньої туристичної ради (WTTC)за 2025 рік показує, наскільки технології формують туристичну галузь. У 2025 році туристичний сектор приніс світовій економіці 11,7 трильйона доларів і забезпечив 371 мільйон робочих місць (табл. 2.6).

Здорова конкуренція є важливою для стартапів і клієнтів, щоб курувати середовище для стартапів. Наразі багато стартапів впровадили новітні технології, такі як Інтернет речей, штучний інтелект (ШІ), робототехніка тощо. Більшість технологічних гігантів сьогодні передають свої завдання стартапам на аутсорсинг, що допоможе збільшити грошовий потік стартапів.

Стартапам потрібен багатогранний підхід, що включає:

- колективний доступ до капіталу:
- удосконалення доступу до талантів;
- початковий доступ до ринків;

Таблиця 2.6

Роль та вплив туристичних технологій у сфері туризму та подорожей

№№ п/п	Роль туристичних технологій	Вплив на динаміку галузі	Загальні переваги для туристичного та туристичного бізнесу
1	Посилення операційних можливостей	Оптимізує та автоматизує складні операції, від обслуговування клієнтів до логістики.	Підвищує ефективність, знижує експлуатаційні витрати та вивільняє ресурси для інновацій.
2	Сприяння розширеному аналізу даних	Дозволяє збирати та аналізувати великомасштабні дані для прийняття обґрунтованих рішень.	Допомагає зрозуміти ринкові тенденції та поведінку клієнтів, що призводить до розробки кращих стратегій.
3	Покращення взаємодії та досвіду клієнтів	Трансформує спосіб взаємодії бізнесу з клієнтами, від бронювання до зворотного зв'язку.	Підвищує задоволеність та залученість клієнтів, стимулюючи лояльність та повторні покупки.
4	Стимулювання інновацій та конкурентоспро можності	Заохочує постійні інновації, щоб залишатися попереду на конкурентному ринку.	Підтримує актуальність та привабливість бізнесу, залучаючи нових клієнтів та утримуючи старих.

Джерело: [78]

- встановлення доінноваційних правил та фіскальної політики;
- політика, сприятлива для стартапів;
- доступ до закордонних ринків, що підтримують транскордонні потоки даних та обмежують торговельні бар'єри [76].

2.2. Туристична сфера світу та її інноваційні здобутки

Міжнародний туризм практично відновився (на 99%) до допандемічного рівня у 2024 році, причому більшість напрямків перевищили показники 2019 року (табл. 2.7).

За оцінками, у 2024 році у світі було зареєстровано 1,4 мільярда міжнародних туристів (відвідувачів, які зупинилися в країні протягом ночі), що на 11% більше, ніж у 2023 році, або на 140 мільйонів більше. Результати були зумовлені сильним попитом після пандемії, стабільними показниками великих ринків-джерел та постійним відновленням напрямків в Азії та Тихоокеанському регіоні.

Таблиця 2.7

Кількість міжнародних туристів (мільйон осіб)

Країни	2024	Зміна (з 2023 по 2024 рік) (%)	2023	2022
Франція	102.0	▲2	100	79,4
Іспанія	93,8	▲10.1	85.2	71,7
США	72,4	▲8.3	66,5	50,9
Туреччина	60,6	▲10.5	55.2	50,5
Італія	57,8	▲1.4	57.2	49,8
Мексика	45,0	▲6.6	42.2	38.3
Німеччина	37,5	▲7.8	34,8	28,5
Японія	36,9	▲47,0	25.1	3.8
Греція	36,0	▲10.1	32,7	27.8
Таїланд	35,5	-	-	-

Джерело: [48]

Близький Схід залишався регіоном з найвищими показниками порівняно з 2019 роком, де кількість міжнародних туристів у 2024 році зросла на 32% порівняно з допандемічним рівнем, хоча й на 1% порівняно з 2023 роком.

Європа прийняла на 1% більше мігрантів, ніж у 2019 році, та на 5% більше, ніж у 2023 році, тоді як Африка зафіксувала зростання кількості мігрантів на 7% порівняно з 2019 роком та на 12% більше, ніж у 2023 році.

Америка відновила 97% (-3% порівняно з 2019 роком) кількості прибулих до пандемії, а Азія та Тихоокеанський регіон – 87% (-13% порівняно з 2019 роком).

За субрегіонами, Північна Африка (+22%) та Центральна Америка (+17%) продемонстрували найвищі показники у 2024 році порівняно з 2019 роком.

За попередніми оцінками, доходи від міжнародного туризму досягли 1,6 трильйона доларів США у 2024 році, що приблизно на 3% більше, ніж у 2023 році, та на 4% більше, ніж у 2019 році (у реальному вираженні). У 2023 році доходи вже відновилися до допандемічного рівня. Загальні експортні доходи від туризму (надходження та пасажирські перевезення) оцінюються в рекордні 1,9 трильйона доларів США у 2024 році, що приблизно на 3% більше, ніж у 2019 році (табл. 2.8. і 2.9.).

Таблиця 2.8

Доходи від міжнародного туризму (млрд. дол. США)

Країни	2024 рік	2023 рік	% Зміна (у місцевій валюті) (2023–2024 рр.)
США	215,0	189.1	▲13,7%
Іспанія	106,5	92.0	▲15,8%
Велика Британія	84,5	73,4	▲15,1%
Франція	77.1	71.2	▲8,3%
Італія	58,7	55,9	▲5,0%
Об’єднані Арабські Емірати	57,0	-	-
Туреччина	56,3	50.1	▲12,4%
Японія	54,7	38,6	▲38,1%
Австралія	52.0	46.1	▲12,4%
Канада	49,9	45,4	▲8,8%

Джерело: [48]

Витрати туристів у міжнародних подорожах теж зросли (табл. 2.9).

Таблиця 2.9

Витрати на міжнародний туризм (млрд. дол. США)

Країни	2024 рік	2023 рік	2022 рік
Китай	250,6	196,5	114,8
США	177,8	150,0	114,9
Німеччина	120,3	111.9	89,4
Велика Британія	119.2	110.3	—
Франція	60,0	49,0	47,7
Австралія	45,6		
Канада	43,4	38.3	24.4
Росія	38,9	33.0	—
Італія	35,7	34.2	26,5

Джерело: [48]

Очікується, що кількість міжнародних туристів у 2025 році зросте на 3–5 % порівняно з 2024 роком. Однак економічні та геополітичні виклики продовжують створювати значні ризики для сектору у 2025 році (табл. 2.10).

Таблиця 2.10

Відновлення міжнародних туристичних прибуттів за регіонами

Регіон	Коеф. відновлення (порівняно з 2019 роком)	Ключові рушійні сили
Близький Схід	122%	Візові реформи, високий попит, важливі події, такі як Експо 2020
Африка	96%	Природний туризм, зростання внутрішніх та внутрішньорегіональних подорожей
Європа	94%	Покращене повітряне сполучення, культурний туризм
Америка	90%	Ділові та туристичні поїздки («bleisure»)
АТР	65%	Поступове відкриття, тенденції екотуризму

Джерело: [10]

Доходи від міжнародного туризму помітно відновилися, досягнувши 93% від допандемічного рівня у 2023 році. Це значний прогрес порівняно з відновленням на 37% у 2020 році, 41% у 2021 році та 75% у 2022 році, що відображає стабільне зростання світових витрат на подорожі (табл. 2.11).

Таблиця 2.11

Світовий туристичний рейтинг за країнами за загальною кількістю прибуттів у 2023 році

Ранг	Країна	Прибуття (млн. осіб)	Туристичні надходження (млрд.. дол. США)	Надходження за прибуття (дол. США)	Туристичний експорт (млрд. дол. США)
1	Франція	100.00	71.2	712	79.5
2	Іспанія	85.17	92.0	1080	92.0
3	США	66.48	189.1	2845	225.9
4	Італія	57.25	55.9	976	57.8
5	Туреччина	55.16	49.5	897	69.8
6	Мексика	41.95	30.7	732	33.5
7	Велика Британія	37.22	73.4	1971	73.4
8	Німеччина	34.80	37.4	1074	37.4
9	Греція	32.74	22.3	680	24.7
10	Австрія	30.91	24.7	799	27.4
11	Таїланд	28.15	29.7	1055	32.6
12	ОАЕ	28.15	51.9	1845	51.9
13	Саудівська Аравія	27.42	36.0	1312	40.9
14	Португалія	26.54	27.4	1034	32.8
15	Японія	25.07	38.6	1539	42.3
16	Нідерланди	20.30	20.7	1019	23.7
17	Малайзія	20.14	14.9	741	18.0
18	Польща	18.99	15.0	791	17.5
19	Канада	18.34	38.5	2097	38.5
20	Гонконг	17.16	20.9	1216	20.9

Джерело: [10]

Внесок туристичної галузі у ВВП варіюється залежно від країни, але для деяких менших острівних держав він може становити до 50% від їхнього загального ВВП. Як правило, країни з високою залежністю від туристичної

галузі є більш стійкими під час світових економічних спадів. З цієї причини деякі країни активно намагаються збільшити внесок туристичної галузі у ВВП за допомогою маркетингових кампаній та розвитку інфраструктури, роблячи країну більш привабливою для мандрівників (табл. 2.12) [78].

Таблиця 2. 12

16 інноваційних туристичних ідей на 2025 рік

№№ п/п	Туристична ідея	Опис
1	Подорожі з друзями	У 2023 та 2024 роках спостерігалося зростання групових подорожей та подорожей «для возз'єднання», коли люди знову почали збиратися разом, часто відзначаючи цю подію поїздкою. Згідно з опитуваннями TravelPulse та Travel And Tour World, молоді люди прагнуть подорожей, які відволікають їх від цифрового життя та допомагають їм заводити нових друзів і насолоджуватися новими враженнями з однодумцями.
2	Навички	Однією з пов'язаних тенденцій подорожей, на яку варто звернути увагу у 2025 році, є «відпустки на роботу» – коли мандрівники використовують відпустку також для вивчення нових навичок. Вони можуть бути пов'язані з роботою, наприклад, запис на курс професійного розвитку в іншій країні. Або вони можуть бути більше пов'язані з особистими інтересами, наприклад, навчання кулінарії в Італії, малюванню у Франції або, як повідомляв Huffington Post, «в'язання по Ісландії». Це частина ширшої тенденції, коли мандрівники шукають більш захопливих вражень, що передбачають певний особистісний ріст.
3	Фролліги	«Frolleages» (відпочинок від фрілей) може бути просто кращим. Bleisure описує тенденцію, коли ділові мандрівники додають трохи вільного часу до кінця ділових поїздок або просто беруть із собою родину. У звіті Hilton про тенденції за 2025 рік повідомляється, що майже 30% мандрівників у всьому світі часто вирушають у відпочинкові поїздки з «frolleages» як форму тімбілдингу для зміцнення зв'язків в офісі.
4	Блешур	Ділові мандрівники все ще люблять можливість додати коротку поїздку на відпочинок до робочої поїздки, щоб підтримувати баланс між роботою та особистим життям. Журнал Forbes виділив кілька інших тенденцій ділових поїздок на 2025 рік, зокрема: • Персоналізоване та безперебійне бронювання: vандрівники хочуть мати інтуїтивно зрозумілі платформи самообслуговування, які пропонують індивідуальні варіанти, що відповідають їхнім потребам та політиці компанії. • Технологічна інтеграція: використання передових технологій, таких як штучний інтелект (ШІ), для оптимізації процесів бронювання, персоналізації подорожей та покращення управління витратами.
5	Нічний туризм	«Ноктуризм» – це головний тренд, за яким варто спостерігати у 2025 році. Поїздки та заходи для спостереження за зірками, також відомі як «астротуризм» та «туризм темного неба», стануть ще популярнішими у 2025 році через високу сонячну активність. Деякі

		туроператори підтримують цю тенденцію, створюючи те, що *журнал Vogue* назвав «небесними ретритами». Вони пропонують такі заходи, як спостереження за зірками та заняття йогою при місячному світлі.
6	Сонний туризм	Сон, очевидно, також є популярним нічним заняттям. Пропонуються зростанням кількості «відпочинкових турів для сну». Ця тенденція продовжує зростати завдяки тому, що у звіті Hilton Trends Report за 2025 рік було названо «Туризм для сну 2.0: Наступний цикл сну». У звіті було виділено такі тенденції, як «Херкл-Дерклінг» (шотландський термін, що означає просто байдикування в ліжку), зростання кількості готелів, що обслуговують особливо сонних мандрівників, та оздоровчі тури, що включають компонент сну. Wellbeing Escapes - приклад однієї туристичної компанії, яка прагне забезпечити своїм клієнтам хороший нічний сон.
7	«Herstory» та інші подорожі, орієнтовані на жінок	*Видання Condé Nast Traveler* повідомило про зростання попиту з боку жінок, які хочуть взяти участь в активних туристичних заходах під час відпустки, таких як піші прогулянки, їзда на велосипеді та інші спортивні заходи та пригоди. Часто це включає подорожі в складі групи, зокрема в групах лише для жінок. Компанія пригодницьких подорожей Intrepid Travel відзначила зростання популярності повністю жіночих пригодницьких груп, яке у 2024 році склало 37%. *Condé Nast Traveler* також ввело термін «її історія» (herstory), щоб описати ще одну тенденцію: культурні подорожі та заходи, які дозволяють людям зануритися в історію, зосереджену на жінках, та «побачити світ жіночим поглядом».
8	Залишатися довше	Це також називають «повільними подорожами». Прикладами є постійне зростання «кваліфікацій навичок» та інших тенденцій, згаданих раніше, бажання відчути місце призначення як місцевий житель, а також популярність подорожей поїздом як засобу подорожувати та бачити більше про нього.
9	Рекет .	«Рекетирство» – тренд, запроваджений Globetrender , описує зростаючу популярність таких видів спорту з ракеткою, як теніс, піклбол та падель, під час відпустки. Деякі розкішні курорти побудували нові зручності та пропонують тренерську роботу та турніри, щоб задовольнити популярність цих видів спорту. Туристичні компанії також долучаються до цієї справи: Pickleball in Paradise – приклад туристичної компанії, яка обслуговує шанувальників цього зростаючого виду спорту.
10	Уникнення натовпу	У звіті Expedia про тенденції подорожей за 2025 рік тенденція до пошуку менш відомих, а отже, менш людних місць призначення називається «подорожами в об'їзд». До них належать місця, до яких легко дістатися з більш популярних напрямків, таких як Реймс у Франції (з Парижа), Брешія в Італії (з Мілана) та Косумель у Мексиці (з Канкуна).
11	JOMO та м'які подорожі	Настав час для «JOMO» – радості пропустити щось. Замість того, щоб переглядати список пам'яток та вражень, які «обов'язково потрібно побачити», багато мандрівників хочуть відвідати більш спокійні, заспокійливі місця, такі як віддалені котеджі чи спокійний пляжний будиночок, щоб відключитися та розслабитися. JOMO є частиною ширшої тенденції до «м'яких подорожей», яка включає такі речі, як «купання в лісі» для зв'язку з природою та «цифрові детокс-поїздки», щоб відключитися від сучасного життя.
12	Подорожі в часі	Деякі готелі пропонують тематичне розміщення та враження, щоб задовольнити цю тенденцію, наприклад, люкс Aladdin's у Times

		Square Palace у Нью-Йорку. А *Condé Nast Traveler* повідомив, як Pan American World Airways перезапускає 12-денну трансатлантичну подорож у 2025 році, пропонуючи мандрівникам відчути золотий вік авіаперельотів. Інші враження, сповнені ностальгії, можуть просто включати повернення до щасливих спогадів, таких як дитячі канікули та місця для медового місяця. Globetrender назвав цю тенденцію, особливо популярну серед мілленіалів середнього віку, «новим розквітом».
13	«Випадки» та спортивний туризм	За прогнозами компанії Business Research Company , світовий ринок спортивного туризму зросте до 649,73 мільярда доларів у 2025 році. Спортивна чи інша подія може стати приводом для людей відвідати певне місце, навіть якщо у них немає квитків, щоб відчути атмосферу та дослідити визначні пам'ятки. У туристичних колах ці поїздки іноді називають «гокасіями».
14	Гігтріппінг	*CN Traveler* назвав це «ефектом швидкості», оскільки люди їздять на разові концерти, щоб побачити свого улюбленого виконавця, а також на вже існуючі (наприклад, Glastonbury у Великій Британії та Coachella у США) та нові (наприклад, Untold у Румунії) багатоденні музичні фестивалі.
15	Спокійні подорожі та «заспокоєння»	Це відпустки та тихі втечі, які заохочують мандрівників залишати свої пристрої вдома та використовувати тихіший підхід до відпочинку без використання технологій.
16	Охолодження та «не такі вже й гарячі» точки	З огляду на підвищення температури та збільшення кількості й інтенсивності лісових пожеж у деяких частинах Північної Америки, Європи та по всьому світу, збереження прохолоди, ймовірно, все ще буде пріоритетом для багатьох мандрівників. BBC повідомляла, як одна туристична компанія спостерігала значне зростання бронювань до прохолодніших країн, таких як Фінляндія та Норвегія, протягом 2024 року. Бажання залишатися прохолодильним може навіть поширитися на згадану вище тенденцію «ночного туризму», оскільки нічні розваги можуть запропонувати втечу від спеки вдень.

Джерело: [94]

Багато технологічних тенденцій, про які повинні знати лідери туристичної галузі, залежать від питання сталого розвитку. У таблиці 2.13 наведено приклади інноваційних трендів у сфері туризму у 2025 році.

Таблиця 2.13

Ключові тренди в сфері туризму у 2025 році

№№ п/п	Тренд	Характеристика
1	**Технології сталого розвитку в авіаційній галузі**	Деякі з літаків вже працюють на біопаливі, що допомагає зменшити вплив кожного польоту на навколишнє середовище. Крім того, авіаційна галузь загалом вивчає електричні літаки, можливість використання водневого палива та варіанти переходу на гібридне паливо, щоб клієнти могли літати з більшою впевненістю. Такі авіакомпанії, як British Airways, Lufthansa та JetBlue, виконували рейси з двигунами SAF. Найбільшим викликом зараз є виробництво достатньої кількості цього палива за низькою ціною, але прогрес відбувається завдяки державній підтримці та приватним

		інвестиціям.
2	**Відновлювана енергія в індустрії гостинності**	Відновлювана енергія займає чільне місце серед технологічних трендів, якими цікавляться лідери туристичної та готельно-ресторанної індустрії. Це включає енергетику вітру, сонячну енергетику, гідроенергетику та біомасу. По-перше, це надає можливість залучити постійно зростаючу кількість етичних мандрівників, які активно уникають нестійких подорожей. По-друге, це може допомогти компаніям у сфері гостинності завоювати прихильність у місцевості, мінімізуючи споживання ресурсів. По-третє, пропонуються довгострокові можливості економії коштів. Наприклад, Hilton, Marriott та Accor інвестували у технології відновлюваної енергії, щоб скоротити викиди та одночасно покращити довгострокову прибутковість.
3	Штучний інтелект (ШІ)	Окрім роботів, штучний інтелект використовується й іншими способами. Обсяг ринку штучного інтелекту, за прогнозами, зросте до 420 мільйонів доларів до 2025 року. Готелі та інші компанії, що працюють у туристичній галузі, можуть використовувати штучний інтелект для точного та безперервного сортування даних. Очікується, що впровадження та інвестиції в індустрію гостинності зростатимуть на 60% на рік протягом десятиліття з 2023 по 2033 рік. Від систем додаткових продажів на базі штучного інтелекту Marriott до чат-бота-консьєржа Mandarin Oriental, штучний інтелект вбудований у весь процес обслуговування гостей.
4	Роботи	Робототехніка - одна з найцікавіших форм туристичних технологій, і вона постійно вдосконалюється. Наприклад, у готелях роботи використовуються в ролях консьєржів, допомагаючи зустрічати гостей по прибуттю та надавати інформацію. Деякі готелі ще більше розширили їх використання, залучивши до прибирання та обробки багажу. Пілотний проєкт Panasonic «*RoboHotel*» запровадив автономних роботів для доставки та установки для миття підлоги в кількох японських готелях, звільнивши персонал для взаємодії з гостями. Ці роботи пересуваються коридорами, викликають ліфти та доставляють такі предмети, як рушники та туалетно-косметичні засоби. У ресторанах роботи потенційно можуть відігравати певну роль у приготуванні їжі та обслуговуванні клієнтів. В аеропортах вони можуть виявляти приховану зброю, а деякі виробники також використовують робототехніку для створення багажних валіз, які інтелектуально слідують за вами.
5	Інтернет речей (IoT)	Однією з найцікавіших тенденцій у сфері туристичних технологій є Інтернет речей (IoT), який передбачає взаємозв'язок між повсякденними пристроями через Інтернет, що дозволяє їм як надсилати, так і отримувати дані. Наприклад, технологію Інтернету речей можна використовувати в готельних номерах, щоб надати клієнтам пристрій, який підключається до всього, від освітлення до обігрівачів та кондиціонерів, дозволяючи керувати всім з одного місця. Тим часом в аеропортах можна встановити багажні валізи з датчиками, які сповіщатимуть пасажирів, коли вони проїжджатимуть повз. За даними McKinsey, прогнозні системи Інтернету речей можуть зменшити витрати на обслуговування на 20–40% та споживання

		енергії на 10–25%.
6	Чат-боти зі штучним інтелектом	Чат-боти на базі штучного інтелекту можуть бути однією з найрозумніших інвестицій у технології для подорожей, оскільки ці чат-боти можуть надавати клієнтам швидкі відповіді на запитання цілодобово, незалежно від доступності персоналу. Яскравим прикладом є HotelPlanner.com, який запустив туристичних агентів зі штучним інтелектом, які обробили 40 000 запитів клієнтів і забронювали готельні номери на суму 150 000 фунтів стерлінгів лише за один місяць.
7	Використання ChatGPT у туристичній індустрії	Використання ChatGPT – це один із технологічних трендів, з яким лідери туристичної галузі просто повинні ознайомитися. Expedia Group інтегрувала у свій мобільний додаток «*планувальник подорожей на базі ChatGPT*». Він дозволяє користувачам ставити запитання природною мовою та отримувати пропозиції щодо маршруту та збережені бронювання прямо в додатку.
8	Заходи кібербезпеки	Туристичні компанії є основною мішенню, оскільки вони наймають багато людей і мають доступ до великої кількості даних клієнтів. Деякі з найбільших загроз у цій галузі включають фішингові атаки та атаки програм-вимагачів, хоча сучасна залежність від даних також наражає компанії на ризик людських помилок, спричинених їхніми власними співробітниками. За даними Statista, 89% керівників IT-відділів готелів вважають кібербезпеку своїм головним пріоритетом для інвестицій у технології на 2025 рік.
9	Метавсесвіт і подорожі	Метавсесвіт розширює технології віртуальної та доповненої реальності, забезпечуючи цифрове середовище, де може відбуватися соціальна взаємодія.
10	NFT входять у туристичну індустрію	NFT – це цифрові активи на блокчейні та являють собою унікальні цифрові елементи.Готелі дедалі частіше використовують NFT як токени лояльності та цифрові колекційні предмети. Ініціативи лояльності на основі NFT можуть збільшити залученість та утримання клієнтів до 40%. CitizenM, Hilton та Millennium тестують розіграші NFT, доступ до цифрового мистецтва та бонуси членства через блокчейн-токени. Pinktada випускає «токени на ніч у номері» (RNT), які можна обміняти на проживання або перепродати за кредити.
11	5G та розширений Wi-Fi	5G - це п'яте покоління технології стільникового зв'язку, що забезпечує швидше бездротове підключення до Інтернету для смартфонів. Мандрівники, які використовують технологію 5G, можуть легше отримувати доступ до онлайн-сервісів, включаючи додатки для смартфонів, карти та платформи для відгуків.

Джерело: [81]

Таким чином, туристична галузь продовжує свій розвиток і потребує нових технологій.

2.3. Аналіз стартап екосистеми туристичної сфери України

Україна повертається до десятки найкращих у Східній Європі. Після різкого падіння на 16 пунктів у 2022 році, позитивна тенденція продовжується другий рік поспіль, зі зростанням на три пункти та досягненням 42-го місця зі 100 країн (рис. 2.2.).

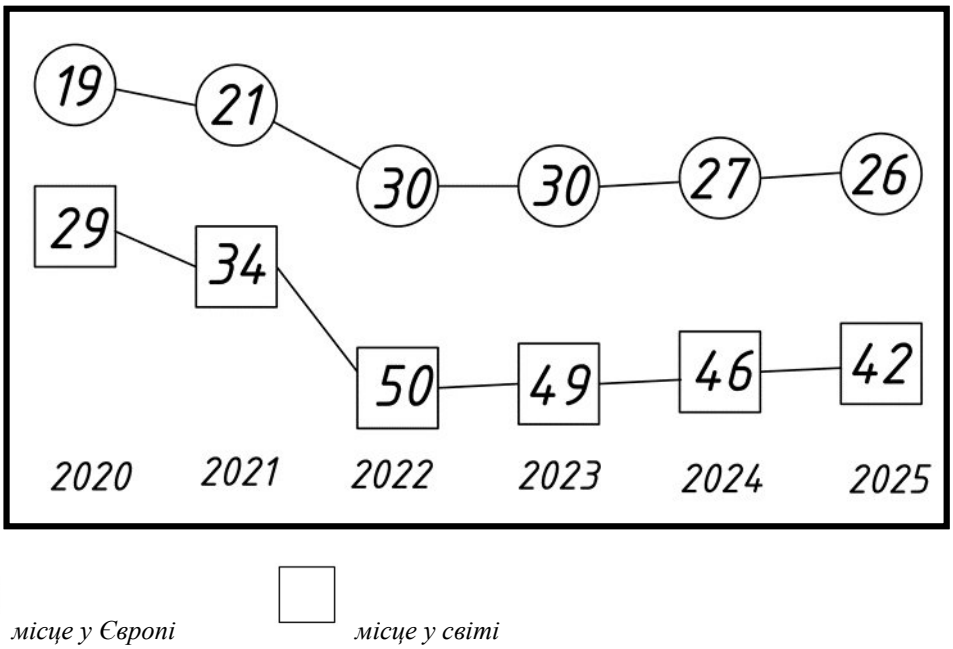


Рис. 2.2. Місце України на глобальній карті стартапів у 2025 році

Джерело: [89]

Цього року до топ-1000 увійшли 6 українських міст. StartupBlink, дослідницький центр, що надає послуги з розвитку екосистем та індивідуальний аналіз світової інноваційної економіки, оголосив оновлений Глобальний індекс екосистеми стартапів 2025 року, де Україна посіла 42-те місце Глобальна карта екосистеми стартапів відображає вибірку з понад 150000 стартапів у понад 1000 містах та 100 країнах, яка оновлюється щорічно з 2017 року.

Карта для України включає вибірку з 633 технологічних компаній, дві з яких перевищили оцінку в 1 мільярд доларів США та були названі «єдинорогами» [90].

Дві основні сили формують глобальне технологічне середовище. Перша – це штучний інтелект, який зараз широко визнається одним із найважливіших

технологічних проривів за останні десятиліття. Друга важлива зміна – це зміна геополітичного ландшафту. Глобалізація поступилася місцем більш регіонально орієнтованій економіці, з появою окремих блоків.

Київ приєднується до світового топ-70 (табл. 2.14). Місто піднялося на сім позицій, посівши 68 місце у світі. Воно має найвищий темп зростання серед усіх українських міст – понад 24%. У Східній Європі Київ піднявся на одну позицію, посівши четверте місце в регіональному рейтингу. Львів опустився на сім позицій, посівши 404 місце у світі, випавши з 400 найкращих у світі. Київ досягає успіху у VR/AR, посідаючи 25 місце у світі та четверте у Східній Європі.

Таблиця 2.14

Українські міста у світовому рейтингу екосистеми стартапів (2025 рік)

Національний рейтинг та зміни (з 2024 р.)	Міста	Глобальний рейтинг та зміни міста (з 2024 р.)	Загальний бал	Зростання екосистеми (щорічно)
1-	Київ	68 +7	11.996	+24.7%
2-	Львів	404 -7	0.923	+9.5%
3-	Харків	618 -19	0.379	+15.2%
4-	Одеса	725 -42	0.265	+1.6%
5+5	Дніпро	1062 0-93	0.118	-6.0%
6-1	Тернопіль	1094 -132	0.111	14.4%
7-	Запоріжжя	1336 -156	0.060	–12.4%
8new	Вінниця	1390 new	0.050	new
9-2	Чернівці	1426 -177	0.050	–14.1%

Джерело: [91]

Чотири українські міста увійшли до світового рейтингу «тисяча найкращих», але по усім цим містам, окрім Києва, відбувся спаду 2025 р. У сфері SaaS наша країна посідає друге місце у Східній Європі та 17-е у світі.

Незважаючи на військові дії, Україна демонструє інноваційний зріст своєї еккономіки. Міцніть екосистеми стартапів України у довоєннийперіод була високою за рахунок підприємницької активності, технічної досконалості та орієнтованості на глобальні ринки.

Провідні стартапи українського походження – People.ai, Grammarly, Gitlab та Ahrefs – компанії, які створили величезні глобальні бази користувачів. Ключовою рушійною силою цих успіхів є значний потенціал освічених

талановитих розробників, багатьох з яких залучають іноземні компанії. Значна їх частина створює власні бізнеси, що свідчить про культуру підприємництва та інновацій, яка залишається сильною навіть за складних умов.

В Навчально-науковому центрі бізнес-симуляції ДТЕУ 8 травня 2022 року відбувся конкурс командних StartUp-проєктів зі створення та розвитку підприємств-туроператорів, а також технологічних інновацій у сфері туризму, розроблених студентами, які навчаються за спеціальностями «Туризм» та «Менеджмент» за спеціалізацією «Туристичний менеджмент» (табл. 2.15).

Таблиця 2.15

Конкурс стартапів у сфері туристичного менеджменту

№п/п	Туристична компанія	Опис стартапу
1	«Retreat Tour», основна діяльність планується в напрямі оздоровчого туризму.	Продукт компанії – інноваційні рішення в туристичному бізнесі, що передбачають тотальне «перезавантаження» моральних, духовних та фізичних сил потенційних споживачів туристичного продукту. Реалізація проєкту має практичне значення для зняття психологічної напруги, зокрема, в умовах воєнного стану. У рамках проєкту запропоновано концепцію мобільного додатка «Meditly»
2	«Stories Tour», профіль туроператора – інстаграм-туризм, актуальність якого стрімко зростає в епоху розвитку соціальних мереж	Як частина стартапу створено проєкт сайту PhotoU для допомоги туристам у пошуку найбільш актуальних для мережі Instagram локацій
3	«Wins&Win» – туроператор у сфері еногастрономічного та культурно-пізнавального туризму.	Місія проєкту – організація незабутніх подорожей з відкриттям для туристів палітри оригінальних смаків, унікальних рецептів та кулінарних традицій різних країн світу. Проєкт передбачає розроблення сайту Get a moveon, призначеного для спрощення самостійних подорожей туристів
4	«Greeny» – оператор екологічного спрямування, що організовуватиме тури по всьому світу, зосереджуючи майбутню діяльність в екотуризмі	Проєкт доповнено створенням концепції мобільного додатка «Greeny» для індивідуальних екотуристів, який полегшує процес планування подорожей завдяки цифровому пошуку класичних елементів туру
5	«Travel UP» – цікавий актуальний проєкт туроператорської діяльності у кінотуризмі	Розроблені стартап-командою тури дозволять туристу зануритися у світ кіно, ознайомитися з історією його створення, побачити на власні очі локації та визначні місця зйомок фільмів
6	«Savage by Nature» – туристична компанія, яка пропонує своїм клієнтам джайлоо-подорожі в лакшері-сегменті ринку	Команда представила інноваційну розробку, а саме VR-тури, які стануть ефективним інструментом для просування основного продуктового портфеля туроператора

Джерело: [30]

Однією з проблем для екосистеми стартапів в Україні є те, що багато фахівців тимчасово переїхали до інших країн. Для України дуже важлива міжнародна підтримка, мобільність фахівців також у пріоритеті, але подальша стійкість екосистеми України буде залежати, у тому числі, від повернення фахівців до країни після закінчення активної фази військових дій. Інновації також поширюються у нових напрямках, в тому числі стосовно оборони та кібербезпеки. Для підтримки цього напрямку країна проводить пріоритетну політику, спрямовану на створення податкових пільг, дерегуляцію та розвиток грантових програм.

Висновки. Таким чином, роль стартапів у стимулюванні економічного зростання, ймовірно, стане ще більш помітною. В епоху швидких технологічних змін та глобальних викликів інноваційний дух та гнучкість стартапів матимуть вирішальне значення для розробки рішень таких нагальних проблем, як зміна клімату, охорона здоров'я та сталий розвиток.

Створюючи сприятливу екосистему для стартапів, політики, інвестори та бізнес-лідери можуть використовувати силу підприємництва для створення робочих місць, стимулювання інновацій та побудови більш стійких та процвітаючих економік. Оскільки стартапи продовжують розширювати межі можливого, вони залишатимуться на передовій економічного зростання та суспільного прогресу протягом багатьох років.

РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ ПОЛІТИКИ СТАРТАПІВ У ТУРИСТИЧНИЙ БІЗНЕС УКРАЇНИ

3.1. Програми навчання для організації стартапів. Сприяння стартапам від Google та Міністерства цифрових технологій

Після втілення задуму перед його авторами постає питання щодо юридичного оформлення стартапу. Така необхідність пов’язана, по-перше, з необхідністю залучення коштів, а по-друге - з появою клієнтів, готових заплатити за продукт.

Наявність офіційного статусу дозволяє:

- підтвердити для потенційних інвесторів законність діяльності;
- відкрити рахунок суб’єкта господарської діяльності в банку;
- забезпечити захист прав та інтересів усіх учасників проєкту - в разі створення юридичної особи.

Найперше, що потрібно зробити перед реєстрацією стартапу, - визначитися з організаційно-правовою формою суб’єкта. Найпоширенішими в Україні варіантами є товариство з обмеженою відповідальністю або ФОП.

ТОВ зазвичай обирає команда засновників. Перевагами цієї форми є:

- відсутність обмежень щодо розміру статутного капіталу. Це може бути як кількасот гривень, так і мільйони;
- фінансова відповідальність засновників лише майном підприємства;
- високий ступінь довіри з боку інвесторів і кредиторів.

Своєю чергою, реєстрація фізособи-підприємця передбачає:

- проходження процедури без бюрократичних перепон, зокрема в онлайн-режимі;
- незначний контроль діяльності з боку держави;
- відсутність законодавчих вимог щодо статутного капіталу.

Водночас підприємець відповідає за дії, що спричинили виникнення боргів, зокрема особистим майном, а також часткою у спільній власності подружжя.

Стартаперам-початківцям також варто знати, що для ІТ-проєктів в Україні діє особливий правовий режим Дія City.

Важливими елементами офіційного відкриття бізнесу є вибір місця ведення комерційної діяльності та реєстрації ФОП чи компанії. У цьому разі потрібно орієнтуватися на цільову аудиторію, доступні програми підтримки стартапів, наявність обмежень або, навпаки, стимулювання конкретних напрямів.

Щоб убезпечити власну ідею чи розробку від незаконного використання, стартаперам потрібно подбати не тільки про реєстрацію суб'єкта підприємницької діяльності, а й про захист прав інтелектуальної власності. Це можна зробити шляхом:

- отримання авторських прав;
- патентування винаходу;
- реєстрації торговельної марки.

Якщо немає часу розбиратися з вибором способу захисту, слід звернутися до юриста, що спеціалізується на інтелектуальній власності.

Підприємці, які шукають кошти на розвиток свого проєкту, можуть на власний розсуд обрати джерело фінансування з декількох можливих варіантів (табл. 3.1).

Для розвитку інноваційного і технологічного бізнесу також можуть бути використані кредитні кошти. Втім, на початкових стадіях стартапам досить важко отримати гроші в банку, адже ризик їхнього неповернення досить високий. У разі виникнення потреби у невеликій сумі на короткий термін можна оформити кредит на картку, звернувшись до МФО. Перелік найвигідніших пропозицій є на сайті Portmone.

Можлива підтримка стартапів з України світовими гігантами, українськими та міжнародними організаціями.

Таблиця 3.1

Потенційні джерела фінансування стартапу

№№ п/п	Джерело	Характеристика
1	Венчурний капітал	Такий підхід є найпоширенішим і передбачає надання венчурними компаніями грошей в обмін на акції. Його ключова перевага - отримання великих сум, що особливо важливо для стрімкого росту. Стартаперам потрібно докласти зусиль, щоб зацікавити інвестора, мати хорошу репутацію, довести свою експертизу та надати план щодо майбутніх продажів.
2	Бізнес-ангели	Це приватні інвестори, які вже керували стартапами або мають досвід роботи у венчурних компаніях. Фахівці вкладають свої активи в обмін на інвестиційний капітал і надають експертну підтримку новачкам.
3	Найближче оточення	В цьому разі слід розмежовувати особисте та професійне. Перш ніж приймати допомогу від близьких, слід переконатися, що вони готові розділити з вами ризики.
4	Акселератори та інкубатори	Для підтримки бізнесу створюються спеціальні організації, що надають консультаційну допомогу і сприяють молодому проєкту в налагодженні бізнес-зв’язків. Вони не вкладають власні гроші, проте знають, як їх залучити, а також вміють зацікавити інвесторів.
5	Краудфандин	Суть методу полягає у використанні онлайн-платформ, що збирають кошти від приватних позичальників. Краудфандинг передбачає нагороду для вкладників у вигляді мерча або раннього доступу до інноваційного продукту. Краудінвестінг дає змогу інвесторам стати співвласниками проєкту, краудлендінг - повернути позичені кошти з відсотками.
6	Гранти та конкурси	Безоплатна допомога - справжня мрія для стартапера. Фінансування від держави чи міжнародних організацій надається здебільшого на просування наукових, медичних чи інших розробок, що розв’язують нагальні внутрішні чи світові проблеми.

Джерело: [41]

Ще одна важлива програма, Фонд стартапів в Україні, продовжує фінансувати підприємства з потенційним застосуванням як під час війни, так і для майбутньої реконструкції.

Асоціація стартапів України представила стратегію розвитку, спрямовану на зміцнення структур підтримки, полегшення доступу до експертизи та капіталу, а також підвищення позицій України на світовій карті стартапів. Допоміжна інфраструктура, така як Unit City Accelerator, перший інноваційний парк країни, відіграє вирішальну роль, пропонуючи підприємцям програми акселерації, зв'язки з інвесторами та ресурси для розвитку бізнесу. Національні

зусилля додатково посилюються державно-приватним партнерством. Огляд технологічної екосистеми України, який проводить громадська спілка «Техосистема» та підтримується Міністерством цифрової трансформації, надає централізований огляд ключових зацікавлених сторін в інноваціях, допомагаючи об'єднувати засновників, наставників та інвесторів по всій країні.

Міжнародна реакція на підтримку технологічної екосистеми України також є значною. Фонд підтримки України від Google, Програма підтримки українських стартапів Network VC та цілеспрямована підтримка України через програму ЄС «Горизонт Європа» відображають сильну міжнародну довіру до інноваційного потенціалу України.

У 2019 році було запущено Фонд стартапів України для підтримки підприємств на ранніх стадіях, а також розроблено Стратегічне бачення на 2025 рік для покращення доступу до інкубації, акселерації та світових ринків. Понад 350 стартапів вже скористалися цим фондом. Інновації часто виникають з необхідності, і Україна доводить, що підприємництво залишається одним із її найпотужніших активів [90].

Фонд формує позитивний інвестиційний імідж tech індустрії України за кордоном, виступає ініціатором розвитку стартап-екосистеми, забезпечує умови для зростання, представляє українські інноваційні рішення по всьому світу.

За сприяння Мінцифри Корпорація Google започаткувала Фонд підтримки українських стартапів. Сума грошей, виділених на розвиток бізнесу, - 10 мільйонів доларів. Автори стартапів або інших інноваційних проєктів, які постраждали під час військових дій, можуть подати заявки на отримання 100 тисяч доларів.

Для цього необхідно мати:

- зареєстровану юридичну особу в Україні;
- MVP, який має потенційний комерційний успіх та цінність для користувачів.

У пріоритеті компанії, які використовують штучний інтелект. Також стартапи можуть отримати додаткові 350 тисяч доларів у вигляді кредитів Google Cloud.

Щоб стати претендентом на грант, стартапери повинні були запропонувати життєздатний продукт з доведеною бізнес-ефективністю. Взяти участь у конкурсі могли лише юридичні особи, зареєстровані в Україні. Під час визначення переможців пріоритет мали компанії, що використовують штучний інтелект і розв'язують соціальні проблеми [36 ; 41].

Міністерство цифрової трансформації проводить структурні зміни у Фонді розвитку інновацій - ключовій державній інституції, що відповідає за підтримку оборонних (Brave1) та цивільних (Український фонд стартапів) інновацій.

Проєкт Seeds of Bravery вартістю 20 млн. дол. фінансується ЄС і реалізується в рамках Європейської інноваційної ради. Гранти передбачені для наступних напрямів:

- бізнес та інноваційні послуги;
- інноваційне підприємництво;
- відбудова держави;
- інкубатори DeepTech;
- масштабування та акселерація.

Крім грошей на розвиток бізнесу отримувачі гранту можуть розраховувати на навчання, менторську підтримку, доступ до мережі інвесторів і акселераторів з України та Євросоюзу.

Ukrainian Startup Fund та WNISEF. У рамках ініціативи Українського фонду стартапів і Western NIS Enterprise Fund планується профінансувати проєкти на суму 2,5 млн. дол. Претендентами на отримання гранту можуть стати підприємці, що працюють у сферах:

- промисловості, біо- та агротехнологій;
- екології та енергетики;
- блокчейну, Big Data;

- кібербезпеки;
- розвитку штучного інтелекту;
- FinTech, LegalTech;
- освітніх технологій;
- eGovernment;
- торгівлі й реклами [45].

Український фонд стартапів у 2023 році виділив 45 грантів на загальну суму понад 1,5 мільйонів доларів за підтримки міжнародних донорів, в тому числі понад 250 грантів на суму 10 мільйонів євро по програмі Seeds of Bravery. Організація провела 30 технічних місій на провідних світових конференціях та засновала європейський цифровий інноваційний хаб за підтримки ЄС. Також Фонд разом з Міністерством освіти і науки України відкрив мережу стартап-шкіл при вищих навчальних закладах і приєднався до європейського альянсу стартап-країн ESNA.

Щороку Український фонд стартапів організовує десятки технологічних місій, де українські компанії презентують рішення на наймасштабніших подіях - від Web Summit у Канаді до виставок у Британії, Японії, Франції чи США [56].

Станом на липень 2025 року переможці програм Українського фонду стартапів уже залучили понад 50,9 млн. дол. зовнішніх інвестицій (табл. 3.2).

У 2025 році 117 українських стартапів залучили понад 3,5 млн. євро грантів на розвиток інновацій від фінансованого ЄС проєкту Seeds of Bravery. Перед тим стало відомо, що українські стартапи дедалі частіше переїжджають за кордон та уникають згадок про своє походження [62].

Seeds of Bravery. Проєкт вартістю 20 млн. евро фінансується ЄС і реалізується в рамках Європейської інноваційної ради. Гранти передбачені для наступних напрямів:

- бізнес та інноваційні послуги;
- інноваційне підприємництво;
- відбудова держави;
- інкубатори DeepTech;

- масштабування та акселерація [46].

Таблиця 3.2

Проєкти, які створили ринкоутворювальні технології у різних галузях економіки України

№№ п/п	Назва проєкту	Характеристика
1	Esper Bionics	Біонічні протези із хмарним сервісом, які "вчаться" звичок користувача. Компанія створює новий сегмент ринку біоніки, робить їх доступними ширшому колу пацієнтів, персоналізує складні технологіїі
2	CheckEye	Спрямовує ШІ-технологію на скринінг діабетичної ретинопатії, відкриває ринок швидкої діагностики зору для масового споживача
3	SolarGaps	Створює смартжалюзі, які генерують електроенергію, і формує нову нішу на перетині Smart Home та зеленої енергетики. Ці жалюзі не потребують великих площ, знижують поріг входу в зелену енергетику, створюючи ринок мікрогенерації енергії для квартир і офісів
4	Deus Robotics	Займається створенням роботів для роботи на складах, удосконалюючи логістику для малих і середніх бізнесі.
5	Tayra	ШІ-асистент лікаря: вислуховує пацієнта, записує його дані до медичну програми лікаря, що підвищує ефективність роботи фахівця
6	AGRO BI	За допомогою дрона збирає дані про сільскогосподарські культури, а Y-Harvest моніторить стан ґрунтів за допомогою ШІ. Ці стартапи дають змогу збільшити урожайність, розширити перспективні ринки землеробства

Джерело: [62]

Brave1 перетворився у найбільшого державного венчурного інвестора у сфері військових технологій. Завдяки функціонуванню цього кластера з’явилися нові розробки: РЕБ ближньої дії, наземні роботизовані комплекси, дрони-перехоплювачі тощо.

За 2024 рік під час роботи defense tech-кластера Brave1 кількість розробок, зареєстрованих на платформі, зросла з 1 600 до 3 600+. Кількість кодифікованих за стандартами НАТО розробок, які підтримував Brave1, збільшилася у 5 разів - із 60 до 300. Сума грантових коштів на оборонні інновації зросла з 3 до 50 мільйонів доларів. У 2023 році в межах грантової програми Brave1 виробники могли отримати лише 5 тисяч доларів; у 2025 році ця сума зросла до 200 тисяч доларів. За сприяння Brave1 залучено понад 65 мільйонів доларів в український defense tech. Для швидкого поширення ефективних технологій в армії Brave1 та Мінцифра нещодавно запустили маркетплейс Brave1 Market.

У цій екосистемі університети завжди є і будуть важливою складовою, адже найкращі розуми та інноваційні ідеї - саме серед молоді (табл. 3.3).

Таблиця 3.3

Оптимізоваий маркетплейс ОК Town (стартап-переможець конкурсу університетських стартапів)

Складові	Опис стартапу
ОК Town	Команда студентів із Києва та Сум, що працюють над створенням нового туристичного маркетплейса
Продукт	Оптимізований маркетплейс у сфері послуг і локального туризму. Задачею продукту є створення нового методу рекламування на території міста. Команда працює з B2B клієнтами (бізнесами), але кінцевий споживач - люди майже будь-якого віку (від 16-18 до 60 р.).
Чим ОК Town відрізняється від конкурентів?	Орієнтація на будь-які локації - обласні центри і навіть маленькі містечка. Саме там багато історичної спадщини, велика кількість екскурсій, є можливість поїхати до кемпінгу та на інші види відпочинку. У такий спосіб можна активувати локальний туризм по Україні.
Фіча продукту	Онлайн-аудіотур, що розроблений ОК Town для мобільного додатку із прив'язкою до Google-карт. Тобто будь-який турист зможе купити онлайн-тур і відвідати екскурсію, де дізнається про різні пам'ятки та локації.
Команда	Наразі в команді три людини - студент СДУ (факультету «Облік та аудит»), студентка КНТЕУ («Готельно-ресторанний бізнес»(, студентка СумДУ («Реклама та зв'язки з громадськістю»). Ця команда сформувалась на першому етапі Підприємницького університету і дійшла до фіналу. Зараз ще п'ятеро людей хочуть долучитися до команди.
Як виникла ідея?	Студенти другого курсу Факультету економіки моря Національного університету кораблебудування імені адмірала С. О. Макарова презентували ідею стартапу, з яким можна подорожувати взагалі займається локальним туризмом. Раніше проєкт був спрямований на музеї, а зараз переорієнтувався на локальний туризм і розвиток малого бізнесу.
Як це працюватиме?	Спершу команда мала ідею типового вебсайту, але потім задум трансформувався у маркетплейс. Мобільний застосунок - це фінальна мета, адже саме його можна прив'язати до Google Maps і за геолокацією обирати собі відпочинок та завантажувати онлайн-тури. За пів року буде запущено API для спрощення роботи з більшими підприємствами, що дасть змогу синхронізуватися з їхніми вебсайтами і їм не потрібно постійно постити тури.
Плани та MVP	Зараз команда працює над MVP (Minimum viable product) - продуктом з мінімальним функціоналом, який можна дати користувачам для використання. Це буде вебсайт, де можна знайти локальні тури Сумської області. Людина заходить на маркетплейс, встановлює фільтр, який їй найбільш цікавий, та обирає щось конкретне із запропонованого списку бізнесів на сайті. Далі вона бачить перелік всього, що входить у ціну, порівнює різні результати та може одразу сконтактувати з компанією й обговорити деталі. Зараз команда знаходиться в інкубаторі YEP!Starter. Для створення прототипу потрібні кошти.

Джерело: [46]

Програма для студентів «Підприємницький університет» передбачає створити підприємницьку екосистему в університетах. Програма реалізується національним проєктом Дія.Бізнес спільно з мережею стартап-інкубаторів YEP, МОН, Українським фондом стартапів, за підтримки Програми USAID «Конкурентоспроможна економіка України». Мета проєкту - сприяти університетському підприємництву нового рівня, стимулювати молодь до створення стартапів.

Курс інноваційного підприємництва пройшли студенти 64 університети з 29 українських міст. Дія.Бізнес видозмінює взаємини між ВНЗ та студентами: вони отримують практичні знання під час реалізації власних проєктів, приєднуючись до підприємницької культури.

Започаткування екосистеми стартапів в Україні надає можливості. Раніше можна було тільки приймати участь у хакатоні або спробувати потрапити в закордонний бізнес-інкубатор, зараз вже можна знайти україномовну акселераційну або інкубаційну програму (додаток А).

Ініціатива Підприємницький університет дає змогу розвивати підприємницький талант у студентів та викладачів. Це підвищує підприємницьку культуру в Україні. Цінністю започаткованого проєкту є те, що студенти можуть створити власний стартап і в довгостроковій перспективі це сприятиме появі нових українських продуктів та сервісів, які будуть відомі на весь світ.

3.2. Переваги і ризики роботи у стартапі

Під час заснування власного стартапу підприємці стикаються з багатьма ризиками. Найчастіше – це ризик невдачі (близько 90% стартапів зазнають фіаско за різних причин. Іноді це пов’язано з недостатнім фінансуванням, некваліфікованим менеджментом або невдалою бізнес-моделлю. Серед інших ризиків слід зазначити: ризик крадіжки інтелектуальної власності, ризик невирішених юридичних проблем, ризик конкуренції. Ще одним з ризиків є

дефіцит фахівців потрібного рівня. Ця проблема виникає через брак коштів на початковому етапі, тому стартапи не можуть дозволити собі вискооплачувальних фахівців і задовольняються низькокваліфікованими працівниками.

Проблемою також є необхідність масштабування своєї діяльності. Через це деякі стартапи змушені обмежити своє зростання або навіть припинити свою діяльність.

Для допомоги у створенні стартапу створюють стартап-інкубатори. Це структури, які допомагають втілити ідею у практичне річище, створити бізнес-план, розробити продукт і залучити інвестиції.

В Україні, серед інших, створений YEP, який за 7 років свого існування запустив 500+ стартапів, серед яких переможці світових стартап-конференцій та змагань, таких як TechStars, WebSummit, Slush, IT Arena та ін. [59].

Подальша доля стартапу залежить від його особливостей та цілей. Він може закритися, досягнувши мети, бути проданим іншому власникові або стати публічною компанією (табл. 3.4).

Таблиця 3.4

Етапи розвитку стартапу

Етапи	Стадії	Дії
1	Поява задуму	Стартапер формулює ідею або гіпотезу продукту, об'єднується з однодумцями. Команда досліджує ринок, аудиторію, створює концепцію та займається розробленням стартап-проєкту
2	Тестування бізнес-ідеї	Продукт чи послуга отримують відгуки інвесторів, проводяться маркетингові дослідження. Для оформлення позики перейдіть на сайт кредитора, надішліть заявку і після її схвалення підпишіть угоду
3	Запуск і розвиток	Після отримання фінансування і розроблення першої стабільної версії продукт виходить на ринок. Ефективність продажів і подальше масштабування багато в чому залежать від маркетингу
4	Перетворення на класичний бізнес	Проєкт поступово закріплюється на ринку, водночас компанія продовжує працювати над удосконаленням продукту. Кількість клієнтів збільшується, що безпосередньо впливає на зростання доходів. На цьому етапі стартапери можуть розширювати діяльність і залучати інвесторів для масштабування.

Джерело: [59]

Реєстрація стартапу в Україні проходить наступним чином. Автори стартапу повинні вирішити питання юридичного оформлення проєкту. Тільки

після цього з’являється можливість пошуку коштів і конкретних інвесторів [52].

Іноді команди українських стартапів знаходяться в Україні, але юридично оформлені на її межами (майже 90% стартапів зареєстровано за межами України). Самі ж команди працюють фізично в Україні. Причина такої схеми - остороги інвесторів вкладати кошти у країну, в якій продовжується війна.

У венчурному фонді Roosh Ventures зазначили, що ключовою перепоною залишається обмеження руху капіталу, яке встановлює Національний банк України. Це ускладнює фінансову гнучкість компаній і відлякує інвесторів.

Інвестиції у цей вид бізнесу і без того пов’язані з високими ризиками, військові дій є основним негативним чинником. Через це стартапи приховують своє походження, щоб не залишитися без потенційних партнерів.

Усі ці тенденції відмічає Forbes: у 2023 році українські стартапи змогли залучити вдвічі менше інвестицій, ніж у 2021році (462 мільйони доларів) [92].

Управління ризиками – це процес виявлення, оцінки та контролю загроз для бізнесу. Загрози можуть виходити з фінансових проблем, конкуренції, юридичних проблем і навіть кібербезпеки. Управління ризиками означає їх розуміння та наявність плану дій щодо кожного з них (додаток В).

Для стартапів управління ризиками полягає в тому, щоб бути на крок попереду катастрофи. Стартапи стикаються з унікальним набором викликів щодо ризиків, пов'язаних із започаткуванням бізнесу. Вони часто працюють з обмеженими ресурсами, мають менше клієнтів і погано орієнтуються на нових ринках. На відміну від усталених компаній, тут немає подушки безпеки. Одна помилка може призвести до краху (табл. 3.5).

Фонди прямих інвестицій інвестують у велику кількість перспективних стартапів, щоб диверсифікувати свої ризики. Згідно зі звітом Національного бюро економічних досліджень, професійні венчурні капіталісти мають трохи більше 23% успішності своїх інвестиційних портфелів. Венчурні капіталісти, які раніше запускали власні успішні стартапи, досягають найкращих

результатів – близько 30%. Засновники невдалих стартапів досягають гірших результатів – близько 19%.

Таблиця 3.5

20 основних причин невдачі стартапу

№№ п/п	Причини	%
1	немає потреби на ринку	42
2	закінчилися гроші	29
3	не та команда	23
4	не конкурентоспроможні	19
5	питання ціноутворення/вартості	18
6	неякісний продукт	17
7	брак потрібної бізнес-моделі	17
8	слабкий маркетинг	14
9	ігнорування запитів клієнтів	14
10	неправильно розрахований час для продукту	13
11	втратили фокус	13
12	дисгармонія в команді	10
13	щось пішло не так	9
14	брак ентузіазму	9
15	погана локація	8
16	відсутність інтересу з боку інвесторів	8
17	юридичні виклики	8
18	користування мережевими консультантами	8
19	вигорання	8
20	нездатність до змін	7

Джерело: [74]

Багато бізнес-ангелів та венчурних інвесторів зазначають, що особистість та цілеспрямованість засновників компанії є такими ж важливими або навіть важливішими, ніж сама бізнес-ідея.

Засновники повинні мати навички, знання та пристрасть, щоб допомогти їм пройти через періоди труднощів зростання та зневіри. Вони також повинні бути відкритими до порад та конструктивного зворотного зв'язку як зсередини, так і ззовні фірми. Вони повинні бути достатньо гнучкими, щоб швидко реагувати на неочікувані економічні події чи технологічні зміни.

Венчурні фонди, як правило, закриті для всіх, окрім дуже заможних осіб. Інвестори приєднуються до фонду, стаючи обмеженими партнерами. Існують пайові фонди, які інвестують у венчурні компанії. У більшості випадків вони

можуть придбати невелику міноритарну частку у венчурному капіталі в надії збільшити свою загальну прибутковість.

Також існують пайові інвестиційні фонди, що спеціалізуються на дещо менш ризикованій версії венчурного капіталу. Тобто, фонди зосереджені на малих та середніх компаніях, які пропонують інноваційні продукти та, схоже, готові до швидкого зростання.

Всупереч своїй репутації, ангели-інвестори не обов'язково є надзвичайно багатими та здебільшого роблять скромні внески у стартапи. Багато краудфандингових веб-сайтів, таких як SeedInvest та AngelList, об'єднують підприємців та ангелів-інвесторів.

3.3. Перспективні стартаппроєкти у сфері туристичного бізнесу України

Перш ніж інвестувати або розпочинати бізнес у сфері туризму та гостинності, слід розуміти суттєві відмінності (табл. 3.6):

Таблиця 3.6

Відмінності туризму та готельноресторанного бізнесу

Характеристики	Туризм	Гостинність
Концепція	Загальне визначення охоплює компанії, які надають клієнтам такі послуги, як транспорт, проживання та розваги.	Гостинність безпосередньо стосується розміщення. Господар пропонує гостям проживання та інші супутні послуги.
Точка фокусування	Планування або просування туристичних напрямків	Пропонування послуг гостям
Вид послуг, які можна обрати	Веселі ігрові активності, масштабні події та оглядові враження	Їжа, розваги, подорожі та проживання
Бізнес, який можна започаткувати	Маркетинг, туристичне агентство та управління напрямками	Готелі, проживання в сім'ях, ресторани та кафе

Джерело: [95]

Стартапи мають надзвичайно низький рівень успіху, і дослідження показують, що високий відсоток зазнає невдачі протягом перших п'яти років. Вони також повинні вирішувати проблеми, пов'язані з доступністю фінансування та іншими питаннями, такими як нестача талантів. Але це не нездоланні проблеми. Завдяки сприятливим для стартапів візовим угодам та

зростанню партнерства між корпораціями та стартапами, світ стає дедалі сприятливішим для стартапів та підприємців.

Протягом 2023 року фаундери та інвестори заявляли про скорочення обсягів інвестицій, але компанії у сфері туризму все ж таки залучили не менше 3,7 млрд. дол. (табл. 3.7).

Таблиця 3.7

Огляд найбільших раундів та трендів у фінансуванні тревел-стартапів за версією Skift

№№ п/п	Приклади стартапів	Опис стартапів	Варіанти застосування досвіду для України
1	Короткострокова оренда	2023 року цей сектор отримав найбільший обсяг фінансування. Skift відстежував близько 30 стартапів на ринку короткострокової оренди, які залучили понад 676 млн. дол. Серед них сервіси бронювання, платформи для управління нерухомістю та нішеві сайти	Застосування для офісних приміщень та готелів на рівні 1-2*
2	Орієнтація на ринок цифрових кочівників	До них входить Habyt з Берліна (42,4 млн. дол) - це платформа, де місцеві та туристи можуть орендувати колівінги**, будинки та готелі. Фінансування залучали й більш нішеві платформи. Наприклад, Raus з Німеччини та Unyoked з Австралії, які пропонують високотехнологічні будиночки у віддалених місцях, а також Vipio, сервіс з унікальними об'єктами, такими як колишній заміський будинок Фредді Мерк'юрі.	Використання окремого будинку, квартири на декількох кімнат, одного чи декількох поверхів у багатоповерхівці, що перетворені на житло у стилі гуртожитку для команди стартапу
3	Готельні технології	Skift відстежував понад 30 стартапів у цій сфері, які залучили щонайменше 274 млн. дол. Категорія охоплює низку програмних продуктів та послуг, спілкування з гостями та робота кухні	Застосування програми лояльності Advice Wallet і додаток замовлення їжі Settle
4	Літаки нового покоління	Дев'ять стартапів, які розробляють літаки та компоненти нового покоління, залучили понад 603 млн. дол. Regent Craft (60 млн. дол.) працює над електричним підводним апаратом для комерційних поїздок прибережними маршрутами. Перший прототип, який отримав назву Viceroy, зможе перевозити до 12 пасажирів та долати відстань до 290 км. ZeroAvia (116 млн. дол.і) розробляє воднево-електричний реактивний двигун. До кінця 2025 року компанія планує	Після війни можна використовувати для туризму на о. Зміїний для дослідження дайверами Храму Ахілла. Подорожі вздовж узбережжя Криму, по річках України Екскурсійні польоти над узбережжям

		випустити двигун, який забезпечує дальність польоту приблизно 480 км для літаків із 9-19 місцями.	Чорного та Азовського морів
5	Корпоративний туризм	Багато інвестицій отримали стартапи, які допомагають компаніям керувати видатками на корпоративні подорожі. Skift відстежував дев'ять платформ, які отримали щонайменше 445 млн. дол. Mooncard з Парижа (40,6 млн. дол) створює платформу для автоматизації витрат, яка також надає картки Visa співробітникам компаній-клієнтів.	Mooncard - платіжне рішення, яке автоматизує управління професійними витратами, від оплати до бухгалтерського обліку. Можна запропонувати для організації корпоративного відпочинку офісним працівникам великих фірм в Україні
6	Тури та заходи	Klook, туристичне онлайн-агентство з Гонконгу, залучило 210 млн. дол. (капіталу та боргу) у спробі конкурувати з GetYourGuide та Viator. Загальний обсяг фінансування компанії перевищує 900 млн. дол. GetYourGuide отримала 85 млн. дол.. венчурного капіталу та 109 млн. дол. у вигляді поновлюваного кредиту. В результаті загальний обсяг інвестицій компанії перевищив 1 млрд. дол.	Широке залучення сервису Bookimed.com Застосування інтерактивного проєкту Viaguide Tripmydream - - допома у пошуку найвигідніших пропозиції щодо перельоту і проживання під заданий бюджет. Сервіс Tunatravel
7	Інші тренди	Вісім стартапів, які працюють над екологічним авіаційним паливом, залучили щонайменше 312 млн. дол.	Майбутнє використання українськими авіакомпаніями
8		Декілька сотень мільйонів доларів отримали різні онлайн-турагентства та інші платформи бронювання, багато з яких спеціалізуються на нішевих ринках. У березні закрили раунди Wheel the World, платформа бронювання для туристів з обмеженими можливостями, та Bach, сервіс для планування дівич-вечорів.	Бронювання транспорту, квитків на транспорт і місць проживання для туристів з обмеженими можливостями. Планування дівич-вечорів у клубах та ресторанах країни
9		Кошти також залучили кілька стартапів в індустрії наземних перевезень, які пропонують таксі та можливість бронювати трансфери з аеропортів.	Аеропорти та готелі міст країни, зокрема для хасидів, які приїздять до Умані

***Колівінг – це сучасна форма спільного проживання, коли мешканці отримують приватну спальню в мебльованому будинку, але при цьому мають спільні місця загального користування.*

Джерело: [61]

Також можна скористатися ідеями сайту про туризм Skift, який надає в тому числі маркетингові послуги для туристичної сфери (табл. 3.8).

Таблиця 3.8

7 стартапів з унікальними концепціями (за версією Skift)

№№ п/п	Приклади стартапів	Опис стартапів	Варіанти застосування досвіду для України
1	Halal Booking	Онлайн-турагентство для мусульман, яке допомагає знаходити об'єкти за певними запитами, таким як наявність пляжу тільки для жінок, халяльної їжі та окремого басейну.	Після закінчення війни буде популярним для Києва, Львова та Карпат, які полюбили вихідці з Близького Сходу
2	Scapia	Кредитна карта для індійських мандрівників, яка надає необмежений доступ до залів очікування, а також дозволяє повернути 10% вартості всіх покупок та витратити ці гроші на наступні поїздки.	Подібна картка для українських мандрівників
3	Fairlyne	Допомагає перепродавати безповоротні квитки	Перепродаж квитків концертних заходів, вистав
4	Autio	Пропонує понад 10 тис. коротких аудіоісторій аудіоісторій з географічного розташування. Стартап підписав контракт з американською авіакомпанією JetBlue, у рамках якого мандрівники можуть слухати його контент під час польотів	Підготовка подібних аудіоісторій для мандрівників по Україні і до України
5	HotelYaari	Дозволяє інвесторам купувати частки у розкішних готелях	Стосується готелів України
6	Minut	Надає людям, які здають житло у короткострокову оренду, датчики для виявлення сигаретного диму, великої кількості гостей, сильних сторонніх шумів	Актуально для приморських і великих міст країни, де приватні особи здають своє житло на короткий термін
7	DiDi Autonomous Driving	Залучила 149 млн. дол. на розробку автономного таксі, в якому немає сидіння водія, але є роботизована рука, здатна приймати у пасажирів багаж і будити їх	Післявоєнна перспектива

Джерело: [61]

В Україні діє кілька сотень стартапів у сфері туризму та гостинності. деякі з них мають світове визнання.

Bookimed.com – медичний туризм. Bookimed – сервіс для пацієнтів, які мають фінансову можливість лікуватися за кордоном**.** Принцип його роботи наближений до популярного сервісу бронювання готелів Booking.com.

За допомогою додатку можна обрати закордонного фахівця потрібного профілю: кардіолога, онколога, нейрохірурга та багатьох інших.

Проєкт був започаткований у 2014 році, коли у автора проєкту виникли проблеми із здоров'ям, а обстеження треба було пройти в Ізраілі. Накрутки посередників склали 200-300% від вартості самих процедур. Тоді і виникла ідея додатку, у якому з'являвся прямий доступ до певного лікаря.

На даний момент додаток Bookimed включає майже 300 клінік у 29-ти країнах світу. З цим сервісом співпрацюють лікарі з Ізраїлю, Австрії, Німеччини, Іспанії, Швейцарії та Великої Британії, а також інших країн з високим рівнем медичного обслуговування. У переліку є низка медичних закладів України.

Сервіс Allset щодо замовлення столика та їжі у ресторані функціонує на ринку США. Його прототипом з 2013 року є український аналог. Команда стартапу створили програму лояльності Advice Wallet і додаток щодо замовлення їжі Settle. Компанія працює над новим проєктом - замовлення столику у ресторані та їжі заздалегідь. Це дає змогу заощаджувати майже годину часу клієнта.

Одним з перспективних українських стартапів на міжнародному ринку є проєкт надання на комерційній основі користувачам можливості доступу до потужного комп'ютера, який працює у хмарі. Sixa заснована у 2015 році. Вже через рік проєкт потрапив на акселераційну програму Y Combinator і отримав від венчурного фонду інвестиції у розмірі 120 тис. дол. [16].

У 2021-му році був розроблений інтерактивний проєкт Viaguide. Це мобільний додаток, який дає змогу організовувати тімбілдинги, екскурсії та впроваджувати елементи гри у навчальний процес. Проєкт спрямований на професійних гідів, HR- та івент-менеджерів, а також тих, хто вивчає історію у вигляді хобі, і хоче заробити на цьому.

Для гідів, впровадження цього проєкту дає змогу, не маючи навичок програмування записувати та організовувати авторські аудіоекскурсії. Viaguide також є корисним для музеїв, у які не використовують подібні технології. У

Viaguide набагато більше сфер використання у царині гейміфікації – цей додаток створено на базі квест-движка. Завдяки нелінійній системі на платформі Viaguide можна реалізовувати будь-який гейміфікований задум, оскільки у нелінійній грі гравець може виконувати завдання у різних послідовностях, використовуючи блоки та не обмежуючись чужими шаблонними алгоритмами.

Ключовою перевагою Viaguide є доступність через мобільний додаток. Це дає змогу впровадити більше ігрових рішень, ніж через браузер. Ще одна перевага: доступ до квесту не погіршується через низьку якість Інтернету. Розваги Viaguide працюють офлайн; інструменти Viaguide для розробників доступні у браузерній версії.

Для початку екскурсії екскурсії або гри, кінцевому клієнту необхідно скористатися QR-кодом або ввести ключ, наданий продавцем послуги. Додаток також пропонує сервіси із наданого списку.

Також Viaguide пропонує гнучкі умови для використання. Коли гід починає пошук клієнтів через додаток, він отримує 40% від суми, сплаченої своїм споживачем. 60% забирає Viaguide, як маркетплейс. У разі, коли гід використовує Viaguide, як функціональну платформу, а продажі здійснює через сторонні канали, його прибуток складатиме 85%. Третій варіант - традиційний: клієнт купує у Viaguide ключі до свого проєкту та перепродає їх кінцевим споживачам.

Стартап вже має свою аудиторію серед українців і починає просування у Лондоні. Там існує велика кількість квестів, які користуються значним попитом. Склалася вже група мандрівників, що здійснюють свої подорожі виключно заради участі у певному квесті. Окрім того, політика конфіденційності (GDRP) у Великій Британії простіша для вивчення та розуміння, ніж у багатьох інших західних країнах. Також просування Viaguide забезпечує наявність відкритої бази ліцензованих гідів. Таким чином можна здобути контакти потенційних клієнтів. Для рекламування свого проєкту

розробники використовують соціальні мережі. У перспективі – освоєння ринку Нью-Йорка [37].

Туристичний сервіс Tripmydream став переможцем змагання Seedstars Summit 2016р. у Швейцарії серед тревел-стартапів. Призовими були 500 тисяч доларів США. Tripmydream - український сервіс щодо допомогу у пошуку найвигідніших пропозицій для перельоту та проживання за певного бюджету. Користувач вказує свої побажання і можливий бюджет поїздки - сервіс же підберає найкращі напрямки, аналізує і видає найдешевші рейси і варіанти проживання. Початкові інвестиції у проєкт склали майжк 300 тисіс доларів, запустився сервіс у квітні 2015 року [53].

В Україні з’явився стартап Tunatravel, за допомогою якого можна замовити, сформувати й оплатити тур за межі країни на будь-який бюджет. І зробити це можна в он-лайні режимі. Для цього потрібно: зареєструватися на сайті, заповнити форму, де вказується бюджет, кількість мандрівників, дати поїздки, побажання відносно житла і транспорту. Перші пропозиції надходять в особистий кабінет користувача вже протягом кількох годин [32].

Висновки.

Проблеми виходу туристичних стартапів на ринок можна буде вирішити шляхом:

- створення мережі конкурентоспроможних інноваційних підприємств (організацій) для подальшого співробітництва з міжнародними високотехнологічними компаніями (транснаціональними корпораціями), а також для участі у міжнародних кластерах інноваційних компаній, які продукують інноваційну продукцію або проводять наукові дослідження;
- створення умов для організації кластерів, які зможуть об’єднати промислові підприємства з закладами освіти;
- сприяння створенню інноваційної інфраструктури, яка зможе надавати юридичний супровід і консультаційні послуги розробникам проєктів, бізнесовим структурам, у тому числі відносно оцінки технологічного рівня науково-технічних розробок та їх економічної ефективності.

ВИСНОВКИ

Стартапи є одними з ключових рушійних сил інновацій, оскільки вони часто розробляють та впроваджують на ринок проривні інноваційні продукти та рішення. Процвітаюча екосистема стартапів та скейлапів відіграє ключову роль в економічному зростанні та розвитку ринку, стимулюючи продуктивність, стимулюючи інвестиції та створюючи якісні робочі місця. Оскільки Україна розробляє багато різних стартапів, які мають міжнародне визнання, необхідно забезпечити їх відповідною нормативно-правовою базою.

Роль стартапів у стимулюванні економічного зростання, ймовірно, стане ще більш помітною. В епоху швидких технологічних змін та глобальних викликів інноваційний дух та гнучкість стартапів матимуть вирішальне значення для розробки рішень таких нагальних проблем, як зміна клімату, охорона здоров'я та сталий розвиток.

Вирішення проблем, пов'язаних з регулюванням, є критично важливим аспектом започаткування та ведення успішного бізнесу. Підприємці та інвестори повинні бути в курсі змін у нормативних актах та вимогах щодо до дотримання нормативних вимог, щоб уникнути правових та фінансових наслідків. Розуміючи нормативні рамки, вимоги до дотримання нормативних вимог та ліцензування, підприємці можуть мінімізувати ризики та зосередитися на розвитку бізнесу.

Хоча стартапи – це малий бізнес, який потребує більше можливостей для зростання, вони, безумовно, сприяють процвітанню країни на багатьох рівнях, незалежно від того, чи була економіка країни розвинена, розвивається чи покращується після кризи. Загальне зниження ставки податку на прибуток підприємств принесе користь найуспішнішим новим підприємствам, які вкладатимуть більше грошей у свій бізнес та економіку, а також відкриє капітал для великих компаній, щоб вони могли скористатися зростанням нових стартапів за рахунок бізнес-ангелів, корпоративного венчурного капіталу та досліджень та розробок.

Кожен стартап повинен пропонувати якість своїм споживачам, щоб підтримувати свій бізнес, щоб він міг зростати, досягати успіху та відігравати свою найважливішу роль у розвитку нашої країни та економіки.

Існує чимало ризиків заснування власного стартапу. Найпоширеніший з них, це, звичайно, ризик невдачі. За статистикою, близько 90% стартапів зазнають невдачі. Часто це відбувається через брак фінансування, поганий менеджмент або невідповідну бізнес-модель. Інші ризики включають ризик юридичних проблем, ризик крадіжки інтелектуальної власності та ризик конкуренції.

Звичайно, успіх ніколи не гарантований. Стартапи мають надзвичайно низький рівень успіху, і дослідження показують, що високий відсоток зазнає невдачі протягом перших п'яти років. Вони також повинні вирішувати проблеми, пов'язані з доступністю фінансування та іншими питаннями, такими як нестача талантів.

Політики та представники приватного сектору співпрацюють у зусиллях зі створення середовища, де стартапи можуть процвітати. Завдяки сприятливим для стартапів візовим угодам та зростанню партнерства між корпораціями та стартапами, світ стає дедалі сприятливішим для стартапів та підприємців.

Створюючи сприятливу екосистему для стартапів, політики, інвестори та бізнес-лідери можуть використовувати силу підприємництва для створення робочих місць, стимулювання інновацій та побудови більш стійких та процвітаючих економік. Оскільки стартапи продовжують розширювати межі можливого, вони залишатимуться на передовій економічного зростання та суспільного прогресу протягом багатьох років.

Можлива підтримка стартапів з України світовими гігантами, українськими та міжнародними організаціями. Ще одна важлива програма, Фонд стартапів в Україні, продовжує фінансувати підприємства з потенційним застосуванням як під час війни, так і для майбутньої реконструкції. Інновації часто виникають з необхідності, і Україна доводить, що підприємництво залишається одним із її найпотужніших активів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про схвалення Стратегії розвитку сфери інноваційної діяльності на період до 2030 року Розпорядження КМУ від 10 липня 2019 року, № 526-р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/526-2019-%D1%80#Text(дата звернення: 22.08.2025).

2. Про інноваційну діяльність. Закон України. (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2002, № 36, ст.266). URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text(дата звернення: 22.08.2025).

3. Анохін, С., та Вінсент, Дж. (2012). Рівень стартапів та інновації: міжкраїнний аналіз. *Журнал міжнародних бізнес-досліджень*, 43, 41-60.

4. Барабаш М.Р. Як збільшити потік інвестицій у стартап? URL: [http:// forbes.ua/ua/explain/startup_and_business/ 1374857-yakzbilshiti-potik-investicij-u-startap

5. Бургель, О., та Мюррей, Г.К. (2000). Вибір виходу на міжнародний ринок для стартап-компаній у високотехнологічних галузях. *Журнал міжнародного маркетингу*, 8(2), 33-62.

6. Вітт, П. (2004). Мережі підприємців та успіх стартапів. *Підприємництво та регіональний розвиток*, 16(5), 391-412.

7. Вайблен, Т. та Чесбро, Г.В. (2015). Взаємодія зі стартапами для покращення корпоративних інновацій. *California management review*, 57(2), 66-90.

8. Власенко Є. Найвідоміші українські стартапи. URL: https://marieclaire.ua/fashion/samye-izvestnye-ukrainskie-startapy/

9. Водянка Л. Д., Філіпчук Н. В. Українська стартап-система в умовах війни. *Фінансові інструменти сталого розвитку економіки : матер. 5-ої міжнар. наук.-практ. конференції* (Чернівці, 27 квітня 2023 р.). Чернівці : Чернівец. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2023. С. 378–381.

10. Всесвітній туристичний барометр та статистичний додаток, січень 2025 року. URL: https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/wtobarometereng.2025.23.1.1

11. Гіржева К. У пошуках коштів на стартап / К.Гіржева. URL: https://polemix.com.ua/ua/ article/grosh_na_startap-4175083/.

12. Гончарук О. На фінансування українських стартапів передбачено 440 млн грн., Департамент комунікацій Секретаріату Кабінету Міністрів України, опубліковано 02 грудня 2019 року. Урядовий портал : Єдиний веб-портал органів виконавчої влади України. URL: https://www.kmu.gov.ua/news/na-finansuvannya-ukrayinskih-startapiv-peredbacheno-440-mln-grn-oleksij-goncharuk (дата звернення: 22.08.2025).

13. Данкеєва, О., Березова Ю. Вплив пандемії на діяльність стартаппроектів / О. М. Данкеєва, Ю. В. Березова *Галицький економічний вісник*. 2021. Т. 69, № 2. С. 153-159.

14. Демчишак Н. Б., Хильченко М. О. Стартап-екосистема: інституційні та фінансові аспекти стимулювання розвитку в Україні. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 13-14. С. 5–13. URL: http://www.investplan.com.ua/?op=1&z=7514&i=0 (дата звернення: 17.09.2025).

15. Дергач А. В., Дюгованець О. М., Гончар Г. П. Механізм управління діяльністю стартапів. *Економіка та держава*. 2021. № 8. С. 79–84. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/8_2021/15.pdf

16. Є чим пишатися: 3 перспективні українські стартапи у сфері медицини. URL: https://gk-press.if.ua/ye-chym-pyshatysya-3-perspektyvni-ukrayinski-startapy-u-sferi-medytsyny/#google_vignette

17. Евсейчев А. И. Основы стартап-менеджмента. URL: http://www.tstu.ru/book/elib3/mm/2014/

18. Жалдак Г. П. Проблеми та перспективи розвитку стартапів в Україні. *Інфраструктура ринку*. 2019. Вип. 32. С. 109–113.

URL: http://m1.arketinfr.od.ua/journals/2019/32_2019_ukr/18.pdf (дата звернення: 29.03.2024).

19. Збанацький Д.Ю. Стартапи: юридичні та практичні аспекти. Ознайомча частина. URL: http://n-auditor.com.ua/ uk/component/ na_archive/269?view=material

20. Іванова Н. Ю. Екосистема стартапів. Інноваційні ідеї в економічній науці: пошуки вирішення сучасних проблем : *матеріали науково-практичної конференції*, 21 жовтня 2021 року / Нац. ун-т «Києво-Могилянська академія», Каф. економічної теорії, Наук.-навч. центр «Інноваційна лабораторія» НаУКМА. Київ : НаУКМА, 2021. С. 26–28. URL: https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/5e37b757-8d98-4422-a7aa-c8a341099c03/content (дата звернення: 6.03.2024).

21. Івашова Н.В. Моделі фінансування стартапів. URL: http://essuir.sumdu.edu.ua/ bitstream/123456789/32714/1/Ivashova _startup.pdf

22. Касич А.О., Джура А.М. Стартап як форма підприємницької діяльності: поняття, значення, зарубіжний досвід. *Інвестиції: практика та досвід.* 2019. №2. С. 24-31.

23. Комаріст О.І. Зміст маркетингу інновацій у діяльності підприємства. URL: http://www.pdaa.edu.ua/sites/default/ files/nppdaa/ 4.1/146.pdf

24. Козловський Є.В. Теоретикометодичні засади управління проєктами в сфері туризму / Є. Козловський *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв.* Серія: Туризм: наук. зб. 2019. Вип. 2. Т. 2. С. 108-16.

25. Козловський Є. В. Проблеми розвитку стартап проєктів у сфері туризму: управлінський аспект. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 1. С. 104–108. URL: http://www.investplan.com.ua/?op=1&z=7290&i=15 (дата звернення: 15.09.2024).

26. Кобеля-Звір М. Я., Звір Ю. В. Грантова підтримка малого та середнього бізнесу у формі ваучерів. *Інтелект XXI.* 2023. № 3. С. 21–27. URL: http://www.intellect21.nuft.org.ua/journal/2023/2023_3/5.pdf (дата звернення: 13.09.2025).

27. Кобеля-Звір М. Я., Звір Ю. В. Основні підходи до класифікації грантів. Вісник ЛТЕУ. *Економічні науки*. 2023. № 74. С. 102–107. URL: https://scholar.google.com.ua/citations?view_op=view_citation&hl=uk&user=p3KHzu4AAAAJ&pagesize=80&citation_for_view=p3KHzu4AAAAJ:O3NaXMp0MMsC (дата звернення: 9.09.2025).

28. Ковальова А.Ю. Підходи до створення успішного стартапу: світовий досвід. URL: http://confcontact.com/ 2014_02_meshko/ 37_Kovalyova.htm

29. Колугін А. С. Класичне значення стартапа. URL: http://constructorus.ru/ finansy/chto-takoe-startap.html

30. Конкурс туристичних StartUp-проєктів у Навчально-науковому центрі бізнес-симуляції Державного торговельно-економічного університету. URL: https://knute.edu.ua/blog/read/?pid=44018&uk

31. Кохан М.О., Мазур А.В. Регіональні детермінанти розвитку екосистеми стартапів у місті Львові. *Регіональна економіка*. 2019. №4. С. 74-86. URL: https://re.gov.ua/re201904/re201904_074_KokhanMO,MazurAV.pdf

32. Кучук М. Український стартап Tunatravel, який підбирає дешеві тури за кордон. URL: https://www.village.com.ua/village/business/news/268937-ukrayinskiy-startap-tunatravel-yakiy-pidbirae-deshevi-turi-za-kordon

33. Левковець О.М. Стартап-екосистема України в контексті завдань збереження та розвитку інноваційного потенціалу. *Економічна теорія та право*. 2022. 3(50). 59-85. DOI: https://doi.org/10.31359/2411 5584 2022 50 3-59

34. Мацевич О.А. Бізнес-план для стартапу - навіщо і як? URL: http://procapital.ua/ua/press_center/expert/biznes-plan-dlyastartapa-navisho-ta-yak-ubr/

35. Меттлер, А. та Вільямс, А.Д. (2011). Зростання мікро-транснаціональних компаній: як фрілансери та технологічно підковані стартапи стимулюють зростання, створення робочих місць та інновацій. *Лісабонський інформаційний бюлетень Ради з питань політики,* 5(3), 1-28.

36. Мінцифри: Фонд розвитку інновацій зазнає трансформації. Міністерство цифрової трансформації України, опубліковано 03 червня 2025

року. URL: https://www.kmu.gov.ua/news/mintsyfry-fond-rozvytku-innovatsii-zaznaie-transformatsii

37. Мостова Ю. Як український стартап Viaguide змінює туризм. URL: https://ucluster.org/blog/2022/02/yak-ukrainskij-startap-viaguide-zminjue-turyzm/

38. Мрихіна О.Б., Стояновський А.Р., Міркунова Т.І. Перспективи стартап-компаній у контексті конкурентоспроможного розвитку світового ринку високих технологій. *Актуальні проблеми економіки*. 2019. № 9. С. 215–225.

39. Мулик Л. І., Солнцев С. О. Маркетинг незалежних та афілійованих стартапів. *Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут».* 2017. №14. С. 336-342.

40. Пікуль В.С. Що таке стартап? URL: https://3222.ua/ru/article/scho_take_startap.htm (дата звернення: 25.11.2025).

41. Підтримка українських стартапів від Google. URL: https://blog.portmone.com.ua/uk/posts/information-posts-uk/vse-pro-startap-ta-jogo-stvorennya/#title-6

42. Погуда Н. В. Стартап як індикатор конкурентоспроможності сфери туризму та гостинності / Н. В. Погуда *Наукові записки Національного університету «Острозька академія».* Серія «Економіка». 2022. № 24 (52). С. 61-67.

43. Подольчак Н. Ю., Карковська В. Я., Левицька Я. В. Екосистеми розвитку стартапів як принцип здійснення державної інноваційної політики. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 8. С. 82–87. DOI: 10.32702/2306-6814.2021.8.82

44. Райт, М., Сігел, Д.С. та Мустар, П. (2017). Нова екосистема для студентських стартапів. *Журнал трансферу технологій*, 42, 909-922.

45. Реєстрація стартапу в Україні. URL: https://blog.portmone.com.ua/uk/posts/information-posts-uk/vse-pro-startap-ta-jogo-stvorennya/#title-3

46. Ремізов А. Велика мета локального туризму. Кейс Олени Касьян, оптимізованого маркетплейса ОК Town. URL: https://www.oktown.com.ua/blog/news3

47. Сак Т.В., Шостак Л.В., Вознюк Ю.С. Розвиток стартапів в Україні: теоретичні аспекти, тенденції, можливості. *Інфраструктура ринку*. 2022. №65. С. 43-48. http://www.market-infr.od.ua/journals/2022/65_2022/9.pdf

48. Світові туристичні рейтинги. Вікіпедія. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/World_Tourism_rankings

49. Ситник Н. І. Екосистема стартапів як складова інноваційної екосистеми. *Бізнес Інформ*. 2017. № 8. С. 89-94. URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2017-8_0-pages-89_94.pdf

50. Студентські проєкти та стартапи допоможуть розвивати туризм в нашому регіоні. URL:https://cnu.edu.ua/blog/2021/11/03/33859/

51. У ТОП-10 кращих туристичних стартапів світу увійшов український сервіс. URL: https://www.unian.ua/science/1279315-u-top-10-kraschih-turistichnih-startapiv-svitu-uviyshov-ukrajinskiy-servis.html

52. Українські стартапи втікають за кордон: що відлякує інвесторів. URL: https://tsn.ua/ukrayina/ukrayinski-startapy-vtikaiut-za-kordon-shcho-vidliakuye-investoriv-2811266.html

53. Український туристичний стартап визнаний кращим в світі. URL:https://acc.cv.ua/news/ukraine/ukrayinskiy-turistichniy-startap-viznaniy-kraschim-v-sviti-video-22675

54. Український туристичний стартап визнаний кращим в світі. URL:https://epravda.com.ua/news/2016/03/4/584131/

55. Український фонд стартапів починає прийом заявок. Міністерство фінансів України, опубліковано 02 грудня 2019 року. Урядовий портал : Єдиний веб-портал органів виконавчої влади України. URL: https://www.kmu.gov.ua/news/ukrayinskij-fond-startapiv-pochinaye-prijom-zayavok (дата звернення: 2.03.2025).

56. Український фонд стартапів допоміг залучити майже $51 млн зовнішніх інвестицій. URL: https://finclub.net/news/ukrainskyi-fond-startapiv-dopomih-zaluchyty-maizhe-usd51-mln-zovnishnikh-investytsii.html

57. Успішний стартап у сфері гостинності. URL: https://www.project.platforma-msb.org/2023/05/08/uspishnyj-startap-u-sferi-gostynnosti/

58. Чайка Т. Ю. Стартапи в індустрії туризму і гостинності [Електронний ресурс] / Т. Ю. Чайка, Л. Р. Павленко *Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі : тези доп. міжнар. наук.-практ. інтернет-конф.,* 2 листопада 2022 р. / оргком.: В. М. Михайлов ; Держ. біотехнол. ун-т. – Електрон. текст. дані. – Харків, 2022. – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM). – Назва з тит. екрана. – С. 297-299. – URL : https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/15568/1/AKTUAL_NI_%20PROBLEMY_HOSTYNNOSTI_22-298-300.pdf, вільний (дата звернення 29.12.2022 р.).

59. Що таке стартап, та чому вам варто створити власний. URL: https://www.yepworld.org/post/%D1%89%D0%BE-D1%82%D0%B0%D0%BA%

60. Щербакова Н.О. Розвиток стартапів в Україні та світі. *ІІ Міжнародній науково-практичній конференції «Маркетингові та організаційні механізми повоєнного розвитку галузі гостинності та туризму України*» (м. Харків, НТУ «ХПІ», 26-27 листопада 2024 р.). 2024. С.288-290.

61. Фінансування тревел-стартапів у 2023 році: тренди та найбільші. URL: https://www.imena.ua/blog/funding-travel-startups-in-2023/

62. Фонд підтримки виділяє $10 млн для українських стартапів: подавайте заявки. URL: https://www.kmu.gov.ua/news/fond-pidtrymky-vydiliaie-10-mln-dlia-pidtrymky-ukrainskykh-startapiv-podavaite-zaiavky

63. Фрімен, Дж. та Енгель, Дж. С. (2007). Моделі інновацій: стартапи та зрілі корпорації. *California management review*, 50(1), 94-119.

64. Фукс К.В. Особливості маркетингу стартапу крізь його життєвий цикл. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2023. №2(39). С. 47-52. DOI: https://doi.org/10.32782/easterneurope.39-8

65. Shulga S. Все про стартап та його створення. URL: https://blog.portmone.com.ua/uk/posts/information-posts-uk/vse-pro-startap-ta-jogo-stvorennya/#title-3

66. Tourism Industry: Everything You Need to Know About Tourism. URL:https://www.revfine.com/tourism-industry/

67. Meslin G. What is business tourism? URL: https://www.fairjungle.com/blog/what-is-business-tourism

68. Pham D. Navigating Regulatory Challenges in the Startup World: Tips for Entrepreneurs and Investors. URL: https://rundit.com/blog/navigating-regulatory-challenges-in-the-startup-world-tips-for-entrepreneurs-and-investors

69. Sobirova G. Startup Law and Legal Framework. URL: https://pivot.uz/startup-law-and-legal-framework/

70. Raj S.Startup Law: Basics of Startup Law for Founders. URL: https://useairstrip.com/blog/startup-law-basics-for-founders/

71. EU Startup and Scaleup Strategy. URL: https://research-and-innovation.ec.europa.eu/strategy/strategy-research-and-innovation/jobs-and-economy/eu-startup-and-scaleup-strategy_en

72. THE EUROPEAN COMMISSION LAUNCHES STRATEGY TO BOOST STARTUPS AND INNOVATION. URL: HTTPS://ERRIN.EU/NEWS/EUROPEAN-COMMISSION-LAUNCHES-STRATEGY-BOOST-STARTUPS-AND-INNOVATION

73. Entry into force of the Start-ups Law. URL: https://commission.europa.eu/projects/entry-force-start-ups-law_en

74. Unlocking economic growth: The first global ranking of startup policies. URL: https://www.weforum.org/stories/2025/02/first-startup-policy-ranking-supports-economic-growth/

75. Law for the Promotion of the emerging companies ecosystem (Start-up Law). URL: https://depp.oecd.org/policies/ESP2370

76. The Role of Startups in Driving Economic Growth. URL: https://gkcaoffice.com/the-role-of-startups-in-driving-economic-growth/

77. How Much Do Startups Contribute To The Economy. URL: https://investorhunt.co/blogs/how-much-do-startups-contribute-to-the-economy

78. Tourism Industry: Everything You Need to Know About Tourism. URL: https://www.revfine.com/tourism-industry/

79. Enginsoy S. The Impact of Startups on National and Local Economies. URL: https://www.startupblink.com/blog/the-impact-of-startups-on-national-and-local-economies/

80. How startups contribute to economic growth? URL: https://www.creativezone.ae/how-startups-contribute-to-economic-growth/

81. 21 Key Technology Trends Emerging in the Travel Industry in 2025. URL: https://www.revfine.com/technology-trends-travel-industry/

82. Rong Y. The Significance and Contributions of Startups Driving Economic Growth. URL: https://www.ewadirect.com/proceedings/aemps/article/view/19255

83. Asterbo T., Bazzazian N., Bragunskiy S. (2023) Startups by recent university graduates and their faculty: Implications for university entrepreneurship policy. *Research Policy*. 41(4). 663-677. DOI: 10.1016/j.respol.2012.01.004

84. Singh, S. and Mungila Hillemane, B.S. (2023) Sources of finance for tech startups over its lifecycle: what determines their approach of sources and its success?, *International Journal of Emerging Markets*, 18(8). 1766-1787. https://doi.org/10.1108/IJOEM-06-2020-0705

85. Shvets G. Startup as a new of business line. Вісник Приазовського державного технічного університету. Серія: *Економічні науки*. 2018. № 35. С. 26-32. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VPDTU_ek_2018_35_6.

86. Blank, S. G., & Dorf, B. (2012). The startup owner's manual: The step-by-step guide for building a great company. Pescadero, Calif: K & S Ranch, Inc.

87. Eric Ries. (2011). The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses. New York : *Crown Business*, p. 320.

88. Startup Ecosystem Report. StartupBlink. URL: https://www.startupblink.com/startupecosystemreport

Ortmans J. A Note From the Global Entrepreneurship Network. URL: https://startupgenome.com/report/the-global-startup-ecosystem-report-2024/a-note-from-the-global-entrepreneurship-network

89. Global Startup Ecosystem Index 2024: Ukraine in the top 50. URL: https://usf.com.ua/en/global-startup-ecosystem-index-2024-ukraine-in-the-top-50/

90. Global Startup Ecosystem Index 2024. StartupBlink. URL: https://edbmauritius.org/wp-content/uploads/2025/02/startup ecostem report2024.pdf

91. Global Startup Ecosystem Index 2025. URL: https://sydna-startups.gr/wp-content/uploads/2025/07/startupecosystemreport2025_compressed-1.pdf

92. Mayfield D. Top 9 Startup Risks & How to Manage Them. URL:https://devsquad.com/blog/startup-risks

93. Hayes A. The Risks and Rewards of Investing in Startups. URL: https://www.investopedia.com/articles/personal-finance/041315/risk-and-rewards-investing-startups.asp

94. Mathison R. 16 innovative tourism ideas for 2025. URL: https://www.rezgo.com/blog/innovative-tourism-business-ideas/

95. Richards A.A 2025 Guide to Start a Business in Tourism and Hospitality Industry. URL: https://www.businesssetup.com/blog/business-in-tourism-and-hospitality-industry

ДОДАТОК А

В рамках діяльності Бізнес-школи Громадської спілки «Всеукраїнська асоціація гідів» пропонується провести курс-інтенсив «Успішний стартап у сфері гостинності»

Дата розміщення проєкту	08.05.2023
Організатор проєкту	ГС «Всеукраїнська асоціація гідів»
Сума збору на впровадження проєкту, грн.	620 000.00
Статус проєкту	Пошук донорів

Про проєкт

Створення та запуск власного бізнесу в Україні сьогодні дуже на часі. В умовах військового стану підтримка економіки країни набуває колосальної важливості і стосується кожного свідомого громадянина. Багато українців релокувалися за межі свого регіону, дехто втратив свою домівку, а хтось починає все спочатку на новому місці.

На жаль, більшість українців не наважуються втілити в життя свої грандіозні плани щодо підприємництва через відсутність знань та компетенцій. На нашу думку, саме індустрія гостинності є тією потужною ланкою, у якій можна реалізувати свій майбутній бізнес-проєкт та розраховувати на його швидкий старт.

Знання та поради провідних фахівців-туризмологів, практиків індустрії гостинності допоможуть реалізувати мешканцям постраждалих регіонів України та внутрішньо-переміщеним особам свої стартап-проєкти та рухатися в ногу з прогресом. Формуємо скіли не лише для розвитку індивідуальних проєктів, а й для командних бізнес-розробок!

Після перемоги туристична галузь буде розвиватися в нашій країні великими темпами, і готуватися до прийому закордонних та внутрішніх туристів необхідно вже сьогодні.

Ціль проєкту:

Надання знань та менторство для швидкого запуску стартап-проєктів або пошуку завжди актуальної роботи в індустрії гостинності.

Основні заходи

Складові частини курсу:

– відеолекції, що наголошують на важливих теоретичних основах успішного бізнесу (юридичних, фінансових, продуктових тощо);

– самостійні практичні завдання, завдяки яким майбутній підприємець розробить план дій для розвитку власного стартапу;

– практичні кейси з реальними історіями від провідних українських підприємців, щоб надихнути та вберегти від зайвих дій, а в фіналі активного навчання – презентація власних проєктів для отримання фідбеку та натхнення від практиків.

Курс-інтенсив допоможе підприємцям, які розвивають стартапи, ознайомитися з кращим світовим досвідом розвитку бізнесу. На його основі сформується карта власного шляху до успіху.

Терміни:

Курс-інтенсив – 2 місяця, менторство від команди фахівців -3 місяці.

Також заплановано 2 виїзда-стажування до успішних господарств сфери гостинності в Україні [57].

ДОДАТОК В

9 важливих ризиків стартапу, до яких слід бути готовим

№№ п/п	Види ризику	Характеристика	Поради щодо зменшення ризику
1	Фінансові неефективності	Фінансові помилки є однією з головних причин провалу стартапів. Засновники часто недооцінюють потреби в капіталі або перевитрачають кошти в сферах, які не приносять негайної віддачі. Розглядаючи приклади бізнес-ризиків, пов'язаних з фінансовими зловживаннями, Crowdmix є крайнім випадком. Компанія створювала платформу для потокового передавання та обміну музикою та витратила приблизно 18 мільйонів доларів, перш ніж запустити робочий продукт для публіки. Неминуче їм довелося закритися. Брак уваги до грошових потоків також може призвести до проблем з ліквідністю. Стартапи можуть швидко виснажити свої можливості, якщо вони не будуть пильними у своєму фінансовому відстеженні та управлінні.	• Створіть детальний, консервативний бюджет, який враховує як постійні, так і змінні витрати. • Використовуйте фінансове програмне забезпечення для відстеження руху грошових коштів та витрат у режимі реального часу. • Роботи з будівництва злітно-посадкової смуги, які можуть покрити щонайменше шість місяців експлуатаційних витрат. • Уникайте надмірних витрат, особливо на речі не першої необхідності. • Найміть або проконсультуйтеся з фінансовим директором чи фінансовим експертом на ранній стадії. • Регулярно переглядайте фінансові звіти, щоб виявити перевитрат. • Впроваджуйте заходи щодо економії коштів, такі як переговори з постачальниками щодо кращих умов. • Залучайте капітал поетапно, щоб уникнути марнування ресурсів. • Встановіть графік платежів, щоб своєчасно погашати борги та зобов'язання.
2	Відсутність відповідності продукту та ринку	Гарне сумісність продукту з ринком є абсолютною необхідністю, якщо ви хочете уникнути лав тих, хто зазнав невдачі. Занадто багато стартапів створюють продукти, не перевіряючи, чи є на них справжній попит. Без відповідності продукту та ринку вам буде важко генерувати дохід, навіть якщо у вас	• Проведіть ретельне дослідження ринку, щоб виявити справжні проблемні точки клієнтів. • Створіть MVP (мінімально життєздатний продукт) для перевірки попиту перед масштабуванням. • Використовуйте інтерв'ю та опитування клієнтів для вдосконалення концепції продукту. • Постійно збирайте відгуки та вдосконалюйте продукт на основі реального використання. • Звузьте свій фокус до певної ніші, а

		технічно досконалий продукт. Ця проблема особливо актуальна, якщо ви намагаєтеся зробити щось «революційне» та «нове». Але кожен схильний до цієї проблеми.	потім починайте працювати звідти. • Визначте конкурентів та вивчіть, як ваш продукт може диференціювати себе. • Використовуйте підходи, засновані на даних, для оцінки залученості та утримання користувачів. • Будьте готові змінити свій продукт або стратегію, якщо початкові відгуки будуть поганими. • Зосередьтеся на побудові довгострокових відносин з вашими першими клієнтами. • Перевіряти, перевіряти, перевіряти.
3	Неефективна стратегія виходу на ринок	Неефективна стратегія виходу на ринок (GTM) може паралізувати навіть найкращі продукти. Запуск продукту без чіткого плану щодо його позиціонування, цільової аудиторії та способів залучення клієнтів часто призводить до повільного зростання або провалу. Без добре реалізованої GTM вам буде важко завоювати позиції на ринку.	Визначте чіткі портрети покупців, щоб адаптувати свої повідомлення та охоплення. • Використовуйте контент-маркетинг (блоги, відео тощо) для підвищення обізнаності перед запуском продукту. • Використовуйте соціальні докази, такі як тематичні дослідження або відгуки, для побудови довіри. • Тестуйте різні маркетингові канали (соціальні мережі, електронну пошту, платну рекламу), щоб знайти найефективніші. • Співпрацюйте з інфлюенсерами або суміжними компаніями, щоб розширити охоплення. • Створіть чітке позиціонування, яке підкреслить, що відрізняє ваш продукт від інших. • Узгодьте свої команди з продажу та маркетингу, щоб підтримувати узгодженість повідомлень. • Створіть сильну ідентичність бренду та узгодьте її з потребами та вподобаннями вашої цільової аудиторії. • Розгляньте можливість запропонувати модель freemium або обмежені за часом пропозиції, щоб залучити ранніх користувачів.
4	Слабка відповідність повідомлення ринку	Навіть якщо у вас чудовий продукт, погана комунікація може ускладнити розуміння потенційними клієнтами його цінності. Слабка відповідність повідомлення ринку означає, що ваше повідомлення не резонує з вашою цільовою аудиторією. Це призводить до плутанини	• Спростіть свої повідомлення, щоб зосередитися на основній ціннісній пропозиції. • Узгодьте свої повідомлення з проблемними моментами клієнтів. • Використовуйте A/B-тестування, щоб побачити, яка версія вашого повідомлення працює найкраще. • Отримайте відгуки від потенційних клієнтів, щоб зрозуміти, як вони інтерпретують ваше повідомлення. • Тестуйте різні канали (електронну пошту, соціальні мережі, особисту зустріч),

		або відсутності інтересу. Вкрай важливо, щоб ваше повідомлення було простим, зрозумілим і відповідало потребам вашої аудиторії. Найкраща відповідність повідомлення ринку досягається, коли ви приєднуєтеся до конверсії, яку ваш клієнт вже має в голові. У DevSquad ми якось зіткнулися з проблемою невідповідності повідомлень ринку, коли намагалися переорієнтувати наші повідомлення на великих корпоративних клієнтів. Цей крок мало не зруйнував наш бізнес. Швидке усвідомлення помилки дозволило нам повернутися до наших початкових повідомлень. Повернувшись до того, що спрацювало, ми змогли переорієнтуватися та продовжувати допомагати компаніям та засновникам запускати інноваційні продукти .	щоб побачити, де ваше повідомлення найкраще резонує. • Використовуйте історії або приклади, що відображають інтерес, щоб продемонструвати цінність вашого продукту. • Співпрацюйте з копірайтерами або маркетинговими експертами, щоб удосконалити чіткість та тон вашого повідомлення. • Регулярно оновлюйте свої повідомлення в міру розвитку вашого продукту або додавання нових функцій. • Продовжуйте оцінювати ефективність ваших повідомлень з часом.
5	Змагання з важкова говиками	Пряма конкуренція з добре відомими компаніями є складним викликом для стартапів. Великі конкуренти мають більші бюджети, сформовану клієнтську базу та сильнішу впізнаваність бренду. Спроби зійтися з ними віч-на-віч можуть виснажити ваші ресурси та залишити вас у скрутному становищі. Багато стартапів прагнуть вплинути на ринки, як це зробили Uber чи Netflix, але реальність набагато складніша. Продукти, орієнтовані на споживача,	• Зосередьтеся на недостатньо обслуговуваній ніші, де великі компанії можуть не працювати. • Пропонуйте персоналізований сервіс, який не можуть відтворити великі компанії. • Створіть лояльну спільноту користувачів, взаємодіючи безпосередньо зі своїми клієнтами. • Використовуйте тактики партизанського маркетингу , щоб привернути увагу без величезного бюджету. • Постійно впроваджуйте інновації — запускайте нові функції або продукти швидше, ніж більші конкуренти. • Підкресліть свою унікальну ціннісну пропозицію та поясніть, чому вона відрізняється від конкурентів. • Уникайте спроб конкурувати за ціною — зосередьтеся на цінності. • Будуйте партнерські відносини з

		особливо на переповнених ринках, вимагають величезного фінансування та мають дуже низькі шанси на успіх. Це особливо актуально на ринках B2C, де стартапи часто стикаються з жорсткою конкуренцією з боку добре фінансованих гігантів.	іншими стартапами або місцевими підприємствами для підвищення їхньої видимості. • Використовуйте свій невеликий розмір на свою користь, будучи більш гнучким та адаптивним. • Слідкуйте за тенденціями галузі та будьте готові швидко скористатися новими можливостями. • Знайдіть способи виділитися та зосередьтеся на тих сферах, де ви можете запропонувати більше цінності.
6	Нереаліс тичні прогнози	Оптимізм – це чудова риса, яка потрібна, коли настають важкі часи. Але іноді його буває забагато. Особливо, коли йдеться про прогнози щодо ваших стартапів. Надмірно амбітні прогнози призводять до розчарування. Це може вплинути на моральний дух команди та напружити стосунки з інвесторами. Багато стартапів переоцінюють попит, недооцінюють витрати або припускають швидке зростання без конкретних доказів. Нереалістичні прогнози призводять до проблем з грошовими потоками, недосягнення цілей та зайвого стресу для бізнесу.	• Базуйте прогнози на даних, а не на видаванні бажаного за дійсне. • Проведіть аналіз ринку, щоб зрозуміти галузеві орієнтири. • Встановлюйте консервативні цілі та коригуйте їх залежно від фактичних результатів. • Створюйте фінансові моделі з кількома сценаріями (найкращий, найгірший тощо). • Регулярно переглядайте свої фінансові показники та відповідно оновлюйте свої прогнози. • Діліться реалістичними цілями з інвесторами, щоб керувати їхніми очікуваннями. • Відстежуйте ключові показники ефективності (KPI), щоб переконатися, що ви не відхиляєтеся від цілі. • Плануйте невдачі та майте на увазі непередбачені обставини. • Врахуйте довші терміни залучення клієнтів або впровадження продукту, ніж ви спочатку очікували.
7	Кібербез пека	У сучасному світі кібербезпека є критично важливою проблемою для всіх підприємств, але особливо для стартапів, яким може не вистачати ресурсів для відновлення після хакерської атаки. Витік даних може завдати непоправної шкоди, від втрати довіри клієнтів до юридичної відповідальності. Що стосується стартапів, то приблизно 85% атак спрямовані на малий та	• Впроваджуйте основні заходи безпеки, такі як брандмауери та антивірусне програмне забезпечення. • Використовуйте двофакторну автентифікацію для всіх критично важливих систем та доступу до даних. • Навчіть співробітників розпізнавати фішингові шахрайства та інші кіберзагрози. • Регулярно оновлюйте програмне забезпечення для захисту від відомих вразливостей. • Шифруйте конфіденційні дані клієнтів, щоб запобігти несанкціонованому доступу. • Обмежте доступ до конфіденційної інформації лише тими, кому вона потрібна.

		середній бізнес. І якщо вас зламали, у вас є 40% ймовірності не збанкрутувати протягом наступних шести місяців. Незважаючи на ризики, майже 50% стартапів не мають чітко визначеної стратегії щодо кібербезпеки.	• Якщо ресурси обмежені, передайте безпеку спеціалізованому постачальнику послуг з кібербезпеки. • Проводьте регулярні аудити безпеки для виявлення та усунення вразливостей. • Розробіть план реагування на випадок порушення безпеки. • Слідкуйте за своїми системами на наявність незвичайної активності та швидко реагуйте на потенційні загрози. • Будьте в курсі останніх передових практик та загроз у сфері кібербезпеки. • Створюйте резервні копії критично важливих даних та інформації. • Розгляньте можливість придбання кіберстрахування .
8	Адаптація до ринку	Ринкові умови постійно змінюються. Продукт, популярний сьогодні, може бути неактуальним завтра. Ми бачимо це постійно. Ці зміни є результатом змін уподобань клієнтів, появи нових конкурентів або технологічних досягнень, таких як штучний інтелект. Стартапи, які не можуть адаптуватися до змінних умов, ризикують втратити актуальність та клієнтів.	• Регулярно відстежуйте ринкові тенденції та зміни в поведінці споживачів. • Підтримуйте тісний контакт зі своїми клієнтами, щоб розуміти їхні потреби, що змінюються. • Будьте готові змінити свою бізнес-модель або пропозицію продуктів, якщо це буде необхідно. • Постійно вдосконалюйте та оновлюйте свій продукт, щоб залишатися попереду конкурентів. • Вивчіть можливості на суміжних ринках, якщо ваш поточний починає скорочуватися. • Диверсифікуйте свої пропозиції продуктів, щоб зменшити залежність від одного джерела доходу. • Інвестуйте в дослідження та розробки для постійного впровадження інновацій. • Відвідуйте галузеві конференції та заходи, щоб бути в курсі нових тенденцій. • Зберігайте гнучкість у своїх моделях ціноутворення та обслуговування, щоб швидко адаптуватися до змін. • Тестуйте нові ідеї в невеликих пілотних програмах перед повномасштабним запуском.
9	Вигорання	Вигорання – це тихий вбивця стартапів. Невпинний тиск, довгі робочі години та постійна метушня можуть призвести до виснаження засновників та їхніх команд. Вигорання знижує продуктивність, призводить до прийняття	• Встановіть здоровий баланс між роботою та особистим життям, встановивши обмеження щодо робочого часу. • Делегуйте завдання, щоб уникнути перевантаження себе чи своєї команди. • Регулярно робіть перерви, щоб відновити сили психологічно та фізично. • Найміть додатковий персонал або фрілансерів для ефективнішого розподілу робочого навантаження.

		поганих рішень і навіть може призвести до краху бізнесу, якщо ним не керувати належним чином	• Створюйте корпоративну культуру, яка цінує благополуччя та психічне здоров'я. • Розгляньте можливість залучення співзасновника або ключових співробітників для розділення тягаря. • Використовуйте інструменти управління проектами для оптимізації робочого навантаження та зменшення стресу. • Заохочуйте свою команду брати відпустки або вихідні, щоб уникнути вигорання. • Найміть коуча або наставника, щоб допомогти вам впоратися з емоційним навантаженням від управління стартапом. • Регулярно оцінюйте робоче навантаження та перерозподіляйте завдання, щоб запобігти вузьким місцям. • Створіть мережу підтримки колег-підприємців, щоб ділитися труднощами та порадами щодо управління стресом.

Джерело: [93]